



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Haushaltsgerätemarkt: Traditionsmarken mit Stärken



**Ein Großteil der Haushaltsgeräte wird im Elektrofachgeschäft erworben. Traditionsmarken präsentieren sich als Benchmarks bei den Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenverhalten oder Kundenstruktur.**

*Esslingen am Neckar, 11. Oktober 2019* – Die ‚Studie Unternehmensprofile Haushaltsgeräte 2019‘ analysiert Struktur und

Verhalten der Kunden 15 namhafter Haushaltsgerätemarken von Bauknecht bis Vorwerk. In der Kennzahlengruppe Marktanteile nehmen Bosch und Siemens eine besondere Stellung ein. Beide Hersteller verfügen über die größten Marktanteile im Haushaltsgerätemarkt und sind bei beiden Geschlechtern gleichermaßen beliebt. Die Popularität wird sich laut der angegebenen Kaufabsicht fortsetzen, denn über ein Drittel der befragten Kunden plant, ein Gerät von einer dieser beiden Traditionsmarken zu erwerben.

Bei den Kennzahlen des Kundenverhaltens setzt unter anderem die Marke Braun Maßstäbe. So verzeichnet die Marke bei der Empfehlungsquote einen deutlich überdurchschnittlichen Anteil. Zudem reagieren die Kunden der Marke insgesamt weniger preissensibel.

In der dritten Kennzahlengruppe, der Kundenstruktur, ist Miele einer der Branchenbenchmarks. Mit einer Kundenausschöpfung von 68 Prozent ist Miele in dieser Disziplin die erfolgreichste Marke. Zudem verfügt die Marke über den höchsten Anteil an Kunden mit einem jährlichen Haushalts-Bruttoeinkommen von über 60.000 Euro.

Ein Großteil der Haushaltsgeräte wird im Elektrofachgeschäft erworben. Zwischen 30 und 62 Prozent der Produktkäufe entfallen bei den einzelnen Marken auf diesen Kaufort. Eine große Bedeutung haben hier die Filialisten EP, Expert, MediaMarkt oder Saturn. Auf reine Onlinehändler wie Amazon, Ebay, Neckermann oder Otto entfällt etwas mehr als ein Drittel der Haushaltsgerätekäufe.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Unternehmensprofile Haushaltsgeräte 2019“ von *research tools* gibt auf 124 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 15 Haushaltsgerätemarken auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Erwerbsabsicht zeigen Unterschiede der Unternehmen auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-haushaltsgeraete-2019>

#### **Der Studienherausgeber:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

**Pressekontakt:**

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)