

Haar bei München, 9. Oktober 2017

Kundenbarometer TV 2017: Wie zufrieden sind TV-Besitzer mit ihrem Gerät und dessen Hersteller?

- Erstmalige Erhebung durch video in Zusammenarbeit mit Research Now
- Kundenservice- und Produktqualität besonders wichtig
- Samsung schneidet in den meisten Kategorien am besten ab

video, Deutschlands führendes Test- und Technikmagazin für TV, Heimkino und Surround, präsentiert erstmals das Kundenbarometer TV 2017. Gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Research Now wurde eine repräsentative Onlineumfrage durchgeführt mit dem Ziel, die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer jeweiligen TV-Herstellermarke zu ermitteln. Vor allem die Qualität des Kundenservices und des Produkts spielen eine entscheidende Rolle. Der Gesamtsieger des Kundenbarometers TV ist Samsung. Mit knapp 82 Prozent hat der Marktführer unter den TV-Herstellern im Schnitt die zufriedensten Kunden.

Bei der onlinebasierten Umfrage wurden entsprechend der hohen Fallzahlen die fünf größten TV-Marken Samsung, Philips, LG, Sony und Panasonic für die Auswertung herangezogen. Die Detailauswertungen basieren auf insgesamt 24 Einzelkategorien aus den Bereichen Kundenservice, Gesamtzufriedenheit, Hardware und Marke. Im Schnitt ist der hohe Zufriedenheitsgrad bei allen abgefragten Kategorien gegeben, dennoch sind Unterschiede zwischen den Hersteller-Marken erkennbar. Das Thema Kundenservice und dessen gesamtes Erscheinungsbild spielt eine große Rolle. Im Schadensfall beispielsweise schnitt Samsung mit der besten Kundenhilfe ab. Über 90 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an, „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ mit dem Service zu sein, wenn es um die Abwicklung eines Schadens ging. Einen ähnlich hohen Wert erzielte nur noch Sony mit knapp 88 Prozent.

Subjektives Qualitätsempfinden und Wahrnehmung der Marke

Das subjektive Qualitätsempfinden eines TVs erzielte ebenfalls aufschlussreiche Ergebnisse: LG lag mit knapp 82 Prozent in der Kategorie „Gesamtleistung des TV-Gerätes“ vor den anderen Herstellern und kann demnach die größte Gesamtzufriedenheit mit dem Produkt für sich reklamieren. Auch die Bedienerfreundlichkeit des Gerätes, wie z.B. mit der Fernbedienung, wurde erfragt. Bei allen Hersteller-Marken lag die Zufriedenheit bei über 80 Prozent. Zusätzlich dazu lag Samsung in der Beurteilung der Smart-TV-Funktionen, wie Apps, Mediatheken und Vernetzung der Flat-TVs mit etwa 81 Prozent vor LG mit knapp 80 Prozent und Philips mit ungefähr 76 Prozent. Die subjektive Wahrnehmung der einzelnen Marken ist im Gesamten sehr gut. Im Bereich Marken-Zufriedenheit kann sich erneut Samsung als Gesamtsieger mit knapp 81 Prozent, vor Sony mit 80 Prozent und Panasonic mit etwa 73 Prozent bezeichnen. Hierbei waren die Fragen nach Image, Innovationskraft, Sympathie, Weiterempfehlungscharakter, Loyalität und Markentreue zu den einzelnen Herstellern gefragt. Um einiges unterschiedlicher sind die durchschnittlichen Kosten für TV-Geräte je nach Marke zu betrachten. Sony-Käufer nahmen mit 34 Prozent in der Preisklasse zwischen 900 und 1400 Euro den größten Anteil an. Bei LG und Philips lagen 34 Prozent im Preisbereich 400 bis 700 Euro. Die teuersten Bildschirme über 1400 Euro beanspruchte Panasonic, vor Samsung und Sony.

Video ermittelt monatlich dank eigens durchgeführter Gerätetests und dem video Testsiegel die Qualität von Produkten. „Mit dem Kundenbarometer TV soll ein neues Bild auf die Branche geworfen werden. Die Frage nach dem Ruf der TV-Marken bei ihrer Kundschaft ist für Unternehmen oftmals entscheidend und hängt mit einer Vielzahl von Faktoren zusammen“, sagt Andreas Stumptner, Chefredakteur video. „Mithilfe dieser erstmals erhobenen Onlineumfrage konnten wir die Zufriedenheit der TV-Besitzer mit ihrem Gerät und dessen Hersteller ermitteln.“ Die komplette Auswertung des Kundenbarometers TV 2017 lesen Sie in der Printausgabe 11/2017 der video.

Kundenbarometer TV 2017

Den Kundenbarometer TV 2017 entstand im Rahmen einer breit-angelegten, repräsentativen Onlineumfrage in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut Research Now. Im Juni 2017 wurden dazu insgesamt 1119 Bundesbürgern zwischen 18 und 99 Jahren befragt, die ein Fernsehgerät besitzen.

Über video

Home und Mobile Entertainment neu erleben – Seit über 35 Jahren ist video Inspirator, Innovationsguide und kompetenter Ratgeber auf Augenhöhe mit seinen Lesern. Thematisch deckt video die faszinierende Produktwelt rund um Fernsehen, Heimkino, Surroundsound-Anlagen, multimedialer Vernetzung und Mobile ab. video bietet Kauf- und Optimierungsempfehlungen dank der langjährigen Test- und Empfehlungskompetenz unserer anerkannten Fachredaktion. Immer am Puls der technischen Entwicklungen ist video zum Expertenmagazin sowohl für Entertainment-Enthusiasten als auch zur Beratungsinstanz im Fachhandel avanciert. Chefredakteur ist Andreas Stumptner.

Neben den Marken connect, PC Magazin, PCgo, COLORFOTO, AUDIO und stereoplay gehört video zum Verlag der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, mit Sitz in Haar bei München.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.pc-magazin.de/video-magazin/> sowie <http://www.weka-media-publishing.de/>

Pressekontakt:

Siccm Media GmbH

Anastasija Beller

Goltsteinstraße 87

50968 Köln

Tel: 0221 / 34 80 38 33

Fax: 0221 / 34 80 38 41

Mail: beller@siccmamedia.de