



Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2025

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 32 Mobilfunk-Anbieter in Deutschland



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	November / Dezember 2024
Stichprobe	3.082 Kunden mit 3.520 Urteilen zu 32 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 32 Mobilfunk-Anbieter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I & I • ALDI TALK • amiva • AY YILDIZ • Blau • congstar • Deutsche Telekom • EDEKA smart • FONIC • freenet Mobilfunk • FYVE • handyvertrag.de • ja! mobil • Kaufland mobil • klarmobil • LIDL CONNECT • maXXim • NetMobil • NettoKOM • netzclub • O2 • Ortel Mobile • otelo • sim.de • sim24 • SIMon Mobile • simplytel • smartmobil.de • Tchibo MOBIL • Vodafone • winSIM • yourfone
Gesamtumfang	311 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

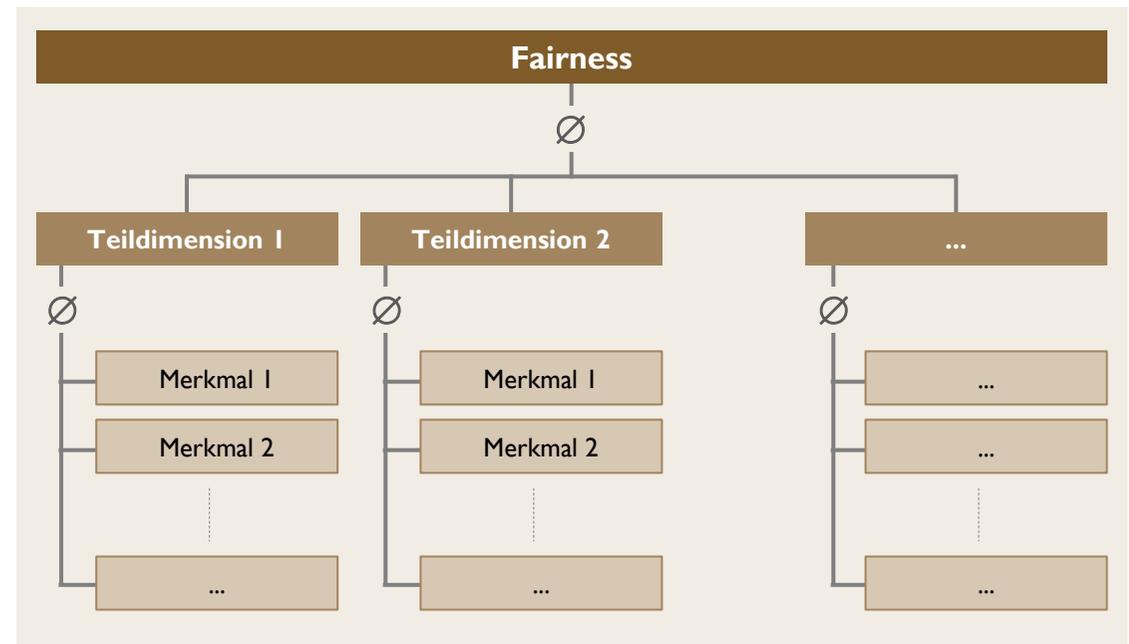
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produkt- und Leistungsangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsumfang • Zuverlässigkeit • Flexibilität
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf 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	
sehr gut	I&I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Deutsche Telekom
sehr gut	FONIC
sehr gut	handyvertrag.de
sehr gut	ja! mobil
sehr gut	NettoKOM
sehr gut	Ortel Mobile
sehr gut	SIMon Mobile
sehr gut	Tchibo MOBIL
gut	AY YILDIZ
gut	freenet Mobilfunk
gut	LIDL CONNECT
gut	netzclub
gut	O2
gut	otelo
gut	sim.de
gut	sim24
gut	simplytel
gut	Vodafone
gut	winSIM
	amiva
	Blau
	EDEKA smart
	FYVE
	Kaufland mobil
	klarmobil
	maXXim
	NetMobil
	netzclub
	sim24
	smartmobil.de
	yourfone

Faires Produkt- u. Leistungsangebot	
sehr gut	I&I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Deutsche Telekom
sehr gut	FONIC
sehr gut	handyvertrag.de
sehr gut	LIDL CONNECT
sehr gut	NettoKOM
sehr gut	Ortel Mobile
sehr gut	simplytel
sehr gut	Tchibo MOBIL
sehr gut	winSIM
gut	AY YILDIZ
gut	Blau
gut	freenet Mobilfunk
gut	ja! mobil
gut	O2
gut	otelo
gut	sim.de
gut	SIMon Mobile
gut	Vodafone
	amiva
	EDEKA smart
	FYVE
	Kaufland mobil
	klarmobil
	maXXim
	NetMobil
	netzclub
	sim24
	smartmobil.de
	yourfone

Faire Kundenberatung	
sehr gut	I&I
sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar
sehr gut	Deutsche Telekom
sehr gut	O2
sehr gut	Ortel Mobile
sehr gut	sim.de
sehr gut	SIMon Mobile
sehr gut	Tchibo MOBIL
gut	AY YILDIZ
gut	Blau
gut	FONIC
gut	freenet Mobilfunk
gut	handyvertrag.de
gut	ja! mobil
gut	NettoKOM
gut	netzclub
gut	otelo
gut	sim24
gut	Vodafone
gut	winSIM
	amiva
	EDEKA smart
	FYVE
	Kaufland mobil
	klarmobil
	LIDL CONNECT
	maXXim
	NetMobil
	simplytel
	smartmobil.de
	yourfone

Fairer Kundenservice	
sehr gut	I&I
sehr gut	congstar
sehr gut	handyvertrag.de
sehr gut	ja! mobil
sehr gut	netzclub
sehr gut	Ortel Mobile
sehr gut	SIMon Mobile
sehr gut	Tchibo MOBIL
gut	ALDI TALK
gut	AY YILDIZ
gut	Deutsche Telekom
gut	FONIC
gut	freenet Mobilfunk
gut	NettoKOM
gut	O2
gut	otelo
gut	sim.de
gut	sim24
gut	winSIM
	amiva
	Blau
	EDEKA smart
	FYVE
	Kaufland mobil
	klarmobil
	LIDL CONNECT
	maXXim
	NetMobil
	simplytel
	smartmobil.de
	Vodafone
	yourfone

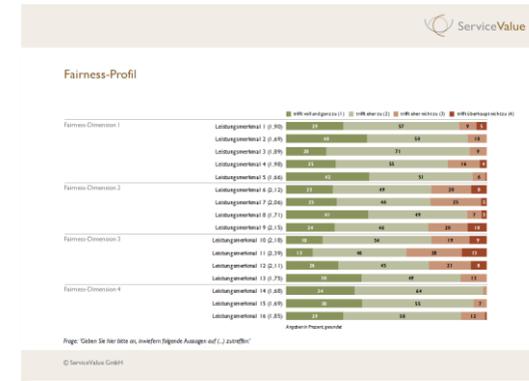
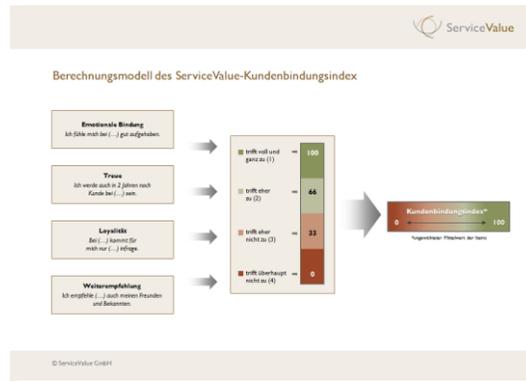
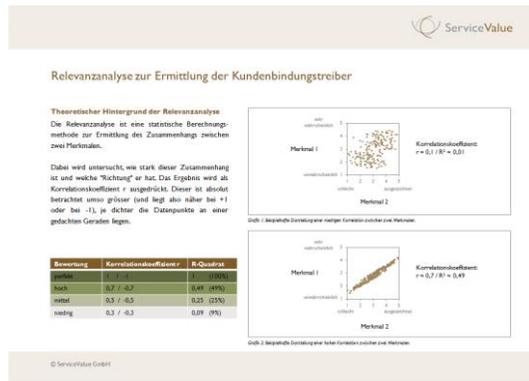
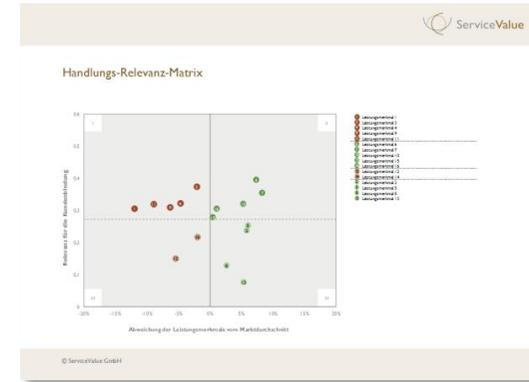
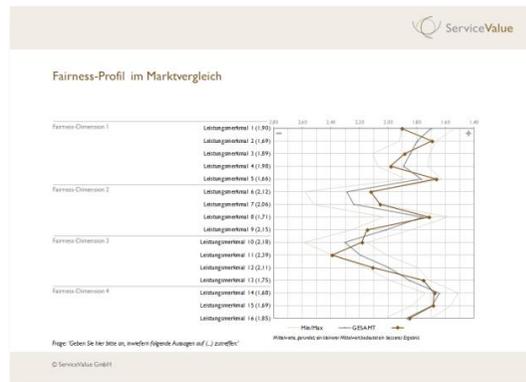
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

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	ALDI TALK	sehr gut	ALDI TALK
sehr gut	congstar	sehr gut	congstar	sehr gut	congstar
sehr gut	FONIC	sehr gut	Deutsche Telekom	sehr gut	FONIC
sehr gut	handyvertrag.de	sehr gut	freenet Mobilfunk	sehr gut	handyvertrag.de
sehr gut	ja! mobil	sehr gut	ja! mobil	sehr gut	LIDL CONNECT
sehr gut	NettoKOM	sehr gut	NettoKOM	sehr gut	NettoKOM
sehr gut	Ortel Mobile	sehr gut	Ortel Mobile	sehr gut	netzclub
sehr gut	SIMon Mobile	sehr gut	Tchibo MOBIL	sehr gut	Ortel Mobile
sehr gut	Tchibo MOBIL	sehr gut	Vodafone	sehr gut	sim.de
sehr gut	winSIM	gut	AY YILDIZ	sehr gut	SIMon Mobile
gut	AY YILDIZ	gut	FONIC	sehr gut	Tchibo MOBIL
gut	Deutsche Telekom	gut	handyvertrag.de	sehr gut	winSIM
gut	freenet Mobilfunk	gut	klarmobil	gut	Blau
gut	LIDL CONNECT	gut	LIDL CONNECT	gut	Deutsche Telekom
gut	netzclub	gut	netzclub	gut	ja! mobil
gut	O2	gut	O2	gut	klarmobil
gut	otelo	gut	otelo	gut	O2
gut	sim.de	gut	sim.de	gut	otelo
gut	sim24	gut	sim24	gut	sim24
gut	simplytel	gut	SIMon Mobile	gut	simplytel
gut	Vodafone	gut	winSIM	gut	Vodafone
	amiva		amiva		amiva
	Blau		Blau		AY YILDIZ
	EDEKA smart		EDEKA smart		EDEKA smart
	FYVE		FYVE		freenet Mobilfunk
	Kaufland mobil		Kaufland mobil		FYVE
	klarmobil		maXXim		Kaufland mobil
	maXXim		NetMobil		maXXim
	NetMobil		simplytel		NetMobil
	smartmobil.de		smartmobil.de		smartmobil.de
	yourfone		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)

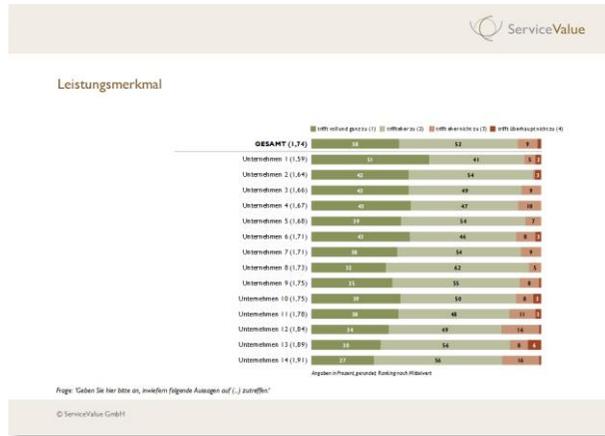


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Mobilfunk-Anbietern 2025“ (Einzelexemplar, 311 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 2025“ (Einzelexemplar, 311 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