

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie Hörgeräteakustiker 2009

Guter Service und sehr gute Kommunikationsqualität - Hörgeräte Seifert ist Testsieger

Hamburg, 04.12.2009 (ots) – Der Hörgerätemarkt befindet sich in einer starken Wachstumsphase. Die Zahl der älteren Menschen in Deutschland steigt. Zudem bekommen auch Jüngere zunehmend Hörprobleme, zum Beispiel durch zu laute Musik. Trotzdem ist Schätzungen zufolge nur ein Fünftel der Menschen in Deutschland, die ein Hörproblem haben, mit einer entsprechenden Hörhilfe ausgestattet. Doch welche Hörgeräteakustiker bieten guten Service? Wo werden Kunden freundlich und kompetent beraten? Wie umfassend ist das Sortiment?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte jetzt sieben große Hörgeräteakustiker mit mindestens 40 Filialen in Deutschland. Von jedem Unternehmen wurden jeweils zehn Filialen getestet – insgesamt umfasste die Untersuchung 70 Filialtest. Neben der Gestaltung und der Sauberkeit des Filial-Umfelds erfasste die Studie das allgemeine Serviceangebot. Zudem wurde die Kundenberatung auf Kompetenz, Freundlichkeit sowie den Aktivitätsgrad getestet. Das Angebot an Zusatz-Serviceleistungen floss ebenfalls in die Bewertung ein.

Zum Gesamtsieger wurde Hörgeräte Seifert gekürt und hatte die aktivsten Mitarbeiter. Auf Platz zwei folgte ganz knapp dahinter HörGut. iffland.hören. konnte sich den dritten Rang sichern. Das beste Ambiente konnte Fielmann vorweisen. Die höchste Kompetenz und Kommunikationsqualität zeigten die Mitarbeiter von KIND Hörgeräte.

Insgesamt bot die Branche einen guten Service. Die Unternehmen überzeugten insbesondere mit einer sehr guten Kommunikationsqualität, ein Unternehmen war sogar ausgezeichnet. „In über 90 Prozent der Beratungen waren die Mitarbeiter stets freundlich und gingen mit dem Thema Hörschädigung sehr sensibel um“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts. Positiv hervorzuheben ist auch, dass bei mehr als drei Viertel der Gespräche die Kundeberater ausführlich über die Vor- und Nachteile bestimmter Hörgeräte informierten. Die Akustiker waren in etwa der Hälfte der Gespräche sehr motiviert und wirkten ausgesprochen vertrauenswürdig.

Defizite waren bei der Bedürfnisanalyse erkennbar. Nach den persönlichen Preisvorstellungen erkundigten sich die Mitarbeiter in nur einem Fünftel der Filialen. Die Lebensgewohnheiten erfragte nur knapp ein Drittel der Berater und über das Arbeitsumfeld der Testkunden informierte sich nicht einmal die Hälfte. Fast 20 Prozent der Hörakustiker konnten keine konkrete Auskunft zu den Kosten geben, die von der Krankenkasse für ein Hörgerät übernommen werden.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de