

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Joghurt-Marken 2014

Guter Geschmack entscheidend – Weihenstephan am beliebtesten vor Landliebe und Andechser Natur

Hamburg, 28.08.2014 – Joghurt ist gut für die Muskeln, Nerven, Knochen und Zähne. Allein schon aus diesen Gründen sollte er ein fester Bestandteil der Ernährung bis ins hohe Alter sein. Ob zum Frühstück, für den kleinen Hunger zwischendurch oder zum Dessert – Gelegenheiten, einen Joghurt zu essen, gibt es viele. Die Auswahl an verschiedenen Sorten ist groß und bietet für jeden Geschmack etwas. Doch welche Marke wird von den Verbrauchern besonders geschätzt? Wie zufrieden sind die Konsumenten mit dem Geschmack, der Produktqualität und der Angebotsvielfalt der einzelnen Joghurt-Marken? Stimmt darüber hinaus auch das Preis-Leistungs-Verhältnis? Diesen und weiteren Fragen ging das Deutsche Institut für Service-Qualität in einer Kundenbefragung nach.

Das Urteil der Befragten fiel insgesamt gut aus. Vier Joghurt-Marken erhielten sogar das Qualitätsurteil „sehr gut“, elf schnitten mit „gut“ ab.

Am höchsten war die Kundenzufriedenheit mit der Produktqualität der Marken. Mehr als 95 Prozent der Befragten bewerteten diesen Aspekt positiv. Aber auch, wenn man gezielt nach den Einzelaspekten der Produktqualität fragte, waren die Ergebnisse durchgängig sehr gut. Hierzu gehörten die Verträglichkeit, der Geschmack, die Konsistenz und auch die Beurteilung der Qualität und Zusammensetzung der Zutaten.

Als weitere Stärke der Branche stellte sich das Produktsortiment heraus, das von knapp 90 Prozent der Verbraucher positiv bewertet wurde. Mit der Verpackung zeigten sich fast 88 Prozent der Konsumenten eher oder sehr zufrieden. Etwas schwächer, mit 84 Prozent der Befragungsteilnehmer aber immer noch gut, wurde das Preis-Leistungs-Verhältnis der Joghurt-Marken beurteilt. Das Image der Marken bildete noch am ehesten einen Schwachpunkt der Branche. Fast jeder fünfte Kunde sah diesen Aspekt nicht positiv.

Frage man die Konsumenten nach den genauen Gründen, warum sie sich für die bestimmte Joghurt-Marke entschieden hatten, war für mehr als 54 Prozent der Verbraucher vor allem der gute Geschmack mit ausschlaggebend und weniger zum Beispiel die gute Qualität der Zutaten (rund 13 Prozent).

„Trotz aller positiven Kundenmeinungen, haben sich aber mehr als vier Prozent der Verbraucher schon einmal über ihre Joghurt-Marke geärgert“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Hier nannten rund 45 Prozent, also fast jeder zweite Betroffene, auch den hohen Preis als Grund“, so Möller weiter.

Als beliebteste Joghurt-Marke ging Weihenstephan mit einem sehr guten Gesamturteil aus der Kundenbefragung hervor. Alle Verbraucher waren mit der Produktqualität eher oder sehr zufrieden. Keine andere Marke erzielte ein derart positives Resultat. Durchweg alle Kunden würden wieder Joghurt dieser Marke kaufen. So auch bei Landliebe, die sich mit einem ebenfalls sehr guten Qualitätsurteil auf dem zweiten Rang platzierte. Von der Produktqualität und dem Sortiment hatten die Befragten eine sehr gute Meinung. Der Geschmack erhielt im Markenvergleich sogar die beste Bewertung. Dritter wurde

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

Andechser Natur. Neben der sehr hohen Zufriedenheit mit der Produktqualität war die Bereitschaft der Kunden, den Joghurt auch Freunden und Bekannten zu empfehlen, bei dieser Marke am höchsten. Bei der Bewertung des Images erzielte der Anbieter als einziger ein sehr gutes Urteil. Aus Sicht der Verbraucher wurde die Joghurt-Marke am stärksten als „besonders“, „sympathisch“, „nachhaltig / verantwortungsbewusst“ eingestuft.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.847 Bewertungen von Kunden ein, die in den letzten sechs Monaten Joghurt gegessen hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zum Preis-Leistungs-Verhältnis, zur Produktqualität, dem Produktsortiment, der Verpackung und dem Image der Joghurt-Marken. Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls in die Gesamtbewertung mit ein. Berücksichtigt wurden alle Joghurt-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 15 Marken zu.

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

Ansprechpartnerin:

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.