30.11.2012 - 11:16 Uhr

Kundenbefragung zu Shampoos: Produktqualität überzeugt - Guhl ist die beliebteste Shampoo-Marke

Hamburg (ots) -

Egal ob trockenes, coloriertes oder widerspenstiges Haar - die Werbebotschaften der Shampoo-Hersteller versprechen für jedes Problemchen eine Lösung. Eine aktuelle Kundenbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität ging der Frage nach, welcher Shampoo-Marke die Verbraucher ihre Haare anvertrauen und wie zufrieden sie damit sind.

Ergebnis: Die Produktqualität der Shampoos überzeugte die Verbraucher. Rund 90 Prozent der Kunden waren zufrieden, vor allem mit der Verträglichkeit und der Pflegewirkung. "Das erwartete Waschergebnis traf dagegen nicht immer ein - knapp ein Fünftel der Befragten sah hier Verbesserungsbedarf", kommentiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Instituts. Ebenfalls rund 20 Prozent der Käufer beanstandeten das Preis-Leistungs-Verhältnis der Shampoo-Marken. "Positiv schnitten in diesem Punkt jedoch die günstigen Handelsmarken ab", so Expertin Möller.

Guhl erzielte das beste Gesamtergebnis und wurde damit "Beliebteste Shampoo-Marke 2012". Die Produkte der Marke überzeugten die Konsumenten vor allem hinsichtlich ihrer Qualität. Auf Platz zwei folgte Dove und punktete bei den Befragten insbesondere mit dem guten Image und der Verträglichkeit der Shampoos. SP System Professional von Wella belegte den dritten Rang.

Einer der wichtigsten Gründe für die Auswahl des Shampoos war das Versprechen auf der Verpackung - rund ein Drittel der befragten Konsumenten und Konsumentinnen verließ sich darauf und griff deswegen zu. Darüber hinaus zeigten sich die Verbraucher bei der Shampoowahl preissensitiv - geringe Preise oder attraktive Angebote spielten für jeden fünften Kunden eine wesentliche Rolle.

Im Rahmen eines Online-Panels wurden insgesamt 2.544 Personen zu den Shampoo-Marken befragt, die sie in den letzten zwölf Monaten genutzt haben. Im Mittelpunkt der Befragung standen die Kundenmeinungen zur Produktqualität, Attraktivität des Produktsortiments und zum Preis-Leistungs-Verhältnis. Des Weiteren flossen negative Erlebnisse mit der Marke sowie die Weiterempfehlungsbereitschaft in die Gesamtbewertung ein. In die Auswertung kamen alle Marken, zu denen sich jeweils mindestens 80 Personen geäußert hatten. Dies traf auf 15 Shampoo-Marken zu.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

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

Pressekontakt:

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

Original-Content von: DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/64471/2374074> abgerufen werden.