

Presseinformation

25. Februar 2009

Philips bringt mit Net TV das Internet einfach und unkompliziert auf den Fernseher

Deutsche und europäische Partner sind beispielsweise YouTube, Bild.de, Tagesschau.de, eBay.de, Spox.com, Kicker.de, Kino.de, sevenload.de, mikestar.de, boersen-zeitung.de, motorsport-total.com, golfdigital.tv, wetter.net, TomTom, MeteoGroup, Funspot, MyAlbum und Netlog.

Hamburg – Es ist der Startschuss für eine neue Generation von Multimedia-Fernsehern. **Net TV** von Philips ermöglicht einen einfachen und schnellen Zugang zu einer Vielzahl von Unterhaltungs- und Informationsangeboten des Internets direkt von der Online-Startseite des TVs, die per Tastendruck auf der Fernbedienung angewählt werden kann.

Net TV wird ab Frühjahr 2009 als Ausstattungsmerkmal in allen Philips TVs der neuen Reihen 8000 und 9000 sowie im Cinema 21:9 integriert sein. Bei **Net TV** sind Internetinhalte perfekt für die Darstellung auf dem Fernseher angepasst, so dass die Navigation sehr komfortabel über die Fernbedienung möglich ist. Benötigt wird nur ein DSL-Internet-Breitband-Anschluss per Kabel oder WLAN. Eine weitere Set Top Box oder der Abschluss eines Service-Vertrages sind nicht notwendig.

Des Power, Senior Vice President Marketing Television bei Philips Consumer Lifestyle, stellt fest: „Wir bei Philips sind stolz, unseren Kunden Lösungen zu bieten, die einfach zu erleben sind. Mit **Net TV** holen wir das Internet ins Wohnzimmer, wo wir über die Fernbedienung einfachen Zugang zu beliebten Webseiten bieten. Es macht viel mehr Spaß, die Vielfalt des Internets gemeinsam auf einem großen TV-Bildschirm zu erleben, statt sich um ein kleines

Notebook-Display zu versammeln. Dabei spielt es keine Rolle, ob es um Videos, Fotos, Unterhaltung oder Informationsangebote geht.“



Net TV holt das Internet auf den TV-Bildschirm

Mit **Net TV** von Philips können Nutzer:

- Einfach auf Informationen oder Unterhaltungsangebote im Internet zugreifen, ohne einen PC zu starten. – Ein Tastendruck auf der Fernbedienung genügt.
- Die Inhalte sind schneller und angenehmer erlebbar sowie besser zu lesen als im traditionellen Videotext.
- Gemeinsam mit Freunden oder Familie beispielsweise Filme auf YouTube finden und genießen.
- Online Photo-Alben anschauen.

Lokale Informationen für europäische Konsumenten

Neben den europaweiten Diensten wird **Net TV** von Philips eine Vielzahl lokaler Partner in den jeweiligen Ländern haben, die speziell für die Darstellung auf dem Fernseher angepasste Inhalte zur Verfügung stellen. Von Philips durchgeführte Marktforschung hat ergeben, dass die Nutzer insbesondere nach relevanten Informationen in der eigenen Sprache suchen. An zweiter Stelle stehen englischsprachige europaweite Angebote. In Deutschland, wie in den Niederlanden, Belgien oder Frankreich, werden führende und reichweitenstarke Partner Nachrichten, Wetter, Sportmeldungen oder Unterhaltungsangebote in der jeweiligen Landessprache anbieten.

Voll integriertes Internet für schnelle und einfache Nutzung

Net TV ist in die neuen Philips Fernseher der Reihen 8000 und 9000 sowie in den Cinema 21:9 integriert. Sobald der Fernseher mit dem Internet per Ethernet-Kabel oder über WLAN (WLAN nur in der 9000er Reihe und im Cinema 21:9) verbunden ist, wird automatisch die Startseite mit den Partnerlogos generiert. Webseiten innerhalb Net TV sind für die Darstellung auf dem TV optimiert. Grundlage dafür sind nach der offenen IP-TV Form OIF Standards wie CE-HTML (CEA-2014 Web4CE).

Weitere Informationen für Medien:

Georg Wilde

Telefon: 0 40/28 99 – 42 18

E-Mail: Georg.Wilde@philips.com

Konsumentenfragen:

Philips Consumer Care Center

Telefon: 018 03/38 68 52

Royal Philips Electronics mit Hauptsitz in den Niederlanden ist ein Unternehmen mit einem vielfältigen Angebot an Produkten für Gesundheit und Wohlbefinden. Im Fokus steht dabei, die Lebensqualität von Menschen durch zeitgerechte Einführung von technischen Innovationen zu verbessern. Als weltweit führender Anbieter in den Bereichen Healthcare, Lifestyle und Lighting integriert Philips – im Einklang mit dem Markenversprechen "sense and simplicity" – Technologien und Design-Trends in neue Lösungen, die auf die Bedürfnisse von Menschen zugeschnitten sind und auf umfangreicher Marktforschung basieren. Philips beschäftigt in mehr als 60 Ländern weltweit etwa 121.000 Mitarbeiter. Mit einem Umsatz von 26 Milliarden Euro im Jahr 2008 ist das Unternehmen marktführend in den Bereichen Kardiologie, Notfallmedizin und bei der Gesundheitsversorgung zuhause ebenso wie bei energieeffizienten und innovativen Lichtlösungen sowie Lifestyle-Produkten für das persönliche Wohlbefinden. Außerdem ist Philips führender Anbieter von Flat-TVs, Rasierern und Körperpflegeprodukten für Männer, tragbaren Unterhaltungs- sowie Zahnpflegeprodukten.