

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Hörgeräteakustiker 2014

Gute Beratung, mäßige Präsentation – Amplifon ist Testsieger vor Kind Hörgeräte und Geers Hörakustik

Hamburg, 12.03.2014 – Hörprobleme können jedermann treffen: So zählt Lärmschwerhörigkeit zu den häufigsten Berufskrankheiten in Deutschland, und auch 14 Prozent der Jugendlichen haben laut der Fördergemeinschaft Gutes Hören schon leichte bis mittlere Hörminderungen. Einerseits gilt zwar: Hörgeräte werden technisch immer ausgereifter und auch vom Design her vielfältiger, doch andererseits bleibt der Beratungsbedarf durch Fachpersonal hoch. Das wirft Fragen auf: Welcher Hörgeräteakustiker berät die Kunden kompetent? Wo finden Betroffene ein breites Sortiment vor? Und in welchen Filialen sind die Angestellten zuvorkommend und freundlich? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das 13 Hörgeräteakustik-Ketten getestet hat.

Das in den Filialen präsentierte Angebot erwies sich als eine echte Schwäche der Branche. In vielen Ladengeschäften waren nur einzelne Exemplare von Standardgeräten ausgestellt. Teils wurde sogar vollständig auf eine Warenpräsentation verzichtet. Auch Sonderaktionen waren eine Seltenheit. „Es ist unverständlich, dass viele Filialen die Hörgeräte eher verstecken als präsentieren. Und in über 70 Prozent der Fälle fehlte auch eine Preisauszeichnung. Sich erst einmal unverbindlich einen Überblick zu verschaffen, war für die Kunden hier ein Ding der Unmöglichkeit“, moniert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Insgesamt fiel die Servicequalität der Branche allerdings gut aus. Dabei erzielten drei Hörgeräteakustik-Unternehmen das Qualitätsurteil „sehr gut“, die weiteren zehn getesteten Anbieter schnitten mit „gut“ ab. Auch im wichtigen Bereich der Beratungskompetenz wurde ein gutes Ergebnis erzielt. In über drei Viertel der 130 getesteten Filialen beantworteten die Mitarbeiter die Kundenfragen vollständig. Insgesamt kam es aber zu immerhin fünf Falsch-aussagen: Beim Thema Festbetrag der Gesetzlichen Krankenkassen für Schwerhörige wurden dem Kunden falsche Zuzahlungsbeträge genannt.

Zu den weiteren Stärken der Hörgerätespezialisten gehörte indes, dass die Berater sich für die Kunden viel Zeit nahmen und die Inhalte motiviert und glaubwürdig darstellten. Überzeugen konnte auch der Umfang an Zusatzservices: So zählten beispielsweise Hörtests, Batterie- und Schlauchwechsel oder ein Reparaturservice in allen untersuchten Filialen zum Standard.

Amplifon (Qualitätsurteil „sehr gut“) ging als Testsieger aus der Servicestudie „Hörgeräteakustiker 2014“ hervor. Das im Vergleich beste Angebot, die sehr gute Beratungskompetenz der Filialmitarbeiter und kundenfreundliche Zusatzservices wie zum Beispiel Hörtrainings oder kostenlose Hausbesuche waren die Hauptgründe für das sehr positive Gesamtergebnis. Den zweiten Platz belegte Kind Hörgeräte. In puncto Kompetenz bei den Beratungen vor Ort (Urteil: „sehr gut“) konnte kein Konkurrent dem Kind-Personal das Wasser reichen. Zudem zeichneten sich die Filialen durch besonders saubere und ansprechend gestaltete Räumlichkeiten aus. Auch bei den telefonischen Terminvereinbarungen überzeugte das Unternehmen. Geers Hörakustik positionierte sich auf Rang drei. Die Angestellten profilierten sich durch ihre Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sowie ihre professionellen Reaktionen auf Kun-

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

denbeschwerden. Bei der Beratungskompetenz erreichten die Mitarbeiter ein gutes Niveau. Das Angebot, das die Produktvielfalt umfasste, erwies sich als das zweitbeste im Test.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte 13 überregionale Hörgeräteakustik-Ketten. Auswahlkriterien waren unter anderem eine Mindestanzahl von 30 Filialen in Deutschland mit einheitlichem Markenauftritt sowie die Umsatzgröße. Basis der Untersuchung waren jeweils zehn verdeckte Testbesuche in unterschiedlichen Filialen jeder Kette. Im Vorfeld wurden zudem telefonische Terminvereinbarungen durchgeführt und ausgewertet. Insgesamt umfasste die Analyse 260 Testkontakte zu den Unternehmen. Im Fokus der Studie standen insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit der Angestellten, das zur Verfügung stehende Angebot, die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen sowie die Öffnungs- und Wartezeiten.

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

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.