

## Pressemitteilung

### Günstig, schnell und gut beraten? So denkt Deutschland über die vier größten Mobilfunkanbieter

#### Der Telco Report von Appinio

**Hamburg, 2022** – Das Smartphone ist ein wahrer Alleskönner und im Alltag nicht mehr wegzudenken. Egal ob für Entertainment oder die berufliche Erreichbarkeit, zum Austausch mit Freunden oder um Überweisungen zu tätigen, um ein Taxi zu rufen oder um zu shoppen – das alles ist hier an einem Ort vereint. Nur logisch, dass deshalb genügend Datenvolumen und eine gute Netzabdeckung inzwischen so selbstverständlich sind, wie Weihnachten im Dezember. Trotzdem stellen sich die folgenden Fragen: Welcher Mobilfunkanbieter ist aus welchen Gründen am wichtigsten? Was macht einen Handytarif für die Deutschen aus? Appinio hat 2001 Deutsche in einer großen national repräsentativen Umfrage (quotiert nach Geschlecht und Alter) sowie jeweils 500 Kunden der vier größten Mobilfunkanbieter O2, Vodafone, Telekom sowie 1&1 zur Zufriedenheit mit ihrem derzeitigen Anbieter befragt.

- *Auch wenn über alle Altersgruppen hinweg O2 der Mobilfunkanbieter des Vertrauens ist: Der Großteil würde sich für die Telekom entscheiden, wenn Preise und Konditionen bei allen Anbietern gleich wären.*
- *Die Telekom hat bei den Attributen "schnell" und "innovativ" klar die Nase vorn. Dafür sticht 1&1 bei "gutem Kundenservice" heraus, wo Vodafone den Kürzeren zieht.*
- *Telekom wird am ehesten an Freunde und Bekannte weiterempfohlen. Bei Vodafone herrscht fast das komplette Gegenteil, da der Anbieter auch bei "Preis" und "Kundenbetreuung" eine vergleichsweise schlechte Bewertung erhält.*

#### So schneiden O2, Telekom, Vodafone und 1&1 im Direktvergleich ab

O2 ist über alle Altersgruppen hinweg der beliebteste Mobilfunkdienstleister (24 Prozent). Platz 2 geht an Vodafone (20 Prozent), danach kommen Telekom (13 Prozent), Aldi Talk (11 Prozent) sowie 1&1 (10 Prozent). Aber: Wären alle Tarife und Anbieter gleich, würde sich der Großteil für die Telekom (30 Prozent) als Wunschanbieter entscheiden. Mit Abstand kommen danach Vodafone und O2 (18 bzw. 15 Prozent).

Geht es um die öffentliche Markenwahrnehmung der vier größten Anbieter O2, Telekom, Vodafone und 1&1 wird die Telekom als erstes mit dem Attribut "schnell" assoziiert (54 Prozent). Am schlechtesten schneiden hier O2 und Vodafone ab (je 42 Prozent). Das Prädikat "Guter Kundenservice" wird als erstes mit 1&1 in Verbindung gebracht (58 Prozent), Vodafone ist hier mit Abstand Schlusslicht (36 Prozent). Das Wort "innovativ" wird auch am ehesten mit Telekom

(34 Prozent) assoziiert, am wenigsten mit O2 und 1&1 (je 26 Prozent). Bei O2 steht in puncto Markenwahrnehmung der “Sinn und Zweck” an oberster Stelle (34 Prozent), die anderen drei Anbieter schneiden hier gleich ab (26 bzw. 27 Prozent bei Vodafone).

### **Kundenzufriedenheit: O2 überzeugt beim Preis, 1&1 mit Datenschutz**

Die wichtigsten Kriterien der Deutschen bei der Auswahl ihres Mobilfunkanbieters sind eine gute Netzabdeckung, schnelles mobiles Internet und ausreichend Datenvolumen (27 und je 22 Prozent). Doch wie zufrieden sind sie dabei mit ihren Mobilfunkanbietern? Die Telekom punktet beim Thema Internet-Geschwindigkeit sowie Netzabdeckung am höchsten (91 bzw. 88 Prozent). O2 sticht in den Punkten Kundenbetreuung, Preis und Anbieter-App heraus (86, 85 und 84 Prozent). Vodafone ist lediglich Spitzenreiter bei “Optionen für internationales Reisen” (77 Prozent), während 1&1 beim Thema Datenschutz anführt und bei der Kundenbetreuung genauso gut wie O2 bewertet wird (91 und 86 Prozent).

### **Weiterempfehlen? Hängt vom Anbieter ab**

Beim Thema Weiterempfehlung an andere hat die Telekom wieder einmal die Nase vorn, während Vodafone als Negativbeispiel herhalten muss. So würden die Telekom-Kunden ihren Mobilfunkanbieter am ehesten an einen Freund empfehlen, Vodafone kann am wenigsten auf gute Mund-zu-Mund-Propaganda hoffen. Grundsätzlich würden vier von zehn Befragte (43 Prozent) ihren Mobilfunkanbieter sehr wahrscheinlich an Freunde weiterempfehlen. Die 55- bis 65-Jährigen sogar mehr als doppelt so oft wie die 16- bis 24-Jährigen (57 vs. 26 Prozent)

### **Insights zu Telco in Deutschland**

- Der Mobilfunkvertrag hat bei der Mehrheit der Deutschen (66 Prozent) klar die Nase vor dem Prepaid-Modell. Vor allem ältere Menschen präferieren feste Verträge (72 Prozent der 45- bis 54-Jährigen, 69 Prozent der 55- bis 65-Jährigen).
- Für seinen Mobilfunkdienst zahlt jeder dritte Deutsche (32 Prozent) monatlich zwischen zehn und 20 Euro, jeder Fünfte weniger als zehn Euro bzw. zwischen 21 und 30 Euro im Monat (21 bzw. 20 Prozent). Die 55- bis 65-Jährigen sind mit Abstand die größte Gruppe (29 Prozent) mit monatlichen Kosten unter zehn Euro.
- Jeder Dritte (37 Prozent) nutzt zwischen 1 GB und 5 GB mobile Daten im Monat, ein Viertel zwischen 5 GB und 10 GB (23 Prozent). Dabei fällt auf: Je jünger, desto mehr Datenverbrauch.
- Ein Drittel der Befragten (32 Prozent) ist bereits zwischen zwei und fünf Jahren Kunde beim aktuellen Anbieter, jeder Fünfte zwischen sechs und zehn Jahren oder bereits über eine Dekade (15 bzw. 14 Prozent). Die Telekom hat die treuesten Kunden, denn über ein Viertel (26 Prozent) ist schon mindestens zehn Jahre an Bord.
- Ein Viertel der Deutschen (27 Prozent) denkt über einen Anbieterwechsel nach. Ausschlaggebend ist der Preis (52 Prozent), aber auch geringes Datenvolumen sowie mangelnde Netzqualität (28 bzw. 24 Prozent).

---

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Vollständiger Report:

[https://www.appinio.com/hubfs/Reports/Telco%20Report/Appinio\\_Telco%20Report\\_DE.pdf](https://www.appinio.com/hubfs/Reports/Telco%20Report/Appinio_Telco%20Report_DE.pdf)

Studienergebnisse: [research.appinio.com/#/en/survey/public/urtfSTfWY](https://research.appinio.com/#/en/survey/public/urtfSTfWY)

---

## Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

## Pressekontakt:

Anja Nitschke  
PR & Communications Manager  
[anja.nitschke@appinio.com](mailto:anja.nitschke@appinio.com)  
+49 40 808 127 130