

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Mobilfunkshops 2013

#### **Gutes Angebot, Mängel bei der Kundenberatung – Testsieger wurde E-Plus/Base vor Telekom und O2**

**Hamburg, 03.08.2013** – Handys und Smartphones sind aus dem Alltagsleben nicht mehr wegzudenken. Doch vor dem Vergnügen steht die Qual der Wahl: Für welchen Tarif soll man sich entscheiden, und welches Mobiltelefon ist das richtige? Fachmännische Hilfe wird deshalb gerne in Anspruch genommen – oft in einer Mobilfunkfiliale. Doch werden dort die Bedürfnisse des Kunden berücksichtigt? Nehmen sich die Mitarbeiter genügend Zeit, und überzeugen sie durch fachliche Kompetenz? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt sechs Mobilfunkanbieter mit Filialnetz im Rahmen einer Servicestudie getestet hat.

Die Mobilfunkshops verfehlten in puncto Servicequalität nur knapp ein gutes Ergebnis. Im Vergleich zum Vorjahr bewegte sich die Branche auf einem nahezu konstanten Leistungsniveau (2012: 69,6 Punkte; 2013: 69,5 Punkte). Vier Unternehmen erzielten das Urteil „gut“, zwei ein befriedigendes Ergebnis.

Mängel zeigten sich insbesondere in einem Bereich, der eigentlich die Kernkompetenz der Mobilfunkshops ausmachen sollte: der Tarif- und Handyberatung. In 40 Prozent der Testbesuche erfragten die Angestellten zu wenige Informationen vom Kunden, etwa zu dessen Nutzungsverhalten. Die Konsequenz: Shop-Mitarbeiter empfahlen Tarife mit teils unnötigen Leistungen wie einem zu hohen monatlichen Datenvolumen für mobiles Internet. Die Tarife fielen dadurch teurer aus als notwendig. Defizite traten auch bei den Handyberatungen auf: Die Verkäufer in den Filialen empfahlen in 30 Prozent der Fälle unpassende Geräte, die nicht den Preisvorstellungen und Ausstattungswünschen des Interessenten entsprachen.

Punkten konnten die Mobilfunkanbieter im Umgang mit dem Kunden, was zum Beispiel Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft angeht. Auch das Angebot, das etwa die Modellvielfalt und die Präsentation in den Shops umfasste, konnte mit einem insgesamt guten Ergebnis überzeugen. „Wer sich auf dem hart umkämpften Mobilfunkmarkt behaupten will, muss insbesondere aber durch Kompetenz punkten. Ein Kunde, der sich schlecht beraten oder gar über den Tisch gezogen fühlt, geht einfach zur Konkurrenzfiliale um die Ecke“, mahnt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Sieger der Servicestudie wurde E-Plus/Base. Der Anbieter überzeugte zum einen mit den im Test kommunikationsstärksten Mitarbeitern. Diese gingen in allen Testfällen aktiv auf den Kunden zu und ließen für die Shop-Besucher nur kurze Wartezeiten entstehen. Zum anderen belegte E-Plus/Base im wichtigen Kriterium Beratungskompetenz Platz zwei im Anbietervergleich. Der zweite Rang im Gesamtklassement ging an die Telekom. In allen untersuchten Teilbereichen platzierte sich das Unternehmen unter den Top 3. Insbesondere das Angebot kristallisierte sich als Stärke der Telekom heraus. Den dritten Rang erreichte O2. Positiv wirkte sich vor allem die vergleichsweise hohe Beratungskompetenz aus; in diesem Bereich erzielte O2 das beste Ergebnis aller getesteten Unternehmen.

Erstausstrahlung: n-tv Ratgeber – Hightech, Samstag, 03.08.2013, 8:35 Uhr.

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer,  
Marcus Schad  
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

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte sechs Mobilfunkanbieter mit eigenem Filialnetz – die vier deutschen Netzbetreiber sowie zwei Serviceprovider. Basis der Servicestudie waren jeweils 15 verdeckte Besuche in unterschiedlichen Filialen eines jeden Anbieters. Die Tests erfolgten in den Ballungsräumen Berlin, Hamburg, München, Köln, Stuttgart, Frankfurt am Main und Leipzig. Insgesamt flossen 90 Servicekontakte in die Auswertung ein. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz in den Bereichen Tarif und Handy, die Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen sowie die Wartezeiten bis zur Beratung.

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](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://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, B2B-Studien 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.