



# ServiceAtlas Internet-Provider 2015

Wettbewerbsanalyse zur  
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 11 Internet-Provider

Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Studienkonzept</b>    | ServiceValue GmbH  |
| <b>Erhebungsmethode</b>  | Online-Befragung   |
| <b>Erhebungszeitraum</b> | Januar / Februar 2015  |
| <b>Stichprobe</b>        | 1.079 Kunden mit 1.168 Urteilen zu 11 Internet-Providern (Bewertung von bis zu 2 Internet-Providern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)   |
| <b>Auswertung</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li> </ul> <p>Detaillierergebnisse für 11 Internet-Provider</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I&amp;I DSL (n=112)</li> <li>• congstar (n=108)</li> <li>• Deutsche Telekom (n=108)</li> <li>• easybell (n=106)</li> <li>• Kabel Deutschland (n=108)</li> <li>• NetCologne (n=100)</li> <li>• O2 DSL (n=110)</li> <li>• Telecolumbus (n=97)</li> <li>• Unitymedia KabelBW (n=107)</li> <li>• Versatel DSL (n=106)</li> <li>• Vodafone DSL (n=106)</li> </ul> |
| <b>Gesamtumfang</b>      | 128 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)  |

## Studiendesign

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Kundenbindung</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>   |
| <b>Gesamtaussagen</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Ruf und Image</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Umgang mit Beschwerden / Reklamationen</li> <li>• Tarif- und Produktauswahl</li> </ul>       |
| <b>Kundenservice</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern</li> <li>• Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Wechselangebote zu günstigeren Tarifen</li> <li>• Angebotene (Service-) Zusatzleistungen</li> </ul> |
| <b>Leistungstransparenz</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz der Tarife und Angebote</li> <li>• Übersichtlichkeit/Verständlichkeit der Rechnung</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> </ul>  |
| <b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Preisgünstigkeit der Tarife</li> </ul>  |
| <b>Installationservice</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schnelligkeit der Installation / Inbetriebnahme</li> <li>• Zuverlässigkeit der Installation / Inbetriebnahme</li> <li>• Verständlichkeit der Installationsanleitung</li> </ul>   |

## Studiendesign

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Netzstabilität</b></p>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Netzstabilität / -verfügbarkeit</li> <li>• Einhaltung der zugesagten Übertragungsgeschwindigkeit</li> </ul>  |
| <p><b>Branchenspezifische Fragen</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monatliche Ausgaben für die Leistungen der Provider</li> <li>• Bereitstellung von Hardware</li> <li>• Nutzungsgrad weiterer Leistungsangebote aus den Bereichen Kommunikation (Festnetz-Telefonie, Mobilfunk) und Entertainment (Kabel- und Internetfernsehen, Video On Demand)</li> <li>• Nutzung von Flatrates</li> <li>• Bevorzugte Kontaktwege bei Problemen, Anbieterwechsel (Planung, Bereitschaft)</li> </ul> |
| <p><b><u>Sonderthema:</u><br/>Datendrosselung</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekanntheit des Themas</li> <li>• Akzeptanz einer Datendrosselung</li> <li>• Datendrosselung als Wechselgrund</li> <li>• Aufpreisbereitschaft</li> <li>• Price Sensitivity Meter (PSM) nach van Westendorp</li> </ul>  |

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien

### Kundenorientierung

#### Kundenservice

- Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Wechselangebote zu günstigeren Tarifen
- Angebotene (Service-) Zusatzleistungen

#### Leistungstransparenz

- Transparenz der Tarife und Angebote
- Übersichtlichkeit/Verständlichkeit der Rechnung
- Verbindlichkeit von Aussagen

#### Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Qualität der Produkte
- Preisgünstigkeit der Tarife

#### Installationservice

- Schnelligkeit der Installation/Inbetriebnahme
- Zuverlässigkeit der Installation/Inbetriebnahme
- Verständlichkeit der Installationsanleitung

#### Netzstabilität

- Netzstabilität / -verfügbarkeit
- Einhaltung der zugesagten Übertragungsgeschwindigkeit

## Kundenorientierung – Internet-Provider (I)

| GESAMT   |                    | Kundenservice |                    | Leistungstransparenz |                    |
|----------|--------------------|---------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| sehr gut | congstar           | sehr gut      | easybell           | sehr gut             | I & I DSL          |
| sehr gut | I & I DSL          | sehr gut      | congstar           | sehr gut             | congstar           |
| sehr gut | easybell           | sehr gut      | I & I DSL          | sehr gut             | easybell           |
| gut      | NetCologne         | gut           | NetCologne         | gut                  | NetCologne         |
| gut      | Telecolumbus       | gut           | Deutsche Telekom   |                      | Telecolumbus       |
|          | Vodafone DSL       | gut           | Vodafone DSL       |                      | Kabel Deutschland  |
|          | Kabel Deutschland  |               | Telecolumbus       |                      | Vodafone DSL       |
|          | Deutsche Telekom   |               | Kabel Deutschland  |                      | Deutsche Telekom   |
|          | Unitymedia KabelBW |               | O2 DSL             |                      | Versatel DSL       |
|          | O2 DSL             |               | Unitymedia KabelBW |                      | Unitymedia KabelBW |
|          | Versatel DSL       |               | Versatel DSL       |                      | O2 DSL             |

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

## Kundenorientierung – Internet-Provider (II)

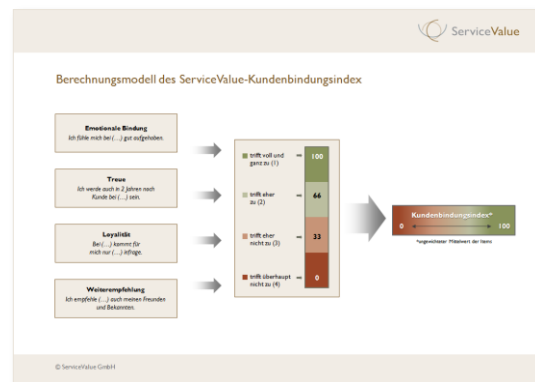
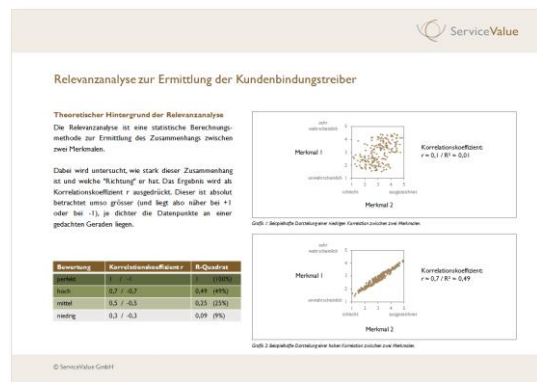
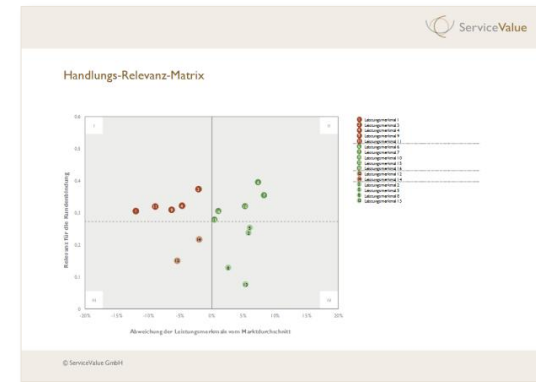
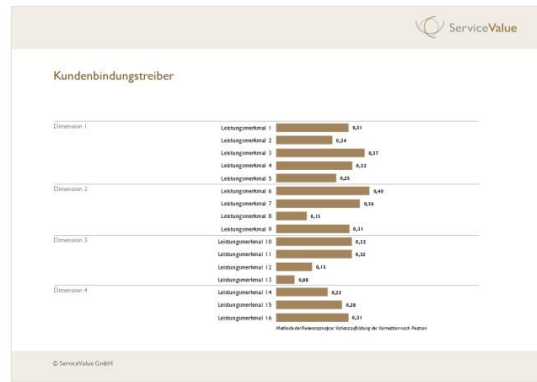
| Preis-Leistungs-Verhältnis |                    |
|----------------------------|--------------------|
| sehr gut                   | congstar           |
| sehr gut                   | easybell           |
| sehr gut                   | I & I DSL          |
| sehr gut                   | Telecolumbus       |
| gut                        | NetCologne         |
| gut                        | Unitymedia KabelBW |
|                            | Kabel Deutschland  |
|                            | O2 DSL             |
|                            | Vodafone DSL       |
|                            | Deutsche Telekom   |
|                            | Versatel DSL       |

| Installationservice |                    |
|---------------------|--------------------|
| sehr gut            | I & I DSL          |
| sehr gut            | easybell           |
| sehr gut            | Kabel Deutschland  |
| gut                 | Telecolumbus       |
| gut                 | congstar           |
| gut                 | Vodafone DSL       |
| gut                 | NetCologne         |
|                     | Unitymedia KabelBW |
|                     | Deutsche Telekom   |
|                     | O2 DSL             |
|                     | Versatel DSL       |

| Netzstabilität |                    |
|----------------|--------------------|
| sehr gut       | congstar           |
| sehr gut       | I & I DSL          |
| sehr gut       | Deutsche Telekom   |
| gut            | Unitymedia KabelBW |
| gut            | easybell           |
| gut            | NetCologne         |
| gut            | Telecolumbus       |
|                | Vodafone DSL       |
|                | Kabel Deutschland  |
|                | O2 DSL             |
|                | Versatel DSL       |

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

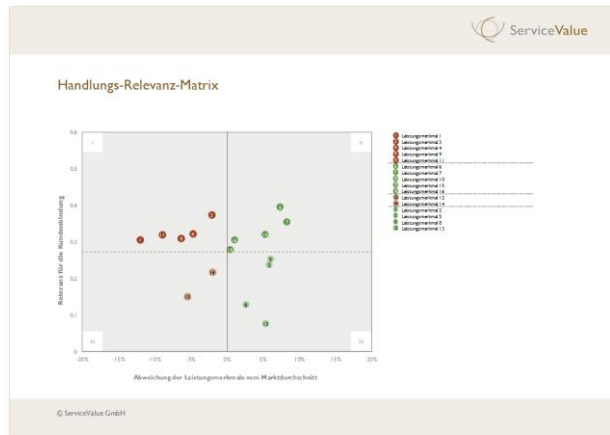


Anonymisierte Musterfolien

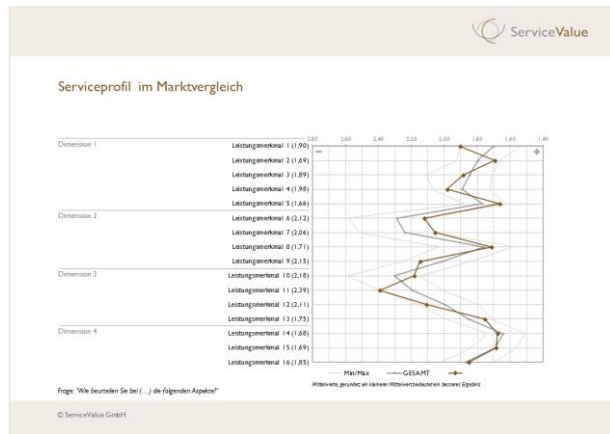
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

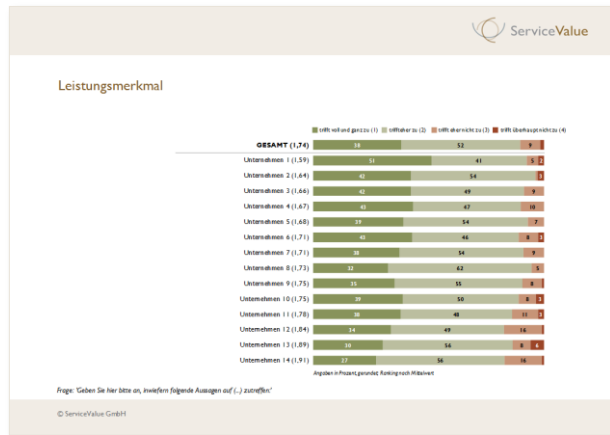


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**  
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Internet-Provider 2015. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Internet-Provider 2015** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (128 Seiten, PDF) zum Preis von 2.950,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Internet-Provider 2015 (128 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 3.950,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten



### Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

|  |               |   |
|--|---------------|---|
| Unternehmen                                      | Name, Vorname | Abteilung / Position  |
| E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)     | Telefon       | Telefax   |
| Adresse (Str. / PLZ / Ort)                       |               |   |
| Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse) |               | Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung) |
| Ort, Datum                                       | Unterschrift  | Stempel   |

## Impressum / Kontakt

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

ISBN 978-3-944739-24-3

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und –bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Monkey Business - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)