

Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ)  
August-Schanz-Str. 21 A, 60433 Frankfurt  
Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Rolf Henning  
Tel. 069/ 9 54 24-170, Fax: 069/ 9 54 24-296  
E-mail: rh@dgq.de, Internet: www.dgq.de

---

## **Presse-Information**

09/05/05/ Q-HH

---

### **DGQ-Blitzumfrage ergibt:**

#### **Hamburger halten Qualität für sehr wichtig**

#### **Drei Viertel der Verbraucher würden für Qualität mehr Geld ausgeben**

Hamburg/ Frankfurt, 24. Mai 2005

**„Die Parole ´Geiz ist geil` hat bei den Verbrauchern ausgedient. ´Qualität hat ihren Preis` kennzeichnet eine neue Verbrauchereinstellung gegenüber Produkten und Dienstleistungen.“ Das sagt Dr. Wolfgang Kaerkes, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ), Frankfurt. Denn Hamburger Verbraucher halten Qualität für sehr wichtig. Gut zwei Drittel sind der Meinung, Qualität in Produkten und Dienstleistungen sollte selbstverständlich sein. Drei Viertel wären sogar bereit, für Qualität mehr zu bezahlen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Blitzumfrage „Qualität in Hamburg“, die das Mainzer Marktforschungsinstitut Forum im Auftrag der DGQ Mitte Mai in Hamburg durchgeführt hat. Anlass war die Eröffnung der DGQ-Landesgeschäftsstelle Nord am 24. Mai in Hamburg.**

Danach verbinden 31 % der Befragten „positive Produkteigenschaften“, wenn sie spontan an Qualität denken. Weitere 27 % verbinden mit Qualität „fehlerfreie Produkte“, 21 % einen „teuren Preis“, 16 % „Zuverlässigkeit“ und 13 % „Kundenzufriedenheit“. 47 % äußerten sich unterschiedlich: mit Qualität verbanden sie „Gütesiegel“, „Autobranche“, „Computer“, „deutsche Wertarbeit“ sowie „Wohnung, Kleidung und Lebensqualität“.

Der Aussage, dass Qualität in Produkten und Dienstleistungen selbstverständlich ist, stimmten insgesamt 64,2 % zu, davon 44 % vollständig, 20 % eher zu. Waren hier 27 % unschlüssig, so stimmten dem nur 8 % überhaupt nicht zu.

Auch ist die überwiegende Mehrheit von 77,1 % der Befragten bereit, für Qualität mehr zu bezahlen. Davon stimmten 39,9 % dieser Aussage voll und ganz zu, weitere 37,2 % stimmten eher zu. Unschlüssig zeigten sich 16,2 %, während 6,7 % nicht bereit sind, für Qualität mehr Geld auf den Tisch zu legen.

Insbesondere Frauen sind bereit, für Qualität mehr auszugeben. Dazu bekannte sich nahezu die Hälfte. Zurückhaltender zeigten sich in diesem Punkt die Männer, denn nur ein knappes Drittel war voll und ganz bereit, für Qualität einen höheren Preis zu akzeptieren. Bei der Frage, ob die Aussage eher zutrefte, ergab sich ein umgekehrtes Verhältnis. Hier konnten sich 43,5 % der Männer vorstellen, Qualität auch über einen höheren Preis zu honorieren, wozu Frauen wiederum nur zu einem Drittel bereit waren. „Frauen akzeptieren spontan einen höheren Preis für Qualität, Männer erst nach einigem Überlegen“, interpretiert DGQ-Geschäftsführer Dr. Wolfgang Kaerkes dieses Teilergebnis.

Befragt wurden 150 repräsentativ ausgewählte Hamburger Bürger, davon 47 % männliche und 56 % weibliche. Mehr als die Hälfte nannte als Bildungsabschluss die mittlere Reife oder das Abitur. Knapp über die Hälfte der Befragten gab an, ein Jahreseinkommen unter 25.000 Euro zu beziehen, während das Einkommensniveau der anderen Hälfte über 25.000 Euro lag.

Fällt die Einschätzung über die Bedeutung von Qualität bei Hamburger Bürgern eindeutig positiv aus, so verändert sich das Bild Hamburgs im bundesweiten Vergleich als Qualitätsstandort mit den anderen Ländern leicht nach unten. Denn eine bundesweite DGQ-Forum-Umfrage unter 1000 repräsentativ ausgesuchten Verbrauchern hatte zum Jahresende 2004 ergeben, dass Bayern (72 %) das mit Abstand ausgeprägteste Qualitätsimage besitzt. Auf Platz zwei rangierte Baden-Württemberg (52 %) vor Nordrhein-Westfalen (24 %) und Sachsen (11%). Von den 16 Bundesländern belegte Hamburg mit Platz sieben einen Mittelrang (6 %).