

P R E S S E M I T T E I L U N G

Kundenbefragung Männer-Deo-Marken

Frisch ins neue Jahr – Nivea for men ist beliebteste Deo-Marke bei Männern

Hamburg, 27.12.2012 (ots) – Zu den typischen Körperpflegeprodukten des Mannes von heute zählt das Deo. Längst hat die Kosmetikbranche die Männer als Zielgruppe im Visier. Und sie hat deren Bedürfnisse anscheinend gut erkannt: 93 Prozent der Kunden sind mit der Produktqualität ihres Deodorants zufrieden. Dies ergab eine aktuelle Kundenbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Am ehesten greifen Männer zum Deo-Spray: Über die Hälfte der Befragten benutzte diese Produktvariante, während ein Drittel der Männer ein Roll-On bevorzugte. Als großes Plus ihres jeweiligen Deos betrachteten die Männer dabei eine gute Hautverträglichkeit. „Aber nicht nur in Bezug auf die Qualität der Produkte war die Zufriedenheit hoch. Auch mit der Auswahl und der Angebotsvielfalt ihrer jeweiligen Marke zeigten sich 88 Prozent der Kunden zufrieden“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Ein ebenso hoher Anteil bewertete das Image der benutzten Deo-Marke positiv. Dementsprechend würde ein Großteil der Befragten sein Lieblings-Deo ohne Bedenken weiterempfehlen. Außerdem bleiben fast alle befragten Männer ihrer Deo-Marke treu und sind bereit, sie wieder zu kaufen.

Negative Erfahrungen mit den jeweils verwendeten Produkten gaben die Männer dagegen kaum an. Nur etwa drei Prozent aller Befragungsteilnehmer haben sich schon einmal über ihre Deo-Marke geärgert. Hauptgründe für ein Ärgernis waren ein mangelnder oder nicht langanhaltender Schutz gegen Schweiß und Gerüche. Auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis fiel die Zustimmung der Befragten nicht ganz so hoch aus wie bei der Qualität der Deo-Marken. Jeder fünfte Kunde war damit nicht zufrieden. Als entscheidend für die Wahl des Produkts erwies sich jedoch weniger das Portemonnaie der Kunden als vielmehr ein angenehmer Duft. Oder mit den Worten eines Befragungsteilnehmers: „Meiner Frau gefällt es. Und das ist doch das Wichtigste.“

Nivea for men ging als beliebteste Männer-Deo-Marke aus der Umfrage hervor. Sie erreichte besonders hohe Zufriedenheitswerte mit ihrem Image, mit hoher Qualität und mit der Produktauswahl. Auf Platz zwei folgte Adidas. Die Deo-Marke erzielte bei der Produktqualität durchgängig die höchsten Zufriedenheitswerte. Den dritten Rang sicherte sich L'Oréal Men Expert. Zu den besonderen Stärken der Marke gehörten aus Kundensicht ein angenehmer Duft und eine gute Verträglichkeit der angebotenen Produkte sowie ein gutes Sortiment.

Für die Befragung „Beliebtestes Männerdeodorant“ wurden im Rahmen eines Online-Panels insgesamt 2.242 Männer zu der Deo-Marke befragt, die sie in den letzten zwölf Monaten häufig genutzt hatten. Im Mittelpunkt der Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Leistungsbereichen Produktqualität, Attraktivität des Produktsortiments und Preis-Leistungs-

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Verhältnis. In die Auswertung kamen alle Unternehmen, zu denen sich jeweils mindestens 80 Personen geäußert hatten. Dies traf auf 20 Männer-Deo-Marken zu.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität.

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de