



Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2022

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 30 Mobilfunk-Anbieter in Deutschland



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Dezember 2021 / Januar 2022
Stichprobe	2.856 Kunden mit 3.266 Urteilen zu 30 Mobilfunk-Anbietern (Bewertung von bis zu zwei Mobilfunk-Anbietern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 30 Mobilfunk-Anbieter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I & I • ALDI TALK • AY YILDIZ • Blau • congstar • Deutsche Telekom • DeutschlandSIM • EDEKA smart • eteleon • FONIC • freenet Mobile • FYVE • Kaufland mobil • klarmobil • LIDL CONNECT • maXXim • mobilcom-debitel • NettoKOM • netzclub • O2 • otelo • PremiumSIM • sim.de • simplytel • smartmobil • Tchibo mobil • TELE2 • Vodafone • winSIM • yourfone
Gesamtumfang	297 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

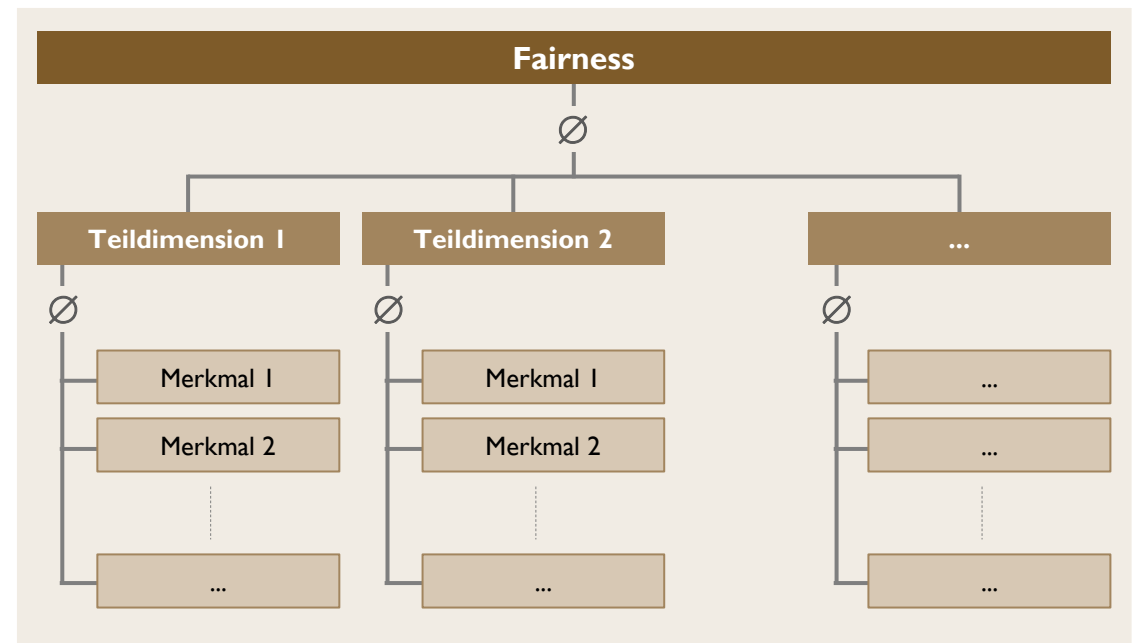
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produkt- und Leistungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsumfang • Zuverlässigkeit • Flexibilität
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft • Fachkompetenz • Proaktiv bessere Angebote
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Kulanz • Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig) • Belohnung von Kundentreue • Benutzerfreundlicher Online-Kundenbereich
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Kommunikation • Angemessener Informationsumfang • Informationsangebot auf der Website
Netzqualität	<ul style="list-style-type: none"> • Netzqualität Telefonie • Netzqualität mobiles Internet
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Transparenz der Produkte und Leistungen • Kostentransparenz

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

Fairness

Faires Produkt- und Leistungsangebot

- Angebotsumfang
- Zuverlässigkeit
- Flexibilität

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit/-bereitschaft
- Fachkompetenz
- Proaktiv bessere Angebote

Fairer Kundenservice

- Kulanz
- Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig)
- Belohnung von Kundentreue
- Benutzerfreundlicher Online-Kundenbereich

Faire Kundenkommunikation

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Kommunikation
- Angemessener Informationsumfang
- Informationsangebot auf der Website

Netzqualität

- Netzqualität Telefonie
- Netzqualität mobiles Internet

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Kostentransparenz

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter (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	AY YILDIZ
sehr gut	congstar	sehr gut	congstar	sehr gut	Deutsche Telekom	sehr gut	congstar
sehr gut	Deutsche Telekom	sehr gut	FONIC	sehr gut	netzclub	sehr gut	LIDL CONNECT
sehr gut	FONIC	sehr gut	LIDL CONNECT	sehr gut	O2	sehr gut	netzclub
sehr gut	LIDL CONNECT	sehr gut	PremiumSIM	sehr gut	otelo	sehr gut	otelo
sehr gut	otelo	sehr gut	simplytel	sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	Tchibo mobil
sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	Tchibo mobil	gut	ALDI TALK	gut	ALDI TALK
gut	AY YILDIZ	sehr gut	winSIM	gut	AY YILDIZ	gut	Blau
gut	Blau	gut	AY YILDIZ	gut	Blau	gut	Deutsche Telekom
gut	klarmobil	gut	Blau	gut	FONIC	gut	FONIC
gut	maXXim	gut	Deutsche Telekom	gut	klarmobil	gut	freenet Mobile
gut	netzclub	gut	klarmobil	gut	LIDL CONNECT	gut	klarmobil
gut	O2	gut	maXXim	gut	maXXim	gut	O2
gut	PremiumSIM	gut	netzclub	gut	Vodafone	gut	PremiumSIM
gut	sim.de	gut	otelo	gut	winSIM	gut	sim.de
gut	Vodafone	gut	sim.de		DeutschlandSIM	gut	Vodafone
gut	winSIM	gut	smartmobil		EDEKA smart		DeutschlandSIM
	DeutschlandSIM	gut	Vodafone		eteleon		EDEKA smart
	EDEKA smart		DeutschlandSIM		freenet Mobile		eteleon
	eteleon		EDEKA smart		FYVE		FYVE
	freenet Mobile		eteleon		Kaufland mobil		Kaufland mobil
	FYVE		freenet Mobile		mobilcom-debitel		maXXim
	Kaufland mobil		FYVE		NettoKOM		mobilcom-debitel
	mobilcom-debitel		Kaufland mobil		PremiumSIM		NettoKOM
	NettoKOM		mobilcom-debitel		sim.de		simplytel
	simplytel		NettoKOM		simplytel		smartmobil
	smartmobil		O2		smartmobil		TELE2
	TELE2		TELE2		TELE2		winSIM
	yourfone		yourfone		yourfone		yourfone

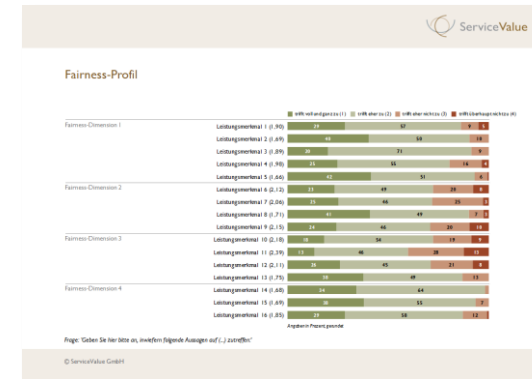
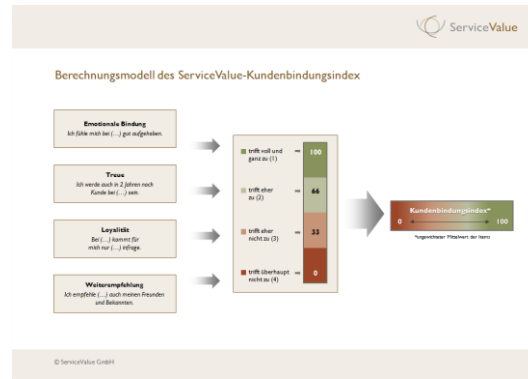
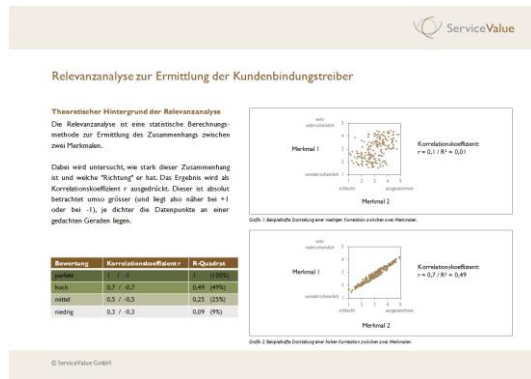
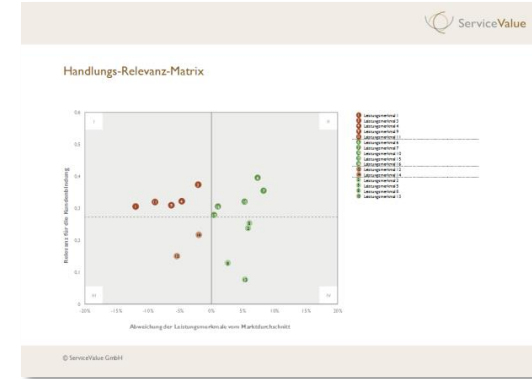
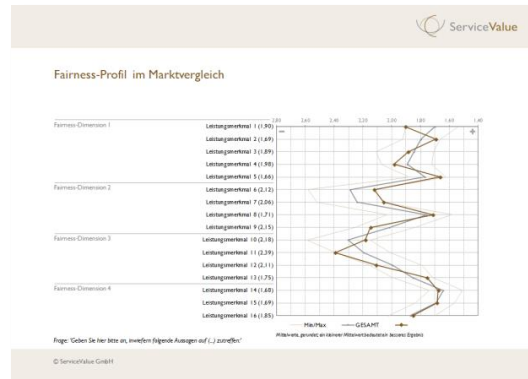
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Mobilfunk-Anbieter (II)

Faire Kundenkommunikation		Netzqualität		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	I & I	sehr gut	I & I	sehr gut	I & I
sehr gut	ALDI TALK	sehr gut	congstar	sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar	sehr gut	Deutsche Telekom	sehr gut	congstar
sehr gut	FONIC	sehr gut	klarmobil	sehr gut	FONIC
sehr gut	LIDL CONNECT	sehr gut	LIDL CONNECT	sehr gut	klarmobil
sehr gut	otelo	sehr gut	Tchibo mobil	sehr gut	LIDL CONNECT
sehr gut	PremiumSIM	sehr gut	Vodafone	sehr gut	netzclub
sehr gut	Tchibo mobil	gut	ALDI TALK	sehr gut	otelo
gut	Blau	gut	FONIC	sehr gut	PremiumSIM
gut	Deutsche Telekom	gut	O2	sehr gut	Tchibo mobil
gut	klarmobil	gut	otelo	gut	Blau
gut	maXXim	gut	sim.de	gut	Deutsche Telekom
gut	netzclub		AY YILDIZ	gut	maXXim
gut	O2		Blau	gut	O2
gut	simplytel		DeutschlandSIM	gut	sim.de
gut	Vodafone		EDEKA smart	gut	simplytel
gut	winSIM		eteleon	gut	Vodafone
gut	yourfone		freenet Mobile	gut	winSIM
	AY YILDIZ		FYVE		AY YILDIZ
	DeutschlandSIM		Kaufland mobil		DeutschlandSIM
	EDEKA smart		maXXim		EDEKA smart
	eteleon		mobilcom-debitel		eteleon
	freenet Mobile		NettoKOM		freenet Mobile
	FYVE		netzclub		FYVE
	Kaufland mobil		PremiumSIM		Kaufland mobil
	mobilcom-debitel		simplytel		mobilcom-debitel
	NettoKOM		smartmobil		NettoKOM
	sim.de		TELE2		smartmobil
	smartmobil		winSIM		TELE2
	TELE2		yourfone		yourfone

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

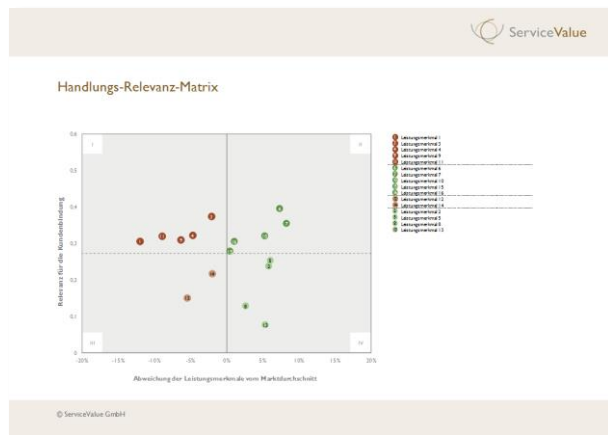
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



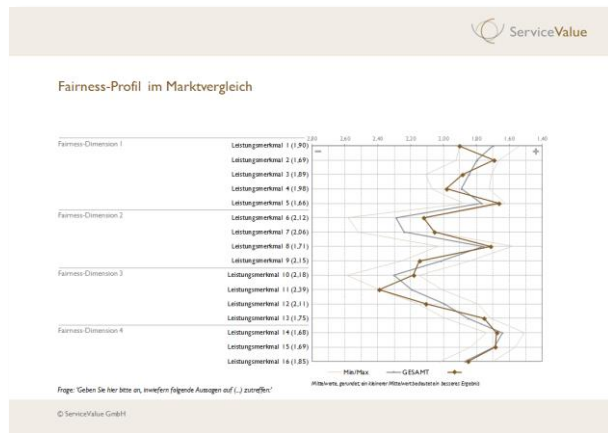
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

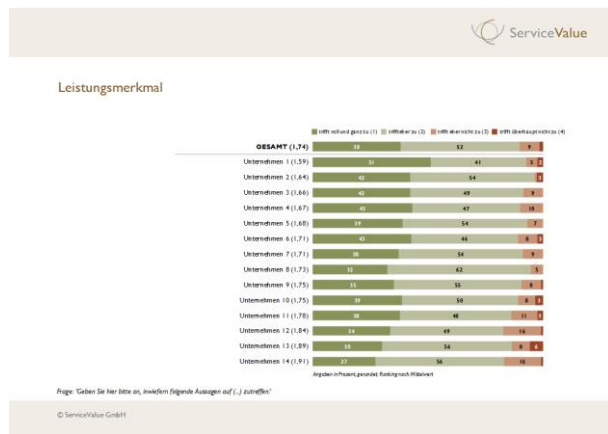


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter

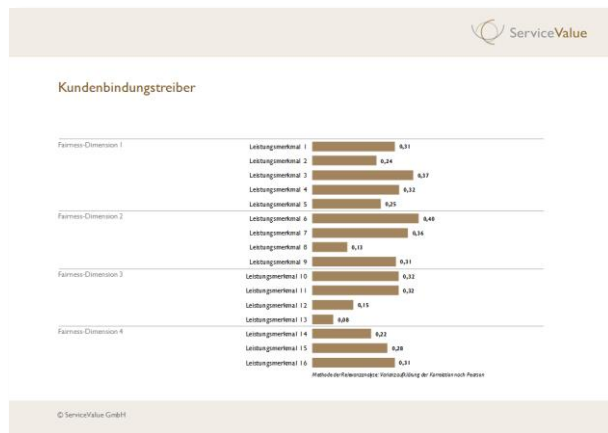


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Fairness-Profil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2022“ (Einzelexemplar, 297 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2022 “ (Einzelexemplar, 297 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 6.800,- € netto (ggf. 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. 341

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: © dobrinya – Fotolia.com / Rawpixel.com – Stock.adobe.com/de

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de