

## PRESSEMITTEILUNG

### **Kundenbefragung: Badreiniger-Marken 2015**

#### **Geruch stößt auf Kritik – keine Handels- oder Discounter-Marke unter den Top 3 – Viss ist beliebtester Badreiniger**

**Hamburg, 27.01.2015** – Die Verbraucher stellen ihren Badreinigern ein insgesamt gutes Zeugnis aus – vor allem die Produktqualität insgesamt und das Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugten. Mit dem Duft war dagegen mehr als jeder vierte Kunde nicht zufrieden. Dies ergab eine aktuelle Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) durchgeführt hat. Eine Marke erzielte das Kundenzufriedenheitsurteil „sehr gut“, acht weitere schnitten mit „gut“ ab und vier erzielten ein befriedigendes Gesamtergebnis.

Wenig Aufwand, große Wirkung – glaubt man der Werbung, ist das Putzen des Badezimmers bei Wahl des richtigen Universalreinigers ein Kinderspiel. Die Befragung des DISQ zeigte, dass darin mehr als ein Körnchen Wahrheit steckt. So erzielte die Produktqualität die höchsten Zufriedenheitswerte unter den abgefragten Aspekten. 84 Prozent gaben hier eine positive Bewertung ab.

Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, weist jedoch auch auf Kunden mit schlechten Erfahrungen hin: „Fast sieben Prozent der Verbraucher haben sich schon einmal über ihre bewertete Badreiniger-Marke geärgert. Eine schlechte Reinigungsleistung sorgte neben dem nicht ansprechenden Duft am häufigsten für Frust.“

Der Kaufentscheidungsgrund Nummer eins ist der Preis. Insgesamt rund 57 Prozent der Befragten nannten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis beziehungsweise einen niedrigen Preis als einen Punkt, der zum Griff nach dem Produkt führte. Doch günstig ist nicht immer auch die beste Wahl. So rangierten etwa die Badreiniger-Marken einiger Discounter im Gesamtergebnis nur im Mittelfeld. Die Aldi-Süd-Marke Zekol landete gar nur auf dem vorletzten Platz der Kundenbefragung.

Als Sieger und damit beliebteste Badreiniger-Marke ging Viss mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Kundenbefragung hervor. Die Verbraucher zeigten sich besonders zufrieden mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis sowie der Produktqualität, die jeweils ein sehr gutes Ergebnis erzielten. Der Anteil an Kunden, die über ein Ärgernis mit dieser Badreiniger-Marke berichteten, fiel mit zwei Prozent vergleichsweise am niedrigsten aus. Auch war die Bereitschaft, die Marke weiterzuempfehlen, bei Viss insgesamt am stärksten ausgeprägt. Den zweiten Rang nahm Frosch ein und erreichte ein gutes Qualitätsurteil. Die Badreiniger-Marke überzeugte unter anderem hinsichtlich der Verträglichkeit für Mensch und Umwelt, einem Aspekt der Produktqualität. Hiermit zeigten sich über 96 Prozent der Kunden insgesamt zufrieden – mehr als bei jeder anderen Marke. Auch das Image und die Verpackung stellten sich als Stärken heraus. Auf Rang drei positionierte sich Meister Proper (Qualitätsurteil: „gut“). In puncto Produktqualität verfehlte die Marke nur knapp ein sehr gutes Ergebnis. Zudem fiel die Weiterempfehlungsbereitschaft im Vergleich am zweithöchsten aus. Auch würden alle Kunden der Marke diesen Badreiniger erneut kaufen.

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

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.507 Bewertungen von Kunden ein, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einen Universal-Badreiniger verwendet hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Image und Verpackung. Kundenängernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Badreiniger, 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

**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](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 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.