

Presseinformation

TV/AV » Samsung Studie zum Einfluss des Fernsehens

Europäische Studie zeigt positiven Einfluss des Fernsehens auf die Gesellschaft von heute

Pünktlich zum Start der IFA 2019 veröffentlicht Samsung eine Studie zum TV-Bereich, dem traditionellen Kernbereich der Messe

- 60 Prozent der Europäer ändern ihr Verhalten zum Positiven, nachdem sie etwas im TV gesehen haben
- Neue TV-Technologien und hochwertige Inhalte haben das Potenzial, Zuschauer zu beeinflussen
- Studie zeigt: Fernsehen erweitert den kulturellen Horizont



Berlin – 6. September 2019 – Zur offiziellen Eröffnung der IFA 2019 präsentiert Samsung eine neue Studie zum Einfluss des Fernsehens auf die Zuschauer. Das Ergebnis der Studie: Die Evolution in den Bereichen TV-Technologie und Programmgestaltung treiben einen positiven Wandel unter den europäischen Konsumenten voran – sowohl für einzelne Personen als auch gesellschaftlich. Die stetige Weiterentwicklung des Fernsehens hat – einerseits durch Innovationen wie 8K, andererseits durch qualitativ hochwertige, vielfältige Inhalte, die heutzutage verfügbar sind – einen spürbaren Effekt auf zahlreiche Aspekte des Lebens der Verbraucher. Die Erhebung wurde von Samsung im Rahmen seines 50-jährigen Jubiläums beauftragt und gibt einen spannenden Impuls für den TV-Bereich – seit jeher eine der wichtigsten Produktkategorien der Messe.

57 Prozent der befragten Europäer gaben im Rahmen der Studie an, dass sie bereits eine TV-Sendung gesehen haben, die ihre Meinung zu einem gesellschaftlichen Thema wie Klimawandel, Armut, wirtschaftliche Gleichstellung oder Diskriminierung aktiv verändert hat. So hat beispielsweise „Unser blauer Planet“ der BBC 83 Prozent der Teilnehmer dazu motiviert, ihren Gebrauch von Einwegplastik zu reduzieren.

Das Interesse der Konsumenten an Inhalten zu aktuellen Themen ist bemerkenswert hoch: Zwei Drittel der befragten Europäer gaben an, Lust auf Sendungen mit aktuellem Bezug zu haben. Generell finden informative Inhalte immer mehr Anklang bei den Zuschauern. 56 Prozent finden, dass gerade die Qualität von Dokumentationen immer besser werde. In

Zeiten, in denen der Begriff „Fake News“ im gesellschaftlichen Diskurs weit verbreitet ist, haben auch die Fernsehnachrichten für die Zuschauer nach wie vor einen hohen Stellenwert. Fast drei Viertel (74 Prozent) der befragten Europäer bewerten das Fernsehen als eine ihrer vertrauenswürdigsten Quellen für Nachrichten.

Das Publikum entwickelt sich analog zu den Inhalten im Fernsehen weiter: Laut der Studie haben sich die Lebensbedingungen von 73 Prozent der Teilnehmer verbessert – indem sie zum Beispiel eine neue Sprache gelernt, eine Sportart oder ehrenamtliche Arbeit für sich entdeckt haben. Ein Viertel der Befragten würde gerne Reiseziele besuchen, nachdem sie diese im TV gesehen haben – obwohl sie sie vorher nicht für einen Urlaub in Erwägung zogen. 38 Prozent fühlen sich motiviert, Kochrezepte anderer Kulturen auszuprobieren. Bei Smart TV-Nutzern liegt dieser Wert sogar bei 41 Prozent, was nahelegt, dass internetfähiges TV das Seherlebnis verstärkt.

Während das Fernsehen die Zuschauer dazu bringt, Grenzen zu überwinden und neue Dinge auszuprobieren, bleibt es weiterhin auch ein entscheidendes Mittel zum Relaxen. Ein Viertel der Konsumenten glaubt, dass Fernsehen zu ihrem allgemeinen Wohlbefinden beitrage. Ein Drittel gab sogar an, dass es ihre Hauptentspannungsmethode sei.

Die Studie deutet zudem darauf hin, dass TV ein soziales Erlebnis ist: Für die Hälfte der Konsumenten ist gemeinsames Fernsehen wertvolle Zeit mit der Familie. Mehr als ein Drittel (34 Prozent) gab sogar an, dass TV einige der stärksten geteilten Erinnerungen hervorgebracht habe, zum Beispiel bei Sportereignissen oder wichtigen Nachrichten. Dies unterstreicht die Bedeutung des Fernsehens als Plattform für gemeinsame positive Erinnerungen.

„Das Fernsehen von heute informiert, inspiriert und bereichert: Unsere aktuelle Studie zeigt die nachhaltige Wirkung und Anziehungskraft, die es auf die Zuschauer ausübt. Unser Ziel ist es, immer wieder verbraucherorientierte Innovationen hervorzubringen, die die Rolle des TVs in unserem Wohnzimmer kontinuierlich neu interpretieren“, sagt Nathan Sheffield, Head of TV and AV Samsung Europe. „Dies stellen wir mit bahnbrechenden Produkten wie unserem QLED 8K Line-up unter Beweis, das eine zutiefst beeindruckende Bildqualität, elegantes Design und intelligente Funktionen bietet. Auf dieser Grundlage schaffen wir für die Konsumenten immer wieder neue, maßgeschneiderte Unterhaltungserlebnisse. Die Kombination aus größeren und leistungsfähigeren Displays und vielfältigen Inhalten macht es möglich, dass das Fernsehen unsere Ansichten zu zahlreichen Themen beeinflussen kann.“

Weitere Kernergebnisse der Studie:

Steigendes Gefühl der Repräsentation im TV

44 Prozent der Europäer finden, dass sich die Repräsentation ethnischer Gruppen im TV drastisch verbessert habe.

Fernsehen erweitert den kulturellen Horizont

40 Prozent der Europäer gaben an, dass Sendungen beispielsweise aus Übersee dabei halfen, den eigenen Horizont zu erweitern.

TV trägt zu sozialen Momenten bei

Ein Viertel der Europäer gab an, sich mindestens einmal im Monat vor dem TV zu versammeln.

QLED ist die Zukunft des Fernsehens

80 Prozent der QLED Zuschauer sind sich einig, dass diese TV-Technologie ihr Seherlebnis verbessere.

Über die Studie

Die Online-Umfrage wurde von Foresight Factory unter 8.000 Erwachsenen ab 18 Jahren in acht europäischen Ländern (Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Schweden, Niederlande, Polen) durchgeführt. Die Untersuchung fand zwischen April und Mai 2019 statt. Foresight Factory ist ein unabhängiges Marktforschungsinstitut.

Die Presseinformation und Bildmaterial finden Sie unter:

<http://news.samsung.com/de/europaische-studie-zeigt-positiven-einfluss-des-fernsehens-auf-die-gesellschaft-von-heute>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung

Samsung Electronics GmbH
Emmi Dushi
Corporate Marketing
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach / Ts.
E.Dushi@samsung.com

Pressekontakt Agentur

Samsung TV, Audio, Video
Faktor 3 AG
Bettina Jönsson / Tim Zeige
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
040 / 679446 - 6325
Samsung.av@faktor3.de