

# **Studieninformation zu „Beste Markenqualität 2020“**

Einleitung, Untersuchungsdesign, Auszeichnung

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Köln, April 2020

## Einleitung

Handelsmarken werden oftmals in Konkurrenz zu Herstellermarken gesehen. Handelsmarken ziehen auf Grund ihrer zunehmenden Verbreitung die Auslistung von Herstellermarken aus dem Sortiment der Händler nach sich. Dadurch liegt für einzelne Hersteller im Preiswettbewerb der Zwang nahe, die Produktqualität zugunsten der Produktionskosten zu senken.

Herstellermarken und Handelsmarken könnten sich demnach also mittlerweile prinzipiell weder nach Qualität noch nach bestimmten Produkteigenschaften unterscheiden, sondern lediglich durch die jeweilige Markeneignerschaft. Dies wird auch bei unabhängigen Tests der Stiftung Warentest festgestellt, dass beim Preis-Leistungs-Verhältnis zwar meist Handelsmarken vorne lägen (überdurchschnittliche Qualität zu unterdurchschnittlichem Preis), es aber eine hohe Ähnlichkeit von Hersteller- und Handelsmarken gibt und dass keine der beiden Kategorien grundsätzlich qualitativ überlegen sei.

Doch nimmt der Verbraucher wirklich keine Qualitätsunterschiede wahr? In aktuellen Untersuchungen zum Konsumentenverhalten wird der Trend sichtbar, dass der Verbraucher Wert auf die Produktqualität legt und der Preis als Kaufentscheider keine dominante Rolle spielt. Die zunehmende Nachfrage von biologisch und fair produzierten Lebensmitteln illustriert dies eindrucksvoll auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit. Der Trend zur höherwertigen und ggf. auch höherpreisigen Ware beschränkt sich aber nicht nur auf die kurzlebigen Verbrauchsgüter, sondern zeigt sich auch bei den langlebigen Gebrauchsgütern.

Die vorliegende Studie untersucht die Qualitätswahrnehmung der Verbraucher gegenüber Markenprodukten. Dabei wird die Produktqualität (unabhängig vom Preis) von über 1.400 Herstellermarken, Handelsmarken und Dachmarken in mehr als 100 Warengruppen – aus den Bereichen Lebensmittel und Bekleidung bis hin zu Heimwerkerbedarf und Unterhaltungselektronik – auf den Prüfstand gestellt.

Für die bis dato größte Kundenbefragung zur Qualität von Markenartikeln in Deutschland wurden mehr als 980.000 Kundenurteile eingeholt und ausgewertet. Die Untersuchung ist damit für Hersteller und Händler ein hervorragender Gradmesser, wie ihre Anstrengungen zur Gestaltung ihrer Markenprodukte von Verbraucher und Konsumenten gewürdigt werden.

## Untersuchungsdesign

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung der Untersuchungsobjekte (hier: Produktqualität von Hersteller-, Handels- und Dachmarken) eingeladen. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann.

Es werden keine Kundenadressen über die Hersteller und Händler eingeholt oder genutzt. Im Gegenteil, die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung oder gar Einflussnahme der Hersteller oder Händler.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Markenartikeln zur Bewertung bzw. zur Angabe, ob er als Konsument oder Verbraucher diese Markenartikel gekauft bzw. genutzt hat. Jede Marke / jedes Unternehmen wird jeweils 1.000 Verbrauchern zur Bewertung angezeigt. Die Stichprobengröße für den Kundenzufriedenheitswert wird in jeder Branche bzw. Kategorie sowie für jeden Anbieter von der Inzidenzrate und der Kundenzahl bestimmt, sodass diese auch unterhalb von  $n = 1.000$  liegen kann.

Die konkrete Fragestellung lautet:

„Wie bewerten Sie insgesamt die Produktqualität der folgenden Marken aus dem Bereich ... [Warengruppe ist in Klammern angegeben]? Bitte beurteilen Sie aus eigener Konsumenten- bzw. Verbrauchererfahrung aus den letzten 12 Monaten.“

Die konkreten Antwortmöglichkeiten sind:

- „ausgezeichnet“ (1)
- „sehr gut“ (2)
- „gut“ (3)
- „mittelmäßig“ (4)
- „schlecht“ (5)
- „sehr schlecht“ (6)

Für die Auswertung wird der Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 6-stufigen, linksschiefen und voll verbalisierten Skala je Marke berechnet.

Der Mittelwert (MW) errechnet sich aus den abgegebenen Stimmen wie folgt:

$$\text{MW} = \frac{\text{Summenprodukt (Werte der Skala \& Anzahl der Stimmen pro Marke)}}{\text{Summe (Anzahl gültiger Stimmen)}}$$

Ein Wert von 1 würde bedeuten, dass alle Verbraucher bzw. Konsumenten sich über die Produktqualität dieser Marke begeistert äußerten. Ein Wert von 6 hingegen gäbe an, dass die befragten Verbraucher bzw. Konsumenten nicht zufrieden mit der Markenqualität wären.

Anhand der Mittelwerte je Markenartikel wird ein Ranking über alle untersuchten Markenartikel innerhalb einer Warengruppe erstellt.

## Auszeichnung

Insgesamt werden 1.426 Markenartikel untersucht. Die jeweiligen Hersteller-, Handels- oder auch Dachmarken werden anhand ihrer Produkteigenschaften 105 Warengruppen bzw. Kategorien zugeordnet. Dabei können einzelne Marken (insbesondere Dachmarken) mehrmals abgefragt werden, wenn ihre Markenware in verschiedenen Warengruppen vertreten ist.

Die Markenartikel einer Hersteller-, Handels- oder Dachmarke mit dem höchsten Produktqualitätswert innerhalb einer Warengruppe bzw. Kategorie werden mit „TESTSIEGER“ gekennzeichnet. Die Auszeichnung „AUSGEZEICHNET“ erhalten innerhalb einer Kategorie alle Markenartikel, die über dem Mittelwert aller untersuchten Markenartikel dieser Warengruppe liegen. Markenartikel, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „AUSGEZEICHNET“ bewerteten Markenartikel liegen, erhalten innerhalb dieser Warengruppe ein „HERAUSRAGEND“.