

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

Kundenbefragung zu Biermarken

Deutschland liebt seine Biere – Radeberger ist die beliebteste Biermarke vor Erdinger und Holsten

Hamburg, 13.03.2013 (ots) – Bier gehört zu den Lieblingsgetränken der Deutschen. Doch die Branche musste auch 2012 Absatzrückschläge in Kauf nehmen. Viele Unternehmen reagieren mit großangelegten Werbekampagnen oder der Platzierung neuer Biersorten auf dem hart umkämpften Getränkemarkt. Wie zufrieden die Kunden mit den Biermarken sind hat eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersucht.

Ergebnis: Über alle Leistungsbereiche hinweg erreichten alle Biermarken hohe Zufriedenheitswerte. „Insbesondere die Qualität und der Geschmack der Biere überzeugten die Konsumenten“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Die Zufriedenheit der Kunden mit der Produktqualität kristallisierte sich als Stärke der Branche heraus. So gaben über 97 Prozent der Befragungsteilnehmer an, mit der Produktqualität ihres am häufigsten getrunkenen Bieres zufrieden zu sein. Alle 19 bewerteten Biermarken erreichten im Gesamturteil der Kundenzufriedenheit die Note sehr gut.

Eindeutig am häufigsten griffen die Konsumenten im Verkaufsregal zur Biersorte Pils, gefolgt von Biermix-Getränken. Am seltensten gaben die Befragten an Lagerbier zu trinken. Als Grund für die Auswahl der Biermarke gaben die Befragten deutlich am häufigsten den guten Geschmack des Bieres an. Eine wichtige Rolle spielte zudem das Preis-Leistungs-Verhältnis, das im Durchschnitt die geringste Kundenzufriedenheit erfuhr. „Insgesamt wählten zwar rund 90 Prozent der Kunden eine positive Antwortoption, jedoch waren lediglich 36,5 Prozent aller Konsumenten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis sehr zufrieden“, so Experte Markus Hamer.

Radeberger erzielte das beste Gesamtergebnis und wurde damit „Beliebteste Biermarke 2013“. Besonders mit der Qualität der angebotenen Biere punktete die Marke bei ihren Kunden. Radeberger erreichte für den Geschmack und den Frischefaktor seiner Biere jeweils die höchsten Zufriedenheitswerte. Erdinger platzierte sich auf dem zweiten Rang und punktete insbesondere mit der Frische und dem Aroma der Biere. Des Weiteren überzeugte die Marke mit sehr guten Zufriedenheitswerten im Hinblick auf die Verpackung. Holsten belegte den dritten Rang. Die Biermarke zeichnete vor allem eine sehr gute Bewertung beim Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Zudem überzeugte die Marke ihre Kunden mit einem hohen Frischefaktor der Biere.

Im Rahmen einer Online-Befragung wurden insgesamt 2.409 Personen zu der Biermarke befragt, die sie in den letzten zwölf Monaten am häufigsten getrunken haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Leistungsbereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktsortiment und Image. Darüber hinaus floss die Weiterempfehlungsbereitschaft mit in die Gesamtbewertung ein. Zusätzlich wurden auch noch Ärgernisse analysiert. In der Auswertung wurden alle Biermarken berücksichtigt, zu denen sich jeweils mindestens 80 Personen geäußert hatten. Dies traf auf 19 Unternehmen zu.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 14.03.2013, 18:35 Uhr.

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

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 im Auftrag von n-tv.

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