

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Rasierschaum-Marken 2014

Zufriedenheit mit den Produkten, weniger mit den Preisen – Nivea Men am beliebtesten vor Speick und Gillette

Hamburg, 30.10.2014 – Nass natürlich! Viele Männer, die Wert auf eine glattrasierte Gesichtshaut legen, schwören auf diese Art der Rasur. Und um den sperrigen Bartstoppeln Herr zu werden, lassen es die Männer ordentlich schäumen. Doch wie zufrieden sind die Kunden mit ihrem Rasierschaum? Wie ist es um die Produktqualität bestellt? Welche Marken überzeugen den Verbraucher auch preislich? Antworten auf diese und weitere Fragen liefert eine Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat.

Das Urteil der befragten Männer fiel insgesamt gut aus. Sieben der acht bewerteten Rasierschaum-Marken erhielten das Qualitätsurteil „gut“; der Sieger der Befragung erzielte sogar ein sehr gutes Gesamtergebnis. Am höchsten war die Kundenzufriedenheit mit der Produktqualität. Rund 94 Prozent der Befragungsteilnehmer zeigten sich in diesem Punkt zufrieden. Aber auch die Aspekte Produktsortiment und Verpackung wurden von den Verbrauchern insgesamt positiv bewertet.

Die Preise dagegen wurden kritischer gesehen: Mehr als ein Viertel der Befragungsteilnehmer war hiermit nicht zufrieden. Dies äußerte sich auch bei den Ärgernissen, über die die befragten Verbraucher berichteten: Ein hoher Preis sowie ein schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis waren die beiden am häufigsten genannten Gründe für ein Frusterlebnis.

Mit der Produktqualität waren die Kunden nicht nur insgesamt betrachtet sehr zufrieden, auch die Einzelaspekte überzeugten im Schnitt aller bewerteten Marken. „Wichtige Faktoren stimmen in den Augen der Verbraucher. Die Verträglichkeit und der Pflegefaktor der Rasierschaum-Marken erzielten sehr hohe Zufriedenheitswerte“, stellt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, fest.

Für die Nassrasur stehen mehrere Produktvarianten zur Verfügung: Als am populärsten stellte sich der fertige Rasierschaum heraus, den rund 47 Prozent der Befragten bevorzugten. Rasiergel (29 Prozent) und Rasiercreme (18 Prozent) fanden deutlich geringeren Zuspruch. Als Nischenprodukt ist die Rasierseife anzusehen – nur knapp sechs Prozent der Befragungsteilnehmer entschieden sich für diese Produktart.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 30.10.2014, um 18:35 Uhr

Als beliebteste Rasierschaum-Marke ging Nivea Men aus der Kundenbefragung hervor. Die Verbraucher zeigten sich durchweg zufrieden mit der Marke, die als einzige das Gesamturteil „sehr gut“ erzielte. So bewerteten annähernd alle Befragten, die sich zu dieser Marke äußerten, die Produktqualität positiv. Zudem fiel der Anteil an Kunden, die über ein Ärgernis berichteten, mit knapp einem Prozent am niedrigsten aus. Die positiven Erfahrungen der Verbraucher spiegelten sich auch in der vergleichsweise höchsten Weiterempfehlungsbereitschaft wider. Den zweiten Rang nahm Speick ein. Auch bei dieser Marke fiel die Bereitschaft zur Weiterempfehlung sehr hoch aus. Der Anteil an Kunden mit Ärgernissen war am zweitniedrigsten.

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

Wie Nivea Men erzielte zudem auch diese Marke in puncto Preise ein gutes Resultat. Gillette folgte auf Rang drei und profilierte sich mit vergleichsweise hohen Kundenzufriedenheitswerten in Bezug auf die Produktqualität, das Produktsortiment, die Verpackung und das Image.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.447 Bewertungen von Kunden ein, die in den vergangenen sechs Monaten Rasierschaum, -gel, -creme oder -seife verwendet haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zu den Preisen, zur Produktqualität, zum Produktsortiment, zum Image und zur Verpackung. Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Rasierschaum-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf acht 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.