

Presseinformation

August 2016

Philips Lighting Verbraucherbefragung zum Verbot von Hochvolt-Halogen-Spots

Viele wissen wenig

Es ist noch gar nicht lange her, da war das Glühlampenverbot, oder das Energiebetriebene-Produkte-Gesetz (EBPG) wie es heute offiziell in Deutschland heißt, in aller Munde. Ein Stufenplan sorgte ab September 2009 europaweit auch in Deutschland dafür, dass die Energieverschwender unter den Lampen schrittweise aus dem Markt genommen wurden. Das wohl bekannteste Beispiel dafür ist das Aus für die Standardglühlampe. Die Reflektorlampen (Spots) blieben davon vorerst verschont. Ab dem 1. September geht es ihnen jedoch jetzt an den Sockel, auch den beliebten und weitverbreiteten Hochvolt-Halogen-Spots GU10. Vielen Verbrauchern ist das aber scheinbar gar nicht bewusst, wie eine Befragung des weltweit führenden Anbieters von Beleuchtungslösungen, Philips Lighting, zeigt.

Befragt wurden mehr als 5.000 Verbraucher in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweden und Belgien. Ein Ergebnis: Viele wissen nur wenig. Drei Viertel der Befragten zeigten sich überrascht von dem Verbot. Immerhin setzen zurzeit noch 40 Prozent von ihnen Halogen-Spots in ihren Wohnräumen ein. Mit 84 Prozent war das Wissensdefizit in Schweden besonders hoch, in Frankreich mit 38 Prozent am geringsten. Gleichzeitig wurde bei unseren französischen Nachbarn besonders häufig der Wunsch nach besseren Informationen laut. Fast die Hälfte der Befragten beklagte, dass sie nicht früher über das Verbot informiert worden seien.

Auch um das Wissen zu den Alternativen für die nicht mehr erhältlichen Lampen sieht es ähnlich aus. Obwohl zwei von drei der Befragten in ihren Wohnräumen bereits LEDs einsetzen, halten sich noch zahlreiche Mythen rund um deren Verwendungsmöglichkeiten und Effizienz hartnäckig. 20 Prozent glaubten fälschlicherweise, dass LEDs nicht gedimmt werden können. Ein Viertel war der Meinung, dass sich LEDs nicht auf ein ebenso warmes Licht dimmen lassen wie Halogen-Lampen. Beinahe ein Fünftel der Befragten glaubt gar, dass Hochvolt-Halogen-Spots energieeffizienter sind als die LED-Äquivalente.

LEDclassic Spot

Als hochwertige Alternative für die am 1. September auslaufenden GU10 Halogen-Spot gibt es jetzt die Philips GU10 LEDclassic-Spots aus Glas. Sie waren die ersten Glas-LED-Spots auf dem Markt, die herkömmliche Halogen-Reflektorlampen mit GU10-Sockel wirklich ersetzen können. Sie haben nicht nur ein ähnliches Licht, sondern sehen den beliebten Halogen-Spots auch

zum Verwechseln ähnlich. Die LEDclassic Spots können die Halogenäquivalente von 25, 35 und 50 Watt direkt ersetzen und sparen bis zu 90 Prozent Energie.

In der dimmbaren Ausführung gibt es sie mit der Philips WarmGlow-Technologie, bei der sich beim Dimmen nicht nur das Lichtniveau, sondern auch die Lichtfarbe von Warmweiß bis zu Kerzenlichtgelb verändert. LEDclassic Spots sind damit der ideale Ersatz für die Halogen-Spots mit GU10-Sockel, die ab 1. September 2016 nicht mehr in den Handel gebracht werden dürfen. Den Philips LEDclassic Spot gibt es in den Lichtfarben 2.700 und 4.000 Kelvin, mit einer mittleren Nutzlebensdauer von 15.000 Stunden. Bei einer durchschnittlichen Brenndauer von durchschnittlichen drei Stunden pro Tag sind das 15 Jahre. Die nicht dimmbaren LEDclassic-Spots sind ab einer unverbindlichen Preisempfehlung von 3,99 Euro, der dimmbare WarmGlow-Spot für 6,99 Euro erhältlich.

Fakten, Fakten, Fakten

Quelle: Eine Umfrage im Juni 2016 von ResearchNow im Auftrag von Philips Lighting unter 5.015 Verbrauchern in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Schweden und Belgien

Verbraucherbefragung zum EU-Verbot unidirektionaler Hochvolt-Halogen-Spots in Europa. :

- In Schweden waren 84 % nicht über das Verbot informiert.
- In Großbritannien waren 80 % nicht über das Verbot informiert.
- In Deutschland waren 77 % nicht über das Verbot informiert.
- In Belgien waren 71 % nicht über das Verbot informiert.
- In Frankreich waren 62 % nicht über das Verbot informiert.

Deutschland

- Deutschland ist das Land, in dem LEDs am meisten genutzt werden (78 %).
- In Deutschland war die Zahl derer, die glaubten, dass sich Halogen-Strahler auf eine besonders warme Farbe dimmen lassen (45 %), besonders groß. Gleichzeitig nahmen viele (29 %) fälschlicherweise an, dass sich LEDs nicht auf ein ebenso warmes Licht dimmen lassen wie Halogen-Strahler.
- In Deutschland betrug der Anteil der Befragten, die nichts von dem geplanten EU-Verbot von Halogen-Spots ab dem 1. September 2016 wussten, 77 %.
- Obwohl es in Deutschland die meisten LED-Nutzer gibt, ist dort die Tendenz, sich vor dem Inkrafttreten des EU-Verbots mit Halogen-Spots zu bevorraten (24 %) am größten.

Weite Ergebnisse

- 75 % der Europäer wissen nichts von den Plänen der EU, Halogen-Strahler ab dem 1. September vom Markt zu nehmen.
- Die Mehrzahl der Befragten nutzen LEDs in ihren Wohnräumen (67 %). Ein relativ niedrigerer Prozentsatz (39 %) verwendet Halogen-Spots. Ein großer Teil der Befragten, die Halogen-Spots in ihren Wohnräumen nutzen, verfügt über vier bis sechs Lampen (31 %).
- Obwohl es sich um einen allgemeinen LED-Mythos handelt, glaubt noch ein Fünftel der Befragten in allen Märkten, dass LEDs nicht gedimmt werden können (20 %). Ein

Viertel der Befragten ist der Meinung, dass sich LEDs nicht zu einem vergleichbar warmen Licht dimmen lassen, wie man dies von Halogen-Spots kennt (25 %).

- 80 % der Befragten in allen Märkten gaben an, auf LED-Lampen zu wechseln, um Energie und Geld zu sparen, während 61 % sagen, dass sie dies aus Umweltschutzgründen tun.
- Der neue LED-Spot WarmGlow von Philips hat eine um 90 % höhere Energieeffizienz als die meisten Halogen-Spots. 38 % der Befragten glaubten, dass Halogen-Spots energieeffizient sind und 17 %, dass diese Lampen energieeffizienter als LED-Spots sind.

Weitere Informationen für Journalisten

Bernd Glaser

Pressesprecher

Philips Lighting GmbH, Röntgenstraße 22, 22335 Hamburg

+49 (0) 160 96327183

E-Mail: bernd.glaser@philips.com

Über Philips Lighting

Philips Lighting (Euronext Amsterdam: LIGHT) ist ein weltweit führender Anbieter von Beleuchtungsprodukten, -systemen sowie -services. Das Unternehmen kombiniert seine Erkenntnisse um die positive Wirkung von Licht auf Menschen mit einer umfassenden Technologiekompetenz für innovative digitale Beleuchtungssysteme. Mit diesen erschließt es neue Anwendungs- und Geschäftsfelder, ermöglicht faszinierende Beleuchtungserlebnisse und trägt dazu bei, das Leben von Menschen zu verbessern. Sowohl für Geschäftskunden als auch für Endverbraucher verkauft Philips Lighting mehr energieeffiziente LED-Beleuchtungen als jedes andere Unternehmen. Es ist der führende Anbieter für vernetzte Lichtsysteme und professionelle Services und nutzt das Internet der Dinge, um Licht jenseits reiner Beleuchtung in eine vollständig vernetzte Welt zu transformieren – Zuhause, in Gebäuden sowie in urbanen Räumen. In 2015 hat Philips Lighting mit weltweit 36.000 Mitarbeitern in mehr als 70 Ländern einen Umsatz von 7,4 Milliarden Euro erzielt. Neuigkeiten veröffentlicht Philips Lighting auf www.philips.de/a-w/about/news.html