

## PRESSEMITTEILUNG

### Kundenbefragung: Outdoorbekleidung 2014

#### **Outdoor ist „in“, hohe Kundenzufriedenheit – Marke Jack Wolfskin am beliebtesten vor Schöffel und The North Face**

**Hamburg, 01.10.2014** – Nur wenige Wolken zieren den Himmel, und es weht ein laues Lüftchen. Doch auch an solchen Tagen sind etwa Jacken, die vor Wind und Wetter schützen, allgegenwärtig. Outdoorbekleidung liegt im Trend. Doch wie zufrieden sind die Verbraucher mit der Produktqualität ihrer Jacken, Hosen oder auch Westen der namhaften Hersteller? Welche Marken überzeugen aus Kundensicht durch ein ansprechendes Design und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis? Antworten liefert eine Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat.

Das Urteil der Befragten fiel insgesamt gut aus. Gleich neun Marken für Outdoorbekleidung erhielten das Qualitätsurteil „gut“; nur eine Marke kam über ein befriedigendes Gesamtergebnis nicht hinaus. Am höchsten war die Kundenzufriedenheit mit der Produktqualität. Annähernd 94 Prozent der Befragungsteilnehmer zeigten sich in diesem Punkt zufrieden. Aber auch die Frage nach Aspekten wie Verarbeitung und Funktionalität der Kleidung ergab sehr positive Ergebnisse.

Outdoor ist inzwischen weit mehr als nur Funktionsbekleidung naturverbundener Abenteurer. Dies belegen die Antworten zum Einsatzzweck der Bekleidung: Am häufigsten wurde der Einsatz beim Sport genannt (gut 36 Prozent), allerdings dicht gefolgt vom Tragen im Alltag (rund 32 Prozent). Die Outdoorbekleidung setzt sich somit mehr und mehr als universelles Outfit für jeden Tag durch.

Bezeichnend auch, warum sich die Kunden für ihre Marke entschieden haben. Die am häufigsten genannten Gründe waren das angenehme Tragegefühl, der gute Schnitt sowie die gute Stoff- beziehungsweise Materialqualität. „Wetterfest und winddicht – zwei Eigenschaften, die man direkt mit Outdoorbekleidung in Verbindung bringt – spielten eine weniger wichtige Rolle“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Doch nicht immer sorgt die funktionelle Bekleidung für uneingeschränkte Freude. Rund fünf Prozent der Verbraucher haben sich schon einmal über ihre bewertete Marke geärgert. Am häufigsten für ein Frusterlebnis sorgte dabei der hohe Preis.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 01.10.2014, um 18:35 Uhr*

Als beliebteste Outdoorbekleidungsmarke ging Jack Wolfskin aus der Befragung hervor (Qualitätsurteil: „gut“). Die Kunden zeigten sich insbesondere mit der Produktqualität zufrieden: Mit etwa 55 Prozent sehr zufriedenen Kunden und insgesamt über 96 Prozent positiven Bewertungen, erzielte Jack Wolfskin in dieser Kategorie das Urteil „sehr gut“. Auch in Bezug auf die Verarbeitung, die Funktionalität und das Design ergaben sich sehr positive Werte. Zudem fiel die Weiterempfehlungsbereitschaft hoch aus. Schöffel platzierte sich auf Rang zwei – ebenfalls mit einem guten Qualitätsurteil.

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

Die Kunden dieser Marke waren im Vergleich am zufriedensten mit dem Design, dem Sortiment sowie der Funktionalität der Bekleidung. Hier wie auch bei der Produktqualität fielen die Bewertungen sehr positiv aus. Darüber hinaus schnitt Schöffel hinsichtlich des Images am besten ab. Den dritten Rang nahm The North Face mit einem ebenfalls guten Gesamturteil ein. Die Marke erzielte Top-3-Platzierungen in den Bereichen Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Image und Sortiment. Zudem zeigten die Kunden dieser Marke die vergleichsweise höchste Bereitschaft, diese weiterzuempfehlen.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.557 Bewertungen von Kunden ein, die in den letzten zwölf Monaten Outdoorbekleidung getragen haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zum Preis-Leistungs-Verhältnis, zur Produktqualität, zum Image, Design und Produktsortiment. Kundenängernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Outdoorbekleidungsmarken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf zehn Marken zu.

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

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.