

Staunen, jubeln, Flaggen schwingen

„Wir wollen Nummer Eins in Europa werden“, lautete eine gewagte Aussage von David Kou. Der General Manager von TP Vision Europe – der Firma, die die Marke Philips vor rund zwei Jahren komplett übernommen hat – weiß auch, wie: Man müsse das Vertrauen der Kunden gewinnen, beispielsweise mit Aktionen wie der 30-Tage-Rückgabe-Garantie. Dank der von Zalando & Co. abgeschauten Zusicherung können Käufer eines Philips-TVs ihr neues Fernsehgerät bei Nichtgefallen bis zu einem Monat nach dem Kauf ohne Angabe von Gründen zurückgeben.

Punkten will der taiwanische Hersteller auch mit dem Alleinstellungsmerkmal Ambilight respektive Ambilux. Die Erweiterung des Bildbereichs per Beamer über den TV-Rahmen hinaus wurde erstmals zur IFA 2015 präsentiert, nun kommt sie in Gestalt der 8901er-Serie auf den Markt – zunächst ausschließlich als 65-Zöller mit 1,65 Metern Bilddiagonale. Ambilight-Geräte beleuchten die Wand hinter sich mit im Rücken angeordneten LEDs farblich passend zum jeweiligen Bildinhalt. Ambilux-TVs nutzen dafür neun kleine DLP-Beamerchen, die von schnell schaltenden RGB-LEDs bestrahlt werden. So entfällt zwar das sirrende Farbrad, die superhellen LEDs müssen allerdings gekühlt werden – der Lüfter ist bei leisen Szenen zu hören. Die Lebensdauer der Ambilux-Beamer liegt laut Philips bei mindestens 20 000 Stunden. Das reicht also für mehr als fünf Jahre bei täglich 10 Stunden TV-Konsum mit aktiviertem Ambilux.

Die Beamer-Anordnung kann im Takt der Musik blinken, die Bildkonturen auf die dahinter liegende Wand erweitern oder im



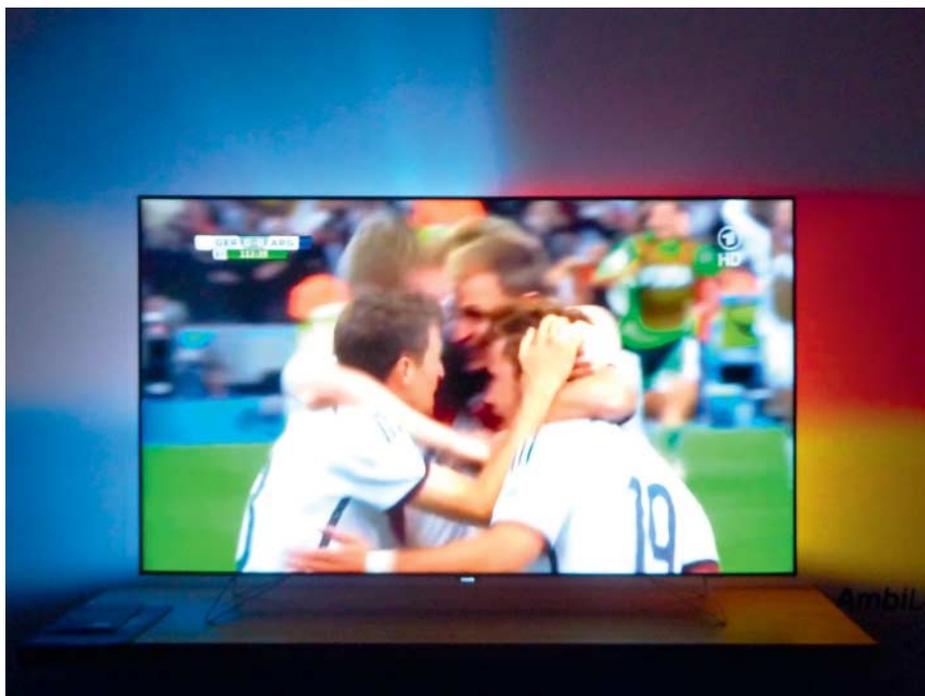
Action: Was das Ambilux-TV von Philips anzeigt, wird durch die Projektion hinter dem Display effektiv erweitert.

Gaming-Modus die Spieler stärker ins Geschehen hineinziehen, indem die Action schon außerhalb des Bildschirms beginnt. Die Wave-your-Flag-App soll Sportbegeisterte ansprechen: Zuschauer können die LEDs respektive Beamer farblich passend blinken lassen, wenn die Spannung beim Sprint zum Tor des Gegners steigt, ein Tor fällt oder der Schiri die rote Karte zückt. Die Wave-your-Flag-App ist für Android und iOS erhältlich und soll mit allen Ambilight-TVs ab 2012 funktionieren.

TVs mit dem neuen Logo Ultra HD Premium hat Philips derzeit nicht im Angebot. Bei den aktuellen Geräten aus der 7601er-Serie sitzen zwar viele kleine LEDs im Displayrücken – das sogenannte Direct-LED-Backlight –, die sich einzeln passend zum Bildinhalt ansteuern lassen und darüber satte Schwarzwerte erzeugen. Allerdings erreichen die TVs nicht die in den Vorgaben für Ultra HD Premium für die HDR-Wiedergabe geforderte maximale Helligkeit (Peak-Luminance) von 1000 cd/m². Auch ihr Farbraum deckt nicht das geforderte Minimum von 90 Prozent des P3-Farbraums ab. Die von Philips „HDR Premium“ genannten Geräte der 7600er- und der 8601er-Serie erreichen „nur“ eine Spitzenhelligkeit von 700 cd/m² und 72 Prozent des P3.

Die Vorgaben des UHD-Premium-Logos wird erst die kommende Generation der Philips-TVs erfüllen; das dürfte dann die 9000er-Serie zur IFA 2016 sein. Ob darunter auch ein OLED-TV sein wird, wollte der Hersteller Ende Februar auf einem Technik-Workshop nicht verraten. Immerhin so viel: Man feile weiter an der Technik und verwende OLED-Panels von LG Display. Derzeit passen die teuren OLEDs allerdings nicht in die Produktstrategie von Philips, erklärte David Kou.

Satte Farben im LCD-TV will Philips mit speziellen Phosphorbeschichtungen auf den Backlight-LEDs erzielen; Quantenpunkte wie Samsung verwende man nicht. In den Datenblättern findet Kunden die besonders farbstarken TVs unter der Bezeichnung „Premium Color“ – dazu gehören die TVs ab der 7101er-Serie. Alle neuen Ultra-HD-TVs beherrschen an ihren HDMI-2.0-Eingängen den Kopierschutz gemäß HDCP 2.2 und können HEVC-kodierte 4K-Inhalte wiedergeben. (uk@ct.de)



Schauen, jubeln, Flagge zeigen: Die Philips-App „Wave-your-Flag“ hebt die Stimmung durch passende Hintergrund-Bemalung.

Mehr LEDs für mehr Kontrast

Die größte Herausforderung des Jahres sei es, den Kunden die Vorzüge von Ultra HD und HDR-Kontrast (High Dynamic Range) nahe zu bringen, erklärte Sonys europäischer Produktgruppenchef Motoi Kawamura im Gespräch mit c't. Deshalb habe sich Sony für eine eigene Bezeichnung an Stelle des von der Ultra HD Alliance entwickelten Logos „Ultra HD Premium“ entschieden. Das UHD-Premium-Logo sei nur für Fernsehgeräte gedacht, Sony wolle aber die gesamte Kette von der Aufnahme-Kamera über den Player bis zur Ausgabe am TV-Schirm abdecken. Das erreiche man mit dem eigenen Logo namens „4K-HDR“.

Obwohl kein Sony-TV das Logo der Ultra HD Alliance trage, seien dennoch einige Geräte konform dazu. Sollte der Markt es fordern, könne man das Logo deshalb nachreichen, erklärte Kawamura. So erfüllten die aktuellen Geräte aus den Serien XD93 und XD94 und der X94C aus 2015 die Kriterien. Knackpunkt für UHD-Premium sei wie bei Philips die geforderte Maximalhelligkeit von 1000 cd/m². Die Geräte mit Direct-LED-Backlight und Local Dimming (XD94 und X94C) erreichen diese Peak Luminance und bestehen durch ihre sattes Schwarz – wobei der 75XD94 darüber hinaus auffallend dünn ist, trotz der flächig im Rücken verteilten LEDs. Hier haben die Sony-Ingenieure eigens entwickelte Linsen eingebaut, die das Licht auf kürzester Distanz gleichmäßig verteilen.

Die Geräte aus der XD93er-Serie sollen Sonys Bestseller werden: Die in 55 und 65 Zoll erhältlichen TVs nutzen die von Sony „Slim Backlight Drive“ genannte Hintergrundbeleuchtung. Sie besteht aus jeweils zwei LED-Leisten rechts und links am Panel und zwei Lichtleitplatten, die unabhängig voneinander ansteuerbar sind. Mit ihnen hat Sony die mögliche Anzahl einzeln dim-



Super dünn trotz flächig verteilter LEDs im Displayrücken: Sonys 75XD94 zeigt dank Direct-LED-Backlight ein beeindruckend sattes Schwarz.

barer Zonen im Bild verdoppelt. Dass auch diese TVs schön schlank sind, versteht sich von selbst: Gerade bei wachsenden Diagonalen sei es wichtig, dass die Geräte leichter und dünner werden, denn so senke man die Hürde für die Installation und fördere damit den Verkauf, ist sich Motoi Kawamura sicher.

Dass auch ältere Sony-TVs kontraststarke Bilder liefern, will der Hersteller über Firmware-Updates sicherstellen. So sollen die 2015er-Modelle X93C, X90C, S85C und X85C ein HDR-Update bekommen. Im hauseigenen 4K-HDR-Logo legt Sony übrigens fest, dass die Geräte mindestens HDR10 unterstützen; die gleiche Voraussetzung gilt für das UHD-Premium-Logo. Sonys Geräte-Nomenklatur liest sich folgendermaßen: „D“ steht für 2016,

„C“ für 2015; „X“ bedeutet Ultra-HD-Auflösung, „W“ meint Full HD, „R“ ist HD ready und „S“ steht für Curved, also gebogener Schirm; letztere hat Sony kaum im Programm.

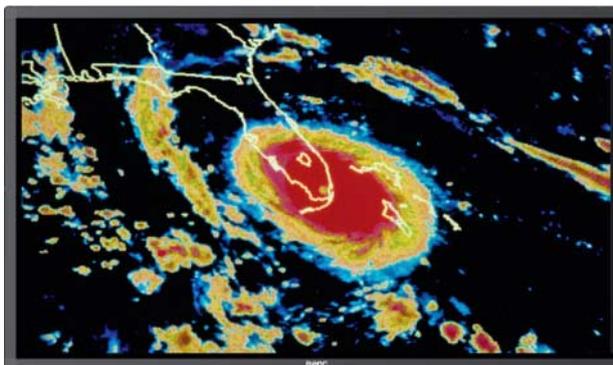
Herstellerübergreifende Logos scheinen derzeit nicht Sonys Sache: Zwar können alle 2016er-Modelle DVB-T2 empfangen, also HEVC-kodierte HD-Signale anzeigen. Das entsprechende Logo fehlt den Geräten aber dennoch. Einige der aktuellen Sony-TVs aus 2016 erfüllen nicht alle im Standard spezifizierten Vorgaben, erklärte der europäische Produktgruppenchef. Man könne das Logo aber ähnlich wie bei UHD-Premium nachliefern, wenn es die Kunden wünschten. Angesichts des aktuellen Logo-Wildwuchses scheint das nicht unwahrscheinlich. (uk@ct.de)

Schreiben und Wischen auf Zwei-Meter-Display

Mit dem RP840G hat BenQ ein riesiges Touch-Display mit 2,13 Metern Diagonale und Ultra-HD-Auflösung vorgestellt. Über ein Infrarot-Raster soll man auf dem 84-Zöller 10 Punkte gleichzeitig aktivieren können – eine Voraussetzung von Microsoft für Windows-Touch-Kompatibilität. Zugleich kann man mit mehreren Personen parallel am Touch-Display arbeiten und bei Projekten Ideen austauschen oder digitale Inhalte bearbeiten. Hierfür liefert BenQ zusätzlich Stifte mit, die aber dank des Infrarot-Touch nicht leiten müssen – man kann also beliebige Stifte nutzen.

Gedacht ist der große 4K-Bildschirm auch für interaktive Präsentationen, bei denen man Schrift aus größerer Entfernung ablesen können muss. Käufer bekommen eine Lizenz für DisplayNote; mit der für Windows, OS X, iOS und Android erhältlichen Software lassen sich die Inhalte des Touchscreen auf Mobilgeräten mit Notizen versehen und speichern. Dank der eingebauten EZWrite-Software verwand-

delt sich das Touch-Display in ein eigenständiges Whiteboard, auf das man ohne Zusatzgeräte schreiben kann. Mit dem optionalen QCast-Dongle kann man Inhalte von Mobilgeräten drahtlos an den Riesenschirm übertragen. Im Gerät läuft ein Android Version 4.2.1; der interne Speicher umfasst 4 GByte.



Das Touch-Display RP840G von BenQ ist mit Windows, Mac OS, Linux und ChromeOS kompatibel und besitzt vier HDMI-Eingänge. Per VGA kann man sogar analoge Signale einspielen – mit HD-Auflösung. Über zwei USB-Ports (2.0 und 3.0) gelangen Präsentationen vom Speicherstick auf dem Schirm.

Audiountermalung liefern die beiden eingebauten 10-Watt-Lautsprecher. Der große Multitouch-Monitor soll 9600 Euro kosten, BenQ gewährt drei Jahre Vor-Ort-Austausch-Service. (uk@ct.de)

Interaktive Präsentationen am Riesenschirm: BenQs Touch-Display RP840G macht's möglich.