PRESSEMEDDELELSE

LG ELECTRONICS

København 2011-12-xx

**Hver anden vil have et 3D-TV**

***3D-teknikken er kommet for at blive. En ny svensk undersøgelse viser, at en tredjedel af forbrugerne vil have et 3D-produkt i hjemmet inden for fem år.***

En ny undersøgelse foretaget af Novus på vegne af LG viser, at forbrugerne er meget positivt indstillede overfor 3D-teknik. Over halvdelen af deltagerne i undersøgelsen er positive overfor muligheden for at få en 3D-oplevelse i et TV. Over en tredjedel af respondenterne vurderer, at de kommer til at have et 3D-produkt i hjemmet inden for fem år, og over halvdelen vil godt betale ekstra for at få 3D-funktion i deres TV.

Det er en udvikling, man genkender i Danmark, hvor 2 procent af husstandene havde 3D-funktion i deres TV i starten af 2011. Det tal ventes at stige til 10 procent med udgangen af dette år – med forventet yderligere vækst i 2012\* – blandt andet fordi 3D ikke længere er en ’luksus’ for de få men er blevet standard feature i mange modeller.

– Det her er et spændende resultat, som også bekræftes af den øgede efterspørgsel på 3D-TV, vi har set de seneste år. Mere end hvert tiende fjernsyn vi sælger i Norden i dag har 3D-funktionalitet, siger Thomas Wering, nordisk markedschef for Home Entertainment hos LG Electronics. I forbindelse med at næste års store sportsbegivenheder, OL og fodbold-EM, vil blive sendt i 3D, forventer vi en yderligere øget efterspørgsel.

Ifølge undersøgelsen tror stort set ingen af de svenske forbrugere, at 3D er en forbigående trend. I stedet tror 40 procent, at det kommer til at være en ny standard inden for fem år. Interessen og opfattelsen af 3D er øget markant siden 2010,\*\* og i dag opfattes 3D som en oplagt teknikløsning i fremtiden.

**Fremmere og barrierer**

En af hovedårsagerne til at respondenterne er positive overfor 3D skyldes især de seje effekter og oplevelsen af at befinde sig i begivenhedernes centrum. Ifølge undersøgelsen er det hovedsageligt film, i særdeleshed action og tegnefilm samt naturprogrammer og videospil, som vi helst vil se på vores 3D-TV.

Som det første land i Skandinavien har Danmark nu også fået en 3D-kanal (HIGH TV 3D), hvor der netop vises film, natur, drama, reality, sport, mode og komedier døgnet rundt.

De stærkeste barrierer overfor 3D er, at der fortsat er begrænset indhold samt ubekvemme og mindre pæne briller, noget som LG har taget til sig i udviklingen af deres Cinema 3D-TV.

– Flere og flere populære spil og film lanceres i 3D, hvilket gør, at forbrugerne har fået øjnene op for teknikken og vil have adgang til 3D i hjemmet. Men mængden af indhold er egentlig ikke noget problem, da moderne 3D-TV kan konvertere 2D-materiale til 3D. Når det gælder brillerne, er det rigtigt, at første generations aktive 3D-briller var tunge, dyre og batteridrevne oveni, men vores Cinema 3D-briller er af samme lette og bekvemme type som dem, der anvendes i biograferne. Har man allerede almindelige briller, kan man købe lette clip-ons i handlen, siger Thomas Wering.

**Øget efterspørgsel hos LG**

I dag har omkring halvdelen af de TV-modeller, LG sælger i Norden, 3D-kapacitet og mere end halvdelen har Cinema 3D-teknik. Gennem de seneste år har der været en betydelig øget efterspørgsel, og de seneste tolv måneder har LG’s salg af 3D-LCD gået fra omkring en procentandel af LCD-TV totalt til næsten elleve procent. På 3D-plasma er øgningen endnu mere markant fra omkring en procent til 22 procent.

I takt med den øgede efterspørgsel og accepten af 3D, øges behovet for at få god og fyldestgørende information om den nye teknik. Den mest populære kilde til information om 3D-produkter (70 procent af respondenterne) er producenternes hjemmesider.

Derfor har LG lavet en specifik 3D-side for, at informationstørstende kunder og 3D-fans hurtigt og enkelt kan få adgang til alt, man har brug for at vide – og lidt til. Du kan besøge LG’s 3D-side på [www.lg.com/dk/3d](http://www.lg.com/dk/3d).

**Korte fakta fra undersøgelsen:**

* 65 procent af deltagerne er positive overfor 3D-teknik generelt. 52 procent er positive overfor 3D–TV.
* Kun ni procent er udpræget negativt indstillet overfor 3D-TV i forhold til seks procent, som er negative overfor 3D i biografen.
* De medier, som bruger 3D mest, er biografer (83 %) og TV (74 %).
* 72 procent har oplevet 3D i biografen og 34 procent har oplevet 3D på TV.
* På spørgsmålet om hvilke produkter med 3D-funktionalitet, som respondenterne helst ville have, kommer TV først med 50 procent. Spillekonsoller kommer på en andenplads (27 %) og bærbare pc’ere på en tredjeplads (19 %).
* Fire ud af ti tror, at 3D vil være den nye standard indenfor de næste fem år.
* Tre ud af ti tror, at der i fremtiden vil være en fælles standard for alle 3D-produkter.
* Når vi køber et 3D-produkt er de vigtigste kriterier god billedkvalitet (95 %), at du kan teste produktet i butikken (88 %) samt at butikspersonalet er vidende (86 %).
* De positive effekter ved 3D angav deltagerne som de cool, stærke effekter samt følelsen af at befinde sig i centrum af begivenhederne.
* De negative egenskaber ved 3D anførte deltagerne var mangler på indholdssiden, grimme og ubekvemme briller og at de ikke kender nok til teknikken.

**Om undersøgelsen**

Undersøgelsen er gennemført af researchfirmaet Novus i perioden fra 23. september til 3. oktober 2011. Formålet var at kortlægge svenskernes 3D-vaner og forbrugernes måde at anvende produkter som TV-apparater, mobiltelefoner og pc’ere – hvordan de forskellige produkter er i forhold til hinanden og hvordan forbrugerne ser på den nye 3D-teknik. Antallet af respondenter var 1101 personer, mænd og kvinder i alderen 18-45 år i Sverige.

\* Ifølge undersøgelse af BFE

\*\* Med forbehold for forskelle i alder, da den sidste kategori i 2010 var 40-55 og40-45 år i 2011.

**For mere information, kontakt venligst:**

|  |  |
| --- | --- |
| Thomas WeringMarketing Manager Home EntertainmentLG Electronics Nordic ABBox 83, 164 94 Kista Tel: +46 (0)8 566 416 39Mobil: +46 (0) 73-523 40 26E-post: thomas.wering@lge.com  | Susanne PerssonPR ManagerLG Electronics Nordic ABBox 83, 164 94 Kista Tel: +46 (0)8 566 415 23Mobil: +46 (0)70 969 46 06E-post: susanne.persson@lge.com |
| **For produktinformation**:Morten NielsenSales Manager Home EntertainmentLG Electronics DenmarkStrandvejen 70, 1. Sal, 2900 Hellerup Mobil: +45 22 889 864E-mail: morten.nielsen@lge.com | **For øvrig information**:Maria Kappel CarpenterLG-One Bredgade 65, 1260 København K Tel: +45 33 133 314 Mobil: +45 60 454 084E-mail: maria.carpenter@lg-one.com  |

**Om LG Electronics**
LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) er en af verdens største og mest innovative leverandører af forbrugerelektronik, hårde hvidevarer og mobil kommunikation. Virksomheden har mere end 93.000 ansatte fordelt over mere end 120 selskaber over hele verden. Den globale omsætning var i 2010 48,2 mia. USD. LG Electronics er en af verdens største producenter af fladskærme, audio- og videoprodukter, mobiltelefoner, airconditionanlæg, vaskemaskiner og køleskabe.

LG Electronics har eksisteret i Norden siden oktober 1999, og består af fem forretningsenheder: Home Entertainment, Mobile Communications, Home Appliance, IT Solutions samt Air Conditioning & Energy Solutions.  Den nordiske omsætning i 2010 beløb sig til 2,7 mia. SEK. For mere information, besøg [www.lg.com](http://www.lg.com).