

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Kaffee-Marken 2014

Guter Geschmack, teilweise zu kleines Sortiment – Dallmayr auf Platz eins vor Tchibo und Movenpick

Hamburg, 08.05.2014 – Heiß, aromatisch, mit Milch und Zucker oder einfach schwarz und stark – eine Tasse Kaffee gehört für viele Menschen zu einem guten Start in den Tag einfach dazu. Und auch wenn Pad- und Kapselsysteme immer stärker in Mode kommen, so bleibt Filterkaffee der Klassiker bei der Zubereitung. Doch welche Marke wird von den Konsumenten bei Filter- und Bohnenkaffee besonders geschätzt? Wie zufrieden sind die Verbraucher mit der Produktqualität? Und stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Diesen und weiteren Fragen ging das Deutsche Institut für Service-Qualität in einer Kundenbefragung im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv nach.

Generell sind die Deutschen glücklich mit ihrem Kaffee. Am höchsten fiel die Kundenzufriedenheit mit der Produktqualität aus – insbesondere in Bezug auf den Geschmack. Gut 88 Prozent der Befragungsteilnehmer bewerteten diesen Aspekt positiv. Aber auch mit dem Duft (gut 84 Prozent) und der Verträglichkeit (knapp 86 Prozent) der Kaffee-Produkte zeigten sich die Befragten eher oder sogar sehr zufrieden. Das Preis-Leistungs-Verhältnis der Marken wurde aus Kundensicht ebenfalls gut beurteilt – knapp 86 Prozent der Befragungsteilnehmer waren damit zufrieden. Mit dem Handling und dem Design der Kaffee-Verpackungen konnten die Marken immerhin noch bei rund 80 Prozent der Befragten punkten.

Das größte Verbesserungspotenzial bestand in den Augen der Verbraucher in Bezug auf das Produktsortiment sowie das Image der Kaffee-Marken. Beim Sortiment hatte mehr als jeder fünfte Kunde, beim Image sogar fast jeder dritte Konsument etwas auszusetzen. „Die Verbraucher wünschen sich also mehr Auswahl bei einigen Kaffeemarken – also etwa verschiedene Geschmacksrichtungen wie mild oder kräftig. Und sie legen Wert auf einen guten Ruf ihres Kaffees“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Am häufigsten für Ärger bei den Kunden sorgen übrigens zu hohe Preise und eine schwer zu öffnende Verpackung.“

Als beliebteste Kaffee-Marke ging Dallmayr mit einem sehr guten Gesamturteil aus der Kundenbefragung hervor. Die Verbraucher waren insbesondere mit der Produktqualität sehr zufrieden. Zudem hatten die Befragten einen sehr positiven Eindruck vom Image der Marke. Tchibo platzierte sich auf dem zweiten Rang. Der Kaffee-Anbieter überzeugte dabei vor allem durch hohe Kundenzufriedenheitswerte beim Preis-Leistungs-Verhältnis; auch in puncto Produktqualität schnitt Tchibo sehr gut ab. Dritter wurde Movenpick mit einem ebenfalls sehr guten Gesamturteil. Die Konsumenten dieser Marke zeigten sich besonders mit der Produktqualität und der Verpackung der Produkte zufrieden.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 08.05.2014, 18:35 Uhr

In die Online-Befragung flossen insgesamt 2.471 Bewertungen von Verbrauchern ab 20 Jahren ein, die in den vergangenen zwölf Monaten Kaffee aus Kaffeepulver oder Kaffeebohnen konsumiert hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Bereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Image, Produktsortiment sowie Verpackung.

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

Kundenärgernisse sowie die Weiterempfehlungsquote flossen ebenfalls in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 16 Kaffee-Marken zu.

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

Ansprechpartner:

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.