DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

DOKUMENTATION – Zusammenfassung
Beratungsstudie: Apothekenkooperationen 2019

„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 1. August 2019

UNTERNEHMEN
KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

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

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

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Das Marktforschungsinstitut

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucher-orientiert, 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 Marktforschungs-methodik
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

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		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 vor Ort	13
	Telefonischer Service	21
6.	**Methodik**	**22**
Anhang		**32**

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

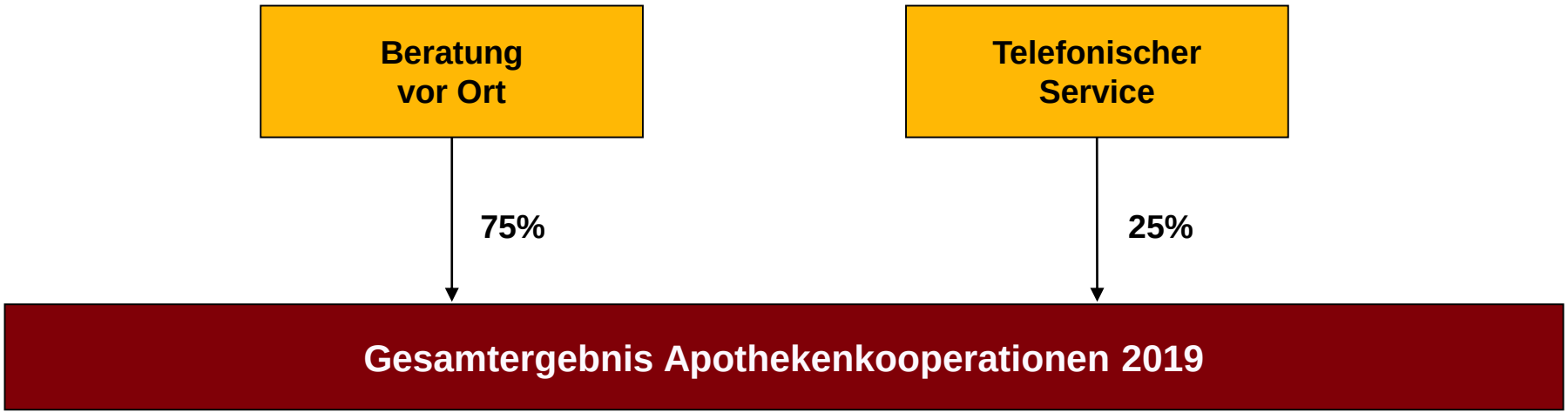
DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	11 Apothekenkooperationen
Studienzeitraum	April bis Juni 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Beratung
Beratungsanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 220 Servicekontakte (20 je Anbieter) ■ 110 Beratungsgespräche vor Ort (10 je Anbieter) Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: ■ Beratungskompetenz (Fachkunde, individuelle Beratung etc.) ■ Lösungsqualität (Gezielte Bedarfsanalyse etc.) ■ Kommunikationsqualität (Freundlichkeit, Motivation etc.) ■ Qualität des Umfelds (Raumgestaltung, Sauberkeit etc.) ■ Wartezeiten und Erreichbarkeit (Warte- und Öffnungszeiten) ■ Zusatzservices (Gesundheits-Check-Up, Geräteverleih etc.) ■ Beratungserlebnis (Gesprächsatmosphäre, Mehrwert etc.) ■ 110 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



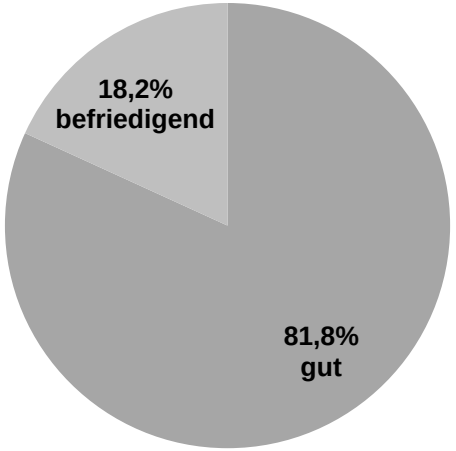
© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Apothekenkooperationen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Guten Tag Apotheke	76,1	gut
2	Gesund leben-Apotheken	76,0	gut
3	Natürlich	74,1	gut
4	Gesund ist bunt	73,0	gut
5	Easy Apotheke	72,6	gut
6	Linda Apotheken	72,0	gut
7	Alphega Apotheken	71,3	gut
8	Avie	71,2	gut
9	Mea - Meine Apotheke	70,6	gut
10	Pharma Privat Wave Plus	68,6	befriedigend
11	Cura-San	67,9	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	72,1	

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.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Apothekenkooperationen 100%			Beratung vor Ort 75%		Telefonischer Service 25%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	**Guten Tag Apotheke**	**76,1**	1	79,9	10	64,5
2	**Gesund leben-Apotheken**	**76,0**	2	79,5	9	65,5
3	**Natürlich**	**74,1**	3	74,9	2	71,6
4	**Gesund ist bunt**	**73,0**	4	74,5	4	68,4
5	**Easy Apotheke**	**72,6**	7	72,9	1	71,9
6	**Linda Apotheken**	**72,0**	5	74,1	7	65,8
7	**Alphega Apotheken**	**71,3**	6	73,1	8	65,6
8	**Avie**	**71,2**	9	71,6	3	70,3
9	**Mea - Meine Apotheke**	**70,6**	8	72,1	6	66,0
10	**Pharma Privat Wave Plus**	**68,6**	10	70,6	11	62,4
11	**Cura-San**	**67,9**	11	68,2	5	67,2
	Branche (Mittelwert)	**72,1**		73,8		67,2

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.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

4. Die besten Unternehmen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	**Guten Tag Apotheke**	Gesund leben-Apotheken	Natürlich
Beratung vor Ort	**Guten Tag Apotheke**	Gesund leben-Apotheken	Natürlich
Beratungskompetenz	Guten Tag Apotheke	Gesund leben-Apotheken; Natürlich	-
Lösungsqualität	Gesund leben-Apotheken	Guten Tag Apotheke	Alphega Apotheken
Kommunikationsqualität	Guten Tag Apotheke	Gesund ist bunt	Gesund leben-Apotheken
Qualität des Umfelds	Gesund leben-Apotheken	Gesund ist bunt	Easy Apotheke
Wartezeiten und Erreichbarkeit	Linda Apotheken	Pharma Privat Wave Plus	Alphega Apotheken
Zusatzservices	Natürlich	Gesund ist bunt	Guten Tag Apotheke
Beratungserlebnis	Guten Tag Apotheke	Gesund ist bunt; Linda Apotheken	-
Telefonischer Service	**Easy Apotheke**	Natürlich	Avie

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Hintergrund der Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Die Apotheken in Deutschland verzeichnen seit Jahren stetig steigende Umsätze. 2018 erzielten die Apotheken mit einem Gesamtumsatz von 50,8 Milliarden Euro (ein Plus von 1,7 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr) ein neues Rekordhoch.* Dabei entfallen mehr als 80 Prozent des Umsatzes auf rezeptpflichtige Arzneimittel sowie jeweils knapp zehn Prozent auf (rezeptfreie) apothekenpflichtige oder freiverkäufliche Arzneimittel und auf das apothekenübliche Randsortiment.**

Um sich im Wettbewerb untereinander sowie gegenüber den zahlreichen mittlerweile am Markt etablierten Online-Apotheken weiterhin behaupten zu können, bieten viele Vor-Ort-Apotheken neben einer individuellen Beratung der Kunden verschiedenste Aktionsangebote und Zusatzservices an. Außerdem schließen sich immer mehr Apotheken in Kooperationen zusammen und positionieren sich unter einer gemeinsamen Dachmarke. Gerade vor dem Hintergrund der sich wandelnden rechtlichen Bedingungen im deutschen und europäischen Apothekenmarkt kann dieser Zusammenschluss relevante Vorteile für die Apotheken mit sich bringen, etwa bessere Konditionen im Einkauf oder Unterstützung im Marketing.***

Doch bei welcher Apothekenkooperation erhalten die Kunden die beste Beratung vor Ort und am Telefon? Aufschluss darüber gibt die vorliegende Studie.

* ABDA (2019). Apothekenwirtschaftsbericht 2019. Abgerufen über Statista: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3221/umfrage/jaehrlicher-gesamtumsatz-der-apotheken-in-deutschland-seit-1995/ (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

** ABDA (2019). Apothekenwirtschaftsbericht 2019. Online unter: https://www.abda.de/fileadmin/assets/Pressetermine/2019/WiFo_2019/Apothekenwirtschaftsbericht_2019_DAV_Wifo_2019-05-08.pdf, S. 42. (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

*** IfH Köln (2015). Das Stimmungsbarometer der Apotheken in Deutschland. Abgerufen über Statista: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/466253/umfrage/wichtigste-leistungen-von-apothekenkooperationen/ (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungsumfang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Es wurden bedeutende, überregionale Apothekenkooperationen analysiert, die unter einer Dachmarke beziehungsweise mit einem gemeinsamen Co-Branding auftraten. Recherchebasis bildete der jährlich erscheinende „Kooperationskompass“.* Weiterführende Informationen wurden auf den jeweiligen Anbieter-Websites und via umfangreicher Internetrecherche herangezogen, etwa beim Bundesverband Deutscher Apothekenkooperationen e. V.** oder dem Branchenportal Apotheke adhoc.*** In das Sample wurden Apothekenkooperationen mit mindestens 80 Mitgliedern aufgenommen.

Die Untersuchung umfasste folgende elf Kooperationen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Alphega Apotheken
- Avie
- Cura-San
- Easy Apotheke
- Gesund ist bunt
- Gesund leben-Apotheken
- Guten Tag Apotheke
- Linda Apotheken
- Mea - Meine Apotheke
- Natürlich
- Pharma Privat Wave Plus

* Apo-Verlag AG in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift „Die erfolgreiche Apotheke“ (2019). Kooperationskompass. S. 16 ff. Online unter: http://www.d-e-a.eu/books/222.pdf (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

** Bundesverbands Deutscher Apothekenkooperationen e. V. (2019). Mitglieder. Online unter: https://www.bvdak.de/verband/mitglieder.html (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

*** Apotheke adhoc (o. J.). Die größten Kooperationen. Online unter: https://www.apotheke-adhoc.de/mediathek/detail/apothekenkooperationen-in-deutschland/ (zuletzt abgerufen am 18.06.2019).

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Vorgehensweise

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Die Tests vor Ort fanden vom 25. April bis zum 24. Mai 2019 in 50 verschiedenen Städten Deutschlands statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Apotheken in Berlin, Hamburg und München getestet.
- Pro Kooperation wurden sechs Besuche zu Stoßzeiten (Montag bis Freitag zwischen 17 und 19 Uhr, Samstag ganztägig) und vier Besuche zu normalen Zeiten (Montag bis Freitag vor 17 Uhr) durchgeführt.
- Die Beratungsqualität wurde anhand von drei Rollenspielen zu unterschiedlichen Themenbereichen analysiert. Bei jedem Besuch führten die Tester außerdem einen Testkauf durch.
- Zusätzlich zu den Beratungen vor Ort erfolgten zehn Mystery-Calls bei Mitgliedsunternehmen jeder Kooperation.
- Für diese Testanrufe (Mystery-Calls) wurden ebenfalls einzelne Filialen kontaktiert (jedoch nicht dieselben wie bei den Vor-Ort-Tests). Die Telefongespräche fanden im Zeitraum vom 23. April bis 24. Mai 2019 statt.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik

Rollenspiele – Beratung vor Ort

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- **Rollenspiel A – Neben- und Wechselwirkungen:** Der Testkunde gab vor, bereits den ganzen Tag unter Kopf- und Gliederschmerzen zu leiden. Er vermutete eine Erkältung zu bekommen. Daher wollte er Aspirin plus C Brausetabletten kaufen. Er erkundigte sich nach möglichen Nebenwirkungen von Aspirin. Darüber hinaus fragte er, ob Aspirin auch bei der aktuellen Einnahme von Phenpro (Blutverdünnungsmittel) eingenommen werden dürfe.

- **Rollenspiel B – Mindestalter und Einnahmehinweise:** Der Kunde kaufte Nasenspray von Ratiopharm für Erwachsene für seine Reiseapotheke, da es bald in den Familienurlaub gehen sollte. Er fragte, ab welchem Alter man das Nasenspray verwenden könne. Zudem gab er an, neulich beim Blutspenden die Eisentabletten Ferro Sanol Duodenal Hartkapseln erhalten zu haben und wollte wissen, welche Einnahmehinweise zu beachten seien.

- **Rollenspiel C – Einnahmehinweise:** Der Filialbesucher gab vor, dass der Partner seit zwei Tagen unter starkem Reizhusten leide und deshalb nicht gut schlafen könne. Er kaufte Wick Medinait Erkältungssirup für die Nacht und erkundigte sich, ob dies auch tagsüber eingenommen werden könne. Ferner gab er an, zu Hause noch Wick Husten-Pastillen zu haben und wollte wissen, was es bei der Anwendung zu beachten gebe.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Rollenspiele – Telefon

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Bei den Mystery-Tests per Telefon verwendeten die geschulten Tester für die Anfragen definierte Rollenspiele zu spezifischen Fragen rund um das Thema Medikamente. Die Fragestellungen kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Testanfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Neben- und Wechselwirkungen
- Einnahmehinweise
- Kostenübernahme für Medikamente durch die Krankenkasse
- Kostengünstige Produktalternativen (Generika)
- Richtige Aufbewahrung von Arzneimitteln
- Import von Medikamenten aus einem Urlaubsland
- Rückgabe von gekauften Medikamenten
- Entsorgung abgelaufener Produkte

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratung vor Ort		**100,0%**
Beratungskompetenz		**30,0%**
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	7,0%	
Hinweise zur Einnahme/zu Wechselwirkungen	5,0%	
Strukturierte Beratung	2,0%	
Individuelle Beratung	3,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	3,0%	
Glaubwürdigkeit des Mitarbeiters	3,0%	
Lösungsqualität		**20,0%**
Gezielte Bedarfsanalyse		
Frage nach Beschwerden	4,0%	
Frage nach Vorerkrankungen	4,0%	
Frage nach aktueller Medikamenteneinnahme	4,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	3,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	2,0%	
Aufzeigen von Produktalternativen	1,5%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	0,5%	
Einfache Lösung des Anliegens	1,0%	

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratung vor Ort (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		**20,0%**
Positive Gesprächseröffnung	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,0%	
Interaktionsqualität	2,0%	
Blickkontakt	1,5%	
Freundlichkeit	3,5%	
Motivation	3,5%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	3,5%	
Akustische Verständlichkeit	1,0%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,0%	
Qualität des Umfelds		**10,0%**
Gestaltung der Räumlichkeiten	1,0%	
Raumatmosphäre	1,0%	
Übersichtliche Produktpräsentation im offenen Verkaufsbereich	1,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	1,0%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	1,0%	
Barrierefreies Umfeld	1,5%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	1,0%	
Sitzmöglichkeiten (Vorhandensein, Komfort)	1,0%	
Diskrete Beratungsatmosphäre*	1,5%	

* z. B. Markierungen am Boden/abgetrennter Bereich/separater Raum vorhanden.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratung vor Ort (Fortsetzung)		
Wartezeiten und Erreichbarkeit		**10,0%**
Wartezeit bis zur Beratung	5,0%	
Öffnungszeiten	5,0%	
Zusatzservices		**5,0%**
Gesundheits-Check-Up (Blutzucker/Cholesterin/Blutdruck/BMI)	1,5%	
Botendienste/Lieferservices	1,5%	
Geräteverleih (z. B. Inhalationsgeräte)	1,0%	
Beratung zu Reiseimpfungen	0,5%	
Kunden-/Mitgliedskarte	0,5%	
Beratungserlebnis		**5,0%**
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

* z. B. Markierungen am Boden/abgetrennter Bereich/separater Raum vorhanden.

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

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%	

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

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%	

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Anhang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
A.	**Tester-Erlebnisse**	**33**
	Positiv	33
	Negativ	34
B.	**Städteverzeichnis**	**35**
C.	**Beratung vor Ort**	**36**
D.	**Telefonischer Service**	**37**
E.	**Preis-Check**	**38**
F.	**Allgemeine Methodik (Servicetests)**	**41**

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

B. Städteverzeichnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Ahrensburg
- Aschaffenburg
- Augsburg
- Bamberg
- Bargteheide
- Berlin
- Bielefeld
- Bonn
- Bremen
- Datteln
- Dortmund
- Dresden
- Duisburg
- Düsseldorf
- Essen
- Frankfurt a. M.
- Fulda
- Geseke
- Hagen
- Halstenbek
- Hamburg
- Hannover
- Hürth
- Karlsruhe
- Kerpen
- Kiel
- Köln
- Leipzig
- Lübeck
- Lüneburg
- Magdeburg
- Mainz
- Marl
- Mülheim a. d. Ruhr
- München
- Nürnberg
- Offenbach a. M.
- Recklinghausen
- Rostock
- Salzgitter
- Schwalmtal
- Stuttgart
- Trebur
- Ulm
- Viersen
- Wölfersheim
- Wolfsburg
- Wuppertal
- Würzburg
- Zwickau

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

E. Preis-Check

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Im Rahmen der Vor-Ort-Tests wurden für einen Preis-Check drei gängige, umsatzstarke OTC-Produkte erworben. Jedes der folgenden Produkte kauften die Testkunden bei jeder Apothekenkooperation fünf Mal in unterschiedlichen Filialen:

- Aspirin plus C Brausetabletten, 20 Stück, PZN 01894063
- Wick Medinait Erkältungssirup für die Nacht, 90 ml, PZN 02702315
- Nasenspray Ratiopharm Erwachsene konservierungsmittelfrei, 10 ml, PZN 00999831

Die Medikamentenpreise flossen nicht in das Gesamtergebnis ein, da die Analyse keine umfassende Erhebung einer großen Bandbreite an Medikamenten aus dem Gesamtsortiment der Apotheken darstellt und die Medikamentenpreise unter Umständen stark von der gewählten Filiale abhängen.

Es erfolgte ein rein deskriptiver Vergleich mit dem Apothekenverkaufspreis (AVP) gemäß Lauer-Taxe (Apothekeneinkaufspreis plus Apotheken- und Notdienstzuschlag, plus Mehrwertsteuer) sowie mit den Gesamtpreisen (inklusive Versandkosten) der jeweils günstigsten Versandapotheke. Die Datenerhebung und Identifizierung der jeweils günstigsten Online-Apotheke erfolgte über die auf Arzneimittel ausgerichteten Spezialsuchmaschinen Medizinfuchs.de und Medipreis (Erhebungsdatum: 6. Mai 2019).

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

F. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

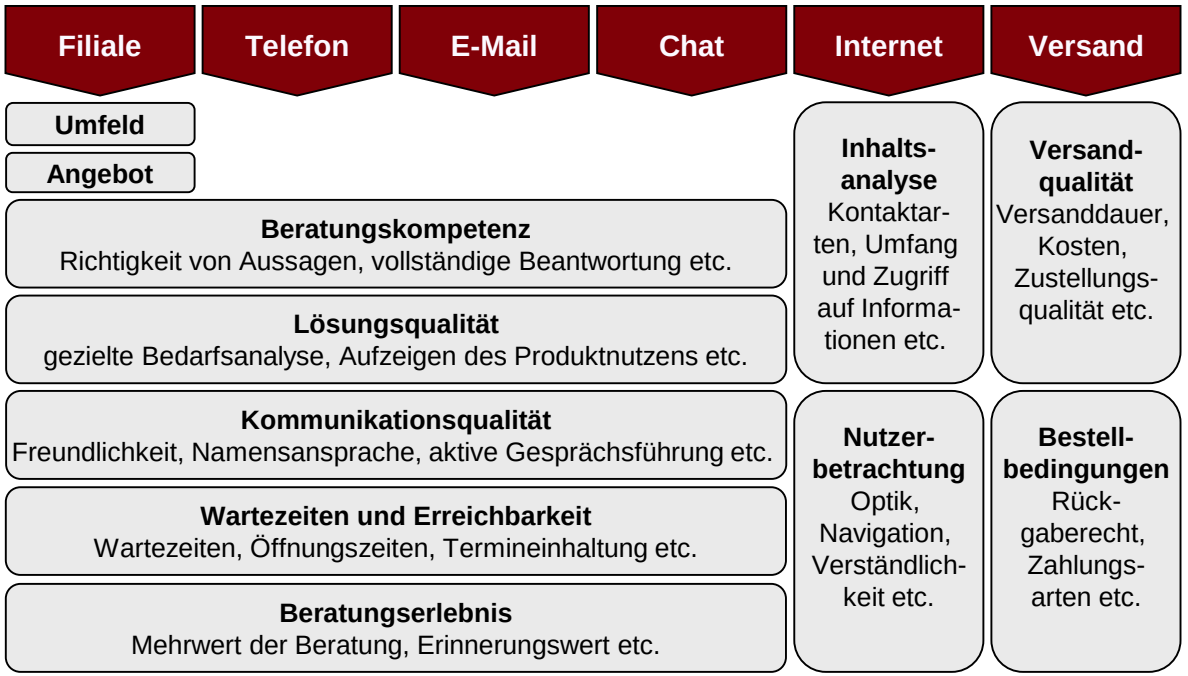
- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL-/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Models um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung 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

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

F. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

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 Qualitätsurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

© 2019 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG