

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Beratungsstudie: Hausnotrufdienste 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 02. Oktober 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

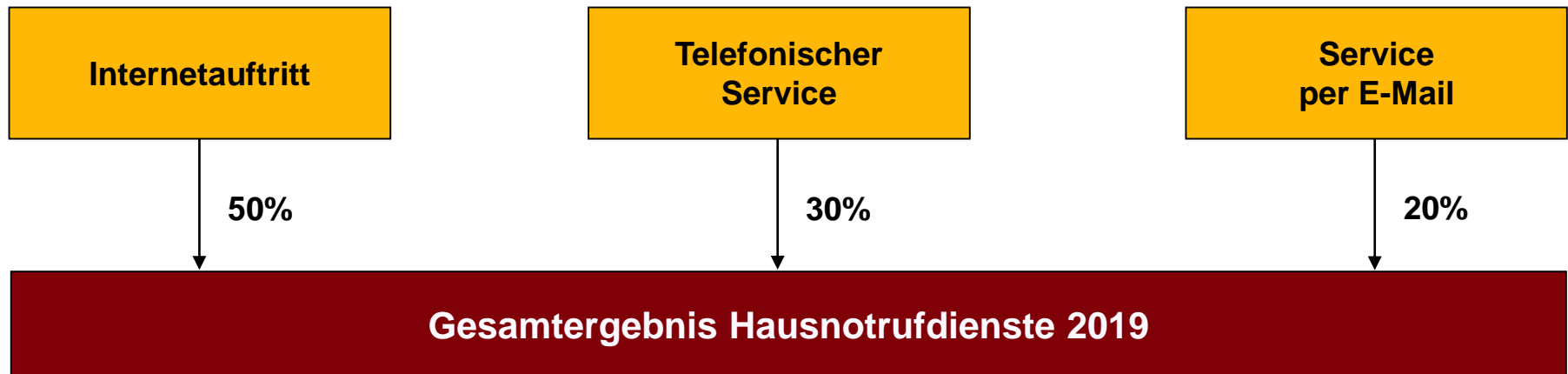
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Internetauftritt	13
Telefonischer Service	14
Service per E-Mail	15
6. Methodik	16
Anhang	27

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	9 Hausnotrufdienst-Anbieter
Studienzeitraum	Juni bis September 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 279 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 9 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 90 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 90 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 90 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

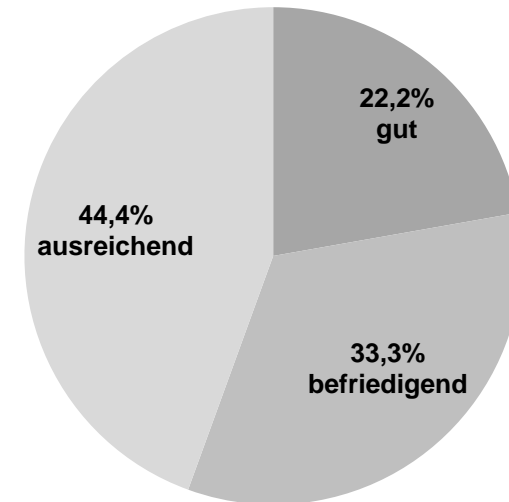
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Hausnotrufdienste			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Libify	74,9	gut
2	Vitakt	74,0	gut
3	Malteser	64,6	befriedigend
4	Die Johanniter	62,5	befriedigend
5	Volkssolidarität	61,4	befriedigend
6	Arbeiter-Samariter-Bund	57,1	ausreichend
7	Sonotel	53,5	ausreichend
8	Deutsches Rotes Kreuz	51,0	ausreichend
9	Zembro	46,9	ausreichend
Branche (Mittelwert)		60,6	

Verteilung der Qualitätsurteile**



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Hausnotrufdienste 100%			Internet- auftritt 50%		Telefonischer Service 30%		Service per E-Mail 20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Libify	74,9	1	83,8	4	68,9	3	61,7
2	Vitakt	74,0	2	75,2	5	68,4	1	79,4
3	Malteser	64,6	4	70,6	6	67,4	7	45,2
4	Die Johanniter	62,5	5	67,8	8	61,3	6	50,7
5	Volkssolidarität	61,4	9	51,3	1	73,7	2	68,0
6	Arbeiter-Samariter-Bund	57,1	8	54,9	7	64,4	4	51,6
7	Sonotel**	53,5	6	64,1	2	71,5	8	0,0
8	Deutsches Rotes Kreuz**	51,0	7	60,2	3	69,6	8	0,0
9	Zembro***	46,9	3	73,3	9	0,0	5	51,3
Branche (Mittelwert)		60,6	66,8		60,6		45,3	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen und erhielt daher null Punkte in diesem Teilbereich.

*** Das Unternehmen nahm im Testzeitraum weniger als die Hälfte der Telefonanrufe an und erhielt daher null Punkte in diesem Teilbereich.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Libify	Vitakt	Malteser
Internetauftritt	Libify	Vitakt	Zembro
Telefonischer Service	Volkssolidarität	Sonotel	Deutsches Rotes Kreuz
Service per E-Mail	Vitakt	Volkssolidarität	Libify

6. Methodik

Hintergrund der Studie

In Deutschland lebten Ende 2017 rund 83 Millionen Menschen, von denen 23,09 Millionen 60 Jahre oder älter waren – dies entsprach einem Anteil von circa 27,9 Prozent der gesamten Bevölkerung.* Besonders im höheren Alter steigt die Gefahr von Unfällen im Haushalt, Stürzen oder akuten Gesundheitsproblemen. Um im Notfall von zu Hause aus schnell Hilfe zu verständigen, gelten Hausnotrufgeräte inzwischen als zuverlässiges Mittel. Für alleinlebende, ältere, pflege- oder hilfsbedürftige Menschen stellen Hausnotrufdienste eine sinnvolle Lösung für den Ernstfall dar, insbesondere dann, wenn keine Familienangehörigen in der Nähe wohnen.**

Auf Knopfdruck per Funk, etwa über ein Armband oder eine Halskette mit Notfallknopf, kann ein Hilfsbedürftiger sofort einen Gesprächspartner der Hausnotrufzentrale kontaktieren. Die Hausnotrufzentrale kann auf den Hilferuf reagieren und den Hausarzt, Angehörige, einen ambulanten Pflegedienst oder den Rettungsdienst verständigen.

Doch bevor Kunden den Hausnotrufdienst zu Hause installieren, stellt sich nicht nur die Frage, für welches Gerät man sich entscheiden, sondern auch, welchem Hausnotruf-Dienstleister man vertrauen soll. Das Ziel dieser Studie war es daher, den Hausnotrufdienst mit der besten Interessenten-Beratung und dem besten Service zu küren.

* Vgl. Statistisches Bundesamt (2018): Bevölkerung - Zahl der Einwohner in Deutschland nach Altersgruppen am 31. Dezember 2017, online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1365/umfrage/bevoelkerung-deutschlands-nach-altersgruppen/> und vgl. Statistisches Bundesamt (2018): Bevölkerung - Entwicklung der Einwohnerzahl von Deutschland von 1990 bis 2017, online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2861/umfrage/entwicklung-der-gesamtbevoelkerung-deutschlands/> (Abrufdatum: jeweils 21.06.2019).

** Vgl. Das Hautnotruf Magazin (o. J.): Hausnotruf – Hausnotrufsystem & Hausnotrufdienst, online unter: <http://hausnotruf-magazin.de/> (Abrufdatum: 21.06.2019).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden freigemeinnützige Verbände wie auch private Anbieter analysiert. Berücksichtigung fanden ausschließlich Unternehmen, welche ihre Dienstleistung bundesweit beziehungsweise in weiten Teilen Deutschlands anboten. Die Auswahl der Testkandidaten erfolgte über eine detaillierte Internetrecherche unter Berücksichtigung zahlreicher branchenrelevanter Quellen.*

Die Untersuchung umfasste folgende neun Anbieter (in alphabetischer Reihenfolge):

- Arbeiter-Samariter-Bund
- Deutsches Rotes Kreuz
- Die Johanniter
- Libify
- Malteser
- Sonotel
- Vitakt
- Volkssolidarität
- Zembro

* Vgl. u.a. <https://service.pflege.de/>, <https://produkte-im-test.de/hausnotrufdienste-im-test/>, <https://www.test.de/Hausnotrufe-im-Test-4270637-0/>, https://www.testberichte.de/testsieger/level3_hilfs_und_gesundheitseinrichtungen_hausnotrufdienste_889.html (Abrufdatum: jeweils 13.06.2019).

6. Methodik

Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus dem Produktbereich der Hausnotrufdienste. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Ablauf eines klassischen Hausnotrufs
- Kostenübernahme durch die Pflegekasse
- Funktionsfähigkeit bei Stromausfall
- Installation des Hausnotrufdienstes
- Preiszusammensetzung und mögliche Zusatzleistungen
- Akkuleistung der Basisstation
- Eignung des Hausnotrufdienstes bei Demenzerkrankung
- Auslösen des Notrufknopfes aus dem Garten
- Technische Voraussetzungen für die Inbetriebnahme des Dienstes

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetauftritt		100,0%
Inhaltsanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Inhaltsanalyse Internet		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Leistungsbeschreibung/Erläuterung des Dienstes	5,0%	
Kostenangaben/Preisliste	5,0%	
Informationen über mögliche Kostenübernahme (z. B. Pflegekasse)	4,0%	
Geräteinformationen:		
Vorstellung der Funktionsweise	3,0%	
Hinweise zur Installation und Bedienung	3,0%	
Hinweis, ob Anschlusskosten anfallen	3,0%	
Rufnummer bei Geräteproblemen (Technischer Support)	4,0%	
Infobroschüre (Zusendung per Post/per E-Mail/zum Download)	3,0%	
Online-Vertragsabschluss möglich	3,0%	
Online-Terminvereinbarung für Beratung zuhause möglich	2,0%	
Anzahl Klicks bis zur Anleitung des Dienstes	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Preisliste	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Info über Kostenübernahme	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

6. Methodik

Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
Arbeiter-Samariter-Bund	www.asb.de	0221 476050	info@asb.de / Kontaktformular
Deutsches Rotes Kreuz	www.drk.de	08000 365000	drk@drk.de / Kontaktformular
Die Johanniter	www.johanniter.de	0800 3233800	info@johanniterorden.de / info@johanniter.de / Kontaktformular
Libify	www.libify.com	089 21768359 / 089 416147980	info@libify.de / service@libify.com
Malteser	www.malteser.de	0800 9966001	malteser@malteser.org / Kontaktformular
Sonotel	www.sonotel.de	040 86666410 / 04103 1888910	mail@sonotel.de / Kontaktformular
Vitakt	www.vitakt.com	05971 934356	info@vitakt.com / Kontaktformular
Volkssolidarität	www.volkssolidaritaet.de	0385 30347303 / 0371 90993993 / 0180 2192000	hausnotruf-nord@volkssolidaritaet.de / info@hausnotruf-chemnitz.de / Kontaktformular
Zembro	www.zembro.com	0800 7244932	service@zembro.com
Testzeitraum	4. Juli – 15. August 2019	4. Juli – 15. August 2019	9. Juli – 9. August 2019

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	28
Positiv	28
Negativ	29
B. Internetauftritt	30
C. Telefonischer Service	31
D. Service per E-Mail	32
E. Allgemeine Methodik (Servicetests)	33

E. Allgemeine Methodik

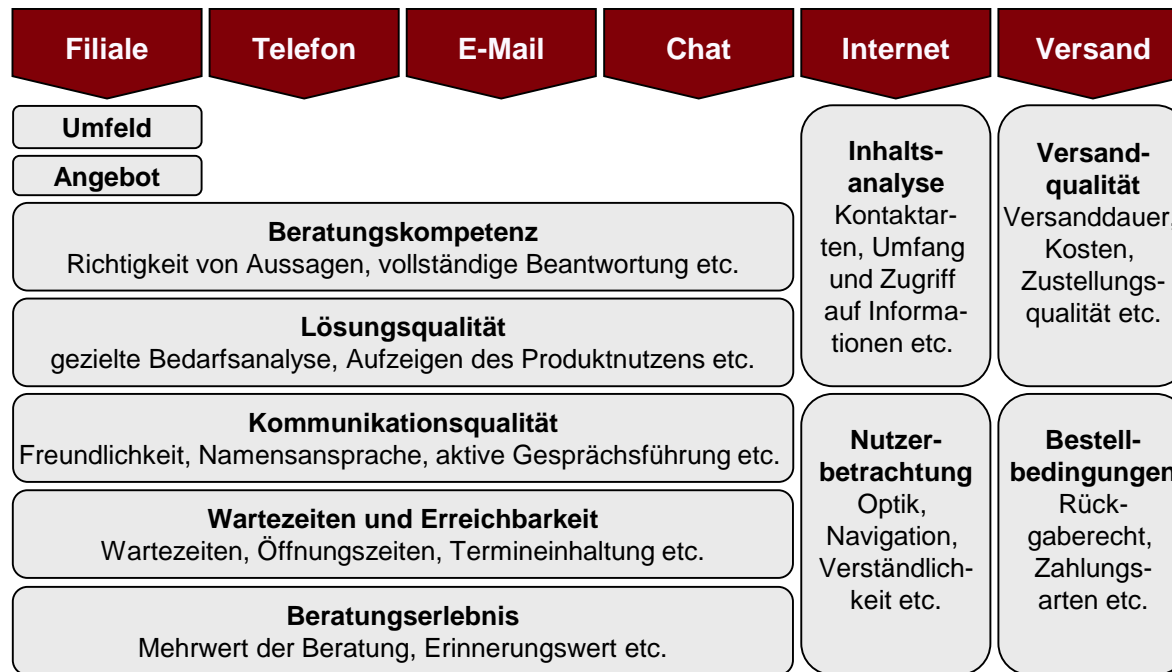
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

E. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“