

## PRESSEMITTEILUNG

### **Kundenbefragung: Küchenmaschinen mit Kochfunktion**

#### **Gute Noten für Preis-Leistungs-Verhältnis – Kochresultat überzeugt nicht jeden Nutzer – Kitchen Aid auf Platz eins**

**Hamburg, 07.12.2017** – Über 1.000 Euro geben nicht wenige Nutzer für eine moderne Küchenmaschine mit Kochfunktion aus. Die meisten bereuen die Anschaffung nicht: Die Kundenzufriedenheit ist insgesamt hoch – auch wenn nicht jeder mit dem Kochergebnis immer glücklich ist. Das zeigt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 07.12.2017, 18:35 Uhr*).

#### **Funktionalität überzeugt**

Kaufentscheidend ist für den Kunden neben dem Preis-Leistungs-Verhältnis vor allem die Funktionalität der Küchenmaschine. Das drückt sich auch während der Nutzung aus: Funktioniert nicht alles einwandfrei, führt dies am häufigsten zu einem Ärgernis. Allerdings hält sich der Ärger in Grenzen: Nicht einmal jeder zehnte Befragte berichtet über ein Frusterlebnis. Und: Die Funktionalität der bewerteten Küchenmaschinen erzielt von allen Bereichen sogar die höchsten Zufriedenheitswerte der Verbraucher.

#### **Nicht immer ein positives Geschmackserlebnis**

Kochen mit einem kompakten Küchengerät – macht das Spaß und schmecken die zubereiteten Gerichten auch? Das Kocherlebnis, der entsprechende Befragungsbereich, erzielt insgesamt ein gutes Kundenurteil. Mehr als jeder fünfte Nutzer (21,8 Prozent) sieht dies aber auch teils kritisch und vergibt hier keine positive Bewertung.

Als ein Staubfänger in der Küche entpuppen sich die Geräte mit Kochfunktion eher selten: Bei über der Hälfte der Nutzer ist die Küchenmaschine mehrmals pro Woche im Einsatz, bei fasten jedem fünften Befragten sogar täglich. Dagegen verrichtet sie jedoch bei rund 17 Prozent der Kunden nur höchstens zweimal im Monat ihren Dienst.

#### **Hohe Anschaffungskosten**

Der Kauf will gut überlegt sein, denn nicht selten sind die Geräte hochpreisig: Mehr als die Hälfte der Befragten haben mehr als 200 Euro für ihre Küchenmaschine ausgegeben; rund zehn Prozent der Befragten gar einen vierstelligen Betrag. Dennoch bewerten viele Kunden – über 80 Prozent – das Preis-Leistungs-Verhältnis ihrer Küchenmaschine positiv.

Auch mit der Handhabung und dem Design der Küchenmaschinen sind die Verbraucher mehrheitlich – jeweils rund 85 Prozent – zufrieden. „Die Befragung ergibt ein ausgesprochen positives Gesamtbild. Mit dem Kundenprädikat ‚sehr gut‘ kann sich allerdings nur eine Küchenmaschinen-Marke schmücken“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

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:  
Markus Hamer  
Beirat:  
Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

## Die beliebtesten Marken

Sieger und damit beliebteste Marke ist Kitchen Aid, die als einzige das Gesamturteil „sehr gut“ erzielt. Kitchen Aid schneidet bei der Handhabung und beim Design am besten ab; die Funktionalität bewerten sämtliche Kunden positiv. Sehr gute Resultate erzielen darüber hinaus die Bereiche Kocherlebnis und Image. Zudem fällt der Anteil an Befragten, die von einem negativen Erlebnis mit Kitchen Aid-Geräten berichten, sehr niedrig aus.

Platz zwei belegt Vorwerk (Qualitätsurteil: „gut“). Der Thermomix aus dem Hause Vorwerk überzeugt aus Kundensicht insbesondere in puncto Funktionalität. Das Kocherlebnis bewerten mehr als 90 Prozent der Befragten positiv, und auch hinsichtlich der Handhabung des Thermomix ist die Zufriedenheit ausgeprägt. Zudem wird das Image von Vorwerk am besten beurteilt und steht aus Kundensicht vor allem für gute Qualität.

Den dritten Rang nimmt Krups ein, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Die Marke erzielt in fast allen Bereichen gute Resultate, unter anderem beim Preis-Leistungs-Verhältnis und dem Kocherlebnis. Der stärkste Bereich ist aus Kundensicht dabei die Funktionalität. Darüber hinaus zeigen die Verbraucher hier die zweithöchste Bereitschaft zur Weiterempfehlung.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.206 Bewertungen von Personen ein, die eine Küchenmaschine mit Kochfunktion besitzen. In der Einzelauswertung wurden alle Marken berücksichtigt, zu denen sich jeweils 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 12 von insgesamt 22 bewerteten Marken zu. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zu den Aspekten Funktionalität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Handling/Handhabung, Kocherlebnis, Design und Image der Marke. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse in die Gesamtwertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

### Pressekontakt:

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de  
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@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 für 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.