

## PRESSE-INFORMATION

---

Wien, 27. September 2007

### **Erfreuliches Ergebnis für „3“ bei Kundenzufriedenheit und mobilem Internet**

**Eine von marketmind durchgeführte Kundenzufriedenheitsmessung zeigt, dass Kunden von „3“ positiv auf den Netzausbau und die Angebotspakete reagieren. Die Teilaspekte Netzqualität und Preis gewinnen zunehmend an Einfluss auf die Kundenzufriedenheit. Beim erstmals untersuchten Bereich des mobilen Internet zeigt sich ein hervorragendes Ergebnis: Sieben von zehn Kunden stellen „3“ die Note sehr gut oder gut aus.**

Berthold Thoma, CEO bei „3“, zur Aufgabenstellung der Studie: „Uns haben die treibenden Kräfte hinter den Zufriedenheitskennzahlen und deren Entwicklung im Zeitvergleich interessiert. Denn die Kunden reagieren zum Teil sensibel auf Änderungen, in die positive wie auch negative Richtung. Wichtig ist uns, die wesentlichen Faktoren zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit zu kennen. Denn sie ist ein wesentlicher Stellhebel zur Stärkung der Kundenloyalität, was wiederum den Markterfolg von „3“ nachhaltig gewährleistet.“

#### **„3“ auf der Überholspur**

Bei der Erhebung wurde die Gesamtzufriedenheit von Kunden der anderen Anbieter miteinbezogen. Als einziger Netzprovider konnte „3“ unter verschärften Marktbedingungen sein Niveau zum Vorjahr halten, die vier Konkurrenten mussten im Zeitvergleich schlechtere Werte hinnehmen.

#### **Netzqualität bringt Pluspunkte**

Die detaillierte Analyse lässt Rückschlüsse auf die einzelnen Einflussgrößen zu. Die Auswertung zeigt, dass die Verfügbarkeit und Stabilität der Sprachtelefonie die beiden stärksten Faktoren zur Steigerung der Zufriedenheit mit der Netzqualität sind. Mit dem weiteren Netzausbau ist der heimische UMTS-Marktführer am richtigen Weg. „Unser massiver Netzausbau macht sich bezahlt. Die Studie zeigt auf, dass unsere Kunden diese Qualitätssteigerungen bemerken und insgesamt zufriedener sind“ freut sich Thoma. Das äußert sich in einem hervorragenden Ergebnis: Bei den befragten Neukunden bewerten 50 Prozent die Netzqualität mit sehr gut, 29 Prozent mit gut. Über alle Kundengruppen gesehen, vergeben immerhin mehr als 65 Prozent der Befragten die Bewertung sehr gut oder gut bei diesem Thema.

#### **Mobiles Surfen im Vormarsch**

Beim mobilen Internet zeigt sich, dass ebenfalls die Netzqualität gemeinsam mit der Übertragungsgeschwindigkeit, genauer gesagt mit dem Download, gepaart mit attraktiven Angeboten ausschlaggebend sind. 69 Prozent der Befragten vergeben „3“ bei der Gesamtzufriedenheit mit dem mobilen Surfen die Noten sehr gut oder gut auf der fünfstufigen Skala. Rund 28 Prozent der Studien-Teilnehmer haben neben dem mobilen auch einen festen Internet-Anschluss. Von dieser Gruppe hat beinahe ein Drittel vor, den festen Internetzugang durch einen mobilen vollkommen zu ersetzen.

Die einfache Installation, eine verständliche Bedienungsanleitung und eine effiziente Unterstützung im Falle eines Problems sehen die befragten Nutzer bei „3“ als sehr zufrieden stellend an. Dass mobiles Internet noch gar nicht so mobil genutzt wird, zeigen die Antworten



## **PRESSE-INFORMATION**

---

bei der Frage nach dem Nutzungsort. Beinahe 83 Prozent der befragten Personen surfen zuhause mobil, nur sechs Prozent im Büro und die restlichen 11 Prozent verwenden mobiles Internet unterwegs. Beim Vergleich der eingesetzten Technologien schneidet bei der Zufriedenheit das USB-Modem besser ab als die Datacard.

### **Entscheidende Kaufimpulse**

Die Befragung von 800 Personen zeigt, dass der Preis stark an Bedeutung gewonnen hat. Er ist die wichtigste Einflussgröße auf die Gesamtzufriedenheit. Der Preis ist aber nicht nur für die Zufriedenheit ein maßgeblicher Einflussfaktor, auch beim entscheidenden Moment in der Kaufsituation wächst dessen Bedeutung. „Bei der Frage nach dem ausschlaggebenden Grund, warum sich Kunden für „3“ entschieden haben, gab mehr als die Hälfte der befragten Personen die günstigen Tarife an. Die Tarifwahrnehmung liegt damit weit vor den nächst wichtigen Kaufmotiven, wie dem Handy-Angebot und der Nutzung im Bekannten- und Familienkreis“, berichtet Thoma.

### **„3“ wird gerne weiterempfohlen**

Aufschlussreiche Zufriedenheitsmessungen sind gerade für Mobilfunkbetreiber durch die hohe Marktausschöpfung viel mehr als Selbstzweck. Durch den direkten Zusammenhang von Zufriedenheit und Kundenbindung, ist die Loyalität der Kunden der Schlüssel zum Erfolg. „Vier von zehn Kunden empfehlen „3“ aktiv weiter. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch beim mobilen Internet. Jeder dritte Kunde empfiehlt es aktiv weiter“, fasst Berthold Thoma das hervorragende Abschneiden zusammen.

**Bei Fragen zur Presseinformation  
wenden Sie sich bitte an:**

Dr. Stefan Schiel

marketmind GmbH

Tel.: 01 / 369 46 26 – 17

E-Mail: [s.schiel@marketmind.at](mailto:s.schiel@marketmind.at)