„Branchen-Monitor Haushaltsgroßgeräte 2018/19“
Hohe Markenaffinität

Montag, 12.11.2018

Beim Kauf von Haushaltsgroßgeräten zeigt sich die Mehrheit der Deutschen markenaffin – gleichzeitig aber auch preissensibel. Dieses zentrale Ergebnis liefert jetzt die Studie „Branchen-Monitor Haushaltsgroßgeräte 2018/19“ von Marketmedia24. 1.000 Konsumenten zwischen 18 und 80 Jahren, die in den letzten drei Jahren Haushaltsgroßgeräte gekauft haben bzw. in absehbarer Zeit kaufen wollen, beantworteten dazu die Fragen der Marktforscher.

Demnach liegt die Anschaffungsbereitschaft für neue Kühl-/Gefrierkombinationen durchschnittlich bei 501,72 Euro. Die höchste Anschaffungsabsicht zeigt sich laut Studie für Waschmaschinen (Frontlader).

Auffallend stark ausgeprägt ist außerdem das Markenbewusstsein der Deutschen – so liegt der Bekanntheitsgrad von AEG in den Top-Ten Listen aller betrachteten Produktgruppen in keinem Fall unter 78%.

Die vollständigen Ergebnisse der Konsumentenforschung sind veröffentlicht im „Branchen-Monitor Haushaltsgroßgeräte 2018/19“. Die neue Studie umfasst mehr als 230 Seiten mit 135 Charts und ist zum Preis von netto 850,00 Euro per Mail über studien@marketmedia24.de zu beziehen.

Hohe Markenaffinität

Links

- Marketmedia24