

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Mobilfunkanbieter 2026



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 23. Juni 2026

UNTERNEHMEN KONTAKT



Bianca Möller
Geschäftsführerin

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
b.moeller@disq.de
www.disq.de



Yannic Brocks
Projektleiter Marktforschung

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 16
y.brocks@disq.de
www.disq.de

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

Fotoquellen: Thomas Ecke, 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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundebefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Catja Stammen / Redaktionsleiterin ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing & Medien am
Institut für Marketing der
Universität Hamburg



Catja Stammen
Redaktionsleiterin
für die Wirtschaftsma-
gazine des Nachrichten-
senders ntv



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsfor-
schungsunternehmen Civey

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	7
2. Fazit	9
3. Die besten Unternehmen	10
4. Gesamtergebnis	13
Wenigtelefonierer	14
Smartphone-Nutzer	16
Smartphone-Intensivnutzer	18
All-Net-Flat-Nutzer	20
5. Stärken und Schwächen der Branche	22
Produktanalyse	23
Online-Service	24

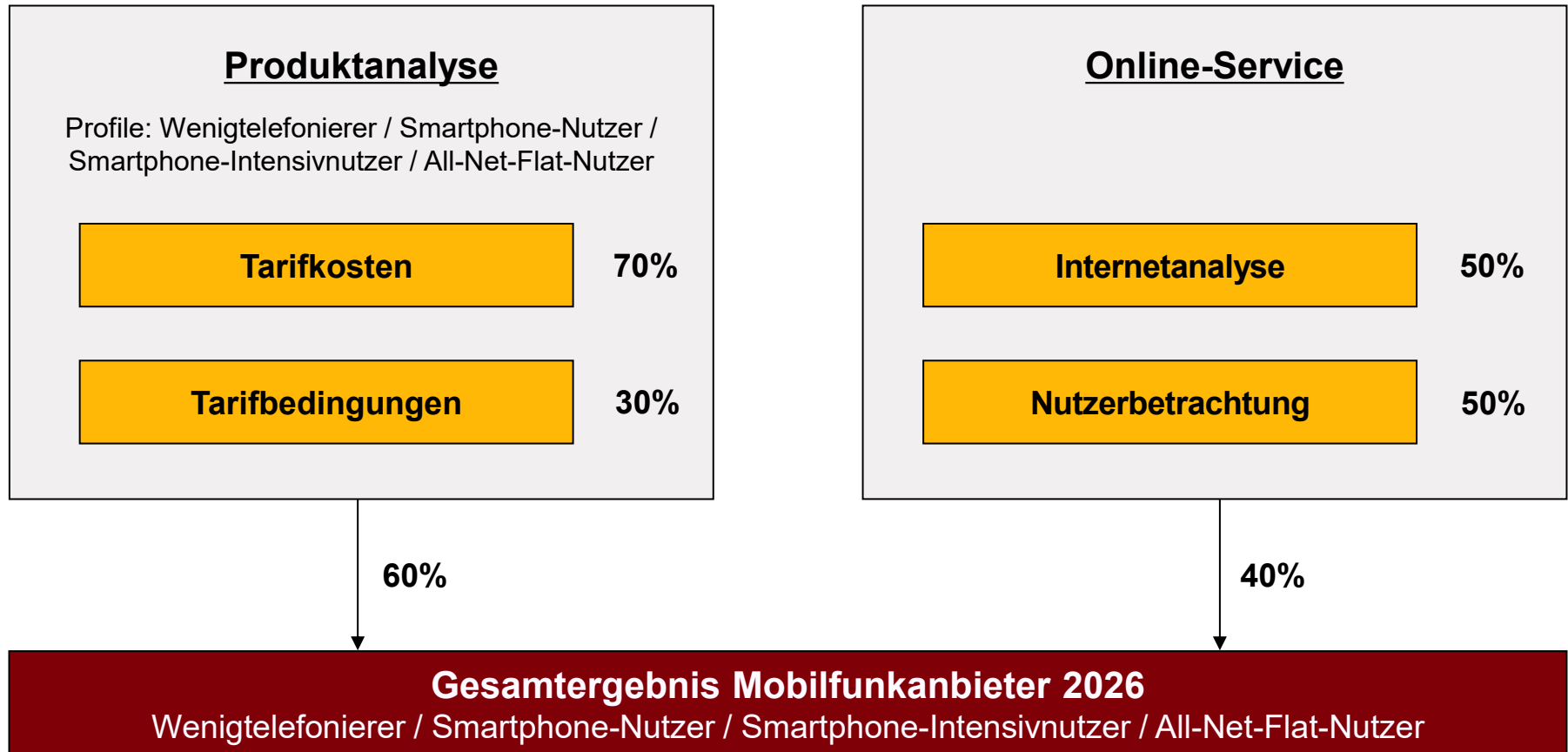
	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	25
Gesamtergebnis Produktanalyse	25
Produktanalyse Wenigtelefonierer	26
Produktanalyse Smartphone-Nutzer	28
Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer	30
Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer	32
Online-Service	34
7. Methodik	35
Anhang	46

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	25 Mobilfunkanbieter (Netzbetreiber, Reseller und Discounter)
Studienzeitraum	Februar bis Juli 2026
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Produkte, Qualität des Internetauftritts
Produktanalyse	Umfassende Bewertung von Preisen und Vertragsbedingungen der Mobilfunktarife für vier definierte Nutzerprofile (Datenquelle: Teltarif.de; Stand: April 2026)
Online-Service	Qualitätsmessung des Internetauftritts jedes Unternehmens, insgesamt 275 Test-Kontakte (11 je Anbieter) ■ 25 Internetanalysen (1 je Anbieter) ■ 250 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtsieger	Blau	Telekom	Vodafone
Gesamtergebnis Wenigtelefonierer	Norma connect	Vodafone	Telekom
Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer	Blau	Congstar	Otelo
Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer	O2/Telefónica	Congstar	Vodafone
Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer	Blau	Tchibo mobil	SIMon mobile
Produktanalyse Wenigtelefonierer	ja! mobil	Kaufland mobil	Norma connect
Tarifkosten	ja! mobil	Kaufland mobil, Norma connect	-
Tarifbedingungen	15 Anbieter	-	-
Produktanalyse Smartphone-Nutzer	Blau	Edeka Smart	Congstar
Tarifkosten	Blau	Smartmobil.de	Edeka Smart
Tarifbedingungen	1&1	Lidl Connect	Edeka Smart, Klarmobil
Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer	Edeka Smart	Congstar	Vodafone
Tarifkosten	Blau	Edeka Smart	Aldi Talk
Tarifbedingungen	1&1	O2/Telefónica, Vodafone	-
Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer	Tchibo mobil	Blau	SIMon mobile
Tarifkosten	Blau	Tchibo mobil	SIMon mobile, Sim.de
Tarifbedingungen	1&1, Telekom	-	3 Anbieter
Online-Service	O2/Telefónica	1&1	Vodafone
Produktanalyse	Blau	Kaufland mobil	Norma connect

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Test Mobilfunkanbieter 2026			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Blau	87,2	sehr gut
2	Telekom	84,2	sehr gut
3	Vodafone	84,2	sehr gut
4	Norma connect	83,8	sehr gut
5	O2/Telefónica	83,5	sehr gut
6	Tchibo mobil	83,1	sehr gut
7	Aldi Talk	82,3	sehr gut
8	ja! mobil	81,1	sehr gut
9	Kaufland mobil	81,0	sehr gut
10	Edeka Smart	80,9	sehr gut
11	Sim.de	80,2	sehr gut
12	Otelo	80,1	sehr gut
13	Penny mobil	79,7	gut
14	Lidl Connect	79,6	gut
15	Congstar	78,4	gut
16	Smartmobil.de	77,0	gut
17	WinSIM	76,2	gut
18	SIMon mobile	75,7	gut
19	1&1	72,7	gut
20	Handyvertrag.de	72,3	gut
21	maXXim	70,9	gut
22	Fyve	70,0	gut
23	Klarmobil	66,4	befriedigend
24	SimDiscount	65,3	befriedigend
25	Freenetmobile	53,6	ausreichend
Branche (Mittelwert)		77,2	

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. Gesamtergebnis Wenigtelefonierer

Gesamtergebnis Wenigtelefonierer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Norma connect	89,4	sehr gut
2	Vodafone	87,6	sehr gut
3	Telekom	87,6	sehr gut
4	Blau	87,5	sehr gut
5	O2/Telefónica	87,3	sehr gut
6	ja! mobil	87,2	sehr gut
7	Otelo	87,0	sehr gut
8	Kaufland mobil	86,6	sehr gut
9	Sim.de	85,7	sehr gut
10	Tchibo mobil	85,4	sehr gut
11	Penny mobil	84,8	sehr gut
12	Aldi Talk	84,6	sehr gut
13	Fyve	84,5	sehr gut
14	Lidl Connect	82,1	sehr gut
15	Edeka Smart	80,9	sehr gut
16	Congstar	80,1	sehr gut
17	WinSIM	78,8	gut
18	Handyvertrag.de	73,2	gut
19	Smartmobil.de	72,4	gut
20	maXXim	72,3	gut
21	SimDiscount	71,5	gut
22	Freenetmobile	63,2	befriedigend
23	SIMon mobile	58,5	ausreichend
24	1&1	50,7	ausreichend
25	Klarmobil	46,8	ausreichend
Branche (Mittelwert)		78,2	

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. Gesamtergebnis Wenigtelefonierer

Gesamtergebnis Wenigtelefonierer			Produktanalyse		Online-Service	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Norma connect	89,4	2	99,0	16	75,0
2	Vodafone	87,6	6	92,0	3	81,0
3	Telekom	87,6	6	92,0	4	80,9
4	Blau	87,5	6	92,0	5	80,7
5	O2/Telefónica	87,3	14	89,8	1	83,5
6	ja! mobil	87,2	1	99,1	20	69,4
7	Otelo	87,0	6	92,0	6	79,6
8	Kaufland mobil	86,6	2	99,0	22	68,0
9	Sim.de	85,7	13	90,6	7	78,3
10	Tchibo mobil	85,4	6	92,0	13	75,4
11	Penny mobil	84,8	4	98,0	25	64,9
12	Aldi Talk	84,6	12	90,8	14	75,4
13	Fyve	84,5	5	94,2	18	69,9
14	Lidl Connect	82,1	6	92,0	24	67,4
15	Edeka Smart	80,9	15	89,6	23	67,8
16	Congstar	80,1	16	81,4	8	78,1
17	WinSIM	78,8	17	80,8	11	75,8
18	Handyvertrag.de	73,2	19	70,3	10	77,5
19	Smartmobil.de	72,4	19	70,3	12	75,5
20	maXXim	72,3	19	70,3	15	75,3
21	SimDiscount	71,5	18	72,8	19	69,7
22	Freenetmobile	63,2	22	57,7	17	71,5
23	SIMon mobile	58,5	23	45,8	9	77,6
24	1&1	50,7	25	30,0	2	81,8
25	Klarmobil	46,8	24	32,5	21	68,3
Branche (Mittelwert)		78,2	80,6		74,7	

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.

4. Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Blau	89,2	sehr gut
2	Congstar	84,2	sehr gut
3	Otelo	83,5	sehr gut
4	O2/Telefónica	83,1	sehr gut
5	Telekom	82,0	sehr gut
6	Vodafone	81,8	sehr gut
7	Edeka Smart	81,7	sehr gut
8	Norma connect	80,7	sehr gut
9	Aldi Talk	79,7	gut
10	Fyve	79,5	gut
11	Smartmobil.de	79,0	gut
12	Tchibo mobil	78,6	gut
13	Lidl Connect	78,3	gut
14	SIMon mobile	78,1	gut
15	Kaufland mobil	77,9	gut
16	ja! mobil	77,9	gut
17	Handyvertrag.de	77,6	gut
18	Sim.de	76,9	gut
19	Penny mobil	76,7	gut
20	1&1	75,8	gut
21	WinSIM	75,6	gut
22	maXXim	73,2	gut
23	Klarmobil	70,5	gut
24	SimDiscount	59,0	ausreichend
25	Freenetmobile	48,5	ausreichend
Branche (Mittelwert)		77,2	

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. Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Nutzer			Produktanalyse		Online-Service	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Blau	89,2	1	94,9	5	80,7
2	Congstar	84,2	3	88,3	8	78,1
3	Otelo	83,5	4	86,2	6	79,6
4	O2/Telefónica	83,1	11	82,8	1	83,5
5	Telekom	82,0	12	82,8	4	80,9
6	Vodafone	81,8	14	82,3	3	81,0
7	Edeka Smart	81,7	2	90,9	23	67,8
8	Norma connect	80,7	7	84,5	16	75,0
9	Aldi Talk	79,7	13	82,6	14	75,4
10	Fyve	79,5	5	85,9	18	69,9
11	Smartmobil.de	79,0	15	81,3	12	75,5
12	Tchibo mobil	78,6	16	80,8	13	75,4
13	Lidl Connect	78,3	6	85,5	24	67,4
14	SIMon mobile	78,1	17	78,4	9	77,6
15	Kaufland mobil	77,9	7	84,5	22	68,0
16	ja! mobil	77,9	10	83,5	20	69,4
17	Handyvertrag.de	77,6	18	77,6	10	77,5
18	Sim.de	76,9	19	75,9	7	78,3
19	Penny mobil	76,7	7	84,5	25	64,9
20	1&1	75,8	22	71,8	2	81,8
21	WinSIM	75,6	20	75,4	11	75,8
22	maXXim	73,2	23	71,8	15	75,3
23	Klarmobil	70,5	21	72,0	21	68,3
24	SimDiscount	59,0	24	51,9	19	69,7
25	Freenetmobile	48,5	25	33,1	17	71,5
Branche (Mittelwert)		77,2	78,8		74,7	

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.

4. Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	O2/Telefónica	85,5	sehr gut
2	Congstar	85,1	sehr gut
3	Vodafone	85,1	sehr gut
4	Telekom	85,0	sehr gut
5	Blau	83,3	sehr gut
6	Edeka Smart	83,0	sehr gut
7	Norma connect	82,4	sehr gut
8	Tchibo mobil	81,4	sehr gut
9	Aldi Talk	81,1	sehr gut
10	SIMon mobile	80,6	sehr gut
11	1&1	80,3	sehr gut
12	Kaufland mobil	79,6	gut
13	ja! mobil	79,5	gut
14	Sim.de	78,5	gut
15	Penny mobil	78,4	gut
16	Smartmobil.de	77,9	gut
17	Lidl Connect	77,6	gut
18	Otelo	74,8	gut
19	Fyve	73,3	gut
20	Klarmobil	72,7	gut
21	WinSIM	71,5	gut
22	maXXim	69,5	befriedigend
23	Handyvertrag.de	65,0	befriedigend
24	SimDiscount	64,3	befriedigend
25	Freenetmobile	49,0	ausreichend
Branche (Mittelwert)		77,0	

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. Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer

Gesamtergebnis Smartphone-Intensivnutzer			Produktanalyse		Online-Service	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	O2/Telefónica	85,5	8	86,9	1	83,5
2	Congstar	85,1	2	89,8	8	78,1
3	Vodafone	85,1	3	87,8	3	81,0
4	Telekom	85,0	4	87,8	4	80,9
5	Blau	83,3	11	85,1	5	80,7
6	Edeka Smart	83,0	1	93,2	23	67,8
7	Norma connect	82,4	5	87,4	16	75,0
8	Tchibo mobil	81,4	10	85,4	13	75,4
9	Aldi Talk	81,1	12	84,9	14	75,4
10	SIMon mobile	80,6	14	82,6	9	77,6
11	1&1	80,3	16	79,3	2	81,8
12	Kaufland mobil	79,6	5	87,4	22	68,0
13	ja! mobil	79,5	9	86,2	20	69,4
14	Sim.de	78,5	17	78,7	7	78,3
15	Penny mobil	78,4	5	87,4	25	64,9
16	Smartmobil.de	77,9	15	79,5	12	75,5
17	Lidl Connect	77,6	13	84,4	24	67,4
18	Otelo	74,8	20	71,7	6	79,6
19	Fyve	73,3	19	75,5	18	69,9
20	Klarmobil	72,7	18	75,7	21	68,3
21	WinSIM	71,5	21	68,6	11	75,8
22	maXXim	69,5	22	65,6	15	75,3
23	Handyvertrag.de	65,0	24	56,6	10	77,5
24	SimDiscount	64,3	23	60,8	19	69,7
25	Freenetmobile	49,0	25	34,0	17	71,5
Branche (Mittelwert)		77,0	78,5		74,7	

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.

4. Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer

Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Blau	88,9	sehr gut
2	Tchibo mobil	87,0	sehr gut
3	SIMon mobile	85,7	sehr gut
4	1&1	83,9	sehr gut
5	Aldi Talk	83,7	sehr gut
6	Norma connect	82,7	sehr gut
7	Vodafone	82,2	sehr gut
8	Telekom	82,1	sehr gut
9	Lidl Connect	80,3	sehr gut
10	Kaufland mobil	79,9	gut
11	ja! mobil	79,9	gut
12	Sim.de	79,6	gut
13	Penny mobil	78,8	gut
14	WinSIM	78,8	gut
15	Smartmobil.de	78,7	gut
16	O2/Telefónica	78,2	gut
17	Edeka Smart	78,0	gut
18	Klarmobil	75,6	gut
19	Otelo	74,9	gut
20	Handyvertrag.de	73,5	gut
21	maXXim	68,5	befriedigend
22	SimDiscount	66,3	befriedigend
23	Congstar	64,2	befriedigend
24	Fyve	42,7	ausreichend
-	Freenetmobile**	-	-
Branche (Mittelwert)		77,2	

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.

** Das Unternehmen bot zum Testzeitpunkt keinen Tarif an, der den Vorgaben des Nutzerprofils entsprochen hat.

4. Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer

Gesamtergebnis All-Net-Flat-Nutzer			Produktanalyse		Online-Service	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Blau	88,9	2	94,4	5	80,7
2	Tchibo mobil	87,0	1	94,7	13	75,4
3	SIMon mobile	85,7	3	91,0	9	77,6
4	1&1	83,9	10	85,3	2	81,8
5	Aldi Talk	83,7	4	89,2	14	75,4
6	Norma connect	82,7	7	87,8	16	75,0
7	Vodafone	82,2	12	83,1	3	81,0
8	Telekom	82,1	13	82,8	4	80,9
9	Lidl Connect	80,3	5	88,8	24	67,4
10	Kaufland mobil	79,9	7	87,8	22	68,0
11	ja! mobil	79,9	9	86,8	20	69,4
12	Sim.de	79,6	16	80,5	7	78,3
13	Penny mobil	78,8	6	88,1	25	64,9
14	WinSIM	78,8	14	80,8	11	75,8
15	Smartmobil.de	78,7	14	80,8	12	75,5
16	O2/Telefónica	78,2	18	74,6	1	83,5
17	Edeka Smart	78,0	11	84,7	23	67,8
18	Klarmobil	75,6	17	80,5	21	68,3
19	Otelo	74,9	19	71,8	6	79,6
20	Handyvertrag.de	73,5	20	70,9	10	77,5
21	maXXim	68,5	21	64,0	15	75,3
22	SimDiscount	66,3	21	64,0	19	69,7
23	Congstar	64,2	23	55,0	8	78,1
24	Fyve	42,7	24	24,5	18	69,9
-	Freenetmobile**	-	-	-	17	71,5
Branche (Mittelwert)		77,2	78,8		74,7	

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.

** Das Unternehmen bot zum Testzeitpunkt keinen Tarif an, der den Vorgaben des Nutzerprofils entsprochen hat.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Der Mobilfunkmarkt ist heute vielfältiger und dynamischer denn je. Insbesondere der deutsche Mobilfunkmarkt ist durch eine hohe Marktsättigung sowie einen intensiven Wettbewerb zwischen etablierten Netzbetreibern und zahlreichen Service- und Discountmarken geprägt. Gleichzeitig steigen die Anforderungen der Kunden kontinuierlich, insbesondere in Bezug auf Netzqualität, Transparenz der Tarife und digitale Serviceangebote. Für Verbraucher wird es dadurch zunehmend schwieriger, den Überblick zu behalten und den Anbieter zu finden, der optimal zu den eigenen Bedürfnissen und dem individuellen Nutzungsverhalten passt. Neben Preis und Leistung spielt dabei auch der erste Kontaktpunkt zwischen Kunde und Anbieter eine immer größere Rolle: die digitale Präsenz.

Wer als Kunde auf der Suche nach einem guten Mobilfunkanbieter ist, für den ist zunächst entscheidend, wie kundenorientiert und benutzerfreundlich der jeweilige Internetauftritt des Anbieters gestaltet ist. Die Website ist dabei der erste Eindruck, den man vom Anbieter erhält.

Auf Grund dieser vielfältigen Tarife und den individuellen Ansprüchen an einen Mobilfunktarif sollen im Rahmen dieses Tests sowohl die Tarifkosten und Vertragsbedingungen relevanter Anbieter als auch deren Internetauftritt genauer betrachtet werden. Das Ziel der Studie ist den am besten passende Mobilfunkanbieter je Nutzerverhalten zu identifizieren.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Für diese Studie relevant sind bedeutende Mobilfunkanbieter (und ggf. verschiedene Marken der Anbieter) in Deutschland, wozu Netzbetreiber, Reseller und Mobilfunk-Discounter zählen können. Neben frei zugänglichen Statistiken zum Thema Mobilfunkmarkt in Deutschland wurde vor allem die Experteneinschätzung des Online-Branchenmagazins Teltarif.de bei der Festlegung des Samples herangezogen.

Die Untersuchungsauswahl setzte sich wie folgt zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- | | | |
|-------------------|------------------|-----------------|
| ■ 1&1 | ■ ja! mobil | ■ Penny Mobil |
| ■ Aldi Talk | ■ Kaufland mobil | ■ Sim.de |
| ■ Blau | ■ Klarmobil.de | ■ SimDiscount |
| ■ Congstar | ■ Lidl Connect | ■ SIMon mobile |
| ■ Edeka Smart | ■ maXXim | ■ Smartmobil.de |
| ■ Freenetmobile | ■ Norma connect | ■ Tchibo mobil |
| ■ Fyve | ■ O2/Telefónica | ■ Telekom |
| ■ Handyvertrag.de | ■ Oteló | ■ Vodafone |
| | | ■ WinSIM |

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Für die Ermittlung und Bewertung der Tarife wurden in Zusammenarbeit mit dem TK- Informationsdienstleister Teltarif.de vier typische Nutzerprofile mit unterschiedlichen Anforderungen in Bezug auf das Telefonie- und Datennutzungsverhalten entwickelt. Die Tarifanalyse erfolgte auf Basis der durch Teltarif.de bereitgestellten Daten (Stand: April 2026). Bei jedem Anbieter wurde für jedes der Nutzerprofile der jeweils günstigste Tarif berücksichtigt, der die definierten Mindestanforderungen erfüllte. Zudem erfolgte eine Bewertung wichtiger Vertragsbedingungen, die den jeweiligen Tarifen zugrunde lagen.

Folgende Nutzerprofile bildeten die Grundlage der Analyse:

Profil 1: Wenigtelefonierer

- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 30 Minuten pro Monat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Keine mobile Datennutzung

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Profil 2: Smartphone-Nutzer

- Konstante und häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 90 Minuten pro Monat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 10 GB pro Monat

Profil 3: Smartphone-Intensivnutzer

- Konstante und häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 300 Minuten pro Monat
- SMS: 10 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 20 GB pro Monat

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise



DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Profil 4: All-Net-Flat-Nutzer

- Konstante und sehr häufige Nutzung
- Gesprächsvolumen (abgehend in alle Netze): 600 Minuten pro Monat
- Gespräche: Flatrate in Fest- und Mobilfunknetze (außer Sondernummern)
- SMS: 20 pro Monat (in alle Netze)
- Mobile Datennutzung (ohne WLAN): 50 GB pro Monat

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse Wenigtelefonierer		100,0%
Tarifkosten*		70,0%
Tarifbedingungen		30,0%
Mindestumsatz in Euro	6,0%	
Kündigungsfrist**	12,0%	
Vertragslaufzeit**	12,0%	

Produktanalyse Smartphone-Nutzer		100,0%
Tarifkosten*		70,0%
Tarifbedingungen		30,0%
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Downstream Geschwindigkeit	5,0%	
Upstream Geschwindigkeit	5,0%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	4,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	0,0%	

* Effektive Kosten pro Monat auf Basis einer 24-monatigen Laufzeit unter Berücksichtigung aktueller Boni und Rabatte.

** Den Berechnungen liegen ausschließlich die Basistarife und nicht eventuelle Tarifoptionen zugrunde.

*** Kostenpflichtige, automatische Erhöhung des Datenvolumens

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse Smartphone-Intensivnutzer		100,0%
Tarifkosten*		70,0%
Tarifbedingungen		30,0%
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Downstream Geschwindigkeit	5,0%	
Upstream Geschwindigkeit	5,0%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	4,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	0,0%	

Produktanalyse All-Net-Flat-Nutzer		100,0%
Tarifkosten*		70,0%
Tarifbedingungen		30,0%
Kündigungsfrist**	8,0%	
Vertragslaufzeit**	8,0%	
Datendienste:		
Downstream Geschwindigkeit	5,0%	
Upstream Geschwindigkeit	5,0%	
Datenautomatik (negative Bewertung)***	4,0%	
Max. Upload-Geschwindigkeit	0,0%	

* Effektive Kosten pro Monat auf Basis einer 24-monatigen Laufzeit unter Berücksichtigung aktueller Boni und Rabatte.

** Den Berechnungen liegen ausschließlich die Basistarife und nicht eventuelle Tarifoptionen zugrunde.

*** Kostenpflichtige, automatische Erhöhung des Datenvolumens

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service	100,0%	
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Inhaltsanalyse Internet	100,0%	
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Tarifübersicht/Tarifrechner	8,0%	
Online-Shop für mobile Endgeräte (Handys, Smartphones)	5,0%	
Informationen zum Thema:		
Mobiles Internet (5G, LTE)	2,0%	
Verfügbare(s) Mobilfunknetz(e) (allgemein auf der Website)	2,0%	
Datenroaming	2,0%	
Datennutzung außerhalb der EU	2,0%	
Rufnummernmitnahme/Portierung	2,0%	
eSIM	1,5%	
Jugendschutz	1,5%	
SIM-Karten-Sperre		
Informationen	1,0%	
Sperre online möglich	2,0%	
Ersatz-SIM-Karte		
Informationen	1,0%	
Bestellung online möglich	2,0%	
App für Kunden (iOS und Android)	3,0%	
Anzahl Klicks bis zur Tarifübersicht/zum Tarifrechner	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Roaming-Informationen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Informationen zur Rufnummernmitnahme	5,0%	

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	3,5%	
FAQ/Hilfebereich	3,0%	
Datenschutzerklärung	2,0%	
Cookie-Einstellungsoption	2,0%	
Glossar	1,0%	
Volltext-Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	1,0%	
Newsletter	1,5%	
Multimediale Elemente (Videos, Grafiken, etc.)	1,5%	
Mobiloptimierte Website	2,0%	
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 Impressum/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressum/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressum/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritikmöglichkeit	2,5%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
KI-gestützter Chatbot	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 Internet	100,0%	
Emotionale und visuelle Aspekte		50,0%
Optik und Gestaltung	15,0%	
Vertrauenswürdigkeit & Sicherheit	15,0%	
Gesamtzufriedenheit	15,0%	
Erwartungen übertroffen	5,0%	
Funktionale und nutzungsbezogene Aspekte		50,0%
Bedienbarkeit (Intuitivität)	15,0%	
Auffindbarkeit von Informationen	15,0%	
Problemlösungskompetenz	15,0%	
Technische Funktionalität	5,0%	

* Anforderungen: Erklärung/Erläuterung der Übertragungstechnologien UMTS und LTE im Zusammenhang mit Handys, Smartphones oder Tablets (z. B. Downloadraten-Vergleich).

** Allgemeine Informationen zum Thema (außerhalb eines ggf. vorhandenen Handy-/Smartphone-Shops).

7. Methodik

Internetanalyse – Getestete Internetauftritte



DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Unternehmen	Internetseite
1&1	www.1und1.de
Aldi Talk	www.alditalk.de
Blau	www.blau.de
Congstar	www.congstar.de
Edeka Smart	www.edeka-smart.de
Freenetmobile	www.freenet.de/handytarife/
Fyve	www.fyve.de
Handyvertrag.de	www.handyvertrag.de
ja! mobil	www.jamobil.de
Kaufland mobil	www.kauflandmobil.de
Klarmobil	www.klarmobil.de
Lidl Connect	www.lidlconnect.de
maXXim	www.maxxim.de/
Norma connect	www.norma-connect.de
O2/Telefónica	www.o2.de
Otelo	www.otelo.de
Penny mobil	www.pennymobil.de
Sim.de	www.sim.de
SimDiscount	www.simdiscount.de
SIMon mobile	www.simonmobile.de
Smartmobil.de	www.smartmobil.de
Tchibo mobil	www.tchibo.de/c/mobilfunk
Telekom	www.telekom.de
Vodafone	www.vodafone.de
WinSIM	www.winsim.de
Testzeitraum	16. März - 20. März 2026

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	45
Positiv	45
Negativ	46
B. Online-Service	47
Internetanalyse	47
Nutzerbetrachtung	48
C. Produktanalyse – Kriterienauszug	49
Wenigtelefonierer	49
Smartphone-Nutzer	50
Smartphone-Intensivnutzer	51
All-Net-Flat-Nutzer	52
D. Allgemeine Methodik (Servicetests)	53
E. Nachhaltigkeit	55

D. Allgemeine Methodik

Servicetests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und 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, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

D. Allgemeine Methodik

Servicetests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:

Filiale	Telefon	E-Mail	Chat	Video-Call	Internet	App	Versand
Umfeld				Virtuelles Umfeld			
Angebot							
Beratungskompetenz Richtigkeit von Aussagen, vollständige Beantwortung etc.					Internet-analyse Kontaktarten, Umfang und Zugriff auf Informationen etc.	Bedienungsfreundlichkeit Einstieg, Menüführung, Design, Sprache etc.	Versandqualität Versanddauer, Kosten, Zustellungsqualität etc.
Lösungsqualität gezielte Bedarfsanalyse, Aufzeigen des Produktnutzens etc.							
Kommunikationsqualität Freundlichkeit, Namensansprache, aktive Gesprächsführung etc.					Nutzerbetrachtung Optik, Navigation, Verständlichkeit etc.	Nutzwert Funktionen und Inhalte	Bestellbedingungen Rückgaberecht, Zahlungsarten etc.
Wartezeiten und Erreichbarkeit Wartezeiten, Öffnungszeiten, Termineinhaltung etc.							
Kundenerlebnis Mehrwert der Beratung, Gesprächsatmosphäre etc.							

- 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“

E. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

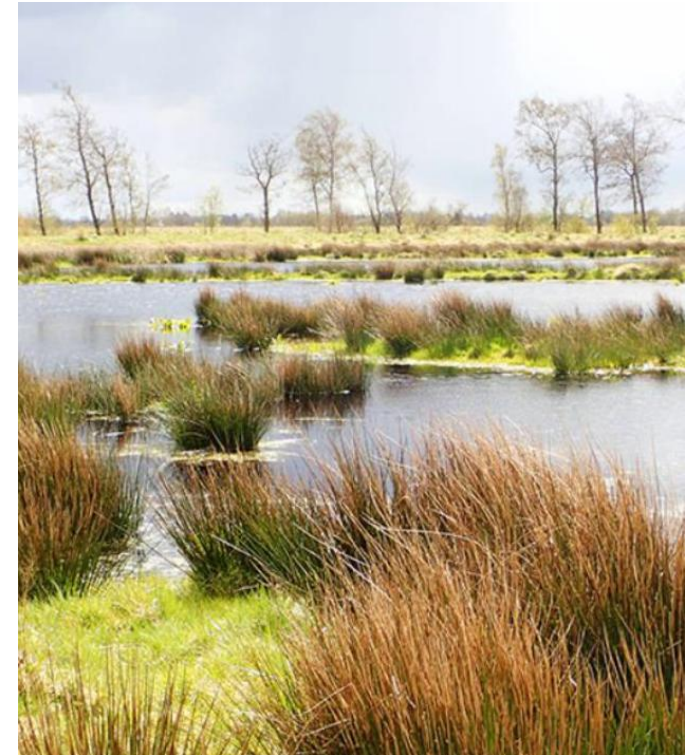


DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



**Moor
Futures**



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate