

Pressemitteilung

Datum
21. Juli 2010

Kontakt
Thilo Heyder
Tel. +49 911 395-4520
Fax +49 911 395-4019
thilo.heyder@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Energieeffiziente Fernseher schonen den Geldbeutel Große Unterschiede bei den Einsparpotenzialen

Nürnberg, 21. Juli 2010 – Das Thema Energieeffizienz rückt in der Unterhaltungselektronik zunehmend in den Fokus. Auf europäischer Ebene plant die EU-Kommission die Einführung eines Energielabels für Fernsehgeräte ab spätestens 2011. Gerade bei Fernsehern gibt es für die Verbraucher je nach Größe, Hersteller und Technologie erhebliche Einsparpotenziale.

Entscheidendes Kriterium für den Stromverbrauch ist die Größe des Fernsehbildschirms. Die von den Herstellern angegebene Leistung bei LCD-Flachbildfernsehern mit einer Bildschirmdiagonale von 32 Zoll liegt 2010 (Januar bis Mai) in Deutschland bei durchschnittlich 123 Watt. Bei einer Bildschirmgröße von 42 Zoll sind es bereits 187 Watt und bei einem 47-Zoll-Gerät sogar 235 Watt.

Wird ein Fernseher durchschnittlich vier Stunden pro Tag in An- und den Rest der Zeit im Standby-Modus betrieben, zeigen sich langfristig große Unterschiede. Bei einem 32-Zoll-Gerät ergeben sich 179 Kilowattstunden (kWh) pro Jahr im Gegensatz zu 342 kWh bei einem 47-Zoll-Fernseher. Das entspricht einer CO₂-Emission von rund 100 Kilogramm pro Jahr bei dem kleineren Gerät und rund 200 Kilogramm bei dem größeren Bildschirm. Neben ökologischen Aspekten dürften für Verbraucher auch wirtschaftliche Faktoren interessant sein. Für die jährliche Betriebsdauer fallen für den 32-Zoll-Fernseher im Vergleich zur 47-Zoll-Variante nur gut die Hälfte an Stromkosten an.

Energieverbrauch variiert je nach Hersteller

Aber auch innerhalb einer Größenklasse gibt es je nach Modell und Hersteller signifikante Unterschiede. Der durchschnittliche Stromverbrauch bei 32-Zoll-Flachbildfernsehern variiert bei den Top 10 der Hersteller erheblich. Die energieeffizientesten Fernseher benötigen mit rund 75 Watt lediglich halb so viel Strom wie die Geräte mit dem höchsten Verbrauch von 151 Watt. Bei einem Lebenszyklus von sieben Jahren variieren damit die Stromkosten um knapp 200 Euro – was einen höheren Anschaffungspreis durchaus ausgleichen kann.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Pamela Knapp (CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Stromsparen durch LED-Technologie

Technische Innovationen haben dazu beigetragen, dass Fernsehgeräte mittlerweile deutlich weniger Strom verbrauchen. Einen wichtigen Beitrag dazu leistet die LED-Technologie, bei der Leuchtdioden für eine gleichmäßige Hintergrundbeleuchtung sorgen. Bei den 32-Zoll-Fernsehern wird dadurch der Energiebedarf um rund 30 Prozent gesenkt. Aber auch hier variiert die Energieeffizienz je nach Hersteller mit Unterschieden von über 50 Prozent. Zwar liegt der Durchschnittspreis für Fernseher mit LED-Technologie derzeit bei 720 Euro und damit rund 190 Euro über dem anderer Geräte. Über die gesamte durchschnittliche Lebensdauer betrachtet, reduziert sich jedoch der Unterschied zwischen den verschiedenen Flachbild-Technologien auf knapp 80 Euro.

Zur Studie

Das Energy Efficiency Tracking ist eine Marktanalyse der GfK Retail and Technology. Dabei werden im Rahmen des Handelspanels kontinuierlich Daten zum angegebenen Stromverbrauch von Produkten aus der Unterhaltungselektronik, IT und dem Bereich der Haushaltsgroßgeräte erhoben und monatliche Berichte erstellt. Die Auswertung analysiert, welche Unterschiede hinsichtlich der Energieeffizienz zwischen den Gerätetypen, einzelnen Modellen und Herstellern bestehen. Für die aktuelle Untersuchung wurden die Daten von Januar bis Mai 2010 herangezogen.

Weitere Informationen: Thilo Heyder, +49 911 395-4520,
thilo.heyder@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,16 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com