

SWISS BRAND OF THE YEAR 2019/20

Schweizer Marken-Monitor

Kundenzufriedenheit

Produkt-Segment: Erfrischungsgetränke

SIQT | Schweizer Institut für Qualitätstests
Zürich
Qualitaetstest.ch

Marken-Monitor: Ergebnisse „Erfrischungsgetränke“

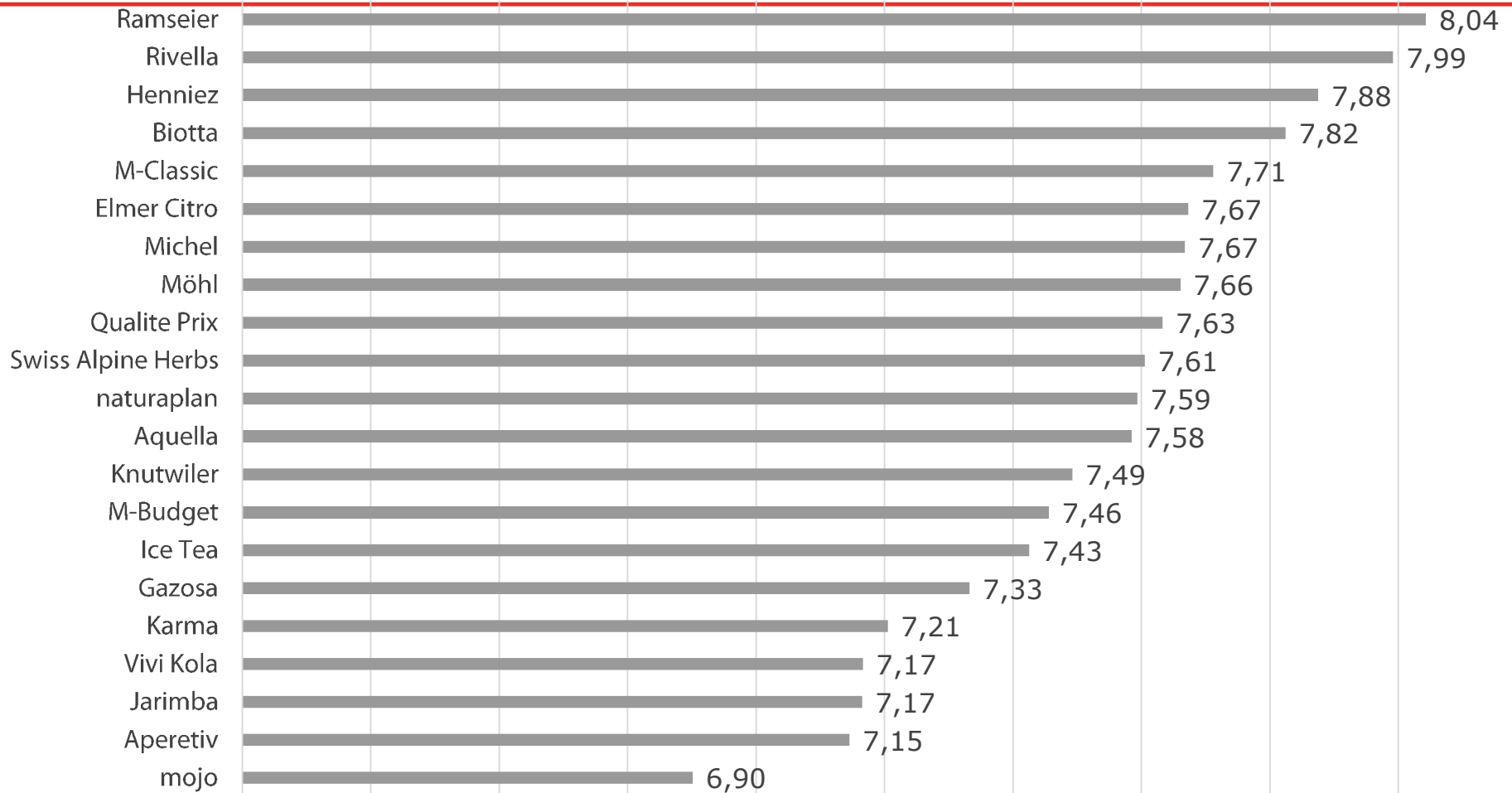
Im „Marken-Monitor Kundenzufriedenheit“ wurden knapp 3'000 Schweizer Verbraucher zu über 350 heimischen Marken aus 23 Produkt-Segmenten befragt. Bewertet wurden Qualität, Preis-Leistung sowie in ausgewählten Branchen auch die Innovativität der Marken. Zusätzlich wurde ermittelt, wie sehr die Konsumenten der jeweiligen Marke vertrauen.

Nachfolgend sind die Ergebnisse des Produkt-Segments „Erfrischungsgetränke“ dargestellt, in dem über 3'100 Bewertungen zu insgesamt 21 Erfrischungsgetränke-Marken auf einer 10stufigen Skala (1=sehr schlecht/10=sehr gut) abgegeben wurden.

Die Gesamt-Kundenzufriedenheit (Folie 3) ergibt sich als gewichteter Mittelwert aus den im Steckbrief (Folie 6) dargestellten Teilkategorien.



Neben den Marken mit dem höchsten Score-Wert («1. Platz») wurden auch die TOP 5 Marken jeweils in der Gesamtwertung und in den Teilkategorien mit dem Prädikat «Ausgezeichnet» ausgewiesen – und zu den SWISS BRANDS OF THE YEAR 2019/20 gekürt.

Ranking Kundenzufriedenheit (Gesamtergebnis)





Score-Werte auf der Skala von 10 (Sehr gut) bis 1 (Sehr schlecht). Kundenzufriedenheit als gewichteter Mittelwert der im Steckbrief (Folie 6) dargestellten Teilkategorien.

Ergebnisse im Vergleich (1/2)

 1. Platz
 «Ausgezeichnet» / TOP 5

	Aperitiv	Aquilla	Biotta	Elmer Citro	Gazosa	Henniez	Ice Tea	Jarimba	Karma	Knutwiller
Kunden-zufriedenheit	7,15	7,58	7,82	7,67	7,33	7,88	7,43	7,17	7,21	7,49
Qualität	7,24	7,82	8,34	7,85	7,48	8,20	7,41	7,20	7,62	7,63
Preis-Leistung	7,01	7,52	6,89	7,29	7,08	7,28	7,42	7,15	6,53	7,20
Kundenvertrauen	7,10	7,10	7,94	7,78	7,33	7,97	7,46	7,10	7,18	7,59

Ergebnisse im Vergleich (2/2)

 1. Platz
 «Ausgezeichnet» / TOP 5

	M-Budget	M-Classic	Michel	Möhl	Mojo	Naturaplan	Qualité Prix	Ramseier	Rivella	Swiss Alpine Herbs	Vivi Kola
Kunden-zufriedenheit	7,46	7,71	7,67	7,66	6,90	7,59	7,63	8,04	7,99	7,61	7,17
Qualität	7,22	7,75	8,14	7,87	7,11	7,96	7,74	8,33	8,26	7,89	7,34
Preis-Leistung	7,81	7,57	6,86	7,25	6,59	6,87	7,43	7,49	7,41	7,10	6,85
Kundenvertrauen	7,51	7,82	7,69	7,74	6,85	7,76	7,69	8,15	8,20	7,66	7,21

Studien-Steckbrief

VORGEHEN

Methodik	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenzufriedenheitsumfrage auf Basis eines Online-Access-Panels • 2'933 Panelisten - 53,4% m / 46,6% w - 18-65 Jahre • Gesamt-Anzahl Bewertungen: 51'067 • Datenerhebung: September 2019
Durchführung	<ul style="list-style-type: none"> • Kategorie Erfrischungsgetränke: 3'157 Bewertungen zu 21 Marken • Bewertung der Teilkategorie-Items (siehe rechts) auf einer 10-stufigen Skala • Ausweisung von Marken nur bei Vorliegen von mindestens 100 Bewertungen
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenzufriedenheit als gewichteter Mittelwert der Teilkategorien • Marken mit dem höchsten Score-Wert (Gesamt oder Kategorie) führen im Siegel «1. Platz» (+ Kategorie) • Die Kennzeichnung «Ausgezeichnet» weist die TOP 5 Marken jeweils in der Gesamtwertung und in den Teilkategorien aus

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Kriterien	Gewichtung
Qualität	50%
Preis-Leistung	30%
Kundenvertrauen	20%
Summe	<u>100%</u>

SIQT im Profil

Das Schweizer Institut für Qualitätstests (SIQT) verfolgt zwei Ziele:

- Unterstützung von Verbrauchern bei ihren Entscheidungen – auf Basis objektiver Analysen
- Unterstützung von Unternehmen zur Verbesserung ihrer Beratungs-, Service- und Produktqualität – auf Basis objektiver Wettbewerbsvergleiche

Die Untersuchungsmethodik wird entsprechend den Prüfobjekten gewählt. Einerseits werden objektive Prüfmethode genutzt, zum Beispiel Tests nach einheitlichen Verfahren, Laboranalysen und Mystery Shopping. Ebenfalls werden subjektive Verfahren genutzt, wie repräsentative Befragungen von Kunden oder Marktteilnehmern.

SIQT agiert vollständig anbieterunabhängig und führt alle Untersuchungen neutral auf Basis der von Experten entwickelten Kriterien durch.