

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: DSL-Vergleichsportale 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 26. Oktober 2021

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



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

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



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

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

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

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

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

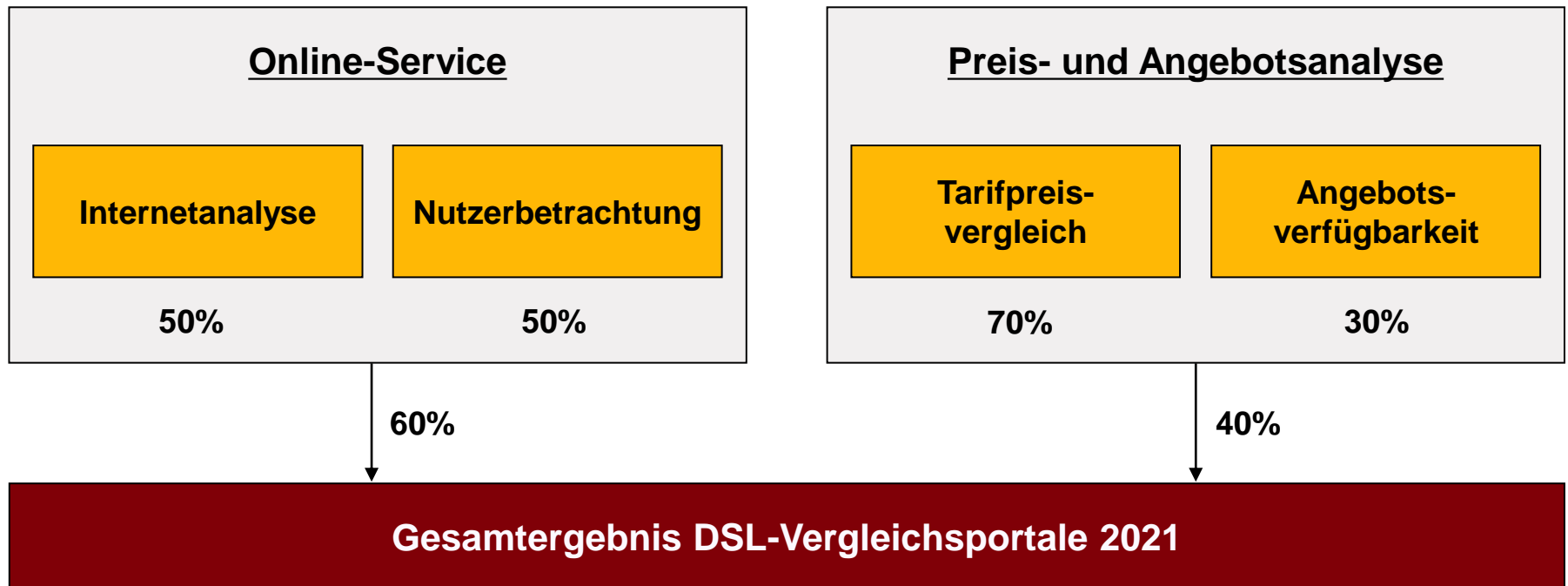
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Online-Service	13
Preis- und Angebotsanalyse	15
6. Ergebnisse der Unternehmen	16
Online-Service	16
Preis- und Angebotsanalyse	18
7. Methodik	20
Anhang	32

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	4 DSL-Vergleichsportale
Studienzeitraum	Juni bis August 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Online-Service, Preise und Angebot
Online-Service	Insgesamt 44 Servicekontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 4 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 40 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Preis- und Angebotsanalyse	Ermittlung und Bewertung der günstigsten Tarifangebote für drei unterschiedliche DSL-Produkte in fünf deutschen Städten (15 Nutzerprofile) sowie Analyse der Tarifverfügbarkeit und Validität der Angebote/Tarifdetails (Erhebungszeitraum: 3. bis 5. August 2021)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis DSL-Vergleichsportale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Verivox	87,4	sehr gut
2	Check24	79,8	gut
3	DSL Web	78,0	gut
4	Preisvergleich.de	77,5	gut
	Branche (Mittelwert)	80,7	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis DSL-Vergleichsportale			Online-Service		Preis- und Angebotsanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Verivox	87,4	2	80,2	1	98,4
2	Check24	79,8	1	81,0	4	77,9
3	DSL Web	78,0	4	69,3	2	91,0
4	Preisvergleich.de	77,5	3	73,3	3	83,9
Branche (Mittelwert)		80,7			87,8	

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. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Verivox	Check24	DSL Web
Online-Service	Check24	Verivox	Preisvergleich.de
Internetanalyse	Check24	Verivox	Preisvergleich.de
Nutzerbetrachtung	Verivox	Check24	Preisvergleich.de
Preis- und Angebotsanalyse	Verivox	DSL Web	Preisvergleich.de
Tarifpreisvergleich	Verivox	DSL Web	Preisvergleich.de
Angebotsverfügbarkeit	Alle vier Unternehmen*	-	-

* Check24, DSL Web, Preisvergleich.de, Verivox.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Kontaktbeschränkungen haben alle Lebensbereiche stark verändert, ein Großteil des Arbeits- und Alltagslebens hat sich digitalisiert und das Internet hat noch einmal mehr an Bedeutung gewonnen. Nicht überraschend ist daher, dass im Jahr 2020 schon 96 Prozent der Haushalte in Deutschland einen Internetzugang besaßen und 36,1 Millionen Breitbandanschlüsse vertraglich gebucht wurden.* Die standardmäßig angebotenen sogenannten Doppel-Flatrates, also kombinierte Flatrate-Tarife für Internet und Telefonie, sind dabei sicherlich am beliebtesten.

Online-Vergleichsportale bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, einen schnellen Vergleich in Bezug auf Preise und Leistung von Internetanbietern vorzunehmen. Nach Eingabe von wichtigen Eckdaten wie der gewünschten Download-Geschwindigkeit und der Wohnanschrift hat der Nutzer die Möglichkeit, verfügbare Tarifangebote zu vergleichen und entweder direkt über das Portal oder aber durch Weiterleitung zum Anbieter online abzuschließen.

Um aus Kundensicht festzustellen, welches DSL-Vergleichsportal nicht nur den nutzerfreundlichsten Internetauftritt hat, sondern auch die besten Tarifangebote anzeigt, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfangreiche Analyse der bedeutendsten Vergleichsportale für private Internetanschlüsse über DSL – als weit verbreitete Zugangstechnologie – vorgenommen. Ziel dieser Studie war es, das beste DSL-Vergleichsportal zu küren.

* Vgl. Statista (2020): Anteil der Haushalte in Deutschland mit Internetzugang von 2002 bis 2020, online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/153257/umfrage/haushalte-mit-internetzugang-in-deutschland-seit-2002/> (Abrufdatum 20.05.2021); vgl. Bundesnetzagentur (2021): Jahresbericht 2020 – Märkte im digitalen Wandel, online unter: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Mediathek/Jahresberichte/JB2020.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (Abrufdatum: 20.05.2021).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden relevante Online-Portale, die einen Preisvergleich für einen Internetzugang via DSL für Privatkunden in Deutschland anbieten. Ein Auswahlkriterium stellte die Fokussierung der Portale auf eine Vergleichsfunktion dar.

Anbieter, die nicht primär eine solche Vergleichsfunktion, sondern ein anderes Informations- oder Dienstleistungsangebot bereitstellen sowie Portale, über die nur ein Vergleich über Kooperationslösungen möglich ist, blieben unberücksichtigt.*

Die Relevanz der recherchierten Portale wurde anhand des Online-Analysedienstes SimilarWeb** überprüft.

Die Untersuchung umfasste die folgenden Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Check24
- DSL Web
- Preisvergleich.de
- Verivox

* Vor diesem Hintergrund blieben Anbieter wie Chip.de, Computerbild.de, Onlinekosten.de, Preis24.de, Teltarif.de, Testsieger.de oder Toptarif unberücksichtigt.

** <http://www.similarweb.com/>.

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service	100,0%
Internetanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Erweiterte Suchoptionen und -filter:	
Anbieterwechsel oder Neuabschluss	2,0%
Datenübertragungsrate (Download-Geschwindigkeit)	2,0%
Anschlussart	2,0%
Produktart (Internet/Doppel-Flat/Triple-Play)	2,0%
Hardware	2,0%
Anzeige der Suchergebnisse:	
Automatisch nach Preis sortiert	1,0%
Korrekte Rangfolge bei Preissortierung	1,0%
Anzeige der Effektivpreise pro Monat	1,0%
Angabe der Tarifdetails:	
Tarifbezeichnung und Anbieter	1,0%
Datenübertragungsrate im Download	2,0%
Datenübertragungsrate im Upload	1,0%
Mindestvertragslaufzeit	1,0%
Kündigungsfrist	1,0%

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)	
Anschlussart	1,0%
Hardware	1,0%
Anzeige nur verfügbarer Angebote (nach vorheriger Adresseingabe)	3,0%
Vertragsabschluss über Portal initiiierbar	2,0%
Test der aktuellen Download-Geschwindigkeit („Speed-Test“)	2,0%
Ratgeber/Tipps zum Anbieterwechsel	2,0%
App für Mobilgeräte (iOS und Android)	1,0%
Information zu DSL-Anbietern	1,0%
Kundenbewertungen möglich	1,0%
Direktvergleich von DSL-Tarifen	1,0%
Fortführung/Speicherung bisheriger DSL-Vergleiche (nach erneutem Aufsuchen des Portals)	0,5%
Export der Suchergebnisse (z. B. via E-Mail)	0,5%
Anzahl Klicks bis zur Tarifsuche	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Test der aktuellen Download-Geschwindigkeit	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Ratgeber/zu den Tipps zum Anbieterwechsel	5,0%

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	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%	
Kontaktinformationen		20,0%
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 Kritikmöglichkeit	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

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

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Getestete Internetauftritte



Unternehmen	Internetseite
Check24	www.check24.de
DSL Web	www.dslweb.de
Preisvergleich.de	www.preisvergleich.de
Verivox	www.verivox.de

Erhebungszeitraum: 28. Juni - 5. August 2021

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Preis- und Angebotsanalyse wurden die von den Vergleichsportalen ermittelten und angezeigten DSL-Tarifangebote für Doppel-Flatrates (Internet und Telefon) hinsichtlich der effektiven Kosten für Endverbraucher und der Angebotsverfügbarkeit vergleichend bewertet. Der Analyse lagen jeweils Profile mit verschiedenen Download-Geschwindigkeiten zugrunde.

Die Preise der günstigsten Tarife wurden parallel und stichtagsbezogen erhoben (Erhebungszeitraum: 5. bis 8. August 2021).

Mithilfe der Tarifrechner wurde für jedes Profil in den fünf größten deutschen Städten* (Berlin, Hamburg, München, Köln und Frankfurt am Main) der jeweils günstigste Tarif erfasst, den das Portal als Suchergebnis anzeigte. Dem Test lagen somit insgesamt 15 Nutzerprofile zugrunde.

* Gemessen an der Wohnbevölkerung.

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Folgende Nutzerprofile bildeten die Grundlage der Analyse:

Nutzerprofile			
Szenario	Download-Geschwindigkeit	Produktart	
Profil A	16 Mbit/s	Doppel-Flatrate (Internet + Telefon)	
Profil B	50 Mbit/s	Doppel-Flatrate (Internet + Telefon)	
Profil C	100 Mbit/s	Doppel-Flatrate (Internet + Telefon)	

Anschlussdaten			
Stadt	Postleitzahl	Vorwahl	Straße und Hausnummer
Berlin	10119	030	Christinenstraße 40
Hamburg	20148	040	Heimhuder Straße 48
München	80333	089	Augustenstraße 19
Köln	50667	0221	Kronengasse 5
Frankfurt	60487	069	Falkstraße 52

Die Nutzerprofile bildeten Mindeststandards. Erfüllte ein Anbieter nicht die dem Profil zugrundeliegenden Leistungen, wurde jeweils der nächsthöherwertige Tarif mit größerer maximaler Bandbreite zur Bewertung herangezogen. Die Ausnahme bildeten Tarife, die hinsichtlich der Bandbreite bereits ein höherwertigeres Nutzerprofil abdeckten. Grundsätzlich wurde immer der jeweils günstigste Tarif erhoben, der die Kriterien des Nutzerprofils erfüllte.

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Für jedes Nutzerprofil wurden die günstigsten Tarifangebote bewertet. Grundlage des Tarifpreisvergleichs waren bei den jeweiligen Tarifen die effektiven Kosten pro Monat, die sich aus den Kosten über eine 24-monatige Mindestlaufzeit inklusive aller anfallenden Kosten samt Einmalzahlungen (beispielsweise für die Einrichtung oder den Anschluss) abzüglich etwaiger Boni und Rabatte errechneten.

Bei der Bewertung der Tarifkosten erhielt das Unternehmen mit dem jeweils günstigsten Angebot 100 Punkte. Portale, bei denen die Kosten den günstigsten Tarif in dem jeweiligen Profil um mindestens 50 Prozent überstiegen, erhielten 0 Punkte. Dazwischen liegende Tarife wurden relativ zu den Extremwerten eingeordnet.

Im Rahmen der Angebotsverfügbarkeit wurde der Anteil der insgesamt erfolgreichen DSL-Tarifabfragen bewertet. 100 Punkte erhielten jene Portale, die zu allen 15 Anfragen mindestens einen verfügbaren Tarif anzeigten. Geprüft wurde zudem die Validität der Suchtreffer und zwar in Hinblick darauf, ob das jeweils günstige DSL-Tarifangebot des Portals an der Wohnadresse des geprüften Nutzerprofils tatsächlich verfügbar war. Abschließend erfolgte die Bewertung der Validität der angegebenen Tarifdetails. Untersucht wurde, ob sich die Preisangabe von der ersten Anzeige bis zum letzten Schritt der Buchung nicht veränderte sowie, ob die ausgewiesene Download-Geschwindigkeit der Tarife für die Wohnadressen tatsächlich verfügbar war.

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Kriterien

Preis- und Angebotsanalyse	100,0%
Tarifpreisvergleich	70,0%
Angebotsverfügbarkeit	30,0%

Tarifpreisvergleich	100,0%
Profil A: 16 Mbit/s Doppel-Flat Internet & Telefon	33,3%*
Berlin	6,7%*
Hamburg	6,7%*
München	6,7%*
Köln	6,7%*
Frankfurt am Main	6,7%*
Profil B: 50 Mbit/s Doppel-Flat Internet & Telefon	33,3%*
Berlin	6,7%*
Hamburg	6,7%*
München	6,7%*
Köln	6,7%*
Frankfurt am Main	6,7%*

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Kriterien

Tarifpreisvergleich (Fortsetzung)		
Profil C: 100 Mbit/s Doppel-Flat Internet & Telefon		33,3%*
Berlin	6,7%*	
Hamburg	6,7%*	
München	6,7%*	
Köln	6,7%*	
Frankfurt am Main	6,7%*	
Angebotsverfügbarkeit		100,0%
Verfügbarkeit (Sucherfolg)	50,0%	
Validität des günstigsten DSL-Tarifangebots	25,0%	
Validität der Tarifdetails	25,0%	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

	Seite
A. Tester-Eindrücke	33
B. Online-Service	34
Internetanalyse	34
Nutzerbetrachtung	35
C. Preis- und Angebotsanalyse	36
Tarifpreisvergleich – Preisdetails Profil A	36
Tarifpreisvergleich – Preisdetails Profil B	37
Tarifpreisvergleich – Preisdetails Profil C	38
D. Allgemeine Methodik (Service-Tests)	39

D. Allgemeine Methodik

Service-tests

- **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, Video-Call, 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-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen 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“