

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: DSL-Vergleichsportale 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 16. Oktober 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

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

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

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 / n-tv 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.).

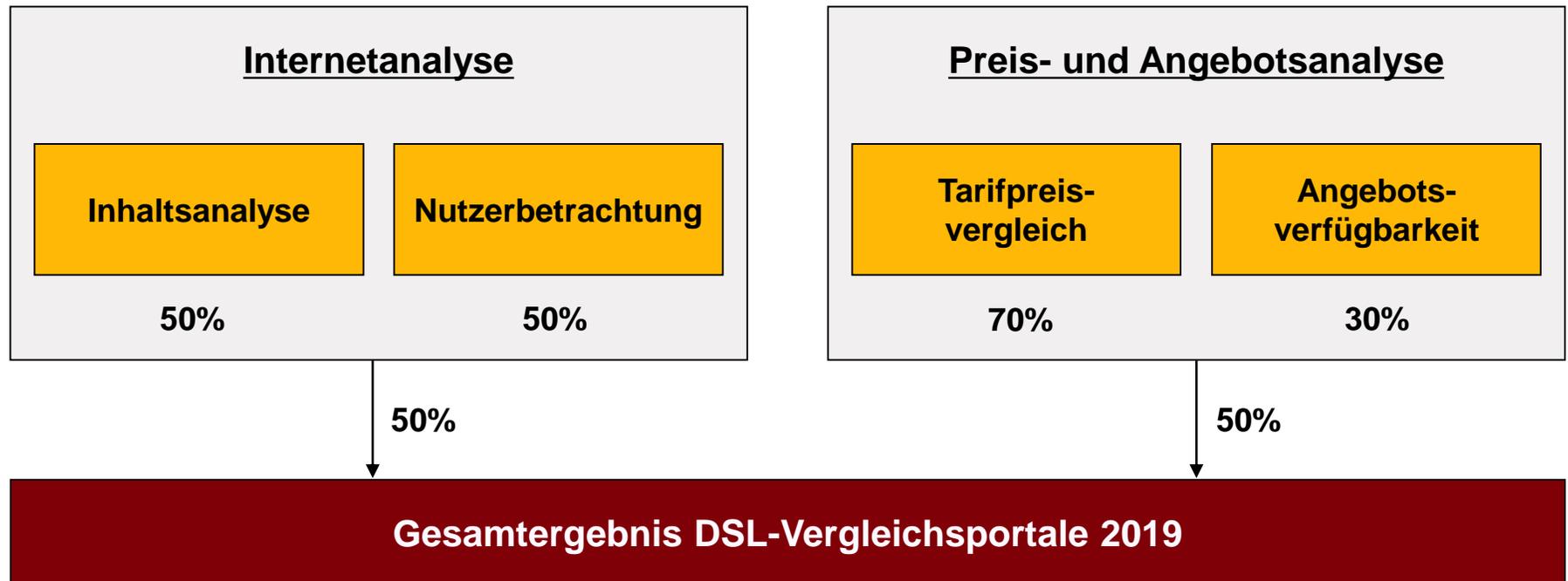
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Internetanalyse	13
Preis- und Angebotsanalyse	15
6. Ergebnisse der Unternehmen	16
Internetanalyse	16
Preis- und Angebotsanalyse	18
7. Methodik	20
Anhang	30

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	4 DSL-Vergleichsportale
Studienzeitraum	Juli bis September 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Internetauftritt, Preise und Angebot
Internetanalyse	Qualitätsmessung des Internetauftritts jedes Unternehmens; insgesamt 44 Servicekontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 4 Inhaltsanalysen der Internetauftritte■ 40 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Preis- und Angebotsanalyse	Ermittlung und Bewertung der günstigsten Tarifangebote für zwei unterschiedliche DSL-Produkte in fünf deutschen Städten (zehn Nutzerprofile; Analyse der Tarifverfügbarkeit und Validität der Angebote/der Tarifdetails (Erhebungszeitpunkt: 31. Juli 2019))

1. Zahlen und Fakten zur Studie

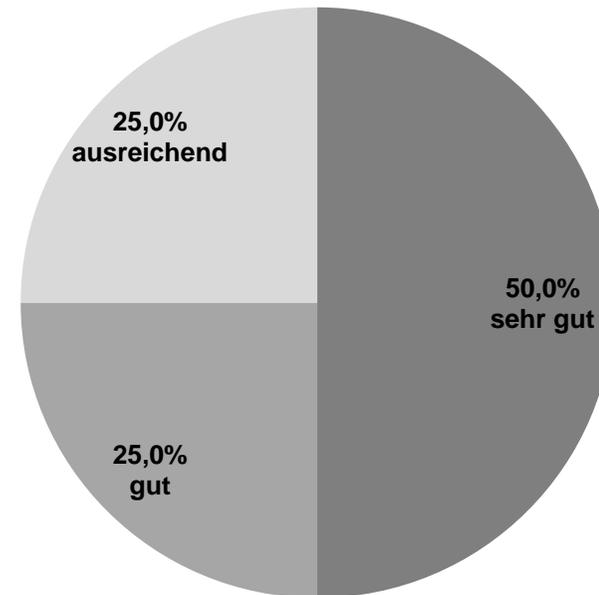
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis DSL-Vergleichsportale			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Check24	92,6	sehr gut
2	Verivox	84,9	sehr gut
3	Preisvergleich.de	77,7	gut
4	DSL Web	53,7	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	77,2	

Verteilung der Qualitätsurteile**



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.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis DSL-Vergleichsportale			Internetanalyse		Preis- und Angebotsanalyse	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Check24	92,6	1	85,3	1	100,0
2	Verivox	84,9	2	83,0	2	86,8
3	Preisvergleich.de	77,7	3	72,5	3	82,9
4	DSL Web	53,7	4	56,0	4	51,4
Branche (Mittelwert)		77,2	74,2		80,3	

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	Check24	Verivox	Preisvergleich.de
Internetanalyse	Check24	Verivox	Preisvergleich.de
Inhaltsanalyse	Check24	Verivox	Preisvergleich.de
Nutzerbetrachtung	Verivox	Check24	Preisvergleich.de
Preis- und Angebotsanalyse	Check24	Verivox	Preisvergleich.de

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Ein Leben ohne Internet? Für die meisten Menschen undenkbar. 2018 waren rund 94 Prozent der Haushalte in Deutschland mit einem Internetanschluss ausgestattet.* Dabei stieg die Anzahl der vertraglich gebuchten Breitbandanschlüsse in den letzten Jahren stetig an; 2018 lag die Anzahl an Anschlüssen in Deutschland am Jahresende bei rund 34,2 Millionen.**

Online-Vergleichsportale bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, einen schnellen Vergleich in Bezug auf Preise und Leistung vorzunehmen – auch im Bereich Internetanbieter. Die Portale vergleichen dabei auf der Grundlage einer (unterschiedlich groß dimensionierten) Datenbank. Der Nutzer hat hier die Möglichkeit, nach Eingabe von wichtigen Eckdaten wie der gewünschten Download-Geschwindigkeit und der Wohnanschrift 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-Vergleichsangebot im Internet im Hinblick auf den webgestützten Service (Internetauftritt) und das Preisangebot zu küren.

* Eurostat (2019). Haushalte – Internet-Zugangsdichte Deutschland 2018. Online unter: <https://bit.ly/2xEqVIT> (Abrufdatum: 10.07.2019).

** Bundesnetzagentur (2018). Jahresbericht 2018. 20 Jahre Verantwortung für Netze. S. 48. Online unter: https://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/Allgemeines/Bundesnetzagentur/Publikationen/Berichte/2019/JB2018.pdf?__blob=publicationFile&v=5 (Abrufdatum: 10.07.2019).

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 Webtraffic-Analyse-dienstes Alexa** überprüft.

Die Untersuchungsauswahl umfasste folgende vier 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.alexa.com/>.

7. Methodik

Internetanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse	100,0%
Inhaltsanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Inhaltsanalyse Internet	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

Inhaltsanalyse Internet (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

Inhaltsanalyse Internet (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 Internet		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

Internetanalyse – Getestete Internetauftritte



Unternehmen	Internetseite
Check24	www.check24.de
DSL Web	www.dslweb.de
Preisvergleich.de	www.preisvergleich.de
Verivox	www.verivox.de
Erhebungszeitraum: 02.08. - 16.08.2019	

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Ziel der Preis- und Angebotsanalyse war es, die DSL-Tarifangebote der Vergleichsportale hinsichtlich der effektiven Kosten für Endverbraucher und der Angebotsverfügbarkeit vergleichend zu bewerten. Die Analyse gliederte sich in die beiden Teilbereiche Tarifpreisvergleich und Angebotsverfügbarkeit. Die Datenerfassung fand je Szenario stichtagsbezogen parallel statt (Erhebungszeitpunkt: 31. Juli 2019). Die insgesamt zehn Nutzerprofile, die sich aus zwei Szenarien und jeweils konkreten Anschlussdaten in den fünf größten Städte Deutschlands (Berlin, Hamburg, München, Köln und Frankfurt am Main) zusammensetzten, waren wie folgt definiert:

Nutzerprofile			
Szenario	Download-Geschwindigkeit	Produktart	
Profil A	16 Mbit/s	Doppel-Flatrate (Internet + Telefon)	
Profil B	50 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 52A

7. Methodik

Preis- und Angebotsanalyse – Vorgehensweise

Für jedes Nutzerprofil wurden die günstigsten Tarifangebote bewertet. Grundlage der Preisanalyse waren bei den jeweiligen Tarifen die effektiven Kosten pro Monat, die sich aus den Kosten über eine 24-monatige Laufzeit inklusive aller anfallenden Kosten samt Einmalzahlungen abzüglich etwaiger Boni und Rabatte errechneten. Das Portal mit dem günstigsten verfügbaren Angebot erhielt 100 Punkte. Portale, deren günstigstes DSL-Tarifangebot mindestens 50 Prozent teurer war, wurden mit null Punkten bewertet. Die Angebote der weiteren Vergleichsportale wurden relativ zu den beiden Extrempunkten bewertet.

Im Rahmen der Angebotsverfügbarkeit wurde der Anteil der insgesamt erfolgreichen DSL-Tarifabfragen bewertet. 100 Punkte erhielten jene Portale, die zu allen zehn Anfragen mindestens einen verfügbaren Tarif anzeigten. Geprüft wurde zudem die Validität der Suchtreffer und zwar in Hinblick darauf, ob das jeweils günstigste 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 abrufbar 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		50,0%
Berlin	10,0%	
Hamburg	10,0%	
München	10,0%	
Köln	10,0%	
Frankfurt am Main	10,0%	
Profil B: 50 Mbit/s Doppel-Flat Internet & Telefon		50,0%
Berlin	10,0%	
Hamburg	10,0%	
München	10,0%	
Köln	10,0%	
Frankfurt am Main	10,0%	

Angebotsverfügbarkeit	100,0%	
Verfügbarkeit (Sucherfolg)	50,0%	
Validität des günstigsten DSL-Tarifangebots	25,0%	
Validität der Tarifdetails	25,0%	

	Seite
A. Tester-Eindrücke	29
B. Internetanalyse	30
Inhaltsanalyse	30
Nutzerbetrachtung	31
C. Preis- und Angebotsanalyse	32
Tarifpreisvergleich – Preisdetails Profil A	32
Tarifpreisvergleich – Preisdetails Profil B	33
D. Allgemeine Methodik (Servicetests)	34

D. Allgemeine Methodik

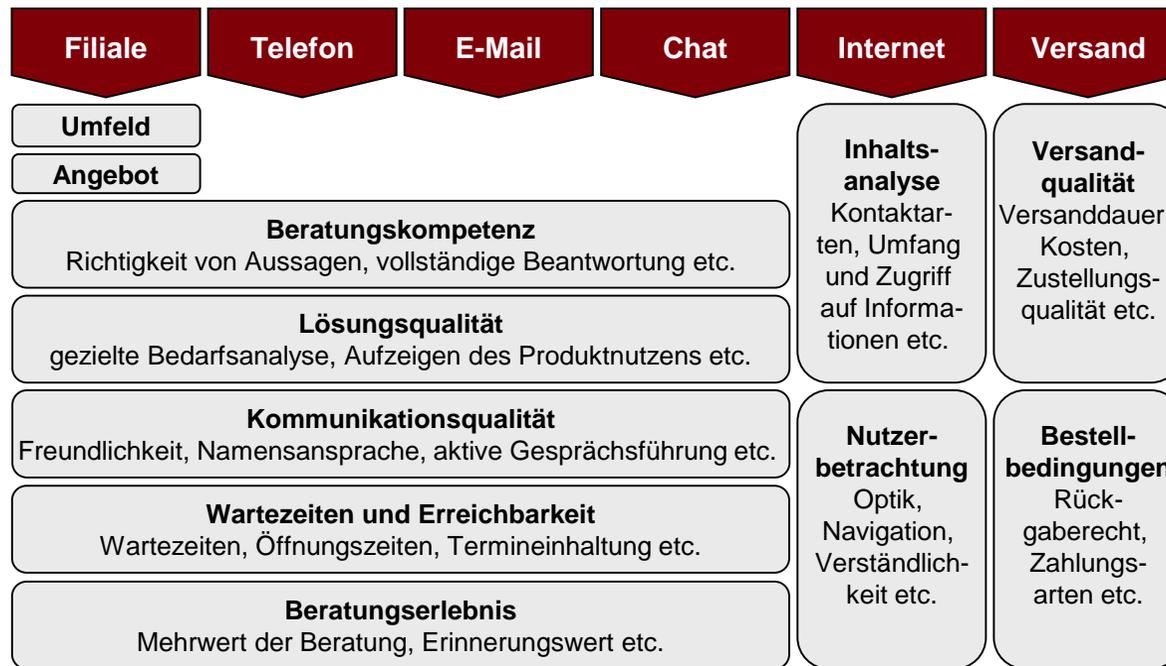
Service-tests

- **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, 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-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen 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“