

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Mobilfunkshops 2015

Freundlichkeit top, aber Beratungen häufig am Kundenbedarf vorbei – Telekom ist Testsieger

Hamburg, 10.08.2015 – Ob neuer Mobilfunktarif oder neues Handy – in den Mobilfunkshops erhalten die Kunden eine freundliche, aber längst nicht immer kompetente Beratung. Dies belegt die Servicestudie des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Hightech, Montag, 10.08.2015, 18:35 Uhr*).

Die Branche zeigt im Vergleich zur Vorstudie 2013 ein leicht verbessertes Servicenniveau (2015: 70,1 Punkte, 2013: 69,5 Punkte). Vier der fünf getesteten Mobilfunkunternehmen erzielen das Qualitätsurteil „gut“, ein Anbieter schneidet mit „befriedigend“ ab. Defizite sind aber dennoch weiterhin offensichtlich.

Beratungsleistung mit Licht und Schatten

Großer Pluspunkt der Shop-Mitarbeiter: Sie treten dem Kunden gegenüber sehr freundlich auf und zeigen sich in den Beratungen zu Tarifen und Mobiltelefonen hilfsbereit. Mit Fachchinesisch werden die potenziellen Käufer relativ selten konfrontiert – in gut 85 Prozent aller Fälle sind die Auskünfte verständlich und nachvollziehbar. In fast drei Viertel der Tests nehmen sich die Berater ausreichend Zeit für die Kundengespräche

Der Test deckt jedoch auch Beratungsfehler auf: Kunden, die sich in den Filialen als Wenigtelefonierer ausgeben, erhalten in mehr als der Hälfte der Fälle zu teure Tarifempfehlungen. Auch in fast der Hälfte aller Beratungen werden unpassende Mobiltelefone empfohlen, beispielsweise teure Premium-Smartphones für Normaltelefonierer. Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, rät deshalb: „Kunden sollten nicht jeder Verkäuferempfehlung blind vertrauen, sondern auch aktiv nach günstigeren Alternativen fragen.“

Handyauswahl oft eingeschränkt

Nur durchschnittlich fällt zudem das Angebot an verfügbaren Handys und Smartphones aus. In deutlich über 40 Prozent der Mobilfunkshops wurden nicht einmal 20 Geräte ausgestellt. „Das ist eine magere Quote, wenn man bedenkt, dass Kunden ja auch deshalb in einen Shop gehen, um verschiedene Mobiltelefone in Augenschein zu nehmen“, so Marktforschungsexpertin Bianca Möller. Die Filialen selbst überzeugen dagegen mit Sauberkeit und einer ansprechenden sowie oft auch barrierefreien Gestaltung.

Als Testsieger geht die Telekom mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Servicestudie hervor. Bei der Beratung treten die Mitarbeiter freundlich und souverän auf. Die empfohlenen Handys und Smartphones passen im Test am vergleichsweise besten zu den Wünschen der Kunden. Die Mobilfunkshops des Netzbetreibers überzeugen auch mit dem umfangreichsten Handyangebot, das in den ansprechend gestalteten Geschäften übersichtlich präsentiert wird. Den zweiten Rang nimmt Vodafone mit dem Qualitätsurteil „gut“ ein. Die Wartezeiten bis zur Begrüßung und zur Beratung fallen hier am kürzesten aus. Meist sprechen die Mitarbeiter die Kunden direkt an, um ihre Hilfe anzubieten. Im Gespräch zeigen sich die Angestellten motiviert und beantworteten Kundenfragen glaubwürdig, verständlich und meist korrekt. Auch das Angebot an Mobiltelefonen fällt relativ umfangreich aus. Mobilcom-Debitel belegt mit einem ebenfalls guten Gesamtergebnis Rang drei. Die Mitarbeiter beraten

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

kompetent und sprechen meist passende Tarifempfehlungen aus. Zudem stellen sie eine angenehme Gesprächsatmosphäre her und gehen mit Beschwerden souverän um.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte die Shops von fünf Mobilfunkunternehmen. Basis der Servicestudie bildeten jeweils 15 verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Filialen eines jeden Anbieters. Untersucht wurden dabei unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Gestaltung der Räumlichkeiten sowie die Wartezeiten. Insgesamt flossen 75 Servicekontakte in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12

Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.