

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

Servicestudie Mobilfunkanbieter

75 Prozent Ersparnis möglich, Discounter und Netzbetreiber beim Service gleich auf - blau.de ist Testsieger

Hamburg, 05.10.2009 (ots) – Der Mobilfunkmarkt ist weitgehend gesättigt, etablierte Netzbetreiber und Mobilfunkprovider sehen sich einer immer stärkeren Konkurrenz von Mobilfunkdiscountern konfrontiert. Diese werben erfolgreich mit günstigen Tarifen ohne Fixkosten um die Kunden. Doch im Kampf um Marktanteile zählt nicht nur der Preis. Wie gut können die Discounter beim Service mithalten? Wie kundenfreundlich und kompetent ist der Service in der Branche generell?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte jetzt 19 am Markt aktive Mobilfunkanbieter. Im Rahmen eines umfassenden Servicetests mit 570 Kontakten wurden die telefonische Kontaktqualität 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 vier Nutzerprofile Tarife und Vertragsbedingungen analysiert.

Positiv überraschten die 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. Einziger T-Mobile durchbrach die Phalanx der Discounter. Reseller schnitten insgesamt am schlechtesten ab.

blau.de wurde „Bester Mobilfunkanbieter 2009“. Das Unternehmen erreichte Top-Platzierungen bei Service und Preis. T-Mobile überzeugte mit dem besten Service aller Anbieter und belegte bei den Netzbetreibern bezüglich Preis und Service Platz eins. Simyo bot die besten Konditionen (Tarife und Vertragsbedingungen) aller Anbieter.

Die größten Defizite in der Studie zeigten sich in der E-Mail-Bearbeitung. Nur knapp zwei Drittel der Anfragen wurden innerhalb einer Woche beantwortet, die Reaktionszeit lag durchschnittlich bei 40 Stunden. Nicht nur die Wartezeit ließ zu wünschen übrig: „Bei gut einem Drittel der Antworten haperte es an der inhaltlichen Verständlichkeit, knapp die Hälfte der E-Mails war nicht freundlich genug formuliert“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Besser schnitten die Mobilfunkanbieter dagegen im telefonischen Service ab, der im Durchschnitt die Note „gut“ erhielt. Einziger Wehrmutstropfen: Nur zwei der 19 Unternehmen konnten bei allen Testanrufen gebührenfrei kontaktiert werden.

Die Analyse der Tarife in Zusammenarbeit mit teltarif.de ergab teilweise extreme Preisunterschiede. So lagen zum Beispiel die monatlichen Kosten beim Profil „Normaltelefonierer“ zwischen 14,16 Euro und 53,16 Euro. In einem weiteren Profil konnten über 75 Prozent eingespart werden. „Die Ergebnisse belegen, wie wichtig der sorgfältige Vergleich der Tarife vor Erwerb einer Handykarte oder beim Abschluss eines Mobilfunkvertrages ist“, so Serviceexperte Hamer.

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
www.disq.de