

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Tiefkühlprodukt-Marken 2015

Viele Kunden von Produktqualität und Geschmack überzeugt – Drei Marken „sehr gut“ – McCain auf Platz eins

Hamburg, 17.12.2015 – Auf Tiefkühlprodukte verzichtet heutzutage kaum ein deutscher Haushalt. Fast zwei Drittel der Verbraucher konsumieren einmal pro Woche Speisen aus der Tiefkühlung; annähernd jeder Vierte greift sogar mehrmals pro Woche oder täglich zu. Dies zeigt eine aktuelle Befragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) durchgeführt hat.

TOP-5 der beliebtesten Tiefkühlwaren

Ganz vorn in der Gunst der Verbraucher liegt Pizza: Fast ein Drittel der Befragten (30,8 Prozent) essen die Tiefkühlvariante des Italo-Klassikers regelmäßig. Auf den Plätzen folgen Fleisch (rund 26 Prozent), Fisch und Meeresfrüchte (24 Prozent), Gemüse (knapp 22 Prozent) und Kartoffelprodukte (rund 21 Prozent).

Drei Tiefkühlprodukt-Marken erzielen in der Kundenbefragung das Gesamturteil „sehr gut“, sechs weitere schneiden mit „gut“ ab. Am zufriedensten sind die Verbraucher mit der Produktqualität: Über 94 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit eher oder sogar sehr zufrieden. Dabei überzeugt vor allem der Geschmack, für den fast 60 Prozent der Befragungsteilnehmer die beste Bewertungsoption vergeben.

Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt nicht immer

Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird kritischer gesehen. Dieser Aspekt fällt gegenüber der Produktqualität und auch dem Sortiment („sehr gut“) deutlich ab und zeigt am ehesten noch Verbesserungspotenzial. Über alle Marken betrachtet, sind die Kundenbewertungen jedoch auch hier auf einem guten Level.

Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, weist auf ein weiteres positives Ergebnis hin: „Nur etwas mehr als sechs Prozent der Verbraucher haben sich schon einmal über ihre bewertete Marke geärgert – ein sehr geringer Anteil. Dabei sorgt der hohe Preis am häufigsten für Unmut.“ Rund jeder Vierte der Betroffenen gibt diesen Grund an.

Die besten Marken aus Kundensicht

Als Sieger geht McCain mit dem Gesamturteil „sehr gut“ aus der Befragung hervor. Insbesondere mit der Produktqualität punktet das Unternehmen – die Bewertungen fallen hier in fast 99 Prozent der Fälle positiv aus. Mit einzelnen Qualitätsaspekten wie dem Geschmack, Aussehen oder den Zutaten sind die Kunden von McCain am zufriedensten, und der Anteil an Befragten mit einem Ärgernis ist im Vergleich am geringsten. Bei der Beurteilung des Images und der Verpackung setzt sich McCain ebenfalls an die Spitze. Den zweiten Rang im Gesamtergebnis nimmt Frosta (Qualitätsurteil: „sehr gut“) ein. Mehr als bei anderen Marken sind die Verbraucher vom Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt – rund 44 Prozent der Kunden äußern, damit sehr zufrieden zu sein. Bei der Bewertung der Produktqualität belegt Frosta den zweiten Rang. Zudem ist bei dieser Marke die Bereitschaft der Konsumenten zur Weiterempfehlung am größten. Platz drei belegt Dr. Oetker, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. In puncto Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktsortiment

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

und Verpackung erzielt die Marke das jeweils drittbeste Ergebnis. Bei der Produktqualität zählt Dr. Oetker zwar nicht zu den führenden Marken, sichert sich jedoch ein sehr gutes Urteil. Ein weiteres Plus: der zweitgeringste Anteil an Verbrauchern mit Ärgernissen.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.146 Bewertungen von Verbrauchern ein. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Produktsortiment, Image der Marke und Verpackung. Zudem flossen Kunden-Ärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft in das Gesamtergebnis ein. In der finalen Auswertung wurden alle Tiefkühlprodukt-Marken berücksichtigt, zu denen sich jeweils mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf neun Marken zu.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Tel.: +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.