

Schöner, als die Realität erlaubt: Die neuen TV-Geräte von Sony verbessern jedes Bild

Bessere Bildqualität, ein schwerelos anmutendes Design und Online-Entertainment der Extraklasse: Das ist es, was die neuen LCD-Fernseher von Sony ausmacht. Dank intelligenter neuer Funktionen ist die Vernetzung mit Notebook, Tablet, Smartphone und Co. leichter denn je. Der Vorteil: Videos, Musik und Bilder können nach Belieben von einem auf das nächste Gerät weitergegeben werden.

Berlin, 10. Januar 2012. Sie können den Action-Film vom PlayStation Spiel unterscheiden. Sie analysieren das Online-Video von YouTube anders als den Blockbuster auf Blu-ray Disc. Sie erkennen Gesichter, Formen und Konturen in jeder einzelnen Filmszene: Die neuen intelligenten BRAVIA LCD-Fernseher von Sony wissen, was der Zuschauer sieht – noch bevor es der Bildschirm zeigt.

Nur wenige Millisekunden zur intelligenten Bildanalyse reichen aus, um das Bild zu interpretieren und grundlegend zu verbessern. Verantwortlich für den kurzen Blick in die Zukunft, der die ausgefeilte Bildverbesserung erst möglich macht, ist die Rechenleistung des neuen, weiterentwickelten X-Reality Bildprozessors. Ihn gibt es in zwei Varianten: X-Reality in der Einstiegs- und Mittelklasse – X-Reality PRO mit noch mehr Power für die Highend-Produkte.

Ganz gleich, ob mit oder ohne PRO, ist X-Reality auch der Garant für gute dreidimensionale Bilder. Die neue sogenannte „automatische 3D Tiefen-Anpassung“ sorgt für die richtige Tiefenwirkung und für mehr Schärfe. Auch hier analysiert der Bildprozessor im TV-Gerät [3D](#) Inhalte von der Blu-ray Disc anders als Videos vom Camcorder oder aus dem Internet.

Sony Entertainment Network

Apropos Internet: Alle neuen internetfähigen [TV-Modelle](#) haben W-LAN integriert. Das bedeutet: Sie nehmen ohne lästiges Kabel Verbindung zum Internet auf. Damit öffnet sich für alle Besitzer eines neuen BRAVIA LCD-Fernsehers von Sony das Tor zu einem umfangreichen

Unterhaltungsprogramm abseits der regulären TV-Sender. Die Filetstücke für Entertainment-Gourmets im Sony Entertainment Network sind die Services „Music Unlimited“ und „Video Unlimited“. Der cloud-basierte Musikstreaming Service „Music Unlimited“ bietet unmittelbaren Zugang zu derzeit über zehn Millionen Songs, die alle direkt aus dem Internet angehört werden können. Mit einem Premium-Abonnement lassen sie sich in eigenen Playlists individuell zusammenstellen. Die Basis-Variante gewährt Zugang zu Musikkanälen, die nach verschiedenen Genres wie Jazz, Rock oder Klassik geordnet sind.

Mit „Video Unlimited“ hat Sony zudem eine eigene Online-Videothek im Angebot. Schon nach wenigen Klicks auf der Fernbedienung bietet der Service Zugriff auf aktuelle Blockbuster und Filmklassiker aller großen Hollywood Studios – in Standard Definition (SD), High Definition (HD) und sogar 3D.

Die Services anderer Anbieter runden das Portfolio im „Sony Entertainment Network“ ab: Klassik-Fans finden hier die Konzerte der Berliner Philharmoniker. Diejenigen, die Unterhaltung suchen, werden bei ausgewählten Videos der Mediatheken von ProSieben, SAT.1 und kabel eins fündig. News gibt es bei der Tagesschau oder Bild.de. Wer einen Kino-Film sucht, der nicht im „Video Unlimited“ Sortiment zu finden ist, wird wiederum bei LOVEFiLM fündig. Der Video on Demand Anbieter rundet die Auswahl an Videos auf den neuen BRAVIA LCD-Fernsehern ab. Der Zugang zu Twitter, Facebook und Skype ist bei den neuen TV-Modellen von Sony mittlerweile selbstverständlich.

Auch was den Empfang regulärer TV-Signale angeht, sind die Geräte von Sony auf dem neusten Stand. Die Geräte der neuen HX-Serie verfügen zum Beispiel über HD Antennen-, Kabel- und Satelliten-Empfänger der neusten Generation (T2/S2/C2).

Kontaktfreudige BRAVIA LCD-Fernseher

Wer beim Fernsehabend lieber die eigenen Urlaubsvideos anschauen möchte, kann sich bei den neuen BRAVIA LCD-Fernsehern auf neue Vernetzungsfunktionen freuen: „Wi-Fi Direct“ und „Intelligent Connect“ verbinden Notebooks, Smartphones oder Tablets direkt mit dem TV-Gerät. Auf Knopfdruck starten Musik, Filme oder Fotos auf dem gewünschten Produkt. Auf Wunsch lassen sich die Inhalte spielerisch von einem auf das andere Gerät übertragen.

Neues Monolith Design

Leicht – fast schwerelos – ist auch die Optik der BRAVIA LCD-Fernseher. Die neue Generation des Monolith Designs zeichnet sich durch puristische Formen und noch schlankere Linienführung aus. Auch der hochwertige Monolith Standfuß aus Aluminium wurde optimiert und weicht einem deutlich schmaleren Nachfolger mit ebenfalls integriertem Soundsystem. Was für das Design der LCD-Fernseher von Sony gilt, das zählt auch für die neuen aktiven Shutter Brillen. Das Design der Hightech-Gläser ist reduzierter, klarer, stylischer als das der Standard-Brillen. Die Brillengläser sind fortan nicht mehr in einem Plastikgestell, sondern grazil in Titanium eingefasst und somit deutlich leichter.

Intelligente Energiespar-Technologie

Deutlich energiesparender als ihre Vorgänger sind die neuen BRAVIA LCD-Fernseher auch. Die neue Energiespar-Technologie wählt auf Wunsch passend zu jeder Szene automatisch die optimalen Einstellungen. Die intelligente Nutzung der LED Technologie trägt ebenfalls ihren Teil zum Stromsparen bei. 15 bis 20 Prozent Energie lassen sich so bei gleicher Bildqualität und ohne Helligkeitsverlust einsparen. Im Vergleich zu den Vorgängermodellen von 2011 kommen die neuen Geräte so auf bis zu 40 Prozent weniger Stromverbrauch. Kein Wunder, dass die meisten der neuen BRAVIA LCD-Fernseher im Rahmen des Energie-Effizienzlabels mit „A“ oder „A+“ bewertet werden.

Premium-Anspruch von der Shutter-Brille bis zur TV-Technologie – dafür stehen die neuen BRAVIA LCD-Fernseher von Sony.

Verfügbarkeit

BRAVIA EX555-Serie (Größen: 22 & 26 Zoll)

Verfügbarkeit: ab ca. April 2012

BRAVIA HX755-Serie (Größen: 32, 37, 40, 46, 55 Zoll)

Verfügbarkeit: ab ca. März 2012

BRAVIA HX855-Serie (Größen: 40, 46, 55 Zoll)

BRAVIA EX655-Serie (Größen: 32, 40, 46 Zoll)

Verfügbarkeit: ab ca. Mai 2012

Übersicht BRAVIA LCD-Fernseher 2012

HX855	HX755
<ul style="list-style-type: none"> • X-Reality PRO • Motionflow XR800Hz • Dynamic Edge LED-Technologie mit Local Dimming • Full HD 1080 • Sony Entertainment Network • 4 x Highspeed 3D-Panel • Wi-Fi integriert • Monolith-Design • Integrierte Lautsprecher im Standfuß 	<ul style="list-style-type: none"> • X-Reality • Motionflow XR400Hz • Dynamic Edge LED mit Frame Dimming • Full HD 1080 • Sony Entertainment Network • 4 x Highspeed 3D-Panel • Wi-Fi integriert
EX655	EX555
<ul style="list-style-type: none"> • X-Reality • Motionflow XR100Hz • Full HD 1080 • Sony Entertainment Network • Wi-Fi integriert 	<ul style="list-style-type: none"> • X-Reality • Motionflow XR100Hz • HD Ready • Sony Entertainment Network • Wi-Fi integriert

Das Partner Programm von Sony Deutschland

Konsumenten, die ihr Sony Produkt seit 1. April 2010 bei einem Partner von Sony Deutschland erwerben, sichern sich hinsichtlich Beratungsqualität, Service und Garantieleistung entscheidende Vorteile: Je nach Gerät erhalten Konsumenten nach der Produktregistrierung zwölf Monate Garantieverlängerung – und das völlig kostenfrei. Dazu muss das Produkt innerhalb von zwei

Monaten nach dem Kauf registriert werden – entweder direkt nach dem Erwerb durch den Händler oder online durch den Konsumenten. Zu den weiteren Vorteilen des Produktkaufs bei einem Partner von Sony Deutschland zählt eine professionelle Beratung im Handel, die durch die fachkundige Betreuung geschulter Verkäufer sichergestellt wird. Darüber hinaus erhält der Kunde eine große Auswahl der neuesten Produkte von Sony, Live-Demonstrationen und eine individuelle Beratung sowie aktuelles Informationsmaterial.

Weitere Details zum Partner Programm von Sony Deutschland, eine Partnersuche (Shop-Finder) und Informationen zur Produkt-Registrierung gibt es unter: <http://www.sony.de/partner>



Umweltinformation	
	Sony Europe überdenkt und überprüft laufend seine Produkte, Prozesse und deren potenzielle Auswirkungen auf den Planeten.
Produkt:	Wir wollen sicherstellen, dass der Energieverbrauch unserer Produkte auch künftig weiter sinkt - unser Ziel ist es, den durchschnittlichen Strombedarf unserer Produkte bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu reduzieren*.
Prozess:	Wir halten alle Prozesse in der gesamten Wertschöpfungskette so umweltfreundlich wie nur möglich, von der Produktentwicklung bis hin zur Abfallentsorgung. Unser Ziel ist es, den CO2-Ausstoß der Standorte der Sony Group bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu verringern**.
Planet:	Wir setzen alles daran, unsere Unternehmenstätigkeit umweltbewusst zu gestalten - langfristig möchten wir erreichen, dass die Produkte und die Geschäftsaktivitäten von Sony über den gesamten Lebenszyklus keinen ökologischen Fußabdruck hinterlassen.
	Für weitere Informationen zu den Umweltaktivitäten von Sony besuchen Sie bitte www.sony.eu/eco .
	* Im Vergleich zum Verbrauch im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2009 ** Im Vergleich zum Ausstoß im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2001

Über Sony

Sony ist einer der führenden Anbieter von Produkten aus den Bereichen Audio-, Video-, Kommunikations- und Informationstechnologie für Endverbraucher sowie für professionelle Anwender. Das Unternehmen ist weltbekannt für seine audiovisuellen Produkte, wie beispielsweise BRAVIA™ High Definition LCD-Fernseher, Cyber-shot™ Digitalkameras, Handycam® Camcorder, „α“ (Alpha) Digitale Spiegelreflexkameras und Walkman® MP3-Player sowie VAIO™ Computer und professionelle HD Broadcast-Systeme, allen voran die Modelle der XDCAM™ HD-Serie. Sony bietet als einziger Anbieter eine komplette High Definition-Wertschöpfungskette und zählt mit den Geschäftsbereichen Elektronik, Musik, Film, Games und Online zu den führenden Digital Entertainment-Marken. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 170.000 Mitarbeiter.

Mit dem langfristig angelegten Fußball-Engagement – offizieller Sponsor der UEFA Champions League bis 2012, offizieller FIFA-Partner bis 2014 und weltweiter Sponsor der FIFA-Fußballweltmeisterschaft™ 2010 und 2014 – sorgt Sony bei zahllosen Fans weltweit für Begeisterung.

„Sony“, „WALKMAN“, „VAIO“, „Cyber-shot“, „Handycam“, „α“, „BRAVIA“ und „XDCAM“ sind registrierte Warenzeichen oder Warenzeichen der Sony Corporation. Alle anderen



Warenzeichen oder registrierten Warenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Meldung und entsprechendes Bildmaterial in Druckqualität zum Download finden Sie unter <http://presse.sony.de>

Weitere Informationen:

Gerrit Gericke
PR Manager
Sony Europe Ltd.
Zweigniederlassung Deutschland
Telefon: 030/2575-4067
Telefax: 030/2575-604067
E-Mail: gerrit.gericke@eu.sony.com
Web: www.sony.de

Hanif Shangama
häberlein & mauerer AG
public relations | social media | consumer marketing | retail marketing
Telefon: 030/726 208-225
Telefax: 030/726 208-250
E-Mail: hanif.shangama@haebmau.de
Web: www.haebmau.de