

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Staubsauger-Marken 2020

Produktqualität als großes Plus – Saugroboter im Kommen – Dyson ist beliebteste Staubsauger-Marke

Hamburg, 02.04.2020 – Staub in den eigenen vier Wänden ist so lästig wie unvermeidbar. Um diesem zu Leibe zu rücken, steht in einigen Haushalten ein Allerweltsstaubsauger mit Kabel und Auffangbeutel bereit, in anderen sorgen hochpreisige Geräte oder gar Roboter für Sauberkeit. Fakt ist: Fast jeder zehnte Verbraucher greift bei der Anschaffung eines neuen Staubsaugers sehr tief in die Tasche. Aus Kundensicht ist das Preis-Leistungs-Verhältnis aber auch bei den günstigen Marken stimmig. Das zeigt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ).

Hohe Kundenzufriedenheit

Insgesamt erzielen die Staubsauger-Marken in der Befragung ein erfreuliches Gesamtergebnis: 16 der 17 Marken schneiden mit dem Resultat „gut“ ab, lediglich eine Marke kommt über ein befriedigendes Kundenurteil nicht hinaus. Dabei stößt insbesondere die Produktqualität auf Zustimmung: Eigenschaften wie die Reinigungsleistung und Langlebigkeit der Staubsauger überzeugen die Befragten am meisten.

Bei der Wahl eines Staubsaugers spielt neben der Reinigungsleistung auch das Preis-Leistungs-Verhältnis eine wichtige Rolle. Diese beiden Kaufaspekte bewirken auch vergleichsweise häufig ein positives Erlebnis beim Kunden. Bleibt die Saugleistung dagegen hinter den Erwartungen zurück, sorgt dies am häufigsten für ein Ärgernis.

Verbraucher-Fakten

Ein Großteil der Kunden hat seinen Staubsauger in einem Elektromarkt (36,9 Prozent) oder bei einem Online-Händler (34,5 Prozent) erworben. Am Ende der Skala der Bezugsquellen stehen die Discounter, bei denen nur 1,5 Prozent der Befragten fündig geworden sind. Mit rund 37 Prozent der Befragten ist die Preisklasse zwischen 100 und 200 Euro am beliebtesten. Erstaunlich: Fast jeder zehnte Verbraucher hat für seinen Staubsauger 400 Euro oder mehr investiert. Und immerhin bereits rund 12 Prozent der Befragungsteilnehmer besitzen in ihrem Haushalt – teils als Zweitgerät – einen Saugroboter.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Obwohl die Anschaffungskosten für die Staubsauger teils stark variieren, wird das Preis-Leistungs-Verhältnis bei sämtlichen Marken von den Kunden insgesamt positiv bewertet. Die Bereitschaft zur Weiterempfehlung ist allerdings nur bei den bestplatzierten Marken stark ausgeprägt.“

Die beliebtesten Staubsauger-Marken

Dyson erreicht die höchste Kundenzufriedenheit aller Marken und erzielt das Qualitätsurteil „gut“. In puncto Produktdesign sowie Image setzt sich Dyson im Vergleich an die Spitze. Einen hohen Zufriedenheitswert ergibt auch die

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:
Markus Hamer
Beirat:
Brigitte Zypries (Vorsitz),
Jochen Dietrich, Marianne Voigt,
Prof. Peter Wippermann
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Produktqualität mit 90,0 Prozent positiver Kundenbewertungen. Der Anteil an Befragten mit Ärgernissen fällt mit 5,0 Prozent gering aus. Zudem ist die Bereitschaft zur Weiterempfehlung mit einem Net Promoter Score (NPS) von +52,5 ausgesprochen hoch.

Rang zwei nimmt Vorwerk ein, ebenfalls mit dem Kundenurteil „gut“. Größte Stärke stellt mit einem Anteil von 95,0 Prozent zufriedener Kunden die Produktqualität dar. Darüber hinaus erzielt Vorwerk hinsichtlich Produktdesign, Kundenservice und Image der Marke jeweils die zweitbesten Bewertungen. Die Befragten zeigen zudem die im Markenvergleich höchste Weiterempfehlungsbereitschaft – der NPS beträgt +57,5.

Den dritten Rang belegt Miele (Qualitätsurteil: „gut“). Hohe Zufriedenheit bei den Kunden erreicht die Marke insbesondere in puncto Produktqualität sowie Image: Rund 94 bzw. fast 89 Prozent der Befragten wählen für diese Bereiche eine positive Antwortoption. Zudem ist die Ärgernisquote unter den befragten Miele-Kunden mit nur 3,8 Prozent im Vergleich am niedrigsten.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.367 Bewertungen von Verbrauchern ein, die einen Staubsauger besessen und in den letzten sechs Monaten genutzt haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Produktdesign, Kundenservice und Image der Marke. In die Gesamtwertung flossen zudem die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse ein. In der Einzelauswertung wurden alle Staubsauger-Marken berücksichtigt, zu denen sich jeweils 80 Nutzer geäußert hatten. Dies traf auf 17 von insgesamt 20 bewerteten Marken zu.

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

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 und Kundenbefragungen durch. Über 2.000 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.