



31. August 2016

AUF DIE GRÖSSE KOMMT ES AN: WAS BEIM KAUF VON TV-GERÄTEN WIRKLICH ZÄHLT

Größer, dünner, schärfer: Auch in diesem Jahr werden auf der IFA wieder viele Superlative in Puncto Fernseher erwartet. Worauf die Deutschen beim Kauf von TV-Geräten wirklich achten, hat eine aktuelle Shell PrivatEnergie-Umfrage ergeben.

Was viele schon vermuteten, sich aber nicht zu sagen trauten: Auf die Größe kommt es an. Für 50 Prozent der deutschen Männer und 42 Prozent der Frauen ist der Durchmesser des Bildschirms das entscheidende Kriterium – zusammen mit dem Preis-Leistungsverhältnis (58 Prozent der Deutschen). Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov¹, die im Shell PrivatEnergie-Auftrag durchgeführt wurde.

Die Deutschen mögen es scharf

Der neue Fernseher soll gestochen scharfe Bilder und kristallklaren Sound liefern. Das sagen 47 Prozent der befragten Männer. Dagegen spielt das Design eine untergeordnete Rolle. Nur für zwei Prozent ist die Optik ein äußerst wichtiges Kaufkriterium. Hier sind sich beide Geschlechter absolut einig.

Da heißt es eher „Form follows function“ – zumindest für 21 Prozent der Männer und 15 Prozent der Frauen. Für sie sind die neuesten technischen Features, die im Rahmen der IFA 2016 Anfang September vorgestellt werden, ein Grund, sich für ein neues TV-Gerät zu entscheiden: wie etwa SmartTV, Curved Screen, 4K-Auflösung und viele HDMI-Anschlüsse.

Energieeffizienz ist Trumpf

Wichtiger als Design oder Features sind die Reduzierung des Stromverbrauchs und damit die Senkung der Verbrauchskosten sowie der Schutz der Umwelt. 23 Prozent der deutschen Männer geben das Argument als besonders wichtig an. Vor allem, weil sie wissen, dass sie damit auch ihre Partnerin damit überzeugen können. 39 Prozent der Frauen würden sich beim Thema TV-Kauf mit der höheren Energieeffizienz des Neugeräts überzeugen lassen.

„Der Dreiklang bei der Kaufentscheidung heißt Preis, Leistung, Größe. Wer als viertes Argument die Energieeffizienz hinzunimmt, liegt garantiert richtig“, fasst Maik Neubauer, Geschäftsführer der First Utility GmbH und verantwortlich für das Shell PrivatEnergie Angebot in Deutschland, die Ergebnisse zusammen.

– 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.



ANFRAGEN:

First Utility GmbH

Laura Stöling

presse@shellprivatenergie.de

+49 40 466 66 73 72

Serviceplan

Benjamin Majeron

b.majeron@serviceplan.com

+49 89 20 50 4193

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