

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Hörgeräte-Marken 2021

Gute Nutzerurteile für Geräte der Markenhersteller – Kosten können für Kundenfrust sorgen – Signia auf Platz eins

Hamburg, 14.09.2021 – Fast jeder fünfte Erwachsene leidet hierzulande laut offizieller Zahlen unter einer Hörschwäche. Helfen können individuell angepasste Hörgeräte. Dabei heben sich viele Modelle der neuen Generation nicht nur optisch von den sehr klobigen, beigefarbenen Produkten früherer Tage ab. Doch welche persönlichen Erfahrungen haben Betroffene gemacht? Die aktuelle Kundenbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders ntv zeigt: Die Geräte der Markenhersteller können insgesamt überzeugen, auch wenn Ärgernisse keine Seltenheit sind (*Veröffentlichungshinweis: www.ntv.de/tests*).

Schlüsselfaktor Produktqualität

Die Markenhörgeräte sorgen häufig für eine hohe Kundenzufriedenheit. Zehn der 13 Marken schneiden mit dem Qualitätsurteil „gut“ ab, drei sind befriedigend. Dabei kommt der Produktqualität besondere Bedeutung zu: Mit Aspekten wie der Funktionalität und der Langlebigkeit der Hörgeräte zeigen sich rund 80 Prozent der Kunden zufrieden. Sind diese Punkte nicht erfüllt, kann aber Unmut aufkommen: Fast jeder fünfte Befragte (18,5 Prozent) berichtet über ein Frusterlebnis mit seinem Hörgerät. Und hier sind es insbesondere störende Nebengeräusche und auftretende Defekte, die neben einem hohen Preis (Zuzahlung) relativ häufig für ein Ärgernis sorgen.

Ein Großteil der befragten Kunden trägt sein Hörgerät dauerhaft. Deshalb sind ein guter Tragekomfort und eine leichte Handhabung auch häufig genannte Auswahlgründe bei der Anschaffung. Noch größer ist allerdings der Einfluss der Hörakustiker: 28,8 Prozent der Befragten folgen bei der Entscheidung auch oder ausschließlich der Empfehlung im Fachhandel.

Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt nicht immer

Für die Bereiche Kundenservice der Hersteller, Handhabung und Komfort sowie Produktdesign vergeben die Befragten insgesamt gute Noten; etwas kritischer wird dagegen das Preis-Leistungs-Verhältnis gesehen, für das immerhin gut ein Viertel der Kunden keine positive Bewertung abgibt.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Hörgeräte sind oft im Dauereinsatz und sollten insbesondere in puncto Funktionalität, Handhabung und Tragekomfort überzeugen. Erfreulicherweise schneiden hier sämtliche Marken aus Kundensicht gut ab. Wer sich gegen ein Kassengerät entschieden hatte, musste aber oft tief in die eigene Tasche greifen – mit Zuzahlungen von häufig 400 bis 800 Euro pro Hörgerät.“

Die beliebtesten Hörgeräte-Marken

Signia erreicht mit dem Qualitätsurteil „gut“ Platz eins und ist damit die beliebteste Hörgeräte-Marke. In puncto Produktqualität erreicht Signia den höchsten Zufriedenheitswert. Die befragten Kunden zeigen sich außerdem überzeugt von den Bereichen Produktdesign (94,0 Prozent eher oder sehr zufriedene Befragungsteilnehmer), Kundenservice (92,4 Prozent) und dem

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Brigitte Zypries (Vorsitz),

Jochen Dietrich, Marianne Voigt,

Prof. Peter Wippermann

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Aspekt Handhabung/Komfort (allein 36,9 Prozent wählen hier sogar die bestmögliche Antwortoption). Zudem ist die Weiterempfehlungsbereitschaft mit einem Net Promoter Score (NPS) von +34,5 stark ausgeprägt.

Den zweiten Rang belegt Starkey (Qualitätsurteil: „gut“). Die Marke weist mit 12,5 Prozent den geringsten Anteil an erlebten Ärgernissen auf. Darüber hinaus verzeichnet Starkey in allen Bewertungsbereichen hohe Zufriedenheitswerte, hinsichtlich des Kundenservices und der Produktqualität wählen zum Beispiel rund 91 Prozent bzw. fast 89 Prozent der Befragten eine positive Antwortoption.

Rang drei nimmt Resound ein, ebenfalls mit einem guten Gesamturteil. Hinsichtlich des Produktdesigns erzielt die Marke den im Vergleich höchsten Zufriedenheitswert. Zudem bewerten die Nutzer auch die Produktqualität, das Preis-Leistungs-Verhältnis und den Kundenservice positiv, womit sich die Marke in diesen Bereichen jeweils eine Top-3-Platzierung sichert.

Weitere Hörgeräte-Marken mit mindestens 80 eingegangenen Kundenmeinungen: Audio Service, Audifon, Audionova, Bernafon, Hansaton, Horizon, Interton, Oticon, Phonak und Widex Hörgeräte.

In die Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel flossen insgesamt 1.182 Bewertungen von Verbrauchern ein, die in den letzten 24 Monaten ein Hörgerät genutzt hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Aspekten Produktqualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Handhabung/Komfort, Produktdesign und Kundenservice des Herstellers. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgergebnisse in das Gesamturteil ein. In der Einzelauswertung wurden alle Hörgeräte-Marken berücksichtigt, zu denen sich mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 13 Marken zu.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 und Kundenbefragungen durch. Über 2.000 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.