

Serviceprofil: Mobilfunkanbieter 2016

2,24



Branchenwert Globalzufriedenheit 2016

Kunden fühlen sich durch verbesserte Inklusivleistungen wertgeschätzt

Die Zufriedenheit in der Branche Mobilfunkanbieter geht im Vergleich zum Vorjahr zurück. Lediglich die Discountermarke AldiTalk sowie der Reseller 1&1 konnten ihre Zufriedenheitswerte entgegen dem Trend im vergangenen Jahr verbessern.

Aldi Talk liegt damit wie bereits 2015 an der Spitze der Mobilfunkanbieter mit mindestens 100 Nennungen mit einem

Globalzufriedenheitsmittelwert von 1,88 auf einer auf einer Skala von „vollkommen zufrieden“ (=1) bis „unzufrieden“ (=5). Eine überdurchschnittliche Zufriedenheit kann außerdem 1&1 und congstar attestiert werden. Bei den Netzbetreibern liegt Telekom vor Vodafone und o2.

Eine wirksame Maßnahme zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Kunden-

Branchensteckbrief

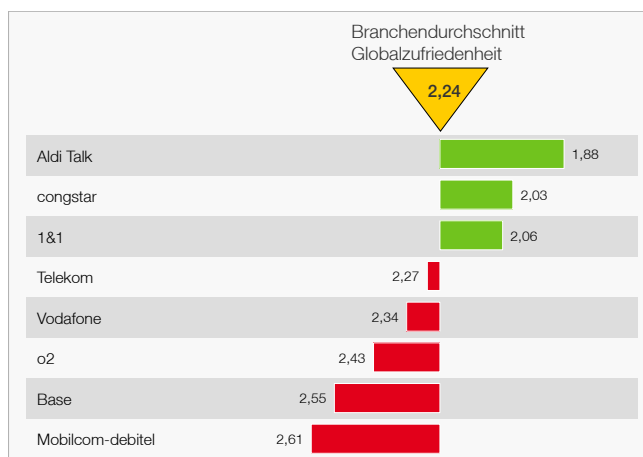
Geführte Interviews: 2.133

Erhebungsmethode:
Onlineinterviews (CAWI)

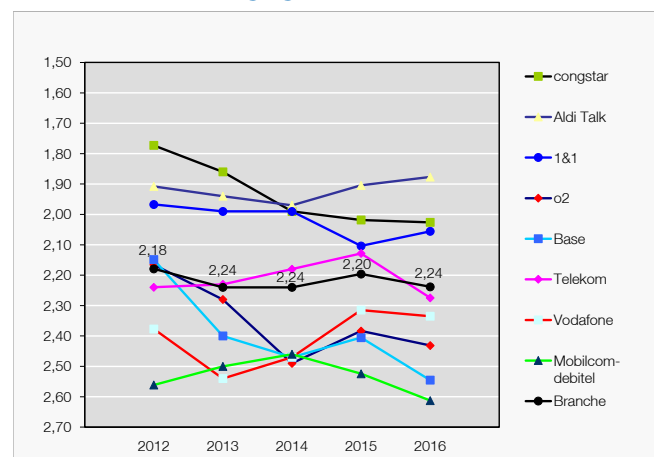
Basis der Stichprobe:
Befragte 16 - 69 Jahre
(nach Quotenvorgaben)

Erhebungszeitraum:
10.05.2016 bis 27.05.2016

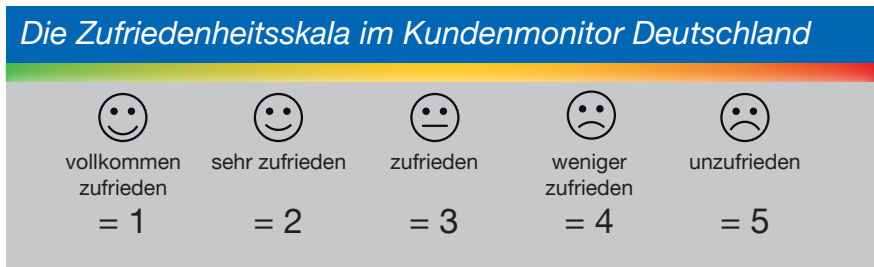
Aldi Talk hat die zufriedensten Mobilfunkkunden



Aldi Talk und 1&1 verbessern Globalzufriedenheit entgegen dem Branchentrend



Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.

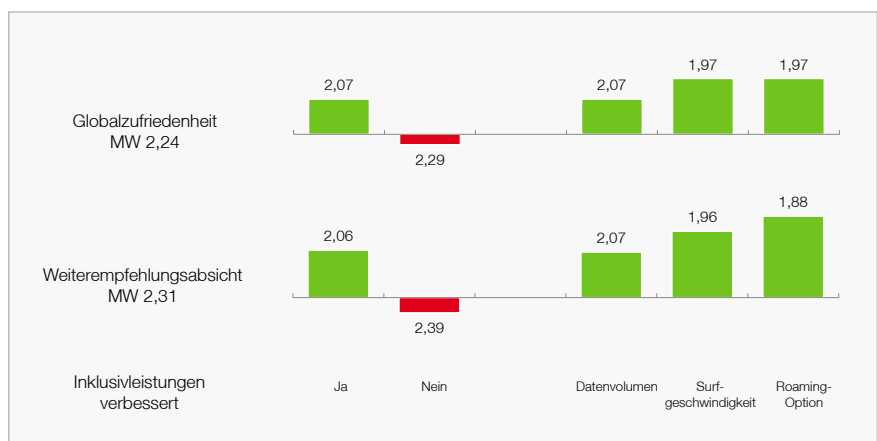
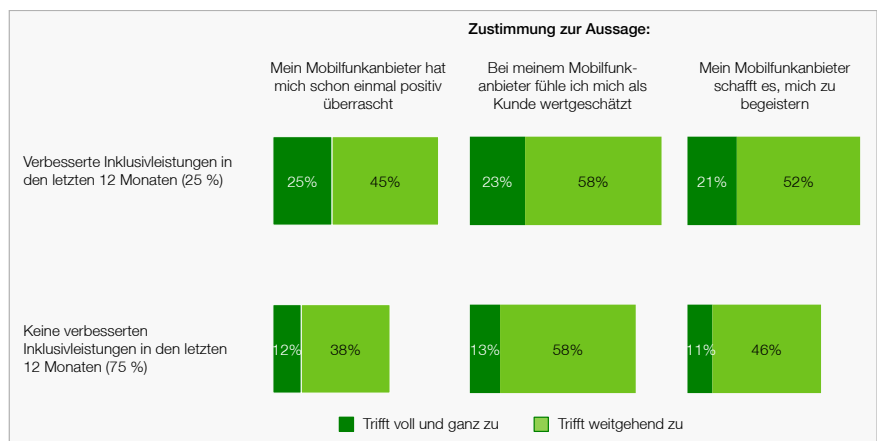


bindung ist dabei die Verbesserung von Inklusivleistungen. Mobilfunkkunden, bei denen sich in den vergangenen zwölf Monaten die im Vertrags- oder Prepaid-tarif enthaltenen Leistungen ohne Zusatzkosten erhöht haben, fühlen sich von ihrem Anbieter besonders wertgeschätzt. 82 Prozent derer mit verbesserten Leistungen stimmen einer entsprechenden Aussage zu, wohingegen die Zustimmung bei Kunden ohne verbesserte Inklusivleistungen bei nur 71 Prozent liegt.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Begeisterungsfähigkeit der Mobilfunkkunden. Während 73 Prozent derer mit verbesserten Leistungen der Aussage „Mein Mobilfunkanbieter schafft es, mich zu begeistern“ zustimmen, sind es nur 57 Prozent bei denjenigen Kunden, die im vergangenen Jahr leer ausgegangen sind.

Dies schlägt sich auch auf die Zufriedenheits- und Loyalitätskennzahlen nieder. Der Globalzufriedenheitswert von Kunden, die von mehr Leistungen profitieren, liegt mit einem Mittelwert von 2,07 deutlich über dem Branchendurchschnitt von 2,24. Gleiches gilt für die Weiterempfehlungsabsicht (MW: 2,06 vs. 2,31). Den

Durch verbesserte Inklusivleistungen fühlen sich Mobilfunkkunden wertgeschätzt, sind zufriedener und empfehlen den Anbieter eher weiter



stärksten Effekt haben bei den kostenlosen Zusatzleistungen die Verbesserung der Roaming-Optionen sowie eine Erhöhung der Surfgeschwindigkeit im mobilen Internet.