

## PRESSEMITTEILUNG

### Kundenbefragung: Müsli-Marken 2014

#### **Hohe Kundenzufriedenheit trotz Schwächen beim Image – Mymuesli auf Platz eins vor Brügggen und Knusperone**

**Hamburg, 08.07.2014** – Ein gutes Frühstück sorgt für einen guten Start in den Tag. Das Müsli ist dabei für viele ein Muss. Egal ob mit Körnern, Früchten, Nüssen oder Schokolade – die Regale der Supermärkte halten für jeden Geschmack die passende Mischung bereit. Doch wie sehen die Verbraucher die verschiedenen Marken? Wie zufrieden sind sie mit der Produktqualität? Und stimmt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Diesen und weiteren Fragen ging das Deutsche Institut für Service-Qualität in einer Kundenbefragung nach.

Insgesamt sind die Befragten mit ihrem Müsli zufrieden. 91 Prozent bewerteten die Produktqualität positiv, die sich als eine der größten Stärken der untersuchten Müsli-Marken darstellte. Hier wurde neben Zutaten, Konsistenz und Geschmack auch die Verträglichkeit beurteilt. Die Branche erreichte bei diesen Aspekten im Schnitt ein sehr gutes Ergebnis. Das Preis-Leistungs-Verhältnis und das Produktsortiment erhielten im Durchschnitt eine gute Note. Ebenso die Verpackung, mit der immerhin noch knapp 82 Prozent der Kunden eher oder sehr zufrieden waren. Ein interessanter Wert: Fast 99 Prozent der Befragten würden das Müsli der bewerteten Marke wieder kaufen.

Weniger gut aber ist es um das Image der Müsli-Marken bestellt. Fast 40 Prozent der Befragten gaben hierzu keine positive Bewertung ab. Lediglich vier Produkte erzielten in diesem Punkt ein gutes Ergebnis, die übrigen elf kamen über das Urteil „befriedigend“ nicht hinaus. Ebenfalls erstaunlich – trotz des insgesamt positiven Ergebnisses der Befragung: Bei allen Marken gab es Verbraucher, die sich über ihr Müsli schon einmal geärgert hatten. Aber nur bei drei Produkten lag der entsprechende Kundenanteil über zehn Prozent. Dazu Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Wenn sich Kunden über eine Marke ärgern, dann ist es mehrheitlich der hohe Preis, den sie als Grund angeben. Ursache war in fast jedem fünften Fall aber auch die Zusammensetzung der Zutaten.“

Als beliebteste Müsli-Marke ging Mymuesli mit einem sehr guten Gesamturteil aus der Kundenbefragung hervor. Die Verbraucher waren vor allem mit der Produktqualität, dem Sortiment und der Verpackung besonders zufrieden. In allen drei Bereichen lag die Marke mit einem deutlichen Abstand zum Wettbewerb vorn. Die zweithöchste Bereitschaft zur Weiterempfehlung rundete das positive Gesamtbild ab. Brügggen platzierte sich mit einem guten Ergebnis insgesamt auf dem zweiten Rang; bei der Beurteilung der Konsistenz des Müslis schnitt der Anbieter sogar am besten ab. Darüber hinaus erhielt Brügggen für das Produktsortiment eine sehr gute Bewertung. Dritter in der Gesamtwertung wurde Knusperone (Aldi Süd) mit einem ebenfalls guten Ergebnis. Beim Preis-Leistungs-Verhältnis belegte die Marke den ersten Platz.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.792 Bewertungen von Verbrauchern ab 18 Jahren ein, die in den vergangenen sechs Monaten ein Fertigmüsli konsumiert hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Bereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Image, Produktsortiment und Verpackung. Kundenärgernisse

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

sowie die Weiterempfehlungsquote flossen ebenfalls in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Marken, zu denen sich jeweils 80 Kunden oder mehr geäußert hatten. Dies traf auf 15 Müsli-Marken zu.

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

**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](mailto:b.moeller@disq.de)

[www.disq.de](http://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.