

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Hörgeräte-Marken 2023

Hohe Nutzerzufriedenheit mit Markengeräten – Diskrete Optik für viele wichtig – Phonak auf Platz eins

Hamburg, 15.09.2023 – Hörgeräte vergangener Tage waren meist beigefarben, klobig und unübersehbar. Das ist passé – neben dem zunehmend minimalistischen Produktdesign ist auch das Angebot an unsichtbaren In-Ear-Lösungen groß. Doch das allein ist noch kein Qualitätsmerkmal. Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat in einer aktuellen Kundenbefragung im Auftrag des Nachrichtensenders ntv ermittelt, wie zufrieden Nutzerinnen und Nutzer mit ihrem Produkt sind. Das Fazit: Ärgernisse sind zwar keine Seltenheit, dennoch überzeugen die Geräte der Markenhersteller (*Veröffentlichungshinweis: www.ntv.de/tests*).

Die Hörgeräte-Marken erzielen in der Befragung eine hohe Kundenzufriedenheit und ein gutes Gesamtergebnis – eine deutliche Verbesserung im Vergleich zur Vorstudie (aktuell: 74,1 Punkte, 2021: 71,5 Punkte). Trotz teils deutlicher Abweichungen bei den einzelnen Bewertungsaspekten sichern sich alle zwölf Marken das Kundenurteil „gut“.

Service top, auch Produktqualität und Komfort überzeugen

Mit dem Kundenservice der Hersteller – etwa am Telefon, per E-Mail oder im Internet – zeigen sich die Befragten am zufriedensten. Rund 84 Prozent der Kundinnen und Kunden wählen hier eine positive Antwortoption. Weitere Stärken liegen aus Nutzersicht bei der Produktqualität und dem Komfort: Rund 82 Prozent sind mit der Qualität ihres Hörgeräts, etwa in puncto Funktionalität und Leistung, zufrieden und fast 81 Prozent bewerten die Handhabung und den Komfort positiv. Etwas kritischer wird das Preis-Leistungs-Verhältnis beurteilt: Immerhin fast ein Viertel der Kundinnen und Kunden wählt hier keine positive Antwortoption.

Vertrauen auf Fachberatung

Fast jeder fünfte Befragte (18,9 Prozent) berichtet über ein erlebtes Ärgernis; ein aufgetretener Defekt wird am häufigsten als Grund genannt. Allerdings hatten demgegenüber mehr als doppelt so viele Nutzerinnen und Nutzer (38,6 Prozent) ein positives Erlebnis, etwa wegen des guten Tragekomforts. Fast ein Drittel der Befragten folgt bei der Hörgeräte-Wahl der Empfehlung im Fachhandel, sprich: des Hörakustikers. Bei rund drei Viertel der Befragten ist das Hörgerät ein ständiger Begleiter. Auch deshalb ist die Optik – das Gerät sollte möglichst unsichtbar sein – für rund 81 Prozent kein unwichtiger Aspekt.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Hörgeräte können die Lebensqualität nachhaltig verbessern. Das erklärt auch die hohe Bereitschaft der Befragten, für ein Markenprodukt oft mehrere Hundert Euro zuzuzahlen.“

Die Top 3

Phonak (Qualitätsurteil: „gut“) erzielt die höchste Kundenzufriedenheit aller Marken und belegt somit den Spitzenplatz. Bei gleich mehreren Aspekten erweist sich die Marke als führend. So bewerten zum Beispiel 85 Prozent der

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

Geschäftsführung:

Markus Hamer, Dimitri Geibel

Beirat:

Brigitte Zypries (Vorsitz),
Prof. Dr. Michel Clement,
Jochen Dietrich, Judith Klose

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Befragten den Kundenservice positiv. Mit der Handhabung bzw. dem Komfort zeigen sich gut 88 Prozent zufrieden; davon wählt fast jeder Zweite sogar die bestmögliche Antwortoption „sehr zufrieden“. Darüber hinaus sichert sich Phonak auch in puncto Produktqualität Rang eins.

Rang zwei belegt Signia (Qualitätsurteil: „gut“). Die größten Stärken liegen aus Sicht der Befragten beim Kundenservice sowie Produktdesign – letzteres bewerten über 89 Prozent der Kundinnen und Kunden positiv. Die Produktqualität sorgt ebenfalls für eine sehr hohe Zufriedenheit. Außerdem fällt die Bereitschaft zur Weiterempfehlung höher aus als bei den weiteren Hörgeräte-Marken.

Resound positioniert sich auf Rang drei, ebenfalls mit einem guten Gesamturteil. Über 90 Prozent der Befragten zeigen sich mit der Produktqualität eher oder sogar sehr zufrieden; auch der Kundenservice stößt auf sehr hohe Zustimmung seitens der Befragten. Auch dank der im Vergleich zweitniedrigsten Ärgernisquote sichert sich Resound die Top-3-Platzierung.

Weitere Hörgeräte-Marken mit mindestens 80 eingegangenen Kundenmeinungen (alphabetisch): Audifon (Kind Hörgeräte), Audio Service, Bernafon, Hansaton, Horizon (Audibene), Interton, Oticon, Starkey und Widex Hörgeräte.

Fakten zur Befragung

In die Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel flossen 1.059 Bewertungen von Verbraucherinnen und 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 Kunden-ärgernisse in das Gesamturteil ein. In der Einzelauswertung wurden alle Hörgeräte-Marken berücksichtigt, zu denen sich mindestens 80 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf zwölf Marken zu.

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

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Leiter Kommunikation und Media Relations
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 – Internet: 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 Testerinnen und 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. Den Verbrauchern liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für ihre 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.