

## PRESSEMITTEILUNG

### **Kundenbefragung: Küchenmesser-Marken 2015**

#### **Zufriedenheit mit Küchenmessern stark ausgeprägt – Billigprodukte kaum gefragt – Beliebteste Marke ist Zwilling**

**Hamburg, 07.12.2015** – Von der Produktqualität ihrer Küchenmesser sind die Verbraucher insgesamt am meisten überzeugt. Bei einigen Marken ist die Weiterempfehlungsbereitschaft allerdings relativ gering. Das zeigt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ).

Eine Küchenmesser-Marke erzielt das Gesamturteil „sehr gut“, sieben weitere sind aus Sicht der Kunden „gut“. Drei kommen jedoch nicht über ein befriedigendes Ergebnis hinaus. Die insgesamt höchste Wertschätzung beim Verbraucher fällt der Produktqualität der Messer zu: Mehr als 85 Prozent der Befragten zeigen sich mit der Qualität ihrer Marken zufrieden – 37 Prozent sogar sehr. Alle einzelnen Aspekte – angefangen beim Design und der Handhabung über die Schnittqualität und Klingenschärfe bis hin zur Hochwertigkeit – stellen mindestens rund 80 Prozent der Kunden zufrieden.

#### **Qualität rechtfertigt hohe Preise**

Überraschend tief greifen die Deutschen beim Messerkauf in die Tasche: In fast 59 Prozent der Fälle haben die Befragten 25 Euro oder mehr für das Küchenmesser ausgegeben, mehr als jeder Vierte hat dafür über 50 Euro bezahlt und immerhin rund acht Prozent haben sogar über 150 Euro in ihr Küchenmesser investiert. Ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ist zudem der am häufigsten genannte Kaufgrund, und letztlich zeigen sich fast 83 Prozent mit diesem Aspekt auch zufrieden.

Verbesserungsbedarf sehen die Kunden am ehesten beim Image. So ist annähernd jeder Dritte nicht von dem Image seiner bevorzugten Marke überzeugt. Dass dies nur eine untergeordnete Rolle spielt, zeigt ein anderes Befragungsergebnis: Fast 98 Prozent der Befragten würden das bewertete Küchenmesser erneut wählen. In puncto Weiterempfehlung sind die Verbraucher dagegen bei einigen Marken deutlich zurückhaltender – am vergleichsweise schlechtesten schneiden in diesem Punkt die Küchenmesser von Ikea ab.

#### **Nur selten Anlass für Verärgerung**

Die insgesamt hohe Kundenzufriedenheit drückt sich auch darin aus, dass weniger als sechs Prozent der Befragten über eine negative Erfahrung mit ihrem Küchenmesser berichten. Häufigster Ärgernisgrund: eine stumpfe Schneide. „Dieses Frusterlebnis kann aber hausgemacht sein, denn“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, „mehr als zwei Drittel der Befragten äußern, dass sie ihr Messer nur selten oder noch nie nachgeschliffen haben.“

#### **In der Kundengunst vorn**

Als Sieger und damit beliebteste Küchenmesser-Marke geht Zwilling mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Befragung hervor. Die Marke erzielt sehr gute Resultate in den Bereichen Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis und Sortiment. Beim Image schneidet kein Wettbewerber besser ab. Zudem gibt es im Vergleich die wenigsten Ärgernisse (lediglich etwas mehr als ein Prozent), und die Kunden zeigen die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft. Alle Befragten äußern zudem, dass sie erneut ein Messer von Zwilling wählen

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

würden. Den zweiten Rang nimmt Wüsthof (Qualitätsurteil: „gut“) ein. Überzeugt sind die Nutzer insbesondere vom Küchenmesser-Sortiment. In diesem Teilbereich schneidet die Marke als zweitbeste ab – 90 Prozent der Teilnehmer sind mit diesem Aspekt eher oder sehr zufrieden. Auch die Produktqualität erzielt eine sehr gute Bewertung. Die vergleichsweise geringe Ärgernisquote liegt bei unter vier Prozent. Auf Rang drei folgt WMF, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Hinsichtlich der Produktqualität erhalten die WMF-Küchenmesser die beste Bewertung aller Marken. Auch beim Sortiment ist WMF führend. Die Bereitschaft zur Weiterempfehlung ist am zweithöchsten, und alle befragten Kunden würden diese Marke erneut wählen.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.506 Bewertungen von Verbrauchern ein, die Küchenmesser besitzen. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Aspekten Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Image der Marke und Sortiment. Zudem flossen Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Küchenmesser-Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf elf Marken zu.

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

**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 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.