

PRESSEMITTEILUNG**Studie: Internetanbieter 2013****Große Unterschiede bei Service und Kosten –
Testsieger ist Kabel Deutschland vor Unitymedia und 1&1**

Hamburg, 04.11.2013 – Über 85 Prozent der deutschen Haushalte sind an das Internet angeschlossen. Doch der Anteil zufriedener Kunden dürfte deutlich niedriger sein: „Internet im Schneckentempo“, „mieser Support“, „Preistricksereien“ sind häufig gehörte Vorwürfe der Verbraucher. Zu Unrecht? Welche Servicequalität bieten die Unternehmen ihren Kunden: Sind die Webseiten der Anbieter informativ? Wird am Telefon kompetent beraten? Werden Anfragen per E-Mail professionell bearbeitet? Und wer offeriert nicht in der Werbung, sondern in der Praxis die günstigsten Tarife mit der besten Ausstattung? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 15 Internetanbieter getestet hat.

Die Servicequalität der Branche bewegte sich auf einem befriedigenden Niveau und verbesserte sich gegenüber der Studie 2012 leicht. Die Unterschiede fielen zwischen den Anbietern jedoch vergleichsweise groß aus: Der Testsieger sicherte sich das Qualitätsurteil „sehr gut“, acht weitere Anbieter schnitten mit „gut“ ab. Nur befriedigenden Service zeigten drei Unternehmen, ebenso viele erzielten ein lediglich ausreichendes Ergebnis.

Die Analyse der Flatrate-Tarife deckte große Preisunterschiede auf. Die Einsparpotenziale betragen in den praxisingerechten Modellfällen teils 50 Prozent. So kostete eine Doppel-Flatrate (Internet mit 16.000 kBit/s + Telefon-Flat) beim günstigsten Anbieter monatlich effektiv rund 20 Euro, beim teuersten dagegen gut 40 Euro. Bei einer Vertragslaufzeit von 24 Monaten konnte der Kunde beachtliche 478 Euro sparen. Für die Internet-Tarife ohne Telefon-Flatrate fielen die maximalen Preisdifferenzen vergleichbar hoch aus.

Kritikpunkte lieferte auch die Produktausstattung der untersuchten Tarife, zu der die Vertragsbedingungen zählten. So waren beispielsweise lange Mindestvertragslaufzeiten von 24 Monaten und kundenunfreundliche Kündigungsfristen die Regel. Einige Unternehmen zeigten sich in puncto Sonderkündigung aber erfreulich kulant. „Immerhin fünf der 15 getesteten Anbieter gingen über das hinaus, wozu sie verpflichtet sind. Sie räumten zum Beispiel ein Sonderkündigungsrecht ein, wenn die Internetverbindung in der Praxis viel langsamer war als eigentlich zugesagt“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Testsieger wurde Kabel Deutschland und bestätigte damit das Ergebnis des Vorjahres. Das Unternehmen bot die im Schnitt besten Doppel-Flatrate-Produkte und auch den besten Service mit einer sehr guten telefonischen Beratung, einem sehr guten E-Mail-Support und auch Platz eins im Service-Teilbereich Internet. Auf Rang zwei folgte Unitymedia. Der Kabelnetzbetreiber offerierte für zwei von sechs untersuchten Nutzerprofilen den günstigsten Tarif – verbunden mit vergleichsweise kundenfreundlichen Produktausstattungen. Gute Wertungen erzielte Unitymedia auch in allen untersuchten Servicebereichen. Den dritten Rang belegte 1&1. Beim Service erreichte der DSL-Anbieter das zweitbeste Ergebnis im Test. Die telefonische Beratung fiel dabei sehr gut aus. Bei den Tarifen mit Doppel-Flatrate war 1&1 außerdem der zweitgünstigste Anbieter.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Hightech, Montag, 04.11.2013, um 18:35 Uhr.

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

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte 15 Internetunternehmen, die die Internetversorgung über DSL oder Kabel realisieren. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn anonymen, verdeckten Interessentenanfragen über E-Mail sowie über Telefon („Mystery-Tests“) ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens. Insgesamt flossen 465 Servicekontakte in die Analyse ein. Im Rahmen einer Produktanalyse erfolgte anhand von sechs definierten Nutzerprofilen eine Bewertung der Angebote in den Bereichen Tarif (Kosten) und Ausstattung. Stichtag der erhobenen Tarifkosten war der 18. September 2013.

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, 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.