

## P R E S S E M I T T E I L U N G

### Servicestudie Mobilfunkanbieter 2010

#### **50 Prozent Ersparnis möglich, Service nur ausreichend - blau.de ist Testsieger**

**Hamburg, 09.11.2010 (ots)** – Der Mobilfunkmarkt ist weitestgehend gesättigt. Der Kampf um Marktanteile wird auch mit gutem Service gewonnen. Haben da die preisaggressiven Discounter überhaupt eine Chance gegen die Premiumanbieter mit breitem Produkt- und Service-Angebot? Wie kundenfreundlich und kompetent ist der Service in der Branche? Hat der Wettbewerbsdruck zu geringeren Preisunterschieden geführt?

Positiv überraschten wie bereits im Vorjahr einige Mobilfunkdiscounter, denen oft nachgesagt wird, am Service zu sparen. Sie belegten vier der ersten fünf Plätze im Test und boten nicht nur günstige Tarife an, sondern überzeugten auch beim Service. Einzig O<sub>2</sub> durchbrach die Phalanx der Discounter. Die Service-Provider schnitten insgesamt am schlechtesten ab.

Blau.de wurde wie bereits im letzten Jahr „Bester Mobilfunkanbieter“. Das Unternehmen erreichte beim Service und bei den Tarifen beste Ergebnisse. Simyo belegte den zweiten Platz, gefolgt von Simply auf Rang drei. O<sub>2</sub> als bester Full-Service-Anbieter überzeugte mit Top-Service und den besten Konditionen aller Anbieter mit breitem Leistungsangebot.

Der Service der Branche hat sich im Vergleich zur Vorjahresstudie von befriedigend auf ausreichend verschlechtert. Die größten Defizite zeigten sich wieder bei der E-Mail-Bearbeitung. Nahezu jedes vierte Unternehmen schaffte es nicht, innerhalb von einer Woche zumindest die Hälfte der Anfragen zu beantworten. Die Reaktionszeit lag durchschnittlich bei 58 Stunden. „Die Kundenorientierung der Branche lässt zu wünschen übrig: Zwei Drittel der Antworten waren nicht individuell formuliert und bestanden überwiegend aus Textbausteinen“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Besser schnitten die Mobilfunkanbieter dagegen im telefonischen Service ab. Ein Wermutstropfen: Nur drei der 22 Unternehmen konnten bei allen Testanrufen gebührenfrei kontaktiert werden.

Die Analyse der Tarife in Zusammenarbeit mit teltarif.de ergab große Preisunterschiede. Sowohl Wenig-, Normal-, und Vieltelefonierer können etwa die Hälfte der monatlichen Kosten einsparen. Riesige Preisunterschiede zeigte die Analyse der Datentarife auf. Die Kosten für Wenigsurfer lagen zwischen lediglich 1,90 Euro und bis zu knapp 30 Euro im Monat. „Die Ergebnisse belegen, wie wichtig der sorgfältige Vergleich der Tarife vor Erwerb einer Handkarte oder vor Abschluss eines Mobilfunkvertrages ist“, so Serviceexperte Hamer.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte 22 am Markt aktive Mobilfunkanbieter. Im Rahmen eines umfassenden Servicetests mit 682 Kontakten wurden die telefonische Beratung sowie die Beantwortung von E-Mail-Anfragen verdeckt überprüft und eine detaillierte Analyse der Internetseiten der Anbieter durchgeführt. Zusätzlich wurden in Zusammenarbeit mit teltarif.de für sechs Nutzerprofile (Telefonie, SMS und Datennutzung) Tarife und Vertragsbedingungen analysiert.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität

Ansprechpartner:  
Bianca Möller  
Telefon: 040 / 41 11 69 27  
E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)