



ServiceAtlas Internet-Provider 2017

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 13 Internet-Provider

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Januar 2017
Stichprobe	1.036 Kunden mit 1.176 Urteilen zu 13 Internet-Providern (Bewertung von bis zu 2 Internet-Providern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detaillierergebnisse für 13 Internet-Provider</p> <ul style="list-style-type: none"> • I&I (n=109) • congstar (n=106) • Deutsche Telekom (n=106) • easybell (n=45) • EWE Tel (n=109) • M-net (n=73) • NetCologne (n=104) • O2 (n=107) • Primacom (n=54) • Tele Columbus (n=84) • Tele2 (n=51) • unitymedia (n=112) • Vodafone (n=116)
Gesamtumfang	134 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Ruf und Image • Kundenorientierung • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Umgang mit Beschwerden/ Reklamationen
Tarife / Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Tarif- und Produktauswahl • Qualität der Produkte und Leistungen • Flexibilität der Tarife (Laufzeit, Zubuchung von Tarifoptionen)
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Wechselangebote zu günstigeren Tarifen • Angebotene (Service-) Zusatzleistungen
Leistungs-transparenz	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Tarife und Angebote • Verbindlichkeit von Aussagen • Übersichtlichkeit/Verständlichkeit des Internetauftritts • Übersichtlichkeit/Verständlichkeit der Rechnung
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Preisgünstigkeit der Tarife • Preisgünstigkeit der Produkte (Bspl. Router)

Studiendesign

Installationservice	<ul style="list-style-type: none">• Schnelligkeit der Installation/Inbetriebnahme• Zuverlässigkeit der Installation/Inbetriebnahme• Verständlichkeit der Installations-/Betriebsanleitung
Netzstabilität	<ul style="list-style-type: none">• Netzstabilität/-verfügbarkeit• Einhaltung der zugesagten Übertragungsgeschwindigkeit
Branchenspezifische Fragen	<ul style="list-style-type: none">• Monatliche Ausgaben für die Leistungen der Provider• Bereitstellung von Hardware• Nutzungsgrad weiterer Leistungsangebote aus den Bereichen Kommunikation (Festnetz-Telefonie, Mobilfunk) und Entertainment (Kabel- und Internetfernsehen, Video On Demand)• Nutzung von Flatrates• Bevorzugte Kontaktwege bei Problemen, Anbieterwechsel (Planung, Bereitschaft)

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierung

Tarife / Produkte

- Tarif- und Produktauswahl
- Qualität der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Tarife (Laufzeit, Zubuchung von Tarifoptionen)

Kundenservice

- Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Wechselangebote zu günstigeren Tarifen
- Angebotene (Service-) Zusatzleistungen

Leistungstransparenz

- Transparenz der Tarife und Angebote
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Übersichtlichkeit/Verständlichkeit des Internetauftritts
- Übersichtlichkeit/Verständlichkeit der Rechnung

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Preisgünstigkeit der Tarife
- Preisgünstigkeit der Produkte (Bsp. Router)

Installationservice

- Schnelligkeit der Installation/Inbetriebnahme
- Zuverlässigkeit der Installation/Inbetriebnahme
- Verständlichkeit der Installations-/Betriebsanleitung

Netzstabilität

- Netzstabilität/-verfügbarkeit
- Einhaltung der zugesagten Übertragungsgeschwindigkeit

Kundenorientierung – Internet-Provider (I)

GESAMT		Tarife / Produkte		Kundenservice		Leistungstransparenz	
sehr gut	easybell	sehr gut	easybell	sehr gut	I&I	sehr gut	easybell
sehr gut	M-net	sehr gut	congstar	sehr gut	Tele2	sehr gut	Tele2
sehr gut	congstar	sehr gut	M-net	sehr gut	M-net	sehr gut	M-net
sehr gut	I&I	sehr gut	Tele2	sehr gut	easybell	sehr gut	I&I
gut	Tele2	gut	EWE Tel	sehr gut	congstar	sehr gut	congstar
gut	EWE Tel	gut	I&I	gut	EWE Tel	gut	EWE Tel
gut	NetCologne		Vodafone (Kabel Deutschland)	gut	Deutsche Telekom	gut	NetCologne
	Vodafone (Kabel Deutschland)		O2		NetCologne		unitymedia
	Deutsche Telekom		NetCologne		Vodafone (Kabel Deutschland)		Deutsche Telekom
	unitymedia		Deutsche Telekom		O2		Vodafone (Kabel Deutschland)
	O2		unitymedia		unitymedia		Tele Columbus
	Tele Columbus		Tele Columbus		Tele Columbus		Primacom
	Primacom		Primacom		Primacom		O2

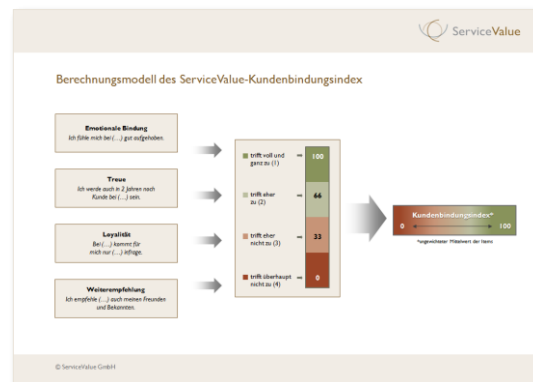
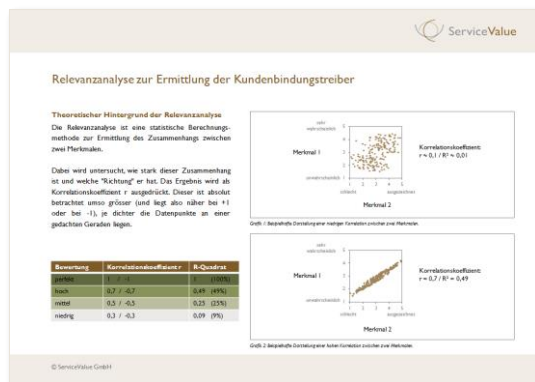
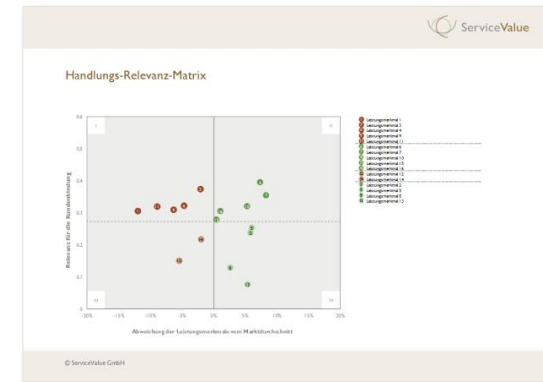
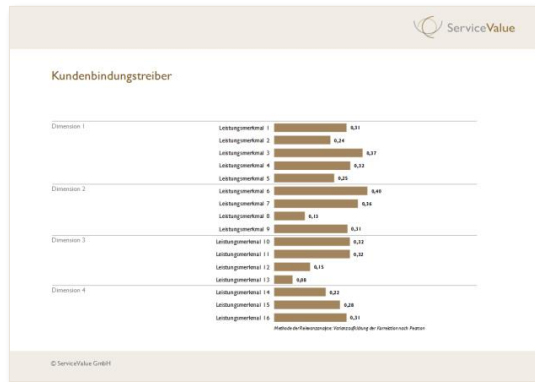
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Kundenorientierung – Internet-Provider (II)

Installationservice		Netzstabilität		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	I&I	sehr gut	M-net	sehr gut	easybell
sehr gut	easybell	sehr gut	congstar	sehr gut	congstar
sehr gut	M-net	sehr gut	EWE Tel	sehr gut	I&I
gut	congstar	sehr gut	Deutsche Telekom	sehr gut	M-net
gut	Vodafone (Kabel Deutschland)	gut	easybell	gut	Tele2
gut	NetCologne	gut	NetCologne	gut	NetCologne
gut	EWE Tel	gut	Vodafone (Kabel Deutschland)	gut	EWE Tel
	unitymedia	gut	I&I		O2
	Tele2		Tele2		Tele Columbus
	Tele Columbus		unitymedia		unitymedia
	Primacom		O2		Vodafone (Kabel Deutschland)
	O2		Tele Columbus		Primacom
	Deutsche Telekom		Primacom		Deutsche Telekom

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



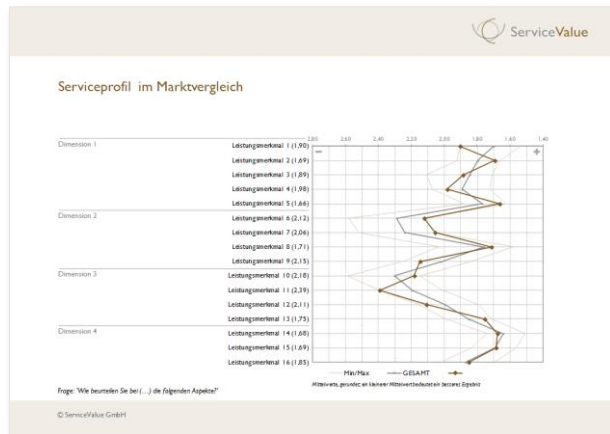
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

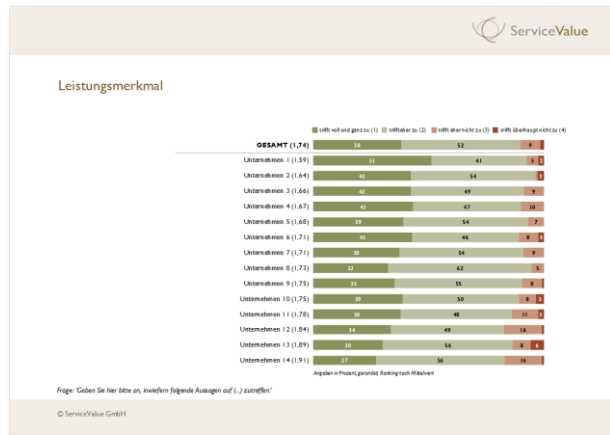


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und –bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Monkey Business - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de