

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Kaffeemaschinen 2015

Hohe Kundenzufriedenheiten – Pad- und Kapselmaschinen auf Beliebtheitsskala vorn – Jura insgesamt auf Platz eins

Hamburg, 26.08.2015 – Siebzehn verschiedene Kaffeemaschinen-Marken, aber welche ist aus Kundensicht wirklich am besten? Antworten gibt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ).

77.000 Tassen! So viel Kaffee trinkt statistisch gesehen jeder Bundesbürger im Laufe seines Lebens. Wenig überraschend steht in den meisten deutschen Haushalten eine Kaffeemaschine. Und: Die Verbraucher sind mit ihren Geräten mehrheitlich zufrieden; die Kundenbefragung ergab für vier Marken das Gesamturteil „sehr gut“, elf sind „gut“ und nur zwei werden als insgesamt „befriedigend“ bewertet.

Überzeugende Produktqualität

Funktionen, technische Leistung, Handhabung, Design und natürlich der Kaffeegeschmack – all das macht die Produktqualität aus, die bei den Kunden von den abgefragten Aspekten am besten abschneidet. Über 86 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit zufrieden.

Gute Zufriedenheitswerte erzielen insbesondere auch das Preis-Leistungs-Verhältnis und das Markenimage der Geräte. Ersteres ist außerdem vor einem anderen Hintergrund interessant: den Gründen für die Wahl der jeweiligen Kaffeemaschine. „Mit gut 22 Prozent ist der am häufigsten genannte Kaufgrund nicht etwa ein günstiger Preis, sondern ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Was Kaffeemaschinen angeht, zeigt der Verbraucher also weniger eine Schnäppchen-Mentalität, als vielmehr Qualitätsbewusstsein.“

Beliebte Pad- und Kapselmaschinen

Doch wie wird der Kaffee am liebsten zubereitet? Trotz hoher Zufriedenheitswerte in allen drei abgefragten Gerätekategorien schneiden die Pad- und Kapselmaschinen insgesamt am besten ab. Die Vollautomaten belegen Rang zwei, dicht gefolgt von den Filtermaschinen.

Die DISQ-Kundenbefragung deckt aber auch kritische Punkte auf. So gibt mehr als jeder zehnte Befragte (11,8 Prozent) an, sich schon einmal über seine Kaffeemaschine geärgert zu haben. Der am häufigsten genannte Grund sind technische Störungen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Kulanz der Hersteller aus Sicht der Kunden noch verbesserungsfähig ist. Jeder vierte Befragungsteilnehmer gibt für Aspekte wie die angebotenen Garantieleistungen oder den Reparaturservice keine positive Bewertung ab.

In der Kundengunst vorn

Als Sieger und damit beliebteste Kaffeemaschinen-Marke geht Jura mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Befragung hervor. Jura schneidet insgesamt wie auch in der Gerätekategorie der Vollautomaten am besten ab. Hinsichtlich der Produktqualität und dem Markenimage fallen die Kundenbeurteilungen im Vergleich am positivsten aus. Auch in puncto Weiterempfehlungsbereitschaft (Net Promoter Score: +50,9) setzt sich die Marke gegen die Mitbewerber durch. Den zweiten Rang nimmt Miele ein, ebenfalls mit einem sehr guten Qualitätsurteil. Knapp 86 Prozent der Kunden zeigen sich mit der Kulanz des Herstellers

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

eher oder sogar sehr zufrieden. Zudem ist der Anteil an Kunden, die sich schon einmal über den Anbieter geärgert haben, niedriger als bei den anderen Marken. Auch hinsichtlich Produktqualität und Markenimage schneidet Miele weit überdurchschnittlich ab. Rang drei belegt Tchibo (Gesamturteil: „sehr gut“). Die Marke überzeugt die Kunden in puncto Preis-Leistungs-Verhältnis mit den vergleichsweise besten Bewertungen: Mehr als 94 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit eher oder sehr zufrieden. Sehr gute Resultate erzielt die Marke zudem für die Produktqualität, die Kulanz und das Image. Als weitere Marke mit einem sehr guten Gesamturteil platziert sich Bosch auf Rang vier.

In der Auswertung nach Gerätekategorien ergeben sich folgende Ergebnisse (jeweils Plätze eins bis drei): Kaffeefiltermaschinen: Siemens vor Philips und AEG, Kaffeevollautomaten: Jura vor Miele und WMF sowie Kaffeepad-/Kaffeekapselmaschinen: Delonghi vor Bosch und Tchibo.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 2.288 Bewertungen von Kaffeemaschinen-Nutzern ein. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Aspekten Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Kulanz der Hersteller und Image der Marke. Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Kaffeemaschinen-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 17 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 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.