

PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, 3. Dezember 2007

Mobiles Internet – Anbieter im Test

Sinkende Tarife, ahnungslose Berater

Hamburg, 03.12.07 (ots) – Mit dem Handy unterwegs ins Internet: Bei eBay mitbieten, Fußballergebnisse abrufen, Fahrpläne checken. Immer mehr Kunden nutzen die Möglichkeit, zwischendurch und überall mit dem Mobiltelefon im weltweiten Netz zu surfen. Die Technik wird immer besser, die Tarife sind enorm gesunken – das Mobile Internet ist auf Zukunftskurs: leistungsfähig, bequem und erschwinglich. Doch unübersichtliche Tarife und große Serviceunterschiede machen es dem Kunden schwer, den richtigen Anbieter herauszufiltern.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat jetzt im Auftrag der Programmzeitschrift tv14 führende Mobilfunkanbieter hinsichtlich ihrer Tarife und ihrer Kontakt- und Servicequalität beim Mobil Internet untersucht. Im Rahmen von insgesamt 629 Mystery-Tests wurden die Kommunikationskanäle E-Mail, Telefon und Internet von 17 Unternehmen analysiert. Die Tester stellten verdeckt Anfragen und forderten Angebote für die beiden Kundenprofile „Vielnutzer“ (Datenmenge 100 MB und Nutzungsdauer 300 Minuten pro Monat) und „Wenignutzer“ (Datenmenge 5 MB und Nutzungsdauer 15 Minuten pro Monat) an.

Bei der Tarifanalyse wurde die jeweils günstigste Alternative – Minutentarif, Datentarif oder Flatrate – bewertet. Grundgebühren von Verträgen flossen ein, wenn damit ein insgesamt besseres Ergebnis erzielt wurde. Ergebnis: Für den Wenignutzer bieten die Discountanbieter Aldi Talk, blau.de, simyo und The Phone House den günstigsten Tarif, Vielnutzer surfen Online am besten mit dem Datentarif „Internet 250“ von E-Plus.

Hinsichtlich der Servicequalität gibt es in der Branche jede Menge Verbesserungspotenzial. Besonders erstaunlich: Viele telefonische Berater sind beim Thema Mobiles Internet noch nicht fit. Tarife mussten oft erst von den Agenten recherchiert werden. Mehrfach wurde sogar verneint, dass es möglich sei, mit dem Mobiltelefon im Internet zu surfen. „Hier besteht dringender Handlungsbedarf für die Anbieter, ihre Agenten besser zu schulen“, betont Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, „denn das Mobile Internet ist durch die verbesserten Rahmenbedingungen ein höchst attraktiver Zukunftsmarkt.“ Die Kompetenz der telefonischen Beratung war im Durchschnitt lediglich befriedigend, nur drei von 17 Anbietern bekamen die Note „gut“. 60 Prozent der Testkunden waren mit der Gesprächsatmosphäre unzufrieden oder nur teilweise zufrieden. Am häufigsten bemängelt wurden die inhaltliche Verständlichkeit der Beratung und die Freundlichkeit. Den insgesamt besten Kundenservice per Telefon, E-Mail und Internet lieferte O₂.

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.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von tv 14.

Ansprechpartner:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 25

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de