



19. Mai 2016

LIEBESSCHNULZE ODER FUSSBALL? MIT WELCHEN ARGUMENTEN MÄNNER GARANTIERT ZU EINEM NEUEN FERNSEHER KOMMEN

Die Shell PrivatEnergie Umfrage zeigt: Energieeffizienz und Kaufpreis schlagen Optik und Romantik in puncto Kaufkriterien für ein TV-Gerät

Wenn in Frankreich ab 10. Juni der Ball rollt, planen in Deutschland viele männliche Fans den Kauf eines neuen Fernsehers. Wer seine Ehefrau oder Freundin von den Vorteilen eines High-Tech-Flatscreens überzeugen will, muss jedoch keine gemeinsamen Heimkinoabende mit tränenreichen Liebesfilmen versprechen. Ein paar einfache Rechenbeispiele zur Energieersparnis genügen bereits, um die Herzen der meisten Frauen zu erwärmen. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov¹, die im Shell PrivatEnergie Auftrag durchgeführt wurde.

Was Frauen wollen: Leistungsfähig und umweltbewusst muss er sein

Auf die Frage „Wie würden Sie Ihre Partnerin überzeugen, dass zur EM ein neuer Fernseher angeschafft werden muss?“ antworteten 32 Prozent der Männer, ihr Hauptargument sei die bessere Energieeffizienz des Wunschgeräts. Und damit liegen die deutschen Männer genau richtig, denn 39 Prozent der deutschen Frauen ließen sich laut der Shell PrivatEnergie Umfrage mit dem Thema Nachhaltigkeit überreden.

Aussehen ist nicht alles

Einig sind sich beide Geschlechter jedoch, wenn es um das Design geht. Nur zehn Prozent der Männer würden mit einer schöneren Optik argumentieren um ihre Partnerin zum Neukauf eines Fernsehers zu überreden. Dass die Deutschen ihre Partnerinnen gut kennen, zeigen die Antworten der Damen: Nur sechs Prozent der Frauen ist das Aussehen des Fernsehers wichtig. Einigkeit herrscht auch beim Kaufpreisargument. 28 Prozent der Männer würden so ihre Ehefrau oder Freundin mit einem günstigen Preis vom Neukauf überzeugen wollen, passende 29 Prozent der Frauen wären damit einverstanden.

Romantik pur? Nicht, wenn es nach den Frauen geht

Überraschendes Ergebnis am Rande: Das Argument „Liebesfilm in Top Qualität“ überzeugt Frauen weniger als manche Männer denken. Während immerhin 16 Prozent der Männer glauben, ihre Partnerin mit einem romantischen Filmabend nach dem Fußball-Finale oder dem frühen Ausscheiden der deutschen Fußballnationalmannschaft ködern zu können, bleiben die meisten Frauen davon ungerührt. Nur neun Prozent würden sich einen solchen romantischen Filmabend wünschen.

„Energiesparen und Entertainment schließen sich nicht aus, im Gegenteil, sie ergänzen sich. So könnte man die Ergebnisse der aktuellen Studie zusammenfassen“, erklärt Maik Neubauer, Geschäftsführer der First Utility GmbH, verantwortlich für das Shell PrivatEnergie Angebot in Deutschland. „Wer heute in moderne Unterhaltung investieren will, kommt mit dem Argument Energieeffizienz eher ans Ziel. Und wenn die Versorgung mit günstigem Strom genauso gut gesichert ist, steht einem spannenden Fußballturnier nichts mehr im Wege.“

– END –

¹ Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland AG, an der 2008 Personen zwischen dem 05.04.2016 und 07.04.2016 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die angegebenen Werte beziehen sich jeweils auf die Basis der Befragten, die sich für eine der Argumente entschieden haben. Nicht in der Basis enthalten sind Befragte, die keines der genannten Argumente gewählt haben.



ANFRAGEN:

First Utility GmbH

Laura Stöling

presse@shellprivatenergie.de

+49 40 466 66 73 72

Serviceplan

Britta Tronke

b.tronke@serviceplan.com

+49 40 20 22 88 8610

Zusatzinformationen:

Über First Utility GmbH

Die First Utility GmbH vertreibt im Rahmen einer Markenlizenzvereinbarung mit Shell Strom- und Gasprodukte an Haushalts- und Gewerbekunden in Deutschland. Sie wurde im März 2015 als deutsche Tochtergesellschaft der britischen First Utility Ltd. gegründet, die bereits seit 2008 Energie für Privatkunden anbietet. In Großbritannien ist First Utility Ltd. mit über einer Million Kundenverträgen inzwischen der größte unabhängige Energieversorger im Retailsegment. Im Rahmen der Kooperation mit Shell Energy Europe schließt First Utility GmbH die Lieferverträge mit den Endkunden und verantwortet das Produktmanagement, Marketing und Vertrieb sowie den Wechselprozess und die gesamte Betreuung für Endkunden im Rahmen des Shell PrivatEnergie Produktportfolios. Die deutsche Tochtergesellschaft wird von Maik Neubauer als Geschäftsführer geführt und hat Ihren Sitz in Hamburg.

Weitere Informationen: www.shellprivatenergie.de