

# **„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](mailto:studien@marketmedia24.de) zu beziehen.

## **Hohe Markenaffinität**

### **Links**

- [Marketmedia24](#)