

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Staubsauger-Marken 2014

Saubere Leistung und nur selten Frust – Dyson im Kundenurteil auf Platz eins vor Miele und Vorwerk

Hamburg, 29.07.2014 – „Es saugt und bläst der Heinzelmann, ...“ Während der eifrige Staubsaugervertreter in dem schon legendären Lorient-Sketch auch heute noch für gute Laune sorgt, ist das leidige Staubsaugen im Alltag eher ein Stimmungskiller. Die Wahl des richtigen Geräts verhindert zumindest zusätzlichen Frust und sollte gut überlegt sein. Doch welche Rolle spielt die Marke beim Kauf? Welche Staubsauger überzeugen in puncto Produktqualität und Preis-Leistungs-Verhältnis? Spannende Erkenntnisse liefert eine Kundenbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Das Urteil der Befragten fiel insgesamt gut aus. Dabei erhielt eine Staubsauger-Marke sogar das Qualitätsurteil „sehr gut“, elf weitere schnitten mit „gut“ ab und lediglich eine Marke kam über ein befriedigendes Kundenurteil nicht hinaus.

Für die Produktqualität der Marken ergaben sich auffallend hohe Zufriedenheitswerte. Mehr als 88 Prozent der Befragten bewerteten diesen Aspekt positiv. Für die so wichtige Produktqualität erhielt die Branche damit im Schnitt das Qualitätsurteil „gut“ (4 x „sehr gut“, 9 x „gut“).

Den höchsten Anteil positiver Bewertungen gab es zum Einzelaspekt der Langlebigkeit. Erstaunlicherweise war der jeweils bewertete Staubsauger auch bei über einem Viertel der Befragten (rund 27 Prozent) schon seit mindestens vier Jahren in Gebrauch.

Aber spielt beim Staubsaugerkauf nicht oft auch die Werbung eine große Rolle? Im Gegenteil. Während weniger als fünf Prozent der Befragten der Werbung eine Rolle zugestanden, bekundeten mehr als 40 Prozent, dass die gute Produktqualität mit ausschlaggebend für die Wahl des Staubsaugers war. Zudem spielten bei der Kaufentscheidung bei rund 30 Prozent das Preis-Leistungs-Verhältnis und bei gut 25 Prozent der Befragten schlicht ein attraktiver Preis eine wichtige Rolle.

Rundum zufrieden waren die Verbraucher jedoch nicht: „Rund acht Prozent der Kunden haben sich schon einmal über ihren Staubsauger geärgert. Jeder vierte Betroffene nannte eine zu schwache Leistung der Geräte als Grund. Auch die hohe Lautstärke war ein häufig genannter Grund, der für Kundenfrust sorgte“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Als Sieger und damit beliebteste Staubsauger-Marke ging Dyson mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Befragung hervor. Die Kunden waren vor allem mit der Produktqualität außerordentlich zufrieden, beispielsweise mit der Reinigungsleistung, der Optik beziehungsweise dem Design sowie der Handhabung. Die Befragten dieser Marke äußerten auch die höchste Bereitschaft, ihren Staubsauger weiterzuempfehlen. Bezeichnend auch, dass ausnahmslos alle Kunden diese Staubsauger-Marke wiederwählen würden. Miele platzierte sich mit einem guten Urteil auf Rang zwei. Die Marke überzeugte zum einen mit der Produktqualität und zum anderen auch mit dem Markenimage, das rund 93 Prozent der Kunden positiv bewerteten.

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

Außerdem gaben nur gut vier Prozent der Befragten an, bei dem Anbieter ein Ärgernis erlebt zu haben – der im Mitbewerbervergleich geringste Anteil. Dritter wurde Vorwerk, ebenfalls mit dem Kundenurteil „gut“. Die Kunden zeigten sich beispielsweise mit dem Aspekt Gewährleistung/Garantie sehr zufrieden (rund 99 Prozent positive Bewertungen). Auch mit dem Markenimage punktete Vorwerk bei den Befragten. Zudem war die Weiterempfehlungsbereitschaft vergleichsweise stark ausgeprägt.

An der Online-Befragung nahmen insgesamt 1.498 Kunden teil, die einen Staubsauger besessen und in den letzten zwölf Monaten benutzt haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen zu den Bereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis und Gewährleistung/Garantie. Aspekte wie erlebte Ärgernisse, Weiterempfehlungsbereitschaft und Markenimage ergänzten die Erhebung. Berücksichtigt wurden alle Staubsauger-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 13 Marken zu.

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

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

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.