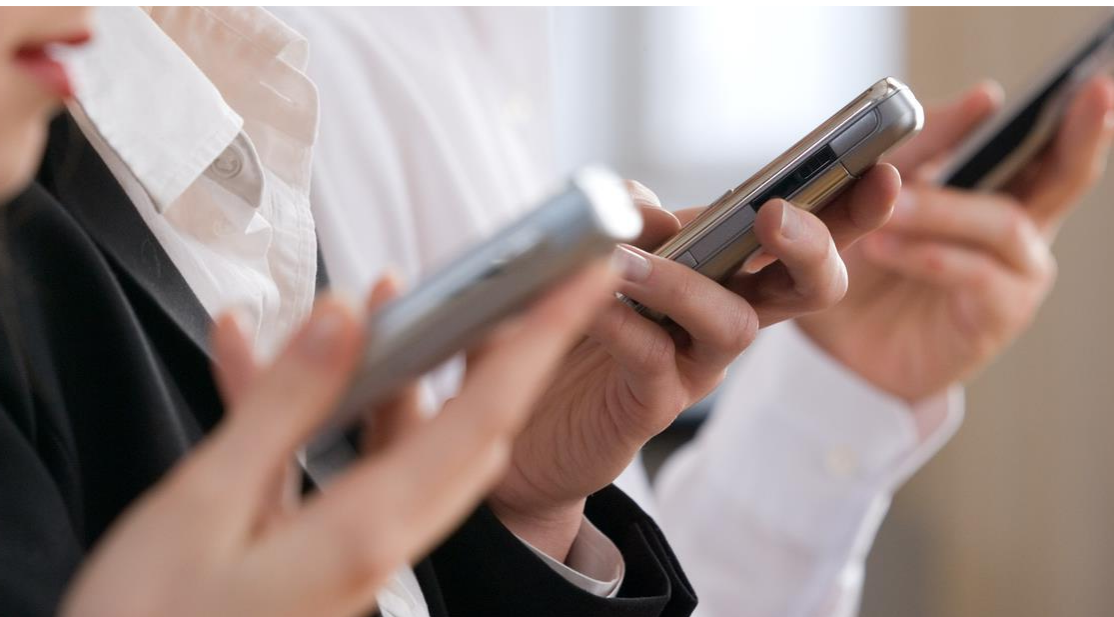




# Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 18 Mobilfunk-Anbieter



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Januar 2019
<b>Stichprobe</b>	1.560 Kunden mit 1.765 Urteilen zu 18 Mobilfunk-Anbietern (Bewertung von bis zu 2 Mobilfunk-Anbietern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 18 Mobilfunk-Anbieter</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I &amp; I</li> <li>• ALDI TALK</li> <li>• BASE</li> <li>• Blau</li> <li>• congstar</li> <li>• FONIC</li> <li>• klarmobil</li> <li>• Lidl connect</li> <li>• mobilcom-debitel</li> <li>• NettoKOM</li> <li>• O2</li> <li>• otelo</li> <li>• smartmobil</li> <li>• TALKLINE</li> <li>• Tchibo mobil</li> <li>• Telekom</li> <li>• Vodafone</li> <li>• yourfone</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	193 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gesamtzufriedenheit</li><li>• Kundenorientierung</li><li>• Ruf und Image</li></ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Emotionale Bindung</li><li>• Treue</li><li>• Loyalität</li><li>• Weiterempfehlung</li></ul>
<b>Faires Produkt- und Leistungsangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Angebotsumfang</li><li>• Zuverlässigkeit</li><li>• Flexibilität</li></ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li><li>• Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft</li><li>• Fachkompetenz</li><li>• Proaktiv bessere Angebote</li></ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kulanz</li><li>• Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig)</li><li>• Belohnung von Kundentreue</li><li>• Benutzerfreundlicher Online-Kundenbereich</li></ul>

## Studiendesign (II)

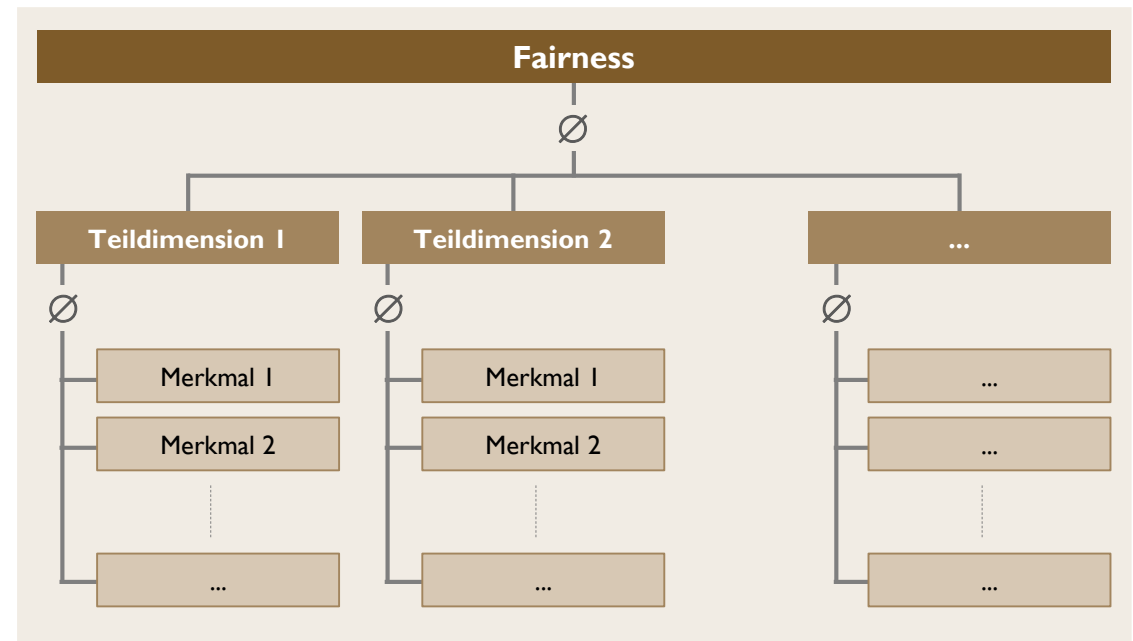
<b>Faire Kunden-kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li><li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li><li>• Verständlichkeit der Kommunikation</li><li>• Angemessener Informationsumfang</li><li>• Informationsangebot auf der Website</li></ul>
<b>Netzqualität</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Netzqualität Telefonie</li><li>• Netzqualität mobiles Internet</li></ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Transparenz der Produkte und Leistungen</li><li>• Kostentransparenz</li></ul>

## Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

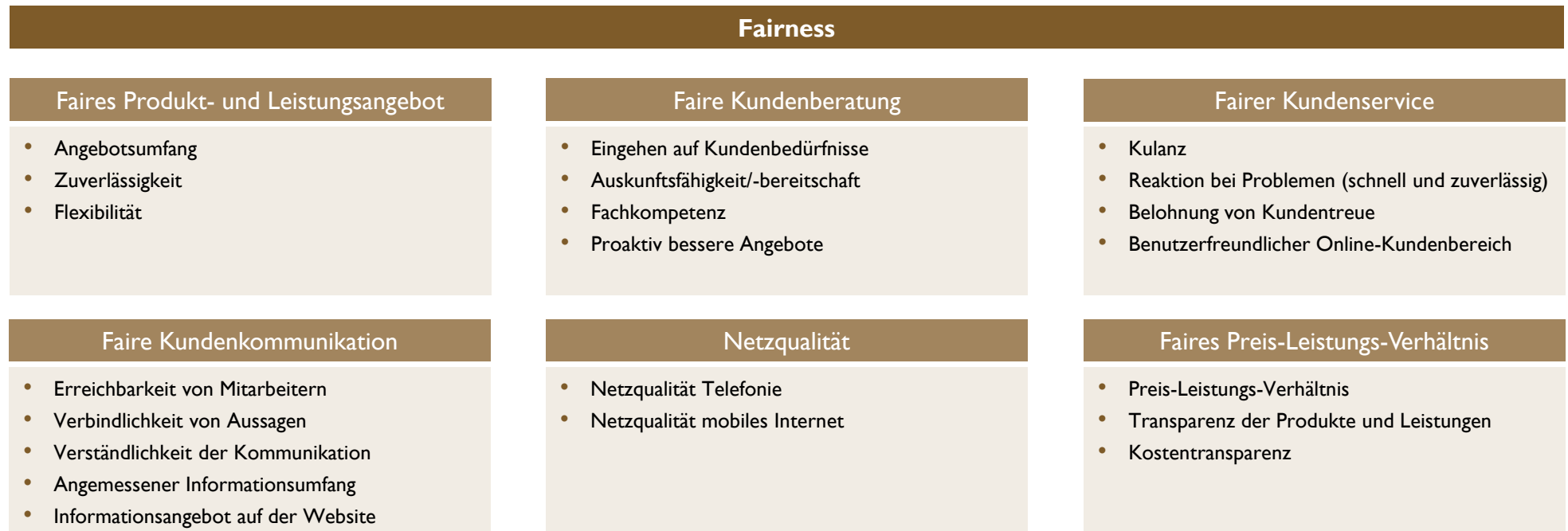
Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



## Teildimensionen der Fairness von Mobilfunk-Anbietern



## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter mit eigenem Netz

FAIRNESS		Faires Produkt- u. Leistungsangebot		Faire Kundenberatung		Fairer Kundenservice	
sehr gut	Vodafone	sehr gut	Vodafone	sehr gut	Vodafone	sehr gut	Vodafone
gut	Telekom	gut	Telekom	gut	Telekom	gut	Telekom
	O2		O2		O2		O2

Faire Kundenkommunikation		Netzqualität		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Vodafone	sehr gut	Telekom	sehr gut	Vodafone
gut	Telekom	gut	Vodafone	gut	Telekom
	O2		O2		O2

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter ohne eigenes Netz (I)

FAIRNESS		Faires Produkt- u. Leistungsangebot		Faire Kundenberatung		Fairer Kundenservice	
sehr gut	I&I	sehr gut	I&I	sehr gut	I&I	sehr gut	I&I
sehr gut	ALDI TALK	sehr gut	ALDI TALK	sehr gut	congstar	sehr gut	congstar
sehr gut	congstar	sehr gut	congstar	sehr gut	otelo	sehr gut	Lidl connect
sehr gut	Lidl connect	sehr gut	FONIC	sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	Tchibo mobil
sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	Tchibo mobil	gut	ALDI TALK	gut	ALDI TALK
gut	FONIC	gut	Blau	gut	FONIC	gut	FONIC
gut	otelo	gut	Lidl connect	gut	Lidl connect	gut	otelo
gut	smartmobil	gut	NettoKOM	gut	smartmobil	gut	smartmobil
	BASE	gut	otelo		BASE	gut	yourfone
	Blau	gut	yourfone		Blau		BASE
	klarmobil		BASE		klarmobil		Blau
	mobilcom-debitel		klarmobil		mobilcom-debitel		klarmobil
	NettoKOM		mobilcom-debitel		NettoKOM		mobilcom-debitel
	TALKLINE		smartmobil		TALKLINE		NettoKOM
	yourfone		TALKLINE		yourfone		TALKLINE

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

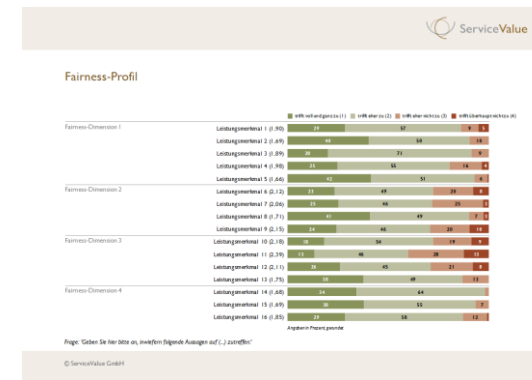
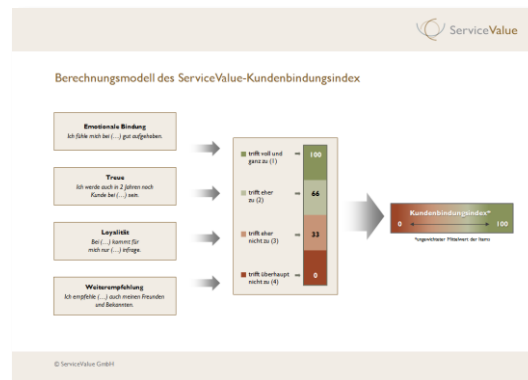
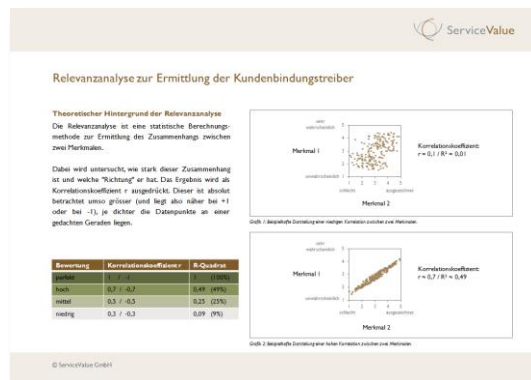
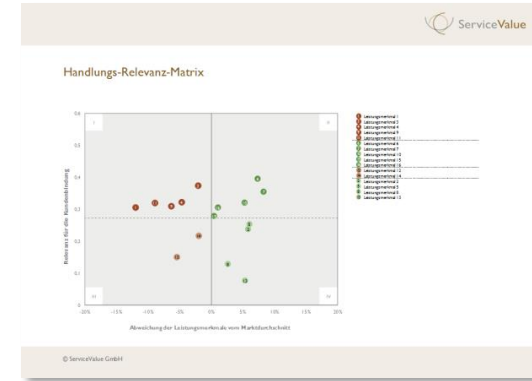
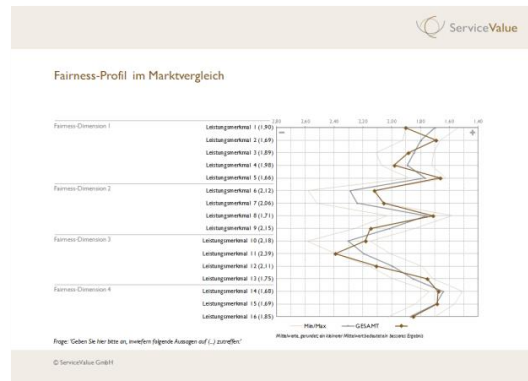


## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter ohne eigenes Netz (II)

Faire Kundenkommunikation		Netzqualität		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ALDI TALK	sehr gut	I & I	sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar	sehr gut	congstar	sehr gut	congstar
sehr gut	Lidl connect	sehr gut	Lidl connect	sehr gut	FONIC
sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	otelo	sehr gut	Lidl connect
gut	I & I	gut	ALDI TALK	sehr gut	Tchibo mobil
gut	FONIC	gut	klarmobil	gut	I & I
gut	smartmobil	gut	NettoKOM	gut	Blau
gut	yourfone	gut	Tchibo mobil	gut	klarmobil
	BASE	gut	yourfone	gut	NettoKOM
	Blau		BASE	gut	otelo
	klarmobil		Blau		BASE
	mobilcom-debitel		FONIC		mobilcom-debitel
	NettoKOM		mobilcom-debitel		smartmobil
	otelo		smartmobil		TALKLINE
	TALKLINE		TALKLINE		yourfone

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



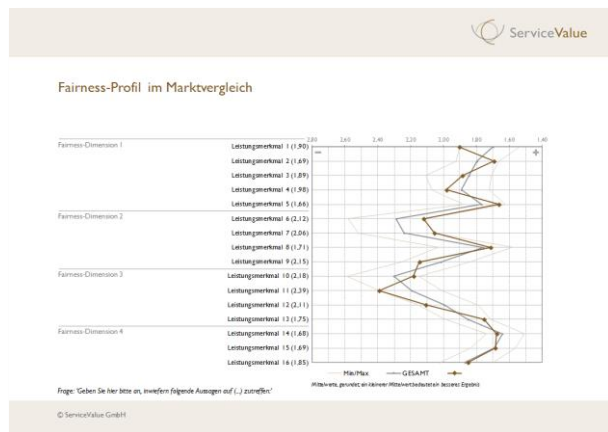
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

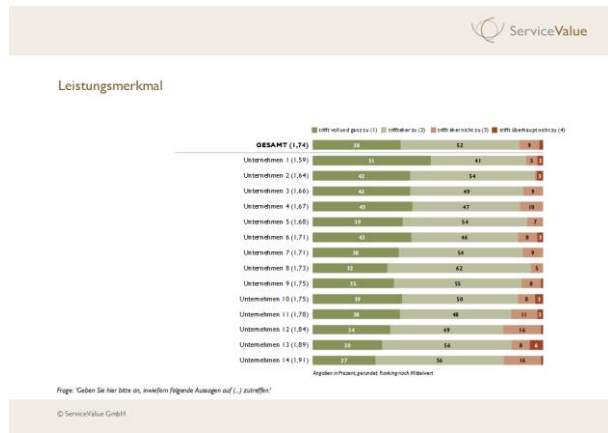


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil 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

Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de)  
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2019“ (Einzelexemplar, 193 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2019“ (Einzelexemplar, 193 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

## Impressum

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34I

50935 Köln

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

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

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto: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: © dobrinya / babimu - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

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

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de