

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Oberhemd-Marken 2014

Produktqualität überzeugte, Reinigung auch ein Männer-Job – Olymp im Kundenurteil auf Platz eins vor Eterna und van Laack

Hamburg, 14.08.2014 – Ob durch den Firmen-Dresscode vorgegeben oder nicht – für viele Männer gehört das Oberhemd wie selbstverständlich zum Business-Outfit. Doch welche Oberhemden überzeugen in puncto Produktqualität und Preis-Leistungs-Verhältnis? Welche Rolle spielt das Markenimage? Und wer übernimmt eigentlich das Waschen und Bügeln? Spannende Erkenntnisse liefert eine Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat.

Das Urteil der Befragten fiel insgesamt gut aus. Gleich vier Oberhemd-Marken erhielten das Qualitätsurteil „sehr gut“, acht weitere schnitten mit „gut“ ab. Ausschlaggebend hierfür war insbesondere die Produktqualität, die die höchsten Zufriedenheitswerte in der Befragung erzielte. Mehr als 86 Prozent der Verbraucher bewerteten diesen Aspekt positiv – knapp 43 Prozent waren eher zufrieden, etwas mehr als 43 Prozent sogar sehr zufrieden.

Während das Produktsortiment der einzelnen Marken ebenfalls sehr positiv beurteilt wurde, äußerten sich die Kunden zum Preis-Leistungs-Verhältnis der Oberhemd-Marken vergleichsweise kritisch. Rund 26 Prozent der Befragten bewerteten dieses Kriterium nicht positiv. Die Hersteller erzielten hier im Durchschnitt zwar immerhin noch das Urteil „gut“, aber ein Drittel der Marken kam nicht über ein „befriedigend“ hinaus.

Auch mit einem alten Rollenklischee konnte ein Ergebnis der Kundenbefragung aufräumen: Zwar übernimmt für gut ein Drittel der Befragten das Waschen und Bügeln der Hemden eine andere Person wie etwa die Partnerin oder Ehefrau, aber immerhin 28 Prozent der Männer äußerten, die Pflege der Oberhemden komplett in Eigenregie zu erledigen. Weitere rund 21 Prozent geben ihre Hemden in eine Reinigung.

Eine entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung spielt neben der guten Qualität auch der Gewohnheitseffekt. „Ich verwende diese Marke schon länger“ wurde von annähernd einem Drittel der Kunden und damit am zweithäufigsten als Kaufgrund genannt. Überraschenderweise auf Platz drei: das gute Markenimage, das bei fast einem Viertel der Befragten den Kauf beeinflusste oder gar bestimmte. „Damit kam dem Image sogar eine weit wichtigere Rolle zu als beispielsweise einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis“, konstatiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Als Sieger und damit beliebteste Oberhemd-Marke ging Olymp mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Befragung hervor. Die Kunden waren vor allem mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis und dem Markenimage außerordentlich zufrieden. Auch hatten die Befragten einen sehr positiven Eindruck vom Produktsortiment. Zudem berichtete nur ein Prozent der Kunden über ein negatives Erlebnis mit dieser Marke. Eterna platzierte sich mit einem sehr guten Urteil auf Rang zwei. Die Oberhemden überzeugten dabei zum einen hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses, für das rund 96 Prozent der Kunden eine positive Bewertung abgaben. Zum anderen punktete Eterna bei der Produktqualität und speziell bei den Pflegeeigenschaften der Hemden.

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

Auch fiel die Weiterempfehlungsbereitschaft überdurchschnittlich gut aus. Dritter wurde van Laack mit einem ebenfalls sehr guten Ergebnis. Die Kunden zeigten sich nicht nur mit dem Markenimage zufrieden, auch mit der Produktqualität, zum Beispiel der Verarbeitung und dem Schnitt der Hemden, punktete van Laack. Der Anteil der Kunden, die über ein Ärgernis mit dieser Oberhemd-Marke berichteten, fiel mit rund fünf Prozent vergleichsweise niedrig aus.

An der Online-Befragung nahmen insgesamt 2.275 männliche Kunden teil, die in den letzten zwölf Monaten ein Oberhemd gekauft beziehungsweise bekommen und getragen haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen zu den Bereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis Produktsortiment und Markenimage. Aspekte wie erlebte Ärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft ergänzten die Erhebung. Berücksichtigt wurden alle Oberhemd-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf zwölf Marken zu.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

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.