

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Private Hochschulen mit Schwerpunkt Gesundheit 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 13. Dezember 2024

# UNTERNEHMEN KONTAKT

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

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 22  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
l.naroska@disq.de  
www.disq.de

**Lucia Naroska**  
Leiterin Marktforschung

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
<b>Nachhaltigkeit</b>	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

# Das Marktforschungsinstitut Beirat

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



**Brigitte Zypries**  
Beiratsvorsitzende  
Ex-Bundesministerin  
für Wirtschaft und  
Energie, davor lang-  
jährige Bundesjustiz-  
ministerin



**Prof. Dr. Michel Clement**  
Inhaber des Lehrstuhls für  
Marketing & Medien am  
Institut für Marketing der  
Universität Hamburg



**Jochen Dietrich**  
Journalist und Experte  
für die Wirtschaftsmagazine  
des Nachrichtensenders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey

# 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>7</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>9</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>10</b>
<b>4. Die besten Unternehmen</b>	<b>12</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>14</b>
Online-Service	15
Telefonischer Service	16
Service per E-Mail	17
Angebot	18
Vertragsbedingungen	19
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>20</b>
Serviceanalyse	20
Angebotsanalyse	22

# Inhaltsverzeichnis

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

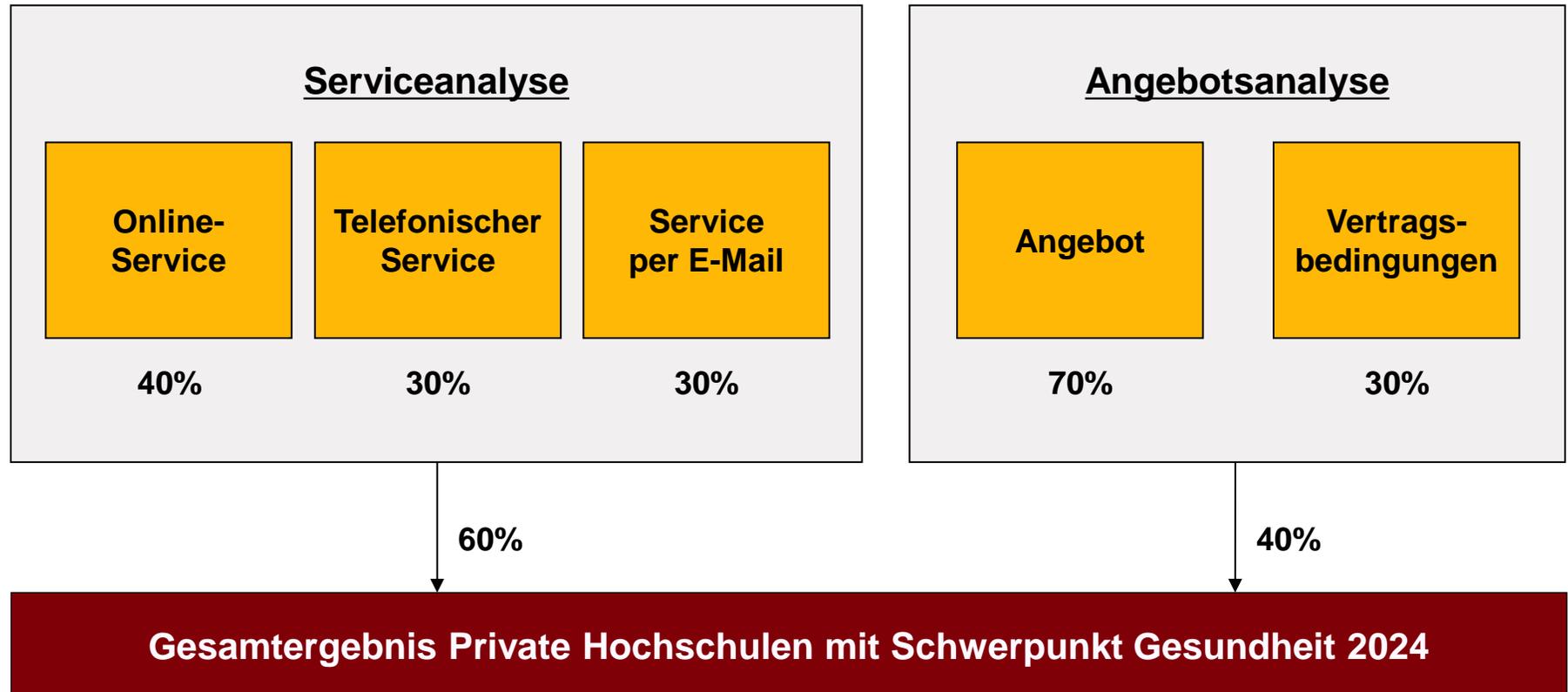
	<b>Seite</b>
<b>7. Methodik</b>	<b>24</b>
Serviceanalyse	26
Angebotsanalyse	36
<b>Anhang</b>	<b>39</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	9 Private Hochschulen mit Schwerpunkt Gesundheit
<b>Studienzeitraum</b>	Juli bis November 2024
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service und Angebot
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 279 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 99 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none"><li>■ 9 Analysen der Internetauftritte</li><li>■ 90 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul></li><li>■ 90 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)</li><li>■ 90 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)</li></ul>
Angebotsanalyse	Vergleich von Studienangeboten und Vertragsbedingungen (Stand der Daten: 1. Oktober 2024)

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Private Hochschulen mit Schwerpunkt Gesundheit			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	84,5	sehr gut
2	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	78,0	gut
3	SRH Hochschule für Gesundheit**	75,7	gut
4	Fliedner Fachhochschule	72,2	gut
5	MSB Medical School Berlin	71,9	gut
6	DHGS Deutsche Hochschule für Gesundheit & Sport	70,1	gut
-	Akkon Hochschule für Humanwissenschaften***	-	-
-	EU FH Hochschule für Gesundheit, Soziales, Pädagogik***	-	-
-	MSH Medical School Hamburg***	-	-
	Branche (Mittelwert)	75,4	

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.

\*\* Nach der Testphase hat sich zum 01.10.2024 die SRH Hochschule für Gesundheit zur SRH University of Applied Sciences Heidelberg umfirmiert.

\*\*\* Dieses Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Angebotsanalyse nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Private Hochschulen mit Schwerpunkt Gesundheit			Serviceanalyse		Angebotsanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	84,5	1	77,8	1	94,5
2	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	78,0	2	70,8	2	88,9
3	SRH Hochschule für Gesundheit**	75,7	3	68,3	3	86,9
4	Fliedner Fachhochschule	72,2	8	63,2	4	85,8
5	MSB Medical School Berlin	71,9	5	67,2	5	78,9
6	DHGS Deutsche Hochschule für Gesundheit & Sport	70,1	7	64,4	6	78,8
-	Akkon Hochschule für Humanwissenschaften***	-	6	66,2	-	-
-	EU FH Hochschule für Gesundheit, Soziales, Pädagogik***	-	9	46,9	-	-
-	MSH Medical School Hamburg***	-	4	67,9	-	-
Branche (Mittelwert)		75,4	65,9		85,6	

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.

\*\* Nach der Testphase hat sich zum 01.10.2024 die SRH Hochschule für Gesundheit zur SRH University of Applied Sciences Heidelberg umfirmiert.

\*\*\* Dieses Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Angebotsanalyse nicht und blieb deshalb im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis</b>	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	SRH Hochschule für Gesundheit*
<b>Serviceanalyse</b>	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	SRH Hochschule für Gesundheit*
Online-Service	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Fliedner Fachhochschule	EU FH Hochschule für Gesundheit, Soziales, Pädagogik
Telefonischer Service	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	MSH Medical School Hamburg	MSB Medical School Berlin
Service per E-Mail	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	MSH Medical School Hamburg
<b>Angebotsanalyse</b>	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft	SRH Hochschule für Gesundheit*
Angebot	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	SRH Hochschule für Gesundheit*	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft
Vertragsbedingungen	Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement	Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft; Fliedner Fachhochschule	-

\* Nach der Testphase hat sich zum 01.10.2024 die SRH Hochschule für Gesundheit zur SRH University of Applied Sciences Heidelberg umfirmiert.

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Trotz der höheren Studiengebühren, werden private Hochschulen immer beliebter: Modern ausgestattete Hörsäle und Lernräume, kleine Lerngruppen sowie eine enge Betreuung der Studierenden durch die Professoren und Professorinnen zeichnen sich positiv für ein Studium an einer privaten Hochschule aus. Dass das Interesse an privaten Hochschulen wächst, verdeutlichen auch Daten des Statistischen Bundesamts: Die Anzahl von Studierenden an Privaten Hochschulen hat sich seit 2000/2001 mehr als verzehnfacht und lag im Wintersemester 2022/2023 bei knapp 365.000 eingeschriebenen Studierenden.\*

Doch bei welcher privaten Hochschule erhalten Studieninteressenten vorab alle wichtigen Informationen? Welcher Service wird ihnen online geboten? Wie kompetent beraten die Hochschulmitarbeitenden am Telefon und per E-Mail? Welche Hochschule bietet ihren Studierenden das beste Angebot? Und welche Vertragsbedingungen sind am kundenfreundlichsten? Um aus Interessentensicht festzustellen, welche private Hochschule für ein Studium nicht nur den nutzerfreundlichsten Internetauftritt und die beste Beratung am Telefon und per E-Mail bietet, sondern auch ein attraktives Angebot hat, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfangreiche Analyse der größten deutschen Hochschulen in privater Trägerschaft mit dem Schwerpunkt auf Gesundheitsstudiengänge vorgenommen. Ziel dieser Studie war es, den Testsieger „Private Hochschule mit Schwerpunkt Gesundheit 2024“ mit der besten Leistung hinsichtlich Service und Angebot zu ermitteln.

\* Vgl. Statistisches Bundesamt (2023): Anzahl der Studierenden an privaten Hochschulen in Deutschland in den Wintersemestern von 1995/1996 bis 2022/2023 [Graph]. In Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1089894/umfrage/anzahl-der-studierenden-an-privathochschulen-in-deutschland/> (Zugriff am 01.07.2024). \*\* Vgl. Statistisches Bundesamt (2019): Anzahl der Studierenden an Hochschulen in Deutschland in den Wintersemestern von 2002/2003 bis 2020/2021.

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden die größten privaten Hochschulen in Deutschland mit Schwerpunkt Gesundheit, gemessen an der Anzahl der Studierenden (Stand Wintersemester 2023/2024\*), einer eingehenden Analyse unterzogen. Ausgangspunkt der Sample-Recherche war die vom Bundesamt für Statistik vorliegende Publikation „Statistik der Studierenden“. Darüber hinaus wurde zur Vorauswahl potentieller Hochschulen eine umfangreiche Internet-recherche durchgeführt, um die Existenz „jüngerer“ privater Hochschulen (Gründungsjahr nach 2020) zu überprüfen sowie den fokussierten Fachbereich/mögliche Spezialisierung zu verifizieren. Die Untersuchungsauswahl setzte sich wie folgt zusammen (von A-Z):

- Akkon Hochschule für Humanwissenschaften
- Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft
- Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement
- DHGS Deutsche Hochschule für Gesundheit & Sport
- EU FH Hochschule für Gesundheit, Soziales, Pädagogik
- Fliedner Fachhochschule
- MSB Medical School Berlin
- MSH Medical School Hamburg
- SRH Hochschule für Gesundheit\*\*

\* Vgl. Vgl. Statistisches Bundesamt (2024): Statistik der Studierenden – Vorbericht. Vorl. Ergebnisse Wintersemester 2023/2024. Online unter: [https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.destatis.de%2FDE%2FThemen%2FGesellschaft-Umwelt%2FBildung-Forschung-Kultur%2FHochschulen%2FPublikationen%2FDownloads-Hochschulen%2Fstatistischer-bericht-studierende-hochschulen-vorb-2110410248005.xlsx%3F\\_\\_blob%3DpublicationFile&wdOrigin=BROWSELINK](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.destatis.de%2FDE%2FThemen%2FGesellschaft-Umwelt%2FBildung-Forschung-Kultur%2FHochschulen%2FPublikationen%2FDownloads-Hochschulen%2Fstatistischer-bericht-studierende-hochschulen-vorb-2110410248005.xlsx%3F__blob%3DpublicationFile&wdOrigin=BROWSELINK) (Abrufdatum: 15.07.2024).

\*\* Nach der Testphase hat sich zum 01.10.2024 die SRH Hochschule für Gesundheit zur SRH University of Applied Sciences Heidelberg umfirmiert.

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen rund um das Thema private Hochschulen. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Private Hochschule vs. staatliche Hochschule
- Studienfinanzierung und Vertragsbedingungen
- Gebühren und Studienvoraussetzungen
- Empfehlung eines Studienganges auf Basis verschiedener Profile
- Anmelde- und Bewerbungsprozess an der Hochschule
- Anrechnung von bereits erbrachten Leistungen
- Fragen zur staatlichen Anerkennung der Studienabschlüsse

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – 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>
Orientierungshilfen für Studienanfänger	
Studienfinder	2,5%
Information zu Informationstagen	1,0%
Download von Informationsmaterial	1,0%
Informationsunterlagen/Broschüren online anfordern	1,0%
Berichte von Studierenden/Absolventen	1,0%
Informationen zur Bewerbung	
Online-Bewerbung möglich	3,0%
Informationen zu Studienvoraussetzungen	2,0%
Informationen zur Bewerbungsfrist	2,0%
Informationen zu Anrechnungen von bereits erbrachten Leistungen bzw. Qualifikationen	1,0%
Informationen zur Hochschule	
Übersicht der Studiengänge	2,0%
Informationen zu einzelnen Lehrenden/Dozenten	1,0%
Vorstellung der privaten Hochschule mit Video	1,0%
Informationen zur staatlichen Akkreditierung	1,5%
Information zur Ausstattung der Hochschule	1,0%
Information zur Studierendenbetreuung	1,0%

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)	
Information zu psychologischen Beratungsmöglichkeiten	1,0%
Informationen zum Studiengang/-verlauf	
Graphische Darstellung der Studieninhalte	2,0%
Informationen zu Studienablauf	1,0%
Studien- bzw. Prüfungsordnung/Modulhandbuch	1,0%
Informationen zu Regelstudiendauer	1,0%
Informationen zum Abschluss-Titel	2,0%
Studiengebühren und Finanzierungsmöglichkeiten	
Informationen zu Studiengebühren	2,0%
Darstellung zur Preiszusammensetzung	1,0%
Information zur Studienfinanzierung	2,0%
Anzahl Klicks bis zu Studiengängen	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Studieninhalt	5,0%
Anzahl Klicks bis zu Studiengebühren	5,0%

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<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%	
<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%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung Internet</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

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service		100,0%
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
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%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>10,0%</b>
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>35,0%</b>
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
<b>Akkon Hochschule für Humanwissenschaften</b>	www.akkon-hochschule.de	030 80923320 / 030 8092332105	info@akkon-hochschule.de / beratung@akkon- hochschule.de / Kontaktformular
<b>Apollon Hochschule der Gesundheitswirtschaft</b>	www.apollon-hochschule.de	0800 3427655	info@apollon-hochschule.de / Kontaktformular
<b>Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement</b>	www.dhfpfg.de	0681 6855580	info@dhfpfg.de / Kontaktformular
<b>DHGS Deutsche Hochschule für Gesundheit &amp; Sport</b>	www.dhgs-hochschule.de	030 5779737800	info-center@dhgs- hochschule.de
<b>EU FH Hochschule für Gesundheit, Soziales, Pädagogik</b>	www.eufh.de	8 regionale Standorte	info@eufh-medica.de / studienberatung- gesundheit@eufh.de
<b>Fliedner Fachhochschule</b>	www.fliedner-fachhochschule.de	0211 4093232	info@fliedner- fachhochschule.de
<b>MSB Medical School Berlin</b>	www.medicalschool-berlin.de	030 7668375600	info@medicalschool- berlin.de
<b>MSH Medical School Hamburg</b>	www.medicalschool-hamburg.de	040 36122640	info@medicalschool- hamburg.de
<b>SRH Hochschule für Gesundheit*</b>	www.srh-gesundheitshochschule.de	0365 7734070	info@srh- gesundheitshochschule.de / Kontaktformular
<b>Testzeitraum</b>	<b>8. August - 9. Oktober 2024</b>	<b>9. August - 16. Oktober 2024</b>	<b>8. August - 9. Oktober 2024</b>

\* Nach der Testphase hat sich zum 01.10.2024 die SRH Hochschule für Gesundheit zur SRH University of Applied Sciences Heidelberg umfirmiert.

# 7. Methodik

## Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Angebotsanalyse wurde unter anderem untersucht, wie groß der Angebotsumfang und die -vielfalt ist. Darüber hinaus wurden weitere Leistungsaspekte erhoben, die mit einem Studium zusammenhängen, wie beispielsweise die Anzahl der Standorte, Vorbereitungs-kurse bzw. -seminare, Finanzierungsmöglichkeiten, studienbegleitende Angebote wie Sport, AGs etc.

Zudem wurden die Vertragsbedingungen der privaten Hochschulen analysiert und bewertet.

Die Erhebung der Daten für die Angebotsanalyse und die Analyse der Vertragsbedingungen erfolgte auf dem Weg einer offiziellen Anfrage an die Pressestellen der Unternehmen. Stand der Angaben war der 1. Oktober 2024 (Wintersemester 2024/25).

# 7. Methodik

## Angebotsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebotsanalyse	100,0%
<b>Angebot</b>	<b>70,0%</b>
Anzahl der Studienorte für Präsenzlehre in Deutschland	3,0%
Angebotsumfang gesundheitsrelevanter Studiengänge*	6,0%
Angebotsvielfalt an Studiengängen**	6,0%
Verfügbare Studienformen (z.B. Präsenzstudium, Fernstudium, Duales Studium)	1,5%
Mögliche Studienzeitmodelle (z.B. Blockweise, Wochenweise, Wochenendmodell)	1,5%
Kostenlose Immatrikulation	3,0%
Aufnahmetest	2,5%
Finanzierungsmöglichkeiten	
BAföG	4,0%
Hochschuleigenes Stipendium	4,0%
Studienkredit	4,0%
Beratungsangebot zur Finanzierung	3,0%
Angebot an Vorbereitungs-/Zusatzkursen	2,0%
Angebot von E-Learning-Vorlesungen (synchron)	1,0%
Angebot von E-Learning-Vorlesungen (asynchron)	1,0%
Auslandsaufenthalt möglich	2,0%
Praxisphasen (Praktikum/dual/ausbildungsintegriert)	2,0%
Praxisprojekte/Gastvorträge aus der Branche	2,0%
Kooperationspartner (z. B. Unternehmen, Einrichtungen, Institute etc.)	2,0%
Online-Bibliothek	2,5%

\* Anzahl an Bachelor- und Master-Studiengängen jeweils in Vollzeit und berufsbegleitend.

\*\* Im Rahmen der Angebotsvielfalt werden Studiengänge in folgenden Bereichen geprüft: Psychologie, Management, Therapie & Coaching, Pädagogik.

# 7. Methodik

## Angebotsanalyse – Untersuchungskriterien

Angebotsanalyse (Fortsetzung)		
<b>Angebot (Fortsetzung)</b>		
Studienbegleitende Angebote		
Hochschulsport	1,5%	
Semesterticket	1,5%	
Studienberatung vor Ort / Video-Beratung	2,0%	
Psychologische Beratung	2,0%	
MS Office Lizenzen (kostenfrei)	1,0%	
Studienfachwechsel möglich	2,0%	
Unterstützung bei der Arbeitssuche nach Beendigung des Studiums	2,5%	
Alumni-Netzwerk	2,5%	
Promotion möglich*	2,0%	
<b>Vertragsbedingungen</b>		<b>30,0%</b>
Preisgarantie für Regelstudienzeit	5,0%	
Monatliche Zahlung möglich	5,0%	
Kündigungsfrist (Dauer in Wochen)	5,0%	
Höhe der Gebühren bei fristgerechter Kündigung	5,0%	
Prüfungsgebühren	2,5%	
Kostenlose Wiederholung von Prüfungen	2,5%	
Kostenloses Zusatzsemester für Abschlussarbeit	5,0%	

\* ggf. in Kooperation mit einer Partnerhochschule. Hinweis: Fachhochschulen haben kein eigenes Promotionsrecht.

	<b>Seite</b>
<b>A. Test-Erlebnisse</b>	<b>40</b>
Positiv	40
Negativ	41
<b>B. Online-Service</b>	<b>42</b>
<b>C. Telefonischer Service</b>	<b>43</b>
<b>D. Service per E-Mail</b>	<b>44</b>
<b>E. Zusatzinformation Preise</b>	<b>45</b>
<b>F. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>47</b>
<b>G. Nachhaltigkeit</b>	<b>49</b>

# F. Allgemeine Methodik

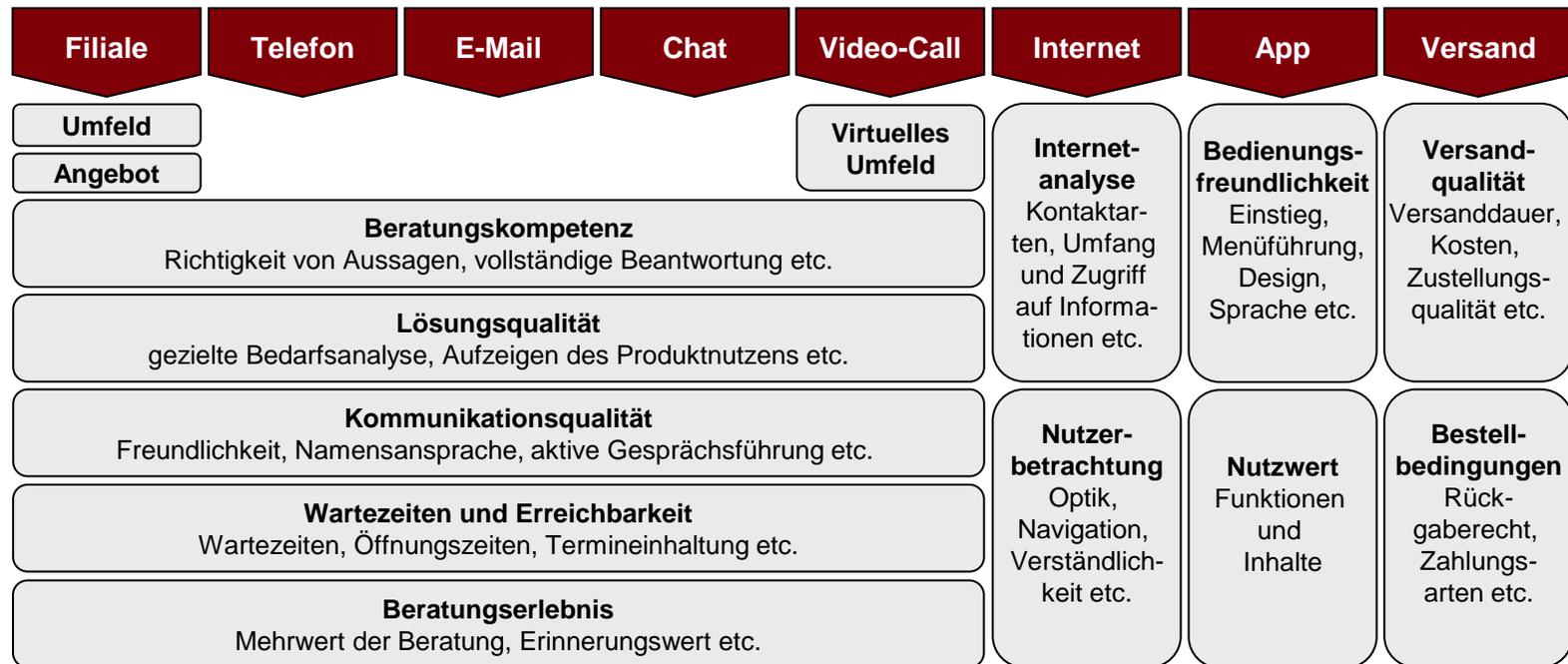
## Service-tests

- 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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- Verfahren: Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- Mystery-Aktivitäten: Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- Online-Service: Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

# F. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:

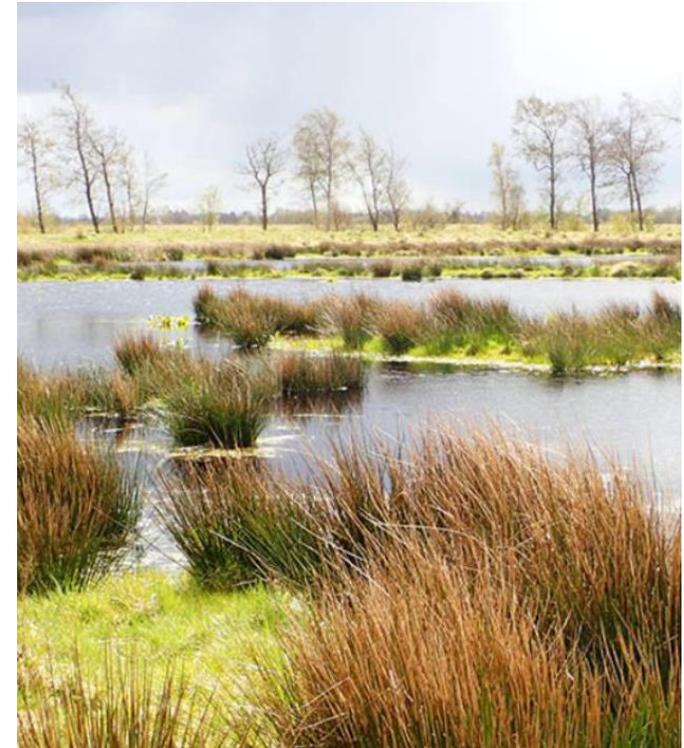


- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

# G. Nachhaltigkeit

## Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO<sub>2</sub>-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate