

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Waschmittel-Marken

Gutes Waschergebnis, ausbaufähige Verpackung – Beliebteste Marke ist Persil vor Ariel und Spee

Hamburg, 16.12.2013 – Ob als Pulver, flüssig oder praktisch in Tabs- oder Kapselform – die Erwartungen der Konsumenten an ihr Waschmittel sind hoch. Es soll gut riechen, schonend zu den Farben und Materialien sein, bereits bei niedrigen Temperaturen Keime beseitigen und dabei noch wenig kosten. Doch welche Marke wird diesen Anforderungen gerecht? Das Deutsche Institut für Service-Qualität ging diesen und weiteren Aspekten in einer Kundenbefragung nach.

Insgesamt erzielten die Waschmittel-Marken ein gutes Qualitätsurteil. Besonders zufrieden waren die Kunden mit der Produktqualität – fast 82 Prozent der Bewertungen fielen in diesem Bereich positiv aus. Das Waschergebnis, die Verträglichkeit und die Erhaltung der Farben wurden hier besonders gut beurteilt. „Allerdings zeigten sich 41 Prozent der Befragten hinsichtlich der Umweltaspekte ihres Waschmittels nicht zufrieden – ein Ergebnis, dass die Hersteller zum Nachdenken bringen sollte“, betont Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Beim Preis-Leistungs-Verhältnis gab es dagegen wenig zu beanstanden. Fast 81 Prozent der Befragten waren damit eher oder sehr zufrieden. Auch das Image der Marken wurde überwiegend positiv gesehen. „Allerdings äußerten sich fast 27 Prozent der Kunden kritisch zur Verpackung des Waschmittels, etwa weil diese sich schlecht öffnen ließ, eine Dosierhilfe fehlte oder die Größe über den geringen Inhalt hinwegtäuschte“, sagt Marktforschungsexpertin Bianca Möller.

Die Befragung zeigte auch, dass Wäschewaschen kein reines Frauenthema ist: Immerhin waren rund 44 Prozent der Teilnehmer männlich. Der am häufigsten genannte Grund für die Wahl des Waschmittels war das gute Waschergebnis – rund 43 Prozent der Befragten gaben dieses als wichtiges Entscheidungskriterium an. Der angenehme Geruch spielte bei mehr als jedem dritten Kunden eine Rolle. Ein erfreuliches Resultat: Nur rund sieben Prozent der Verbraucher haben sich über ihr Waschmittel schon einmal geärgert – etwa wegen des Preises oder weil nach dem Waschen Rückstände an der Kleidung sichtbar waren.

Beliebteste Waschmittel-Marke wurde Persil mit einem sehr guten Qualitätsurteil. Die Marke erreichte in vier von fünf untersuchten Leistungsbereichen die höchsten Kundenzufriedenheitswerte, unter anderem bei der Produktqualität. Persil wurde außerdem als die bekannteste Marke eingestuft, und die Verbraucher waren am ehesten bereit, das Waschmittel ihren Freunden und Bekannten weiterzuempfehlen. Den zweiten Rang erzielte Ariel. Hier spiegelte sich die hohe Kundenzufriedenheit in den sehr guten Ergebnissen in fast allen Bereichen wider. Spee nahm Rang drei ein. Im Vergleich waren die Kunden bei dieser Marke mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis am zufriedensten. Bei den Handels- bzw. Eigenmarken erreichte Denkmil (dm-Drogeriemarkt) die höchste Kundenzufriedenheit.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
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

Aus der Online-Kundenbefragung gingen insgesamt 2.437 Bewertungen hervor. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenbeurteilungen zu den Bereichen Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Image, Produktsortiment und Verpackung. Darüber hinaus wurden Detailspekte zur Produktqualität wie Waschergebnis, Umweltaspekte, Verträglichkeit, Erhaltung der Farben und Geruch erfragt. In der Auswertung wurden alle Marken berücksichtigt, zu denen sich jeweils mindestens 80 Personen geäußert hatten. Dies traf auf 19 Marken zu.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12

Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.