

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Test: Mobilfunkanbieter 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv  
Hamburg, 15. Juli 2019

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

	Seite
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>9</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>12</b>
Wenigtelefonierer	12
Smartphone-Nutzer	14
Smartphone-Intensivnutzer	16
All-Net-Flat-Nutzer	18
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>20</b>
Produktanalyse	21
Internetanalyse	22

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

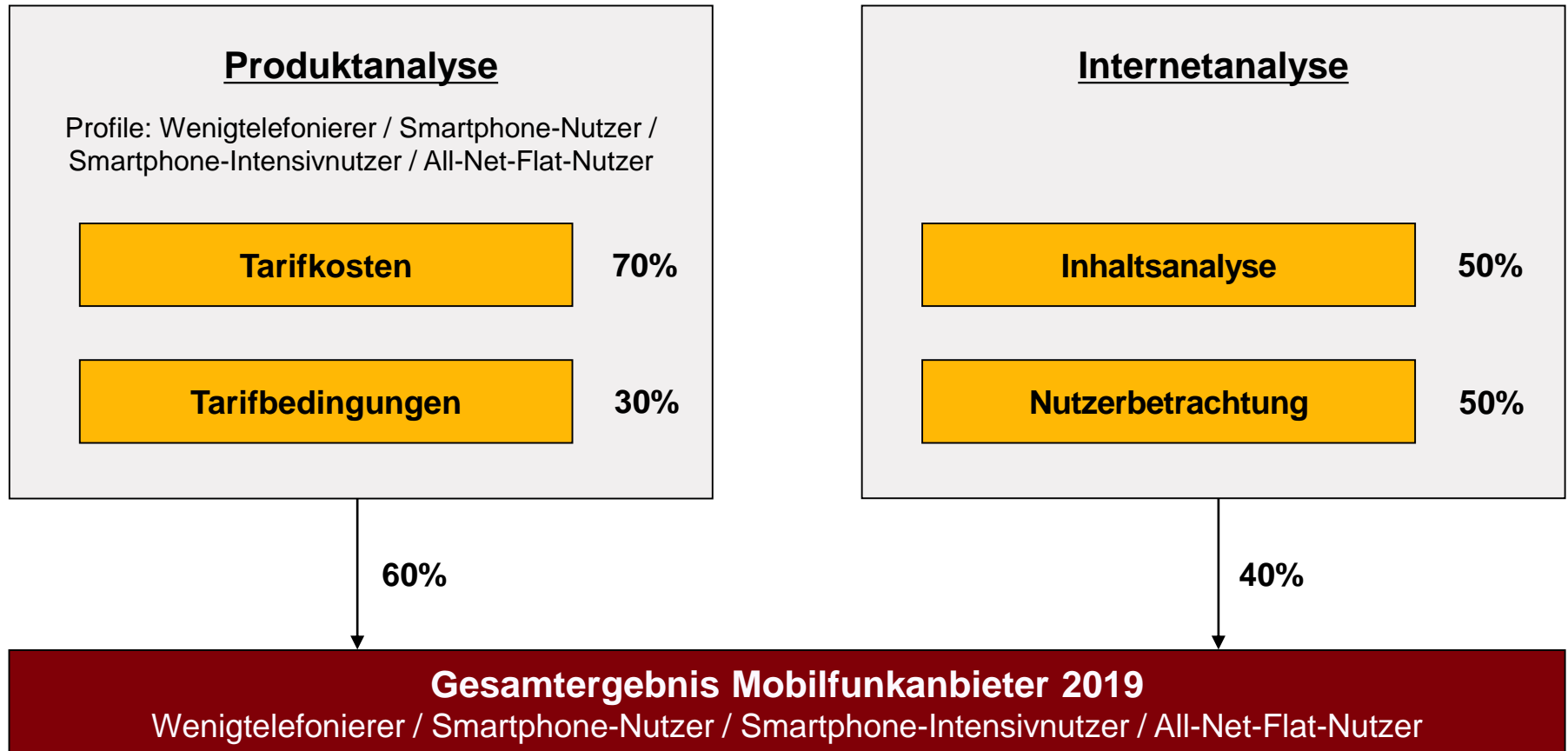
	Seite
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>23</b>
Produktanalyse Wenigtelefonierer	23
Produktanalyse Smartphone-Nutzer	25
Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer	27
Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer	29
Internetanalyse	31
<b>7. Methodik</b>	<b>33</b>
<b>Anhang</b>	<b>45</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender n-tv
<b>Studienumfang</b>	23 Mobilfunkanbieter (Netzbetreiber, Reseller und Discounter)
<b>Studienzeitraum</b>	März bis Juli 2019
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Produkte, Qualität des Internetauftritts
Produktanalyse	Umfassende Bewertung von Preisen und Vertragsbedingungen der Mobilfunktarife für vier definierte Nutzerprofile (Datenquelle: Teltarif.de; Stand: Mai 2019)
Internetanalyse	Qualitätsmessung des Internetauftritts jedes Unternehmens, insgesamt 253 Test-Kontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 23 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 230 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Die besten Unternehmen

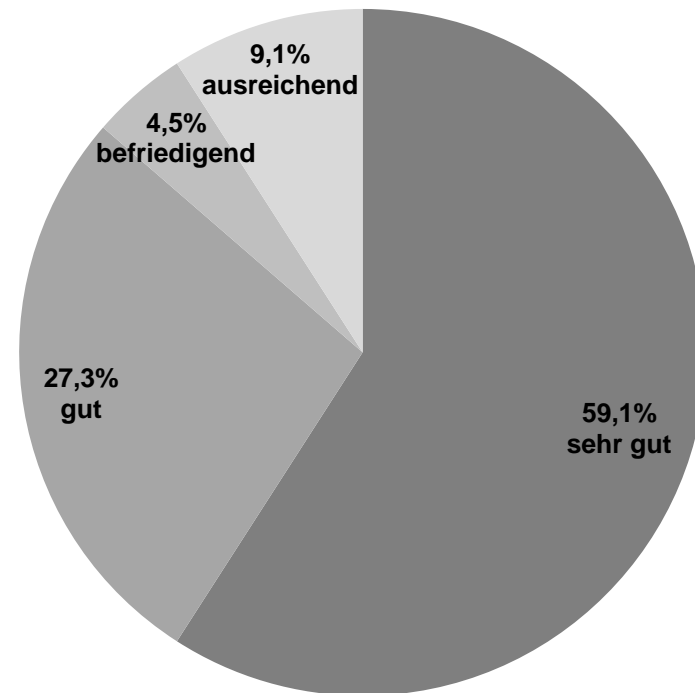
	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Wenigtelefonierer</b>	Smartmobil.de	Congstar	Telekom
<b>Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer</b>	Smartmobil.de	WinSIM	Vodafone
<b>Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer</b>	WinSIM	Vodafone	DeutschlandSIM
<b>Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer</b>	WinSIM	Congstar	1&1
<b>Produktanalyse Wenigtelefonierer</b>	<b>Smartmobil.de</b>	Congstar	Yourfone
Tarifkosten	Smartmobil.de	Congstar	Yourfone
Tarifbedingungen	18 Anbieter	-	-
<b>Produktanalyse Smartphone-Nutzer</b>	<b>Smartmobil.de</b>	WinSIM	Lidl Connect
Tarifkosten	WinSIM, Blau	-	Tchibo mobil
Tarifbedingungen	Vodafone	Smartmobil.de	Edeka Smart, O2, Telekom
<b>Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer</b>	<b>WinSIM</b>	DeutschlandSIM	Vodafone
Tarifkosten	WinSIM	Blau	Freenetmobile
Tarifbedingungen	Edeka Smart, Telekom, Vodafone	-	-
<b>Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer</b>	<b>WinSIM</b>	Congstar	1&1
Tarifkosten	1&1	WinSIM	O2
Tarifbedingungen	WinSIM	Congstar	Aldi Talk
<b>Internetanalyse</b>	<b>Telekom</b>	Vodafone	O2
Inhaltsanalyse	Telekom	Vodafone	Congstar
Nutzerbetrachtung	O2	Otelo	Smartmobil.de



# 4. Gesamtergebnis Wenigtelefonierer

Gesamtergebnis Wenigtelefonierer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Smartmobil.de	90,2	sehr gut
2	Congstar	87,2	sehr gut
3	Telekom	86,5	sehr gut
4	Vodafone	86,1	sehr gut
5	O2	85,3	sehr gut
6	Yourfone	83,9	sehr gut
7	Otelo	83,4	sehr gut
8	Fonic	83,4	sehr gut
9	Blau	82,6	sehr gut
10	Lidl Connect	81,2	sehr gut
11	Edeka Smart	81,1	sehr gut
12	ja! mobil	80,6	sehr gut
13	K-Classic Mobil	80,6	sehr gut
14	Klarmobil.de	79,5	gut
15	Aldi Talk	78,9	gut
16	Tchibo mobil	78,9	gut
17	Penny Mobil	77,9	gut
18	Nettokom	75,9	gut
19	DeutschlandSIM	73,5	gut
20	WinSIM	68,2	befriedigend
21	Freenetmobile	58,8	ausreichend
22	Mobilcom-Debitel	55,7	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	79,1	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis Wenigtelefonierer

Gesamtergebnis Wenigtelefonierer			Produktanalyse		Internetanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Smartmobil.de	90,2	1	97,0	4	79,9
2	Congstar	87,2	2	92,9	6	78,8
3	Telekom	86,5	7	88,5	1	83,5
4	Vodafone	86,1	7	88,5	2	82,6
5	O2	85,3	6	88,8	3	80,0
6	Yourfone	83,9	3	91,4	12	72,8
7	Otelo	83,4	7	88,5	9	75,8
8	Fonic	83,4	7	88,5	10	75,6
9	Blau	82,6	7	88,5	11	73,7
10	Lidl Connect	81,2	7	88,5	14	70,3
11	Edeka Smart	81,1	7	88,5	15	69,9
12	ja! mobil	80,6	4	90,3	20	66,1
13	K-Classic Mobil	80,6	7	88,5	17	68,6
14	Klarmobil.de	79,5	7	88,5	21	66,1
15	Aldi Talk	78,9	18	84,1	13	71,3
16	Tchibo mobil	78,9	17	85,5	16	69,0
17	Penny Mobil	77,9	4	90,3	22	59,4
18	Nettokom	75,9	7	88,5	23	57,0
19	DeutschlandSIM	73,5	19	71,9	8	76,0
20	WinSIM	68,2	20	62,1	7	77,2
21	Freenetmobile	58,8	21	52,4	18	68,3
22	Mobilcom-Debitel	55,7	22	47,3	18	68,3
-	1&1**	-	-	-	5	79,5
Branche (Mittelwert)		79,1	83,6		72,6	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

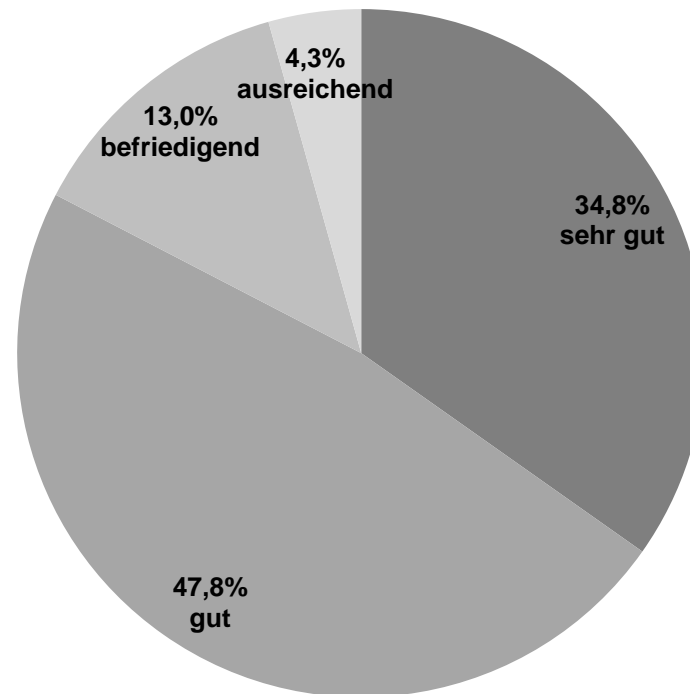
\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Das Unternehmen bot zum Testzeitpunkt keinen Tarif an, der den Vorgaben des Nutzerprofils entsprachen hat.

# 4. Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Smartmobil.de	85,7	sehr gut
2	WinSIM	84,3	sehr gut
3	Vodafone	82,2	sehr gut
4	Otelo	81,2	sehr gut
5	DeutschlandSIM	81,2	sehr gut
6	Telekom	80,8	sehr gut
7	Yourfone	80,3	sehr gut
8	Lidl Connect	80,0	sehr gut
9	O2	79,9	gut
10	Aldi Talk	79,3	gut
11	K-Classic Mobil	78,5	gut
12	Fonic	77,6	gut
13	jal mobil	76,8	gut
14	Edeka Smart	75,4	gut
15	Tchibo mobil	75,0	gut
16	Penny Mobil	74,1	gut
17	Nettokom	73,8	gut
18	Blau	72,9	gut
19	Congstar	70,2	gut
20	Freenetmobile	69,7	befriedigend
21	Klarmobil.de	65,2	befriedigend
22	1&1	61,7	befriedigend
23	Mobilcom-Debitel	57,1	ausreichend
Branche (Mittelwert)		75,8	

Verteilung der Qualitätsurteile\*\*



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

# 4. Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer			Produktanalyse		Internetanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Smartmobil.de	85,7	1	89,5	4	79,9
2	WinSIM	84,3	2	89,0	7	77,2
3	Vodafone	82,2	12	81,9	2	82,6
4	Otelo	81,2	7	84,8	9	75,8
5	DeutschlandSIM	81,2	9	84,6	8	76,0
6	Telekom	80,8	14	79,1	1	83,5
7	Yourfone	80,3	4	85,3	12	72,8
8	Lidl Connect	80,0	3	86,4	14	70,3
9	O2	79,9	13	79,9	3	80,0
10	Aldi Talk	79,3	8	84,7	13	71,3
11	K-Classic Mobil	78,5	5	85,0	17	68,6
12	Fonic	77,6	17	78,9	10	75,6
13	ja! mobil	76,8	10	84,0	20	66,1
14	Edeka Smart	75,4	14	79,1	15	69,9
15	Tchibo mobil	75,0	16	79,0	16	69,0
16	Penny Mobil	74,1	10	84,0	22	59,4
17	Nettom	73,8	5	85,0	23	57,0
18	Blau	72,9	18	72,3	11	73,7
19	Congstar	70,2	21	64,6	6	78,8
20	Freenetmobile	69,7	19	70,6	18	68,3
21	Klarmobil.de	65,2	20	64,6	21	66,1
22	1&1	61,7	22	49,9	5	79,5
23	Mobilcom-Debitel	57,1	23	49,6	18	68,3
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>75,8</b>		<b>77,9</b>		<b>72,6</b>

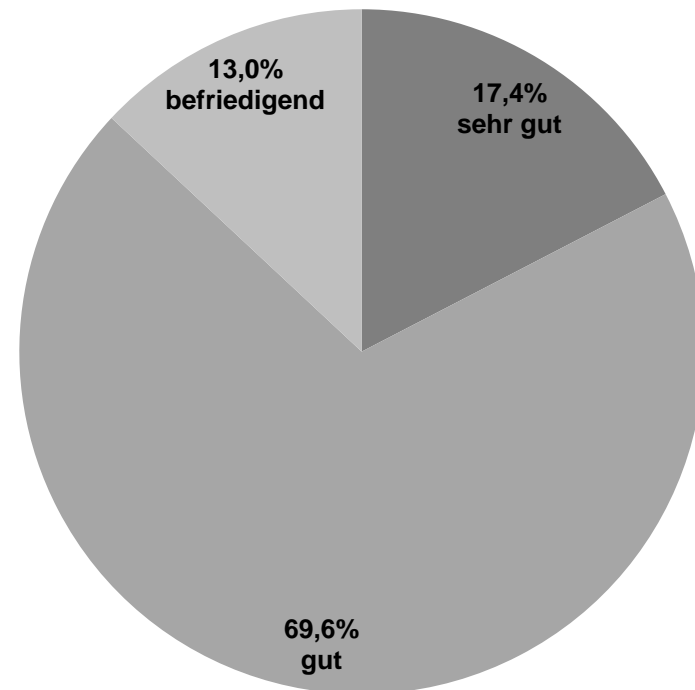
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	WinSIM	86,6	sehr gut
2	Vodafone	84,3	sehr gut
3	DeutschlandSIM	83,7	sehr gut
4	Congstar	80,0	sehr gut
5	Fonic	78,3	gut
6	Smartmobil.de	77,8	gut
7	K-Classic Mobil	77,5	gut
8	Lidl Connect	76,7	gut
9	Aldi Talk	76,5	gut
10	Tchibo mobil	75,0	gut
11	1&1	75,0	gut
12	ja! mobil	75,0	gut
13	Blau	74,5	gut
14	Otelo	74,3	gut
15	Yourfone	73,3	gut
16	Nettokom	72,9	gut
17	Penny Mobil	72,3	gut
18	O2	71,5	gut
19	Freenetmobile	71,5	gut
20	Mobilcom-Debitel	70,4	gut
21	Telekom	67,3	befriedigend
22	Klarmobil.de	66,3	befriedigend
23	Edeka Smart	61,8	befriedigend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>74,9</b>	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer			Produktanalyse		Internetanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	WinSIM	86,6	1	92,8	7	77,2
2	Vodafone	84,3	3	85,4	2	82,6
3	DeutschlandSIM	83,7	2	88,8	8	76,0
4	Congstar	80,0	9	80,8	6	78,8
5	Fonic	78,3	10	80,1	10	75,6
6	Smartmobil.de	77,8	13	76,5	4	79,9
7	K-Classic Mobil	77,5	4	83,4	17	68,6
8	Lidl Connect	76,7	6	81,0	14	70,3
9	Aldi Talk	76,5	11	80,0	13	71,3
10	Tchibo mobil	75,0	12	79,1	16	69,0
11	1&1	75,0	18	72,0	5	79,5
12	ja! mobil	75,0	7	80,9	20	66,1
13	Blau	74,5	14	75,0	11	73,7
14	Otelo	74,3	17	73,3	9	75,8
15	Yourfone	73,3	15	73,6	12	72,8
16	Nettocom	72,9	4	83,4	23	57,0
17	Penny Mobil	72,3	7	80,9	22	59,4
18	O2	71,5	21	65,9	3	80,0
19	Freenetmobile	71,5	16	73,6	18	68,3
20	Mobilcom-Debitel	70,4	19	71,7	18	68,3
21	Telekom	67,3	22	56,5	1	83,5
22	Klarmobil.de	66,3	20	66,4	21	66,1
23	Edeka Smart	61,8	22	56,5	15	69,9
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>74,9</b>		<b>76,4</b>		<b>72,6</b>

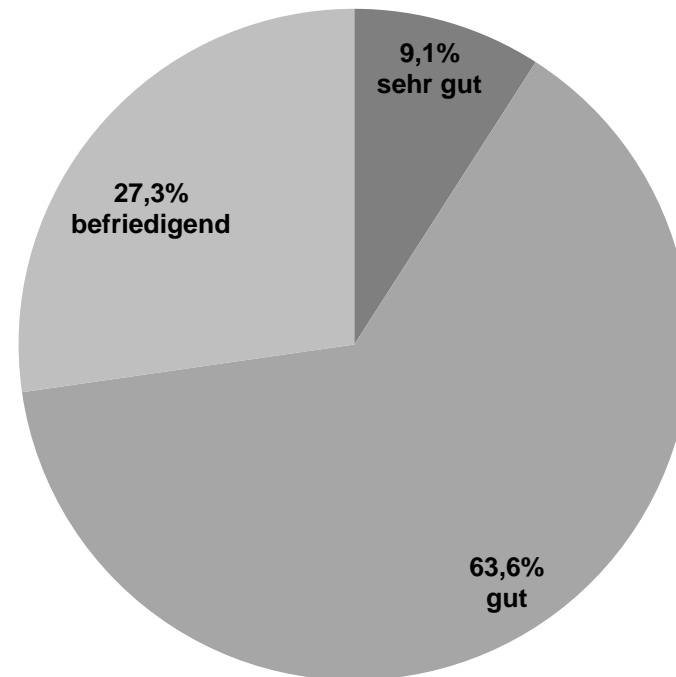
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer

Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	WinSIM	84,1	sehr gut
2	Congstar	79,3	gut
3	1&1	78,0	gut
4	O2	76,6	gut
5	Smartmobil.de	76,1	gut
6	Aldi Talk	73,5	gut
7	Yourfone	71,6	gut
8	Vodafone	71,5	gut
9	Otelo	69,4	befriedigend
10	Blau	67,9	befriedigend
11	Telekom	60,4	befriedigend
Branche (Mittelwert)		73,5	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer

Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer			Produktanalyse		Internetanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	WinSIM	84,1	1	88,8	7	77,2
2	Congstar	79,3	2	79,7	6	78,8
3	1&1	78,0	3	77,0	5	79,5
4	O2	76,6	5	74,4	3	80,0
5	Smartmobil.de	76,1	6	73,6	4	79,9
6	Aldi Talk	73,5	4	75,0	13	71,3
7	Yourfone	71,6	7	70,9	12	72,8
8	Vodafone	71,5	9	64,1	2	82,6
9	Otelo	69,4	8	65,2	9	75,8
10	Blau	67,9	10	64,1	11	73,7
11	Telekom	60,4	11	45,0	1	83,5
-	DeutschlandSIM**	-	-	-	8	76,0
-	Edeka Smart**	-	-	-	15	69,9
-	Fonic**	-	-	-	10	75,6
-	Freenetmobile**	-	-	-	18	68,3
-	ja! mobil**	-	-	-	20	66,1
-	K-Classic Mobil**	-	-	-	17	68,6
-	Klarmobil.de**	-	-	-	21	66,1
-	Lidl Connect**	-	-	-	14	70,3
-	Mobilcom-Debitel**	-	-	-	18	68,3
-	Nettkom**	-	-	-	23	57,0
-	Penny Mobil**	-	-	-	22	59,4
-	Tchibo mobil**	-	-	-	16	69,0
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>73,5</b>		<b>70,7</b>		<b>72,6</b>

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

\*\* Das Unternehmen bot zum Testzeitpunkt keinen Tarif an, der den Vorgaben des Nutzerprofils entsprachen hat.



# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Das Smartphone ist ein fester Bestandteil des alltäglichen Lebens vieler Menschen. 81 Prozent der Menschen in Deutschland nutzen ein Smartphone\* und 90 Prozent von Ihnen sehen darin eine große Erleichterung im Alltag.\*\* Doch ohne einen Mobilfunkvertrag – ganz gleich ob Post- oder Prepaid – bleibt das Smartphone kaum mehr als ein teurer Taschenrechner mit Kamera.

Die Anbietervielfalt im Mobilfunkbereich ist jedoch unverändert hoch, weshalb der Markt durch eine ausgeprägte Konkurrenzsituation gekennzeichnet ist. Neben den in Deutschland tätigen Netzbetreibern buhlen auch zahlreiche Serviceprovider um neue Kunden. An diese Marktentwicklung haben sich die Mobilfunkanbieter angepasst und überfluten den Mobilfunkmarkt heutzutage mit speziell auf die Nutzer zugeschnittenen Tarifen und Angeboten. Tarifoptionen gibt es zahlreiche: Ob ich lieber telefoniere und mit meinem Handy online im Internet unterwegs bin oder nur SMS schreiben möchte. Für jeden Kunden gibt es individuell zugeschnittene Tarife.

Auf Grund dieser vielfältigen Tarife und den individuellen Ansprüchen an einen Mobilfunktarif sollen im Rahmen dieses Tests sowohl die Tarifkosten und Vertragsbedingungen relevanter Anbieter als auch deren Internetauftritt unter die Lupe genommen werden. Das Ziel der Studie ist den am besten passende Mobilfunkanbieter je Nutzerverhalten zu identifizieren.

\* Vgl. Bitkom e.V. (2018): Smartphone-Markt: Konjunktur und Trends, Seite 3.

\*\* Vgl. Bitkom e.V. (2018): Smartphone-Markt: Konjunktur und Trends, Seite 5.

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Für diese Studie relevant sind bedeutende Mobilfunkanbieter (und ggf. verschiedene Marken der Anbieter) in Deutschland, wozu Netzbetreiber, Reseller und Mobilfunk-Discounter zählen können. Neben frei zugänglichen Statistiken zum Thema Mobilfunkmarkt in Deutschland wurde vor allem die Experteneinschätzung des Online-Branchenmagazins Teltarif.de bei der Festlegung des Samples herangezogen.

Die Untersuchungsauswahl setzte sich wie folgt zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- 1&1
- Aldi Talk
- Blau
- Congstar
- DeutschlandSIM
- Edeka Smart
- Fonic
- Freenetmobile
- ja! mobil
- K-Classic Mobil
- Klarmobil.de
- Lidl Connect
- Mobilcom-Debitel
- Nettokom
- O2
- Otelo
- Penny Mobil
- Smartmobil.de
- Tchibo mobil
- Telekom
- Vodafone
- WinSIM
- Yourfone

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Vorgehensweise

Für die Ermittlung und Bewertung der Tarife wurden in Zusammenarbeit mit dem TK-Informationdienstleister Teltarif.de vier typische Nutzerprofile mit unterschiedlichen Anforderungen in Bezug auf das Telefonie- und Datennutzungsverhalten entwickelt. Die Tarifanalyse erfolgte auf Basis der durch Teltarif.de bereitgestellten Daten (Stand: Mai 2019). Über 22.000 Daten zu 1.229 Tarifen wurden zur Bewertung herangezogen. Bei jedem Anbieter wurde für jedes der Nutzerprofile der jeweils günstigste Tarif berücksichtigt, der die definierten Mindestanforderungen erfüllte. Zudem erfolgte eine Bewertung wichtiger Vertragsbedingungen, die den jeweiligen Tarifen zugrunde lagen.

Folgende Nutzerprofile bildeten die Grundlage der Analyse:

### **Profil 1: Wenigtelefonierer**

- Maximale Zahlungsbereitschaft: 10 Euro pro Monat
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 30 Minuten pro Monat
- Durchschnittliche Gesprächsdauer: 45 Sekunden pro Telefonat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Keine mobile Datennutzung

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Vorgehensweise

### Profil 2: Smartphone-Nutzer

- Maximale Zahlungsbereitschaft: 20 Euro pro Monat
- Konstante und häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 90 Minuten pro Monat
- Durchschnittliche Gesprächsdauer: 90 Sekunden pro Telefonat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 1,5 GB pro Monat (ungedrosselte Geschwindigkeit)

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Vorgehensweise

### Profil 3: Smartphone-Intensivnutzer

- Maximale Zahlungsbereitschaft: 50 Euro pro Monat
- Konstante und häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 300 Minuten pro Monat
- Durchschnittliche Gesprächsdauer: 120 Sekunden pro Telefonat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 4 GB pro Monat (ungedrosselte Geschwindigkeit)

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Vorgehensweise

### Profil 4: All-Net-Flat-Nutzer

- Maximale Zahlungsbereitschaft: 70 Euro pro Monat
- Konstante und sehr häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 600 Minuten pro Monat
- Durchschnittliche Gesprächsdauer: 120 Sekunden pro Telefonat
- Gespräche: Flatrate in Fest- und Mobilfunknetze (außer Sondernummern)
- SMS: 20 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 10 GB pro Monat (ungedrosselte Geschwindigkeit)

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse Wenigtelefonierer		100,0%
<b>Tarifkosten*</b>		<b>70,0%</b>
<b>Vertragsbedingungen</b>		<b>30,0%</b>
Mindestumsatz in Euro	6,0%	
Kündigungsfrist**	12,0%	
Vertragslaufzeit**	12,0%	

Produktanalyse Smartphone-Nutzer		100,0%
<b>Tarifkosten*</b>		<b>70,0%</b>
<b>Vertragsbedingungen</b>		<b>30,0%</b>
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Max. Download-Geschwindigkeit	5,0%	
Datenvolumen ohne Drosselung	5,0%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	3,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	1,0%	

\* Effektive Kosten pro Monat auf Basis einer 24-monatigen Laufzeit unter Berücksichtigung aktueller Boni und Rabatte.

\*\* Den Berechnungen liegen ausschließlich die Basistarife und nicht eventuelle Tarifoptionen zugrunde.

\*\*\* Kostenpflichtige, automatische Erhöhung des Datenvolumens

# 7. Methodik

## Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer		100,0%
<b>Tarifkosten*</b>		<b>70,0%</b>
<b>Vertragsbedingungen</b>		<b>30,0%</b>
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Max. Download-Geschwindigkeit	5,0%	
Datenvolumen ohne Drosselung	5,0%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	3,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	1,0%	

Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer		100,0%
<b>Tarifkosten*</b>		<b>70,0%</b>
<b>Vertragsbedingungen</b>		<b>30,0%</b>
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Max. Download-Geschwindigkeit	5,5%	
Datenvolumen ohne Drosselung	5,5%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	2,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	1,0%	

\* Effektive Kosten pro Monat auf Basis einer 24-monatigen Laufzeit unter Berücksichtigung aktueller Boni und Rabatte.

\*\* Den Berechnungen liegen ausschließlich die Basistarife und nicht eventuelle Tarifoptionen zugrunde.

\*\*\* Kostenpflichtige, automatische Erhöhung des Datenvolumens



# 7. Methodik

## Internetanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Internetanalyse</b>	<b>100,0%</b>
Inhaltsanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

<b>Inhaltsanalyse Internet</b>	<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>	<b>50,0%</b>
Tarifübersicht/Tarifrechner	8,0%
Online-Shop für mobile Endgeräte (Handys, Smartphones)	5,0%
Informationen zum Thema:	
Mobiles Internet (UMTS, LTE)*	2,0%
Verfügbare(s) Mobilfunknetz(e) (allgemein auf der Website)	2,0%
Roaming	2,0%
Datennutzung außerhalb der EU	2,0%
Rufnummernmitnahme/Portierung	2,0%
Handy-Strahlung (SAR-Wert)**	1,5%
Jugendschutz	1,5%
SIM-Karten-Sperre	
Informationen	1,0%
Sperre online möglich	2,0%
Ersatz-SIM-Karte	
Informationen	1,0%
Bestellung online möglich	2,0%
App für Kunden (iOS und Android)	3,0%
Anzahl Klicks bis zur Tarifübersicht/zum Tarifrechner	5,0%
Anzahl Klicks bis zu den Roaming-Informationen	5,0%
Anzahl Klicks bis zu den Informationen zur Rufnummernmitnahme	5,0%

# 7. Methodik

## Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

# 7. Methodik

## Internetanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

\* Anforderungen: Erklärung/Erläuterung der Übertragungstechnologien UMTS und LTE im Zusammenhang mit Handys, Smartphones oder Tablets (z. B. Downloadraten-Vergleich).

\*\* Allgemeine Informationen zum Thema (außerhalb eines ggf. vorhandenen Handy-/Smartphone-Shops).

# 7. Methodik

## Internetanalyse – Getestete Internetauftritte

Unternehmen	Internetseite
1&1	<a href="http://www.1und1.de">www.1und1.de</a>
Aldi Talk	<a href="http://www.alditalk.de">www.alditalk.de</a>
Blau	<a href="http://www.blau.de">www.blau.de</a>
Congstar	<a href="http://www.congstar.de">www.congstar.de</a>
DeutschlandSIM	<a href="http://www.deutschlandsim.de">www.deutschlandsim.de</a>
Edeka Smart	<a href="http://www.edeka-smart.de">www.edeka-smart.de</a>
Fonic	<a href="http://www.fonic.de">www.fonic.de</a>
Freenetmobile	<a href="http://www.freenetmobile.de">www.freenetmobile.de</a>
ja! mobil	<a href="http://www.jamobil.de">www.jamobil.de</a>
K-Classic Mobil	<a href="http://www.k-classic-mobil.de">www.k-classic-mobil.de</a>
Klarmobil.de	<a href="http://www.klarmobil.de">www.klarmobil.de</a>
Lidl Connect	<a href="http://www.lidl.de/de/lidl-connect/s7373597">www.lidl.de/de/lidl-connect/s7373597</a>
Mobilcom-Debitel	<a href="http://www.mobilcom-debitel.de">www.mobilcom-debitel.de</a>
Nettokom	<a href="http://www.nettokom.de">www.nettokom.de</a>
O2	<a href="http://www.o2online.de">www.o2online.de</a>
Otelo	<a href="http://www.otelo.de">www.otelo.de</a>
Penny Mobil	<a href="http://www.pennymobil.de">www.pennymobil.de</a>
Smartmobil.de	<a href="http://www.smartmobil.de">www.smartmobil.de</a>
Tchibo mobil	<a href="http://www.tchibo-mobil.de">www.tchibo-mobil.de</a>
Telekom	<a href="http://www.telekom.de">www.telekom.de</a>
Vodafone	<a href="http://www.vodafone.de">www.vodafone.de</a>
WinSIM	<a href="http://www.winsim.de">www.winsim.de</a>
Yourfone	<a href="http://www.yourfone.de">www.yourfone.de</a>
Testzeitraum	15. April - 18. April 2019

	Seite
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>46</b>
Positiv	46
Negativ	47
<b>B. Internetanalyse</b>	<b>48</b>
Inhaltsanalyse	48
Nutzerbetrachtung	49
<b>C. Produktanalyse – Kriterienauszug</b>	<b>50</b>
Wenigtelefonierer	50
Smartphone-Nutzer	51
Smartphone-Intensivnutzer	52
All-Net-Flat-Nutzer	53
<b>D. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>54</b>

# D. Allgemeine Methodik

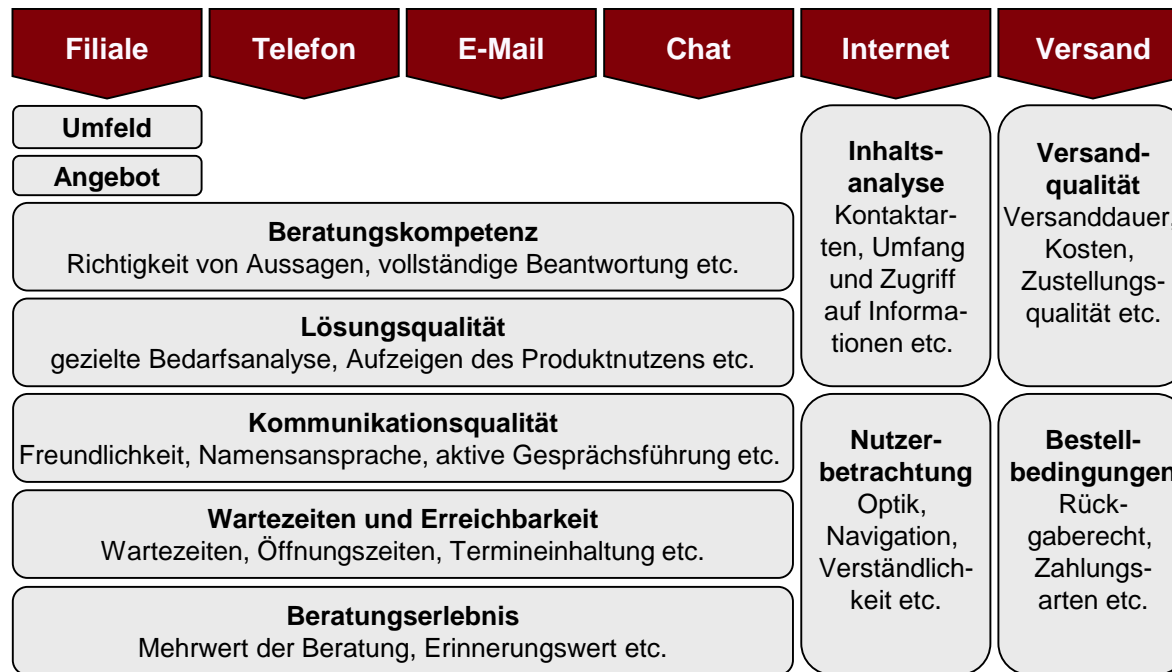
## Servicetests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# D. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“