



Nachricht

24. Februar 2017

Netzhaut-Kino in Frankfurter Lufthansa Lounge **Die Videobrille Glyph vermittelt Kinogefühl im Lounge-Sessel und macht Auswirkungen von Digitalisierung erlebbar**

Netzhautbrille auf, zurücklehnen und Vorhang auf: Vom 23. Februar bis 3. März 2017 können Lufthansa Fluggäste die innovative Videobrille Avegant Glyph in der Business Lounge im Bereich von Gate A26 ausprobieren. Sie benötigen dafür lediglich einen Zugang zur Lounge, die im Terminal 1 des Frankfurter Flughafens liegt und täglich von 6:30 bis 22 Uhr geöffnet ist. „Unterhaltungselektronik spielt auf Reisen eine wichtige Rolle. Wir haben aus der unübersichtlichen Zahl an Neuheiten eine beeindruckende Innovation ausgewählt. Unsere Gäste können sie ungezwungen und in entspannter Atmosphäre ausprobieren“, sagt Dr. Torsten Wingenter, Senior Director Digital Innovations bei Lufthansa. Den Zeitraum hat Lufthansa gewählt, da ab dem 27. Februar der Mobile World Congress startet, den viele Technik-Interessierte besuchen.

Lufthansa macht so die Auswirkungen von Digitalisierung für Passagiere sicht- und greifbar. Das muss nicht zwingend an Bord stattfinden: die Fluggesellschaft veranstaltet Events sowohl in der Luft als auch am Boden – von „FlyingLabs“ als offene Innovationsplattform an Bord bis hin zu Aktivitäten am Boden, wie hier in der Lounge. „Wir präsentieren unseren Gästen entlang der Reisekette digitale Innovationen und lassen sie diese testen. So können wir schauen, was Reisende begeistert und sich davon für unseren Regelbetrieb eignet“, erzählt Wingenter.

Bislang gab es ein FlyingLab zum Thema Virtual Reality auf dem Weg ins Silicon Valley sowie eins zum Thema Mode und Technologie („Fashion Tech“) zur Fashion Week in New York. Am 9. März 2017 veranstaltet die Airline den offiziellen „Lufthansa SXSW FlyingLab-Flug“ zur weltgrößten Digitalmesse in Texas. Teilnehmen können alle Passagiere, die für diesen Tag ein Ticket für Flug LH440 gebucht haben.

Die Videobrille, die auf den ersten Blick wie ein Kopfhörer aussieht, ist universell einsetzbar: Daheim auf dem Sofa, aber auch auf Reisen im Flugzeug. Über einen microHDMI-Anschluss werden Videoinhalte von Smartphones, Laptops oder Spielkonsolen wiedergegeben. Dank des separaten Audio-Eingangs kann der Nutzer die Avegant Glyph auch als klassischen Kopfhörer für die Musik- oder Hörbuch-Wiedergabe nutzen. In der Lufthansa Business Lounge stehen zehn Brillen mit einer Auswahl von sechs Videos bereit. Das Film-Angebot reicht von Entspannung über den Wolken über das Porträt einer surfenden Flugbegleiterin bis zum neuen Langstreckenflugzeug A350.

Die Videobrille wurde Anfang 2017 auf der Technikmesse CES in Las Vegas als Innovation Award Honoree ausgezeichnet. „Das Besondere an der Glyph ist die Projektion direkt auf die Netzhaut, was die Träger im Vergleich zu einem Bildschirm als angenehmer empfinden“, sagt Eric Trabold vom Glyph-Hersteller Avegant. Der Deutsche ist beim Silicon Valley Start-up für Sales, Business Development & Marketing verantwortlich. LEDs projizieren das Videosignal auf zwei Felder mit jeweils zwei Millionen mikroskopisch kleinen Spiegeln. Linsen bündeln die Lichtreflektion und werfen sie auf die Netzhaut des Betrachters. Brillenträger können das Bild (+1 bis -7 Dioptrien) für sich anpassen, und austauschbare Nasenstege sorgen für optimalen Tragekomfort. Die Avegant Glyph deckt nicht wie andere VR-Brillen das komplette Sichtfeld des Trägers ab. Der Nutzer bekommt mit, wenn beispielsweise im Flugzeug der Sitznachbar oder der Flugbegleiter seine Aufmerksamkeit wünscht.

Mehr Informationen zum Hersteller unter Avegant.com und zum FlyingLab unter FlyingLab.aero.

Hintergrund

Technische Details zur Videobrille Avegant Glyph

Videosignal: microHDMI-Anschluss (Smartphones benötigen einen Adapter)

Auflösung: 1.280 x 720 Pixel pro Auge im 16:9 Format, 3D: 720p (side by side)

Audio: 3,5 mm Audio-Eingang (Klinke)

Gewicht: 434 Gramm

Energie: Li-Ion-Batterie (2060 mAH) hält bis zu 4 Stunden, Aufladen über MicroUSB

Lieferumfang: vier Nasenstege, Kopfband, Linsen-Schutz (bei Nutzung als Kopfhörer), HDMI- und USB-Kabel, Softtasche

Deutsche Lufthansa AG

Media Relations

Mirjam Eberts

T +49 69 696-42333

<http://www.lufthansagroup.com/presse/>

Follow us on Twitter: @lufthansaNews