

## Press Information

2 september 2010

### **'Tested on Animals': Philips en O'Neill slaan de handen in elkaar en brengen een nieuw portfolio van duurzame hoofdtelefoons uit**

**Berlijn (Duitsland)** – Philips en O'Neill, twee pioniers op het gebied van lifestyle-innovaties, hebben hun krachten gebundeld om een portfolio van hoofdtelefoons uit te brengen dat ontworpen werd om te kunnen voldoen aan de harde omstandigheden van een actieve leefstijl. De nieuwe lijn hoogstaande **Philips | O'Neill hoofdtelefoons** biedt je duurzaamheid en comfort, om optimaal te genieten van de muziek die je leven elke dag opnieuw kleurt, zolang je maar wilt en wat je ze ook laat ondergaan.

De nieuwe, hoogstaande Philips | O'Neill hoofdtelefoons werden getest op de meest doorwinterde Team Riders van O'Neill en speciaal ontworpen op basis van de eisen van mensen die alles uit het leven willen halen. Ze zullen je nooit teleurstellen, waar je ze ook gebruikt, hoe energiek de klank of de actie ook is.

De Philips | O'Neill collectie van hoofdtelefoons wordt voorgesteld in vier verschillende stijlen, elk in een compleet uniek en eenvoudig ontwerp, maar in staat om de uitdagingen van de meest actieve leefstijl het hoofd te bieden.

**The Stretch** hoofdtelefoons, geïnspireerd op de hoge bestendigheid en styling van wetsuit materialen, zijn de meest robuuste modellen uit het portfolio en bieden superieure prestaties. Ze weerstaan aan stootbelasting en scheurspanning, en behouden hun flexibiliteit en stevigheid, voor een totaal nieuw niveau van veerkracht in hoofdtelefoons. The Stretch is gemaakt van TE55LX, een super duurzaam en temperatuurbestendig materiaal, wat hem geschikt maakt voor de meest dynamische leefstijl. Zelfs in extreme omstandigheden, waar andere hoofdtelefoons beschadigd of defect zouden raken, houdt The Stretch stand, dankzij een oppervlaktehardheid die zes maal groter is dan het polycarbonaat dat doorgaans gebruikt wordt in vele hoofdtelefoons en bij temperaturen onder nul scheurt en breekt. Resultaat: The Stretch behoudt zijn robuustheid en duurzaamheid, zelfs in de meest extreme omstandigheden: deze hoofdtelefoons overleven op de warmste plekken op aarde net als in de koudste klimaten waar de temperaturen tot 25 °C onder nul dalen.

Alle modellen uit het Philips | O'Neill portfolio van hoofdtelefoons bieden iets voor de meeste actieve en dynamische leefstijl. Het model **The Snug** doet dat bovendien in stijl: een indrukwekkende, opvouwbare hoofdtelefoon met een perfect draagcomfort en idem geluidskwaliteit, met gedurfde grafische elementen. Bij de oortelefoons is er **The Covert**, een discreet model met een indrukwekkend krachtige geluidsimpact en iPhone-aansturing. En **The Specked** is een reeks van drie oortjes in opvallende kleuren, met een elegant snoer dat niet verstrikt raakt, voor langere luisterervaringen.

Nick Andrews, senior manager, Consumer Marketing bij Philips: "Dit portfolio koppelt de eenvoud en de innovatie van Philips aan de kernwaarden van O'Neill die gericht zijn op het concept van vernieuwing in stijl en technologie. Onze nieuwe hoofdtelefoons bieden

een nooit geziene duurzaamheid, omdat ze getest werden op onze proefkonijnen: de meest doorwinterde riders van O'Neill, de grootste waaghalzen ter wereld."

Eppo van Berckelaer, global marketing director bij O'Neill: "O'Neill en Philips delen een lange en succesvolle geschiedenis van productinnovatie. We doen er alles aan om producten te ontwikkelen waarmee mensen voluit voor een actief leven kunnen gaan. Ik weet hoe belangrijk muziek is in het leven van onze consumenten en ik spoor iedereen aan om de hoofdtelefoons persoonlijk te testen."

De Philips | O'Neill campagne zal ondersteund worden door een selectie van O'Neill Team Riders, onder wie Jeremy Jones, 9 maal Big Mountain Rider van het jaar, Mark Matthews, dé absolute golventemmer en Ane Enderud, tweevoudig wereldkampioen Freeride. Deze drie meest doorwinterde en ervaren kampioenen in hun respectievelijke sporten hebben de hoofdtelefoons onderworpen aan ultieme tests in het kader van hun eigen unieke en veeleisende leefstijl.

De hoofdtelefoons worden gelanceerd op IFA en zullen daarnaast ook te zien zijn in de premièretournee van de film *Deeper*, in oktober en november. De gasten die deze events bijwonen zullen verward worden met een intense luisterervaring met deze hoofdtelefoons, in Amsterdam, Los Angeles en New York City, tijdens de projectie van de spectaculaire freeride snowboarding-film van Jeremy Jones.

**De nieuwe Philips | O'Neill hoofdtelefoons** zullen vanaf september 2010 verkrijgbaar zijn in Europa en de Verenigde Staten.

Meer informatie over de Philips accessoires en de nieuwe Philips | O'Neill hoofdtelefoons is te vinden op [www.philips.com/TestedOnAnimals](http://www.philips.com/TestedOnAnimals).

Meer informatie over de O'Neill accessoires en de nieuwe Philips | O'Neill hoofdtelefoons is te vinden op [www.oneill.com/TestedOnAnimals](http://www.oneill.com/TestedOnAnimals).

Voor het meest recente nieuws en exclusieve achtergrondinformatie over de Philips audio- en videoproducten, volg Philips Pulse (<http://pulse.philips.com>).

Meer informatie over Philips op IFA is te vinden op [www.ifa.philips.com](http://www.ifa.philips.com)

- Einde -

**Voor media informatie:**

Saskia Maas  
PR manager, Philips Consumer Lifestyle  
Email: [saskia.maas@philips.com](mailto:saskia.maas@philips.com)  
Tel : 06-53408194

**Over Koninklijke Philips Electronics N.V.**

Koninklijke Philips Electronics N.V. (NYSE: PHG, AEX: PHI) is een onderneming met een veelzijdig aanbod op het gebied van gezondheidszorg en welzijn, dat gericht is op verbetering van de kwaliteit van leven van mensen door middel van tijdige innovaties. Als toonaangevende onderneming op het gebied van gezondheidszorg, lifestyle en lighting integreert Philips technologieën en design in op de mens gerichte oplossingen, die zijn gebaseerd op diepgaand inzicht in de wensen en behoeften van de klant en zijn merkbelofte van "sense and simplicity". Philips heeft wereldwijd circa 116.000

werknemers in dienst, verspreid over meer dan 60 landen. Met een omzet van EUR 23 miljard in 2009 is de onderneming marktleider op het gebied van cardiale zorg, acute zorg en thuiszorg, energiezuinige verlichtingsoplossingen en nieuwe verlichtingstoepassingen, alsmede lifestyle-producten voor persoonlijk welzijn en amusement, met een sterke leidende positie op het gebied van Flat-TV, scheerapparaten en haartrimmers, portable entertainment en mondverzorgingsproducten. Meer informatie over Philips vindt u op [www.philips.nl/nieuwscentrum](http://www.philips.nl/nieuwscentrum).

### **Over O'Neill**

O'Neill, het originele Californische surf-, snowboard- en leefstijlmerk, werd opgericht in 1952 toen een jongeman, Jack O'Neill, zijn onstuitbare passie voor het surfen gebruikte om Moeder Natuur op eigen terrein te verslaan. Hij ontwierp als eerste een wetsuit in neopreen om langer te kunnen surfen op de ijsskoude golven in Noord-Californië. Kort daarop opende hij zijn eerste surfshop in Santa Cruz. Ook al is er heel wat veranderd sinds dit bescheiden begin, is de initiële visie van Jack gebleven; functionele en vernieuwende producten brengen blijft de kern waarrond alle activiteiten van het bedrijf draaien. Met hart en ziel blijft O'Neill zich inzetten voor de actiesporten zonder de basiswaarden uit het oog te verliezen: voortdurende vernieuwing in stijl en technologie. De allereerste wetsuit in neopreen, de eerste naadloze shorts en de vooruitstrevende draagbare elektronische snufjes bewijzen dat de innoverende geest van O'Neill het bedrijf blijvend vooruitgang doet boeken. O'Neill is vandaag wereldwijd aanwezig. Het bedrijf kan bogen op een rijke geschiedenis en draagt bij tot het groeiend succes van de glijporten. O'Neill volgt deze positieve evolutie op de voet en blijft een wereldwijde referentie voor lifestyle bij de jeugd.