

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Servicestudie: EMS-Studios 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 8. November 2021

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.).

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 / ntv 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
Beratung und Probetraining	13
Trainingsbedingungen / Angebot	16
Telefonische Terminvereinbarung	17
Methodik	18
Anhang	30

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber

Nachrichtensender ntv

Studienumfang

6 überregionale EMS-Studio-Ketten

Studienzeitraum

Juli bis September 2021

Studienkonzept

Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)

Analysebereiche

Service (einschließlich Trainingsbedingungen und Angebot)

Serviceanalyse

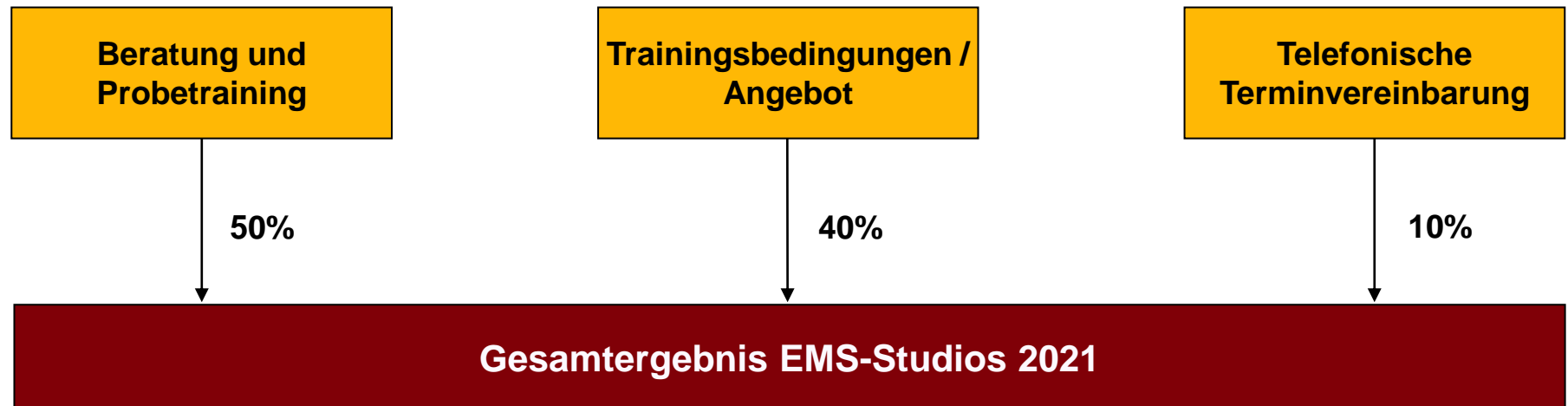
Mystery-Tests, insgesamt 60 Servicekontakte (10 je Anbieter)

Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche:

- 30 Vor-Ort-Tests (5 je Anbieter)
 - Beratung und Probetraining (Beratungskompetenz, Lösungsqualität, Kommunikationsqualität, Qualität des Probetrainings, Wartezeiten und Erreichbarkeit, Beratungserlebnis)
 - Trainingsbedingungen / Angebot (Qualität des Umfelds, Trainingsangebot)
- 30 Analysen der telefonischen Terminvereinbarung (5 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis EMS-Studios			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	EMS-Lounge	89,9	sehr gut
2	Terra Sports	89,6	sehr gut
3	25 Minutes	88,6	sehr gut
4	Körperformen	87,4	sehr gut
5	Fitbox	84,9	sehr gut
6	Bodystreet	84,7	sehr gut
	Branche (Mittelwert)	87,5	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis EMS-Studios 100%			Beratung und Probetraining 50%		Trainingsbe- dingungen / Angebot 40%		Telefonische Termin- vereinbarung 10%							
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*						
1	EMS-Lounge	89,9	2	89,8	2	91,1	3	85,9						
2	Terra Sports	89,6	3	89,1	1	91,2	2	86,1						
3	25 Minutes	88,6	1	90,1	4	88,1	4	83,3						
4	Körperformen	87,4	4	86,6	3	88,1	1	88,7						
5	Fitbox	84,9	6	85,0	6	86,4	5	78,0						
6	Bodystreet	84,7	5	86,1	5	87,0	6	68,3						
Branche (Mittelwert)		87,5				87,8				88,7				81,7

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.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	EMS-Lounge	Terra Sports	25 Minutes
Beratung und Probetraining	25 Minutes	EMS-Lounge	Terra Sports
Trainingsbedingungen / Angebot	Terra Sports	EMS-Lounge	Körperformen
Telefonische Terminvereinbarung	Körperformen	Terra Sports	EMS-Lounge

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Die beliebteste sportliche Freizeitaktivität der deutschen Bevölkerung ist der Besuch des Fitnessstudios*. Körperliche Fitness wird der Bevölkerung immer wichtiger**, nicht nur aus gesundheitlichen Gründen, Fitness liegt im Trend. Das beweist die kontinuierlich steigende Anzahl an Fitnessstudios*** und auch neuen Fitnessarten. Seit einigen Jahren erobern auch EMS-Studios den deutschen Markt. EMS steht für Elektrische Muskelstimulation (oder auch Ganzkörper-Elektromyostimulation) und bezeichnet das Ausführen von Fitnessübungen mit zusätzlicher elektrischer Muskelstimulation. Ursprünglich zu medizinischen Zwecken und zur Rehabilitation angewendet, ist EMS inzwischen im kommerziellen Freizeitsport angekommen.

Die Trainingsform bedarf spezieller Geräte zur elektrischen Muskelstimulation und wird hauptsächlich von spezialisierten Studios angeboten. Bei der Auswahl des richtigen EMS-Studios und passenden Trainers gibt es viel zu beachten. Um Risiken zu vermeiden und Interessierten ein sicheres, effektives und gesundheitsförderndes Training empfehlen zu können, sollte diese Studie eine umfassende Analyse in Hinblick auf Beratung, Trainingsbetreuung und Ausstattung in EMS-Studios liefern. Dadurch sollten die EMS-Studios mit dem besten Service in ganz Deutschland ausgezeichnet werden. Das Ziel der Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität war es, auf dieser Basis den Testsieger „EMS-Studios 2021“ zu ermitteln.

* Vgl. IfD Allensbach (2020): Beliebteste Hobbys, Freizeitaktivitäten und Sportarten in Deutschland nach häufiger Ausübung in den Jahren 2018 bis 2020. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171168/umfrage/haeufig-betriebene-freizeitaktivitaeten/> (zuletzt abgerufen: 02.07.2021)

** Vgl. IfD Allensbach (2020): Anzahl der Personen in Deutschland, denen körperliche Fitness sehr wichtig ist, von 2016 bis 2020 (in Millionen). Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/264790/umfrage/bedeutung-koerperlicher-fitness-in-deutschland/> (zuletzt abgerufen: 02.07.2021)

*** Vgl. DSSV, Deloitte & Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) (2021): Eckdaten 2021, Anlagenentwicklung 2016 - 2020. Online unter: <https://www.dssv.de/presse/statistik/deutscher-fitnessmarkt/> (zuletzt abgerufen: 02.07.2021)

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurde der Service ausgewählter EMS-Studio-Ketten einer eingehenden Analyse unterzogen. Die Auswahl der Unternehmen erfolgte unter Berücksichtigung von Veröffentlichungen des Arbeitgeberverbands deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen*, dem Verlag fitness MANAGEMENT** und newSystems, dem Fachmagazin für den EMS-Markt***.

In das Sample wurden die größten überregionalen EMS-Studio-Ketten Deutschlands unter einheitlichem Markenauftritt und mit mehr als 15 Filialen aufgenommen. Nicht berücksichtigt wurden EMS-Anlagen in allgemeinen, nicht spezifizierten Fitnessstudios, Anlagen oder Ausstattung für den Heimgebrauch, sowie Studios, die nur einen regionalen Fokus aufweisen.

Die Untersuchung setzte sich aus den folgenden sechs Anbietern zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- 25 Minutes
- Bodystreet
- EMS-Lounge
- Fitbox
- Körperformen
- Terra Sports

* DSSV e. V. Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (2019): Übersicht der Kettenanlagen >20 Anlagen in Deutschland. Online unter: https://www.dssv.de/fileadmin/Statistik/DSSV_Kettenanlagen_ueber_20__2020.pdf (zu-letzt abgerufen: 02.07.2021)

** fitness Management (2018): Der deutsche EMS-Markt. Online unter: <https://www.fitnessmanagement.de/fitness/der-deutsche-ems-markt> (zuletzt abgerufen: 02.07.2021)

*** Online unter: <https://www.newsystems.online/> (zuletzt abgerufen: 02.07.2021)

6. Methodik

Vorgehensweise

- Die Tests fanden vom 28. Juli bis zum 31. August 2021 in 15 verschiedenen deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Filialen in Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt getestet.
- Für alle Beratungsgespräche mit Probetraining wurde vorab telefonisch ein Termin zum Probetraining vereinbart.
- Um die Kompetenz der Beratenden hinsichtlich eines gesundheitlich orientierten Trainings zu prüfen, wurden sowohl bei der Beratung als auch beim Probetraining Fachfragen gestellt. Dafür verwendeten die speziell geschulten Testkundinnen und -Kunden spezifische Rollenspiele in Form von Fragestellungen aus dem Gegenstandskontext. Die Rollenspiele waren insofern standardisiert, als dass sie bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz kamen.

6. Methodik

Rollenspiele

- **Rollenspiel A – Beratung Einsteiger, Tester (bis 50 Jahre):** Er gab an, keine nennenswerte sportliche Vorerfahrung zu haben und sich für EMS Training zu interessieren. Er erfragte, welche positiven Effekte EMS auf den Körper haben kann und wie häufig man als Einsteiger trainieren sollte.
- **Rollenspiel B – Beratung Einsteiger, Testerin (bis 50 Jahre):** Sie sagte, noch keine Erfahrungen mit EMS-Training gesammelt zu haben. Sie wollte wissen, wo EMS seine Ursprünge hat und ob man vor den Stromstößen Angst haben muss (etwa um die Herzgesundheit).
- **Rollenspiel C – sportlich wenig aktive Person:** Die Fitness-Interessierte ließ sich im Studio beraten. Dabei fragte sie, welche Regeln es für das EMS-Training gibt – bezüglich der Sicherstellung der richtigen Durchführung bzw. Ausbildung der Trainerinnen und Trainer. Zudem interessierte sie, ob Muskelkater ein gutes Zeichen für effektives EMS-Training sei.

6. Methodik

Rollenspiele

- **Rollenspiel D – sportlich aktive Person:** Die interessierte Person hatte zwar schon einige Erfahrungen in puncto Fitness-Training gesammelt, hat allerdings noch nie EMS ausprobiert. Sie wollte wissen, wieso EMS-Training zusätzlich zum Training im Fitness-Studio, etwa mit Gewichten, sinnvoll sein könne. Auch fragte sie, ob sie nach einer EMS-Einheit direkt weiter im konventionellen Fitness-Studio trainieren sollte.
- **Rollenspiel E – Person über 50 Jahre:** Die etwas in die Jahre gekommene Fitness-interessierte Person ließ sich im Studio zu einem individuell passenden Trainingsprogramm beraten. Dabei interessierte sie, warum EMS auch für die ältere Generationen empfehlenswert sei. Des Weiteren erfragte sie, ob man morgens am besten auf nüchternen Magen trainieren sollte.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining		
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	5,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	4,0%	
Strukturierte Beratung	3,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit des Trainers	3,0%	
Glaubwürdigkeit des Trainers	3,0%	
Transparente Kostendarstellung	3,0%	
Vertrauenswürdigkeit des Trainers	2,0%	
Hygienekompetenz	2,0%	
Lösungsqualität		15,0%
Darstellung des Produktnutzens (des Nutzens von EMS-Training, oder des Nutzens von Fitnesstraining allgemein)	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	2,0%	
Bewertung der Beraterempfehlung mit Blick auf die eigenen Ziele	3,5%	
Bereitschaft, Mitglied zu werden	3,5%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Persönliche Vorstellung des Trainers	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,0%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Blickkontakt	1,0%	
Freundlichkeit	2,0%	
Motivation	3,0%	
Der Trainer nahm sich genügend Zeit	1,5%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Qualität des Probetrainings		20,0%
Erläuterung des Ablaufs des Probetrainings	1,0%	
Analyse der bisherigen sportlichen Aktivitäten	2,0%	
Analyse der Trainingsziele und Wünsche	2,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining (Fortsetzung)	
Qualität des Probetrainings (Fortsetzung)	
Analyse der gesundheitlichen Verfassung	2,0%
a) Herz-Kreislauf (Beschwerden/Einschränkungen)	
b) Orthopädische Beschwerden	
c) Andere Vorerkrankungen/ärztliche Behandlungen	
Bedarfsgerechte Antworten	1,0%
Erklärung des EMS-Geräts/Elektrodenanzugs durch den Trainer	3,0%
Trainer dauerhaft auf den Trainierenden konzentriert	3,0%
Übungsanleitung: Demonstration/Korrektur durch den Trainer	2,0%
Detaillierte Frage nach empfundener Intensität der elektrischen Stimulation (z. B. mittels einer Skala)	2,0%
Frage nach körperlichen Befinden nach Probetraining	2,0%

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Beratung und Probetraining (Fortsetzung)		
Wartezeiten und Erreichbarkeit		10,0%
Wartezeiten bis zur Beratung (Mit Terminvereinbarung: Zeit ab vereinbartem Termin bis Gesprächsbeginn/Probetraining)	4,0%	
Gesprächsunterbrechungen (negative Bewertung)	2,0%	
Weitere Wartezeiten	1,0%	
Öffnungszeiten	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Trainingsbedingungen / Angebot		
Qualität des Umfelds		70,0%
Gestaltung der Räumlichkeiten	10,0%	
Raumatmosphäre	10,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	9,0%	
Sauberkeit und Zustand der Elektrodenanzüge	9,0%	
Beschaffenheit/Sauberkeit der Umkleidekabinen	9,0%	
Sauberkeit des Sanitärbereichs	9,0%	
Erscheinungsbild des Trainers	5,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Studios	4,5%	
Parkmöglichkeiten	3,0%	
Temporäre Kriterien (Covid-19):		
Hinweise und Schilder (z. B. zur Maskennutzung, Abstandsregelung)	0,5%	
Bereitstellung von Hygiene-Artikeln (z. B. Desinfektionsmittel)	0,5%	
Hygiene-Verhalten der Mitarbeiter	0,5%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Trainingsbedingungen / Angebot (Fortsetzung)		
Trainingsangebot		30,0%
Kostenloses Probetraining*	15,0%	
Kostenloser Fitnesstest**	5,0%	
Hinweis auf Qualifikation/Ausbildung des Trainers	3,0%	
Hinweis auf Trainingsplan (Trainingshäufigkeit)***	2,5%	
Bereich für Dehnübungen vor/nach EMS-Einheit	2,5%	
Kostenlose Duschen	2,0%	

* Spätere Anrechnung nicht als kostenlos, sondern als teils/teils gewertet

** Zum Beispiel Messung der Herzfrequenz, Überprüfung von Gleichgewicht, Muskelverkürzungen etc.

*** Wurde in der Beratung/im Probetraining angesprochen, Tester fragte ggf. aktiv nach

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonische Terminvereinbarung		
Kommunikationsqualität		55,0%
Vollständige Meldeformel	5,0%	
Positive Gesprächseröffnung	5,0%	
Namensansprache	5,0%	
Flexibilität bei der telefonischen Terminfindung	5,0%	
Aktive Gesprächsführung	7,5%	
Freundlichkeit	7,5%	
Gesprächsatmosphäre	5,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	
Akustische Verständlichkeit	5,0%	
Positive Verabschiedung	5,0%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		45,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	17,5%	
Durchschnittliche Wartezeit	17,5%	
Anteil Gespräche, die in 20 Sekunden angenommen wurden	10,0%	

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	31
B. Städteverzeichnis	33
C. Beratung und Probetraining	34
D. Trainingsbedingungen / Angebot	35
E. Telefonische Terminvereinbarung	36
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	37

B. Städteverzeichnis

- Berlin
- Bielefeld
- Dortmund
- Dresden
- Düsseldorf
- Frankfurt am Main
- Frechen
- Gelsenkirchen
- Gießen
- Hamburg
- Köln
- Leipzig
- München
- Nürnberg
- Viersen

F. Allgemeine Methodik

Servicetests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

F. 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“