

## PRESSEMITTEILUNG

### Kundenbefragung: Marken Töpfe und Pfannen 2024

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 0  
info@disq.de, www.disq.de

### **Produktqualität überzeugt am meisten – Drei Marken mit Kundenurteil „sehr gut“ – WMF auf Platz eins**

**Hamburg, 22.10.2024** – Arbeiten im Homeoffice, Sparmöglichkeiten und auch gesundheitliche Überlegungen sind nur einige der Gründe, warum das Kochen am eigenen Herd beliebt ist. Und auch wenn in vielen Haushalten die Küche nicht täglich genutzt wird, ist die grundlegende Ausstattung an Töpfen und Pfannen vorhanden. Das Bild wird hier oft von Markenprodukten bestimmt, da der Qualitätsanspruch der Verbraucherinnen und Verbraucher eine wichtige Rolle beim Kauf spielt. Das zeigt die aktuelle Kundenbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

#### **Gute Kundenurteile**

Die Töpfe und Pfannen der Markenhersteller stoßen insgesamt auf eine hohe Zustimmung der befragten Verbraucherinnen und Verbraucher. Die durchschnittliche Gesamtzufriedenheit liegt bei 76,8 Punkten, womit auch ein positiver Trend ablesbar ist (Befragung 2022: 76,1 Punkte, 2020: 75,5 Punkte).

#### **Qualität und Sortiment überzeugen besonders**

Die Produktqualität, die etwa Funktionalität und Handhabung umfasst, sorgt am stärksten für Zufriedenheit: Fast 86 Prozent der Befragten geben hierzu eine positive Bewertung ab. Mit dem Produktsortiment (Produkt- und Materialvielfalt u. a.) sind rund 88 Prozent der Kunden zufrieden. Erfreulich: Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis beurteilen die meisten der befragten Kundinnen und Kunden (84 Prozent) positiv.

#### **Langlebigkeit ein wichtiges Kriterium**

Die Langlebigkeit der Produkte wird am häufigsten als Grund für die Wahl der Marke genannt. Das spiegelt sich auch darin wider, dass sich gut 78 Prozent der bewerteten Pfannen und Töpfe seit mindestens zwei Jahren, nicht selten sogar seit über vier Jahren, im Haushalt der Befragten befinden. Bei Ärgernissen sind schlechte Produkteigenschaften und schnell beschädigte Artikel vergleichsweise oft genannte Gründe.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Die Töpfe und Pfannen der Markenhersteller punkteten in vielen Bereichen, insbesondere mit der Produktqualität. Dennoch sind die Verbraucherinnen und Verbraucher auch kritisch: Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist nur bei gut einem Drittel der Marken stark und sonst nur mäßig ausgeprägt.“

#### **Das Top-3-Ranking**

WMF erzielt mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ die höchste Kundenzufriedenheit und ist damit die beliebteste Marke. WMF erreicht Top-3-Platzierungen beim Preis-Leistungs-Verhältnis, der Produktqualität, dem Produktsortiment sowie dem Image der Marke. Insbesondere das wahrgenommene Image und die Produktqualität von WMF stechen dabei mit annähernd 97 Prozent bzw. rund 96 Prozent positiven Bewertungen heraus.

#### **Geschäftsführung:**

Markus Hamer

#### **Beirat:**

Brigitte Zypries (Vorsitz),  
Prof. Dr. Michel Clement,  
Jochen Dietrich, Judith Klose

Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009

#### **Persönlich haftende Gesellschafterin:**

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Die im Vergleich höchste Bereitschaft zur Weiterempfehlung (Net Promoter Score: +53,5) trägt ebenfalls zur Spitzenplatzierung bei.

Rang zwei belegt Tefal, ebenfalls mit einem sehr guten Kundenurteil. Die Marke platziert sich hinsichtlich des Produktsortiments an der Spitze des Feldes – fast 98 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit zufrieden. Für das Image geben gut 87 Prozent der Kunden eine positive Bewertung ab. Zudem liegt bei Tefal der Anteil an Ärgernissen mit rund sechs Prozent im Markenvergleich am niedrigsten.

Schulte-Ufer (Qualitätsurteil: „sehr gut“) nimmt den dritten Rang ein. Speziell das Preis-Leistungs-Verhältnis stellt sich mit gut 87 Prozent zufriedenen Kunden als große Stärke heraus. Zudem überzeugt die Marke mit der zweithöchsten Weiterempfehlungsbereitschaft der Kundinnen und Kunden (NPS: +50,7).

Weitere Marken mit mindestens 80 eingegangenen Kundenmeinungen (alphabetisch): Berndes, ELO, Fissler, Ikea, Karcher, Krüger, Le Creuset, Ninja, Rohe Germany, Rösle, Silit, Stoneline, Woll und Zwilling.

### **Fakten zur Befragung**

In die Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel flossen 1.638 Bewertungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern ein, die in den letzten sechs Monaten regelmäßig eigene Töpfe und/oder Pfannen verwendet haben. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität, Produktsortiment und Image der Marke. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse in das Gesamturteil ein. In der Einzelauswertung wurden alle Kochgeschirr-Marken berücksichtigt, zu denen sich jeweils 80 Kundinnen und Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 17 von 20 bewerteten Marken zu.

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

### **Pressekontakt:**

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

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
E-Mail: info@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. Über 2.000 geschulte Testerinnen und 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. Den Verbrauchern liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für ihre 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.