



Fernseher: Gebogenes Display bietet kaum Vorteil

Fernseher: Gebogenes Display bietet kaum Vorteil
"Curved" heißt das neue Zauberwort auf dem TV-Markt. Vorteile bieten die gebogenen Bildschirme aber kaum. Zwar ist ein Curved-Modell von Samsung Testsieger im aktuellen Fernseher-Test der Stiftung Warentest. Doch der Grund ist vor allem die hochwertige Technik, die in ihm steckt. Einen Einfluss der Displaykrümmung auf die Bildqualität konnten die Prüfer nicht feststellen.
Zudem ist der gebogene Samsung mit rund 2.000 Euro sehr teuer. "Gute" flache Geräte mit derselben Bildschirmdiagonale von 140 cm gibt es im Test bereits ab 1.400 Euro. Wem 120 cm reichen, der kann noch mehr sparen: Fünf der sieben kleineren "guten" Geräte sind schon für unter 700 Euro zu haben.
Die Achillesferse moderner Fernseher ist oft der Ton, den flachen Bildschirmen fehlt der Körper für satten Sound. Die Stiftung Warentest hat daher 19 Zusatzlautsprecher in Form von Soundbars und Soundplates ins Prüflabor geschickt. Testsieger sind die edleren Modelle, die zwischen 315 und 465 Euro kosten. Doch auch günstigere Modelle für rund 200 Euro können den Fernsehton spürbar aufpeppen.
Vor allem bei Musik, Kinofilmen und satter Lautstärke sind Zusatzlautsprecher den Fernsehlautsprechern überlegen. Bei Talkshows oder sanfter Lautstärke bringen sie dagegen kaum Vorteile.
Die ausführlichen Tests erscheinen in der Dezember-Ausgabe der Zeitschrift test (ab 21.11.2014 am Kiosk) und sind bereits unter www.test.de/fernseher bzw. www.test.de/soundbars abrufbar.
Stiftung Warentest
Lützowplatz 11-13
10785 Berlin
Deutschland
Telefon: (030) 26 31-0
Telefax: (030) 26 31-27 27
Mail: email@stiftung-warentest.de
URL: <http://www.test.de>

Pressekontakt

Stiftung Warentest

10785 Berlin

test.de
email@stiftung-warentest.de

Firmenkontakt

Stiftung Warentest

10785 Berlin

test.de
email@stiftung-warentest.de

Die Stiftung Warentest wurde 1964 auf Beschluss des Deutschen Bundestages gegründet, um dem Verbraucher durch die vergleichenden Tests von Waren und Dienstleistungen eine unabhängige und objektive Unterstützung zu bieten. Wir kaufen ? anonym im Handel, nehmen Dienstleistungen verdeckt in Anspruch. Wir testen ? mit wissenschaftlichen Methoden in unabhängigen Instituten nach unseren Vorgaben. Wir bewerten ? von ?sehr gut" bis ?mangelhaft", ausschließlich auf Basis der objektivierten Untersuchungsergebnisse. Wir veröffentlichen ? anzeigenfrei in unseren Zeitschriften test und Finanztest und im Internet unter www.test.de. Die Testarbeit einmal nachgerechnet: Seit ihrer Gründung hat die Stiftung Warentest in mehr als 5.000 Tests etwa 100.000 Produkte geprüft. Dazu kommen mehr als 2.000 Dienstleistungstests. Die Ergebnisse werden jedes Jahr in rund 8,4 Millionen Heften veröffentlicht. Hier die wichtigsten Zahlen und Fakten des Jahres 2012.