

# DOKUMENTATION - Zusammenfassung

## Online-Servicetest: Gesundheitsgeräte-Hersteller 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 24. Juni 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.).

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

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	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.).

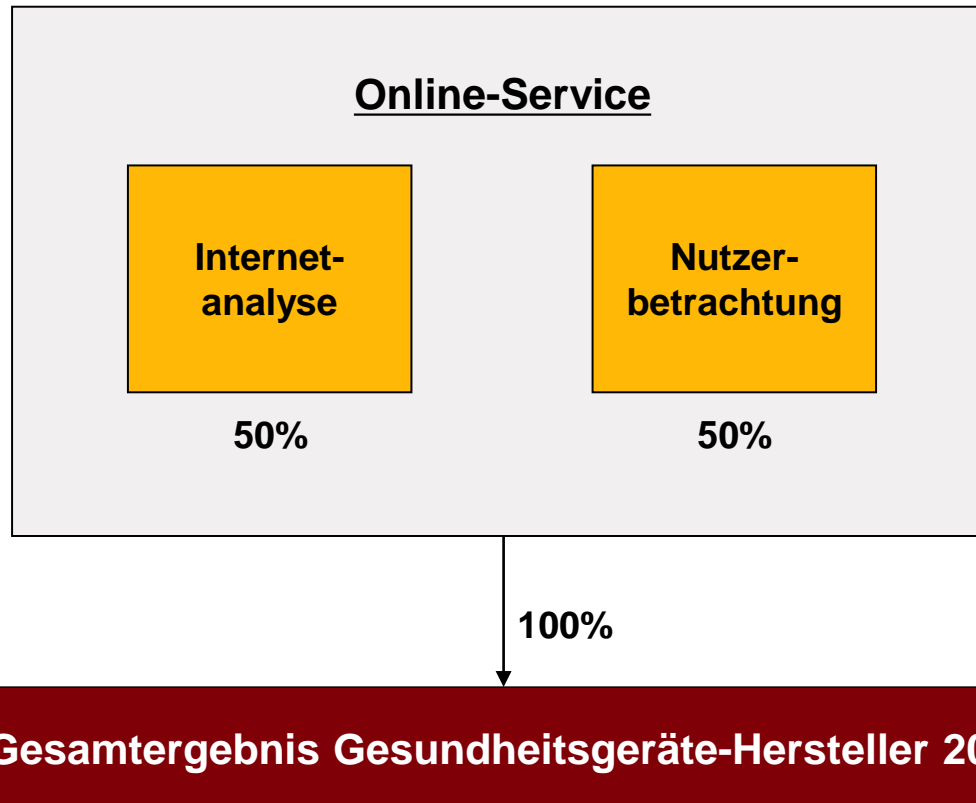
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>12</b>
Internetanalyse	13
Nutzerbetrachtung	15
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>16</b>
Internetanalyse	16
Nutzerbetrachtung	18
<b>7. Methodik</b>	<b>20</b>
<b>Anhang</b>	<b>26</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	Neun Gesundheitsgeräte-Hersteller
<b>Studienzeitraum</b>	März bis Mai 2021
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Online-Service
Online-Service	Insgesamt 99 Servicekontakte (11 je Anbieter)  Umfassende Bewertung der Internetauftritte anhand folgender Bereiche: <ul style="list-style-type: none"><li>■ 9 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 90 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

<b>Gesamtergebnis Gesundheitsgeräte-Hersteller</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Beurer	77,8	gut
2	Omron Healthcare	75,3	gut
3	Withings	74,4	gut
4	Medisana	73,5	gut
5	Sanitas	67,8	befriedigend
6	Braun Healthcare	64,6	befriedigend
7	Hartmann/Veroval	59,3	ausreichend
8	Boso	56,1	ausreichend
9	Uebe Medical/Domotherm	51,8	ausreichend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>66,7</b>	

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 Gesundheitsgeräte-Hersteller			Internetanalyse		Nutzer- betrachtung	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Beurer	77,8	1	75,5	3	80,0
2	Omron Healthcare	75,3	2	74,0	5	76,7
3	Withings	74,4	3	65,0	2	83,8
4	Medisana	73,5	4	62,0	1	85,0
5	Sanitas	67,8	5	56,0	4	79,6
6	Braun Healthcare	64,6	6	55,0	6	74,2
7	Hartmann/Veroyal	59,3	7	46,5	7	72,1
8	Boso	56,1	8	43,0	9	69,2
9	Uebe Medical/Domotherm	51,8	9	33,5	8	70,0
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>66,7</b>		<b>56,7</b>		<b>76,7</b>

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	Beurer	Omron Healthcare	Withings
Internetanalyse	Beurer	Omron Healthcare	Withings
Nutzerbetrachtung	Medisana	Withings	Beurer

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Aktuell in Zeiten von Corona dreht sich alles um das Thema Gesundheit. Auch für die Zukunft wird dieser Bereich als Megatrend gesehen.\* Der Anteil der Gesundheitswirtschaft an der Gesamtwirtschaft in Deutschland beträgt beachtliche zwölf Prozent und seit 2010 ist ein stetiges Wachstum der Branche zu verzeichnen. 2019 wurde eine Bruttowertschöpfung von 15 Mrd. Euro durch die Herstellung von Medizinprodukten und Medizintechnik erreicht.\*\* Auch das Bewusstsein bei den Verbrauchern ist stark ausgeprägt. Laut des Werte-Indexes 2020 wird die Gesundheit am wichtigsten im Leben angesehen.\*\*\*

Mit der Weiterentwicklung der Technik wird es immer leichter, sich auch zu Hause ein Bild von seinem Gesundheitsstatus zu machen. Besonders im Bereich chronischer Volkskrankheiten, wie Bluthochdruck, Diabetes und Asthma, sind Gesundheitsgeräte nicht wegzudenken.\*\*\*\* Das Angebot von Gesundheitsgeräten ist dementsprechend groß. Dabei nutzt hierzulande etwa 70% der Bevölkerung das Internet zur Beschaffung von gesundheitsrelevanten Informationen – auch auf den Internetauftritten der Gerätehersteller. Um dem Verbraucher eine Orientierung zu bieten, wird die Online-Servicequalität von Gesundheitsgeräte-Herstellern anhand derer Websites analysiert. Ziel war es, den Anbieter mit dem besten Online-Service zu identifizieren.

- Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2021): Megatrend Gesundheit, online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-gesundheit/> (Abrufdatum: 26.03.2021).
- \*\* Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2020): Gesundheitswirtschaft – Fakten & Zahlen 2019, S. 9, 52, online unter: [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/gesundheitswirtschaft-fakten-und-zahlen-2019.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=24](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Wirtschaft/gesundheitswirtschaft-fakten-und-zahlen-2019.pdf?__blob=publicationFile&v=24) (Abrufdatum: 26.03.2021).
- \*\*\* Vgl. Kantar (2020): Werte-Index 2020, online unter: <https://www.kantardeutschland.de/werte-index-2020-gesundheit-familie-und-erfolg-sind-die-drei-wichtigsten-werte-der-deutschen-konsumenten/> (Abrufdatum: 26.03.2021).
- \*\*\*\* Vgl. Robert Koch-Institut (2020): Chronische Erkrankungen, online unter: [https://www.rki.de/DE/Content/GesundAZ/C/Chron\\_Erkrankungen/Chron\\_Erkrankungen\\_node.html](https://www.rki.de/DE/Content/GesundAZ/C/Chron_Erkrankungen/Chron_Erkrankungen_node.html) (Abrufdatum: 26.03.2021).

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Untersucht wurden Hersteller, deren Produktfokus im Bereich Gesundheitsgeräten liegt und die eine eigenständige Webseite für den Bereich Gesundheit und deren Produkte anbieten. Die Hersteller-Auswahl basierte auf einer umfangreichen Internetrecherche vor dem Hintergrund vorherrschender Volkskrankheiten\* in Deutschland. Es wurden diejenigen Hersteller und deren Marken berücksichtigt, welche mindestens zwei Produktkategorien bedienen. Zudem wurden themenspezifische Produkttests, das Produktsortiment von Online-Shops sowie Unternehmensdaten (Bilanzsummen, Unternehmensgröße) einbezogen. Ausgewählt wurden bekannte und aus Verbrauchersicht relevante Unternehmen auf dem deutschen Markt.

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

- Beurer
- Boso
- Braun Healthcare
- Hartmann/Veroval
- Medisana
- Omron Healthcare
- Sanitas
- Uebe Medical/Domotherm
- Withings

\* Auf Basis der häufigsten Volkskrankheiten wurden folgende Produktkategorien festgelegt, da sich daraus ein Bedarf an Gesundheitsgeräten zur Überwachung oder Behandlung dieser Erkrankungen zu Hause ergibt: Blutdruckmessgeräte, Blutzuckermessgeräte, Körperfettwaagen, Fieberthermometer sowie (elektrische) Inhalationsgeräte.

# 7. Methodik

## Untersuchungskriterien



<b>Online-Service</b>		<b>100,0%</b>
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
<b>Internetanalyse</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Unterstützung bei der Geräteauswahl (Einkaufsführer, Ratgeber)	2,0%	
Geräte-/Produktkategorie:		
Erläuterung der Kategorie/der Anwendungsbereiche	1,0%	
Kurzbeschreibung der Geräte	1,0%	
Detailsuche/Filtermöglichkeit der Produkte	1,0%	
Produktvergleich möglich	2,0%	
Produktinformationen		
Detaillierte Produktbeschreibung	3,0%	
Erst-Informationen zur Geräte-Anwendung	2,0%	
Technische Daten (Datenblatt/Übersicht)	2,0%	
Produktfoto(s)/Anwendungsfoto(s)	2,0%	
Produkt- oder Anwendungsvideo(s)	2,0%	
Hinweise zur Geräte-Garantie beim Produkt	2,0%	
Preisangabe (UVP oder Endpreis)	2,0%	
Zubehör-Hinweise/-Empfehlungen	2,0%	
Manuals/Gebrauchsanweisungen: einsehbar/zum Download	3,0%	
Allgemeine Ratgeber zur Gesundheit	2,0%	
Eigener Online-Shop vorhanden	4,0%	
Verkaufsstellen-Suche (online oder stationär)	2,0%	

# 7. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<b>Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)</b>		
Anzahl Klicks bis zur Preisangabe eines Geräts	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Manual eines Geräts	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Online-Shop oder zur Händlersuche	5,0%	
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	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 Hilfebereich	5,0%	

# 7. Methodik

## Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Nutzerbetrachtung</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
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.

# 7. Methodik

## Getestete Internetauftritte

Unternehmen	Internetseite
<b>Beurer</b>	<a href="http://www.beurer.com">www.beurer.com</a> ; <a href="http://www.beurer-shop.de">www.beurer-shop.de</a>
<b>Boso</b>	<a href="http://www.boso.de">www.boso.de</a>
<b>Braun Healthcare</b>	<a href="http://www.braunhealthcare.com/de_de">www.braunhealthcare.com/de_de</a>
<b>Hartmann/Veroval</b>	<a href="http://www.veroval.info/de-de/">www.veroval.info/de-de/</a>
<b>Medisana</b>	<a href="http://www.medisana.de">www.medisana.de</a>
<b>Omron Healthcare</b>	<a href="http://www.omron-healthcare.de">www.omron-healthcare.de</a>
<b>Sanitas</b>	<a href="https://sanitas-online.de">https://sanitas-online.de</a>
<b>Uebe Medical/Domotherm</b>	<a href="https://domotherm.de">https://domotherm.de</a>
<b>Withings</b>	<a href="http://www.withings.com/de/de">www.withings.com/de/de</a>
<b>Testzeitraum</b>	<b>26. April - 03. Mai 2021</b>

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Eindrücke</b>	<b>27</b>
Positiv	27
Negativ	28
<b>B. Allgemeine Methodik (Service-Tests)</b>	<b>29</b>



# B. Allgemeine Methodik

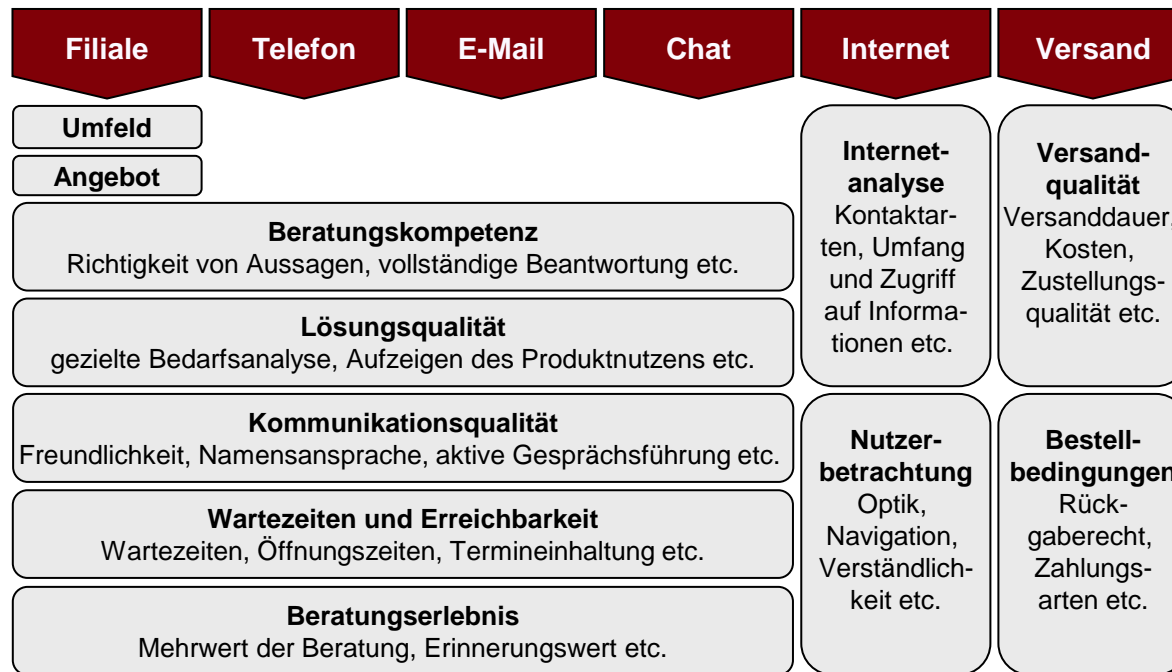
## Service-tests

- **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
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# B. 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“