



zeppelin university

Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik



Ein Vertrauensbarometer für Deutschland

Prof. Dr. Peter Kenning Konzeption und Ergebnisse
Dr. Martin Ahlert des MRI Vertrauensbarometers
Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt Deutschland 2009

MRI



Dr. Martin Ahlert

Geschäftsführer

Internationales Centrum für Franchising
und Cooperation (F&C)

Universität Münster



Wissenschaftlicher Beirat:



Prof. Dr. Peter Kenning

Lehrstuhl für Marketing

Zeppelin University



Internationales Centrum für
Franchising und Cooperation
In Zusammenarbeit mit der Universität Münster

zeppelin university

Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik



zeppelin university

Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik

Prof. Dr. Peter Kenning
Dr. Martin Ahlert
Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt

Konzeption und Ergebnisse des
MRI Vertrauensbarometers Deutschland 2009
22. Juni 2009



Research Principal



Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt

Agenda

Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

*: Dies ist nur ein (kleiner) Auszug aus der Gesamtanalyse.

- ➔ Insgesamt wurden N=753 Privatkunden deutschlandweit über CATI Interviews befragt
- ➔ Zeitraum der Befragung Januar bis März 2008
- ➔ Branche: Mobilfunk
- ➔ Teilbereiche der Befragung zu folgenden Themen:
 - ➔ Allgemeine Konsumentenstimmung – Das MRI Bevölkerungsvertrauen
 - ➔ Vertrauen in die Mobilfunkbranche
 - ➔ Vertrauen in Mobilfunkanbieter
 - ➔ Kundenzufriedenheit und -bindung

Die Vertrauensmessung ist unterteilt in eine branchen- und eine unternehmensspezifische Messung

Innerhalb der Studie wurden folgende Mobilfunkunternehmen untersucht:

- ➔ T-Mobile
- ➔ Vodafone
- ➔ E-Plus
- ➔ O₂
- ➔ 1&1
- ➔ Fonic
- ➔ Debitel
- ➔ Congstar
- ➔ Mobilcom
- ➔ The Phone House
- ➔ Base

Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

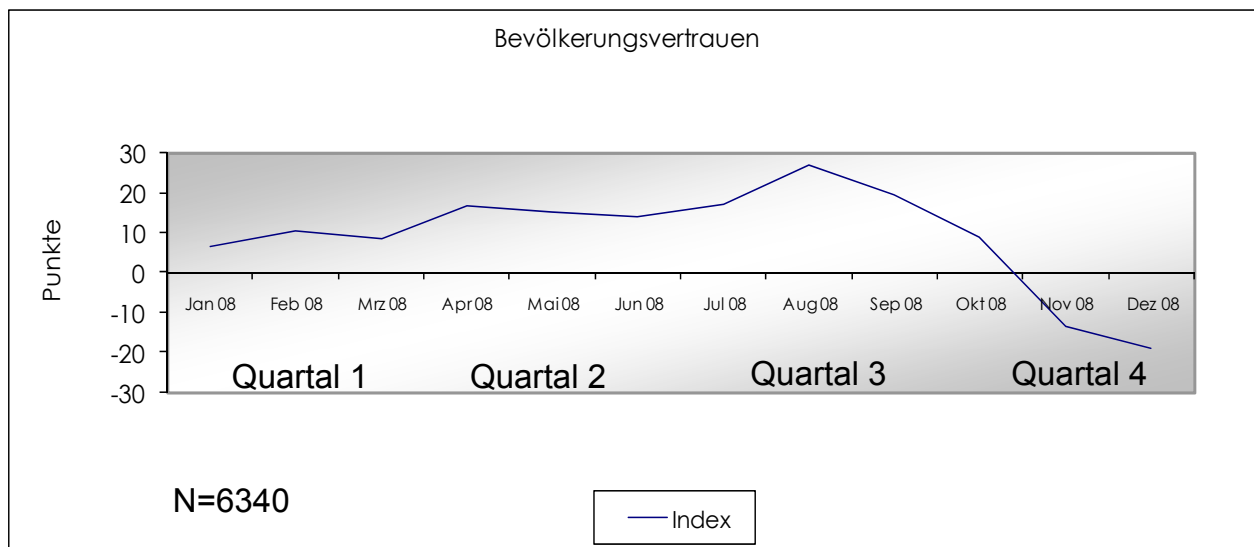
Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

Das MRI Bevölkerungsvertrauen (hier liegen andere Befragungsdaten zugrunde)

- Quartalsbetrachtung -



Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

Das Vertrauenskonstrukt

Einblick in die Vertrauensforschung



Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

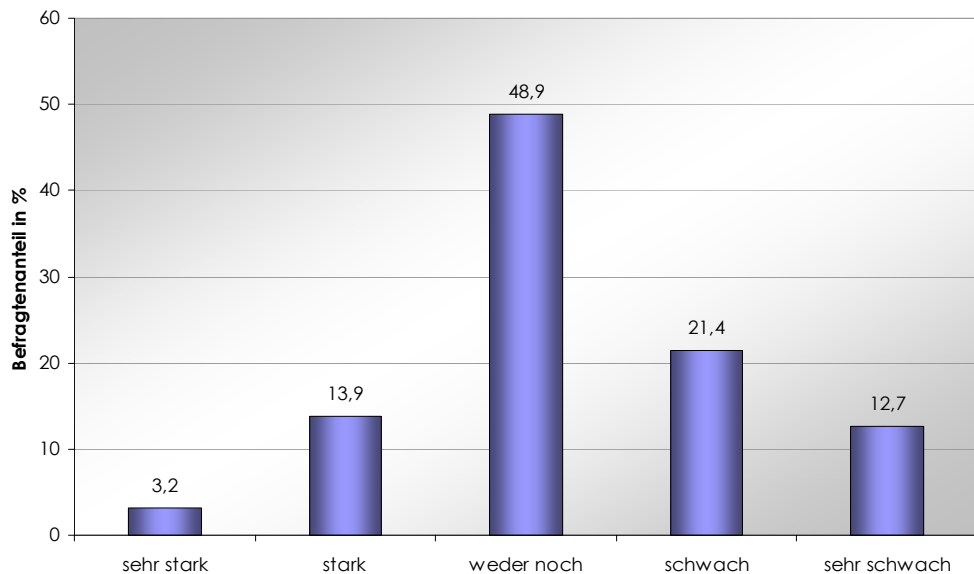
Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

Vertrauensmessung (affektiv)

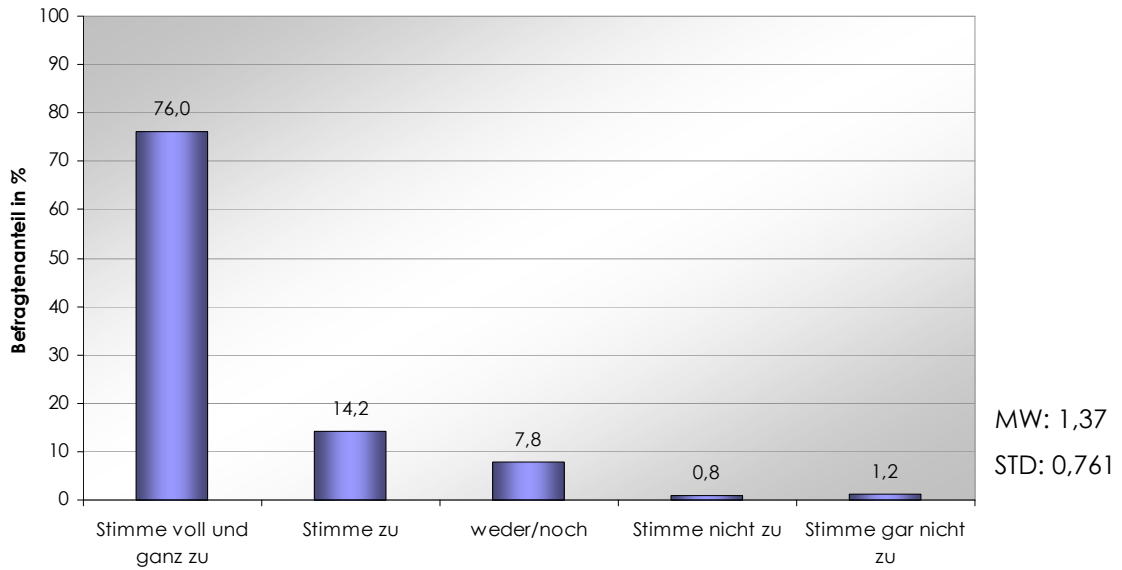


Ein Wert von über 80% der Befragten, die der Mobilfunkbranche nicht ihr grundsätzliches Vertrauen aussprechen, ist mehr als besorgniserregend.

Frage Allgemein: Wie sehr vertrauen Sie der „Mobilfunkbranche“?

N= 743

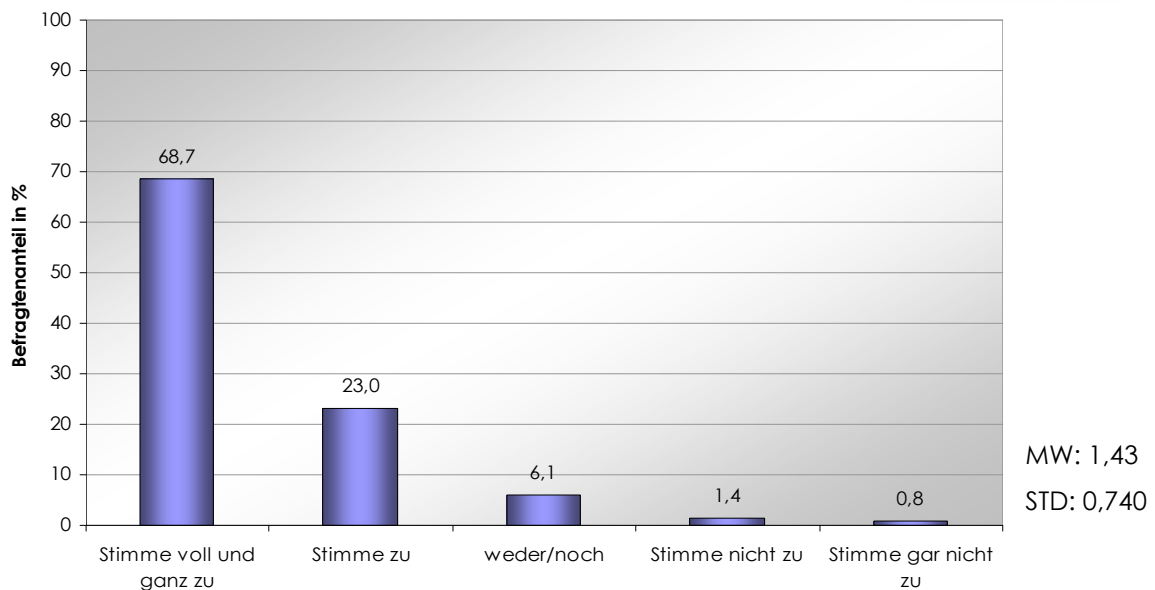
Relevanz 1/3



➔ 90% legen viel Wert auf ein Vertrauensverhältnis zu Ihrem Mobilfunkanbieter!

Frage 1: Ich könnte mir kaum vorstellen mit einer Mobilfunkunternehmen Geschäfte zu machen, dem ich nicht vertraue. N= 759

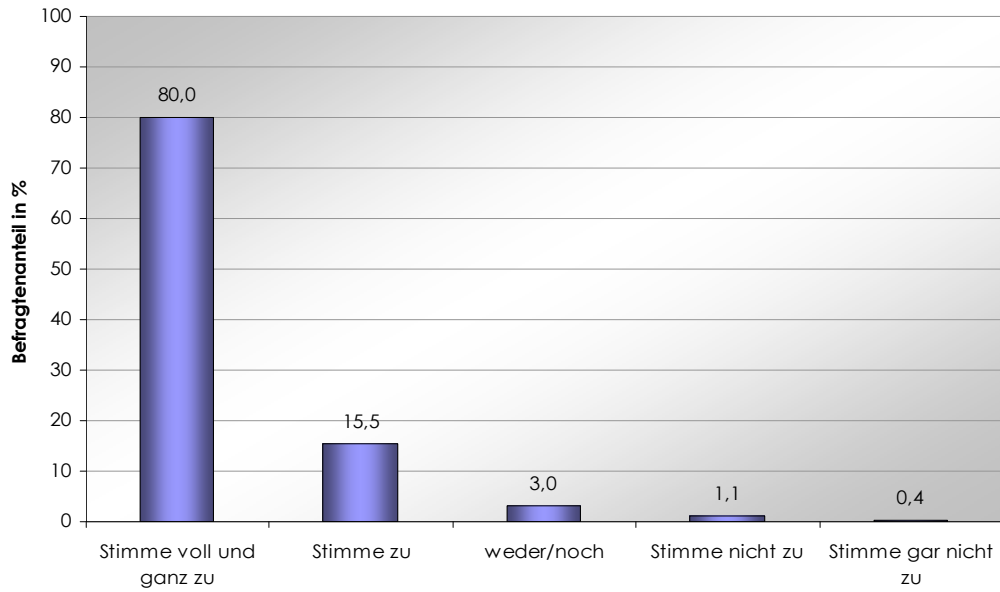
Relevanz 2/3



➔ Für knapp 92% ist das Vertrauen notwendige Bedingung!

Frage 2: Vertrauen ist für mich bei Mobilfunkgeschäften notwendige Bedingung.

N= 760



MW: 1,26
STD: 0,605

➔ Ebenso muss der Mobilfunkanbieter ein verlässlicher Partner sein!

Frage 3: Einem Mobilfunkunternehmen, auf das ich mich nicht verlassen kann, würde ich niemals mein Geld anvertrauen. N= 760

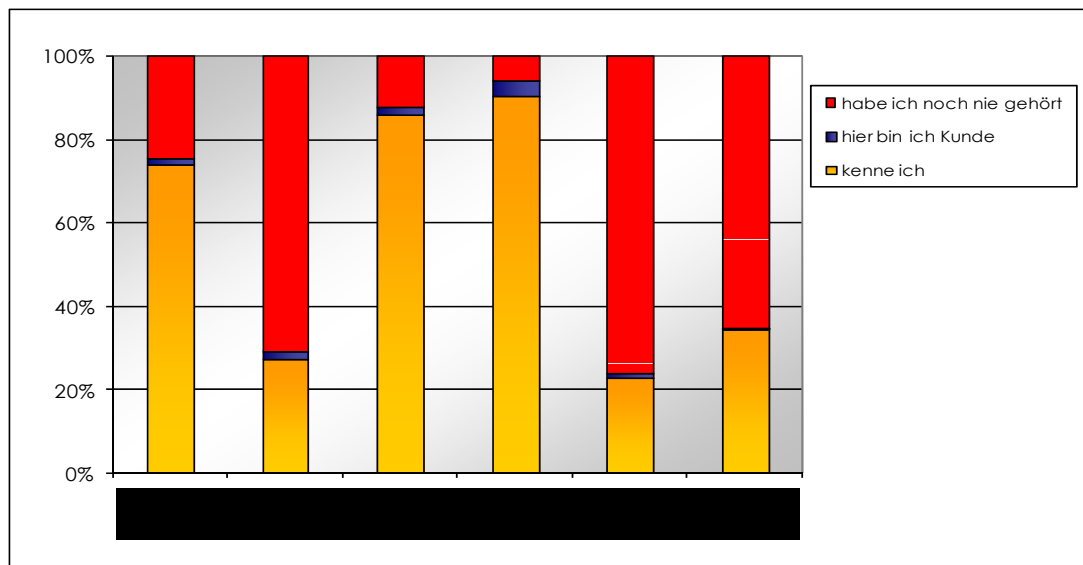


zeppelin university
Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik

Prof. Dr. Peter Kenning
Dr. Martin Ahlert
Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt

Konzeption und Ergebnisse des
MRI Vertrauensbarometers Deutschland 2009
22. Juni 2009

Bekanntheitsgrad der verschiedenen Mobilfunkanbieter



Frage Allgemein: Bitte treffen Sie jeweils die Aussage „kenne ich“, „hier bin ich Kunde“ oder „habe ich noch nie gehört“. N=754

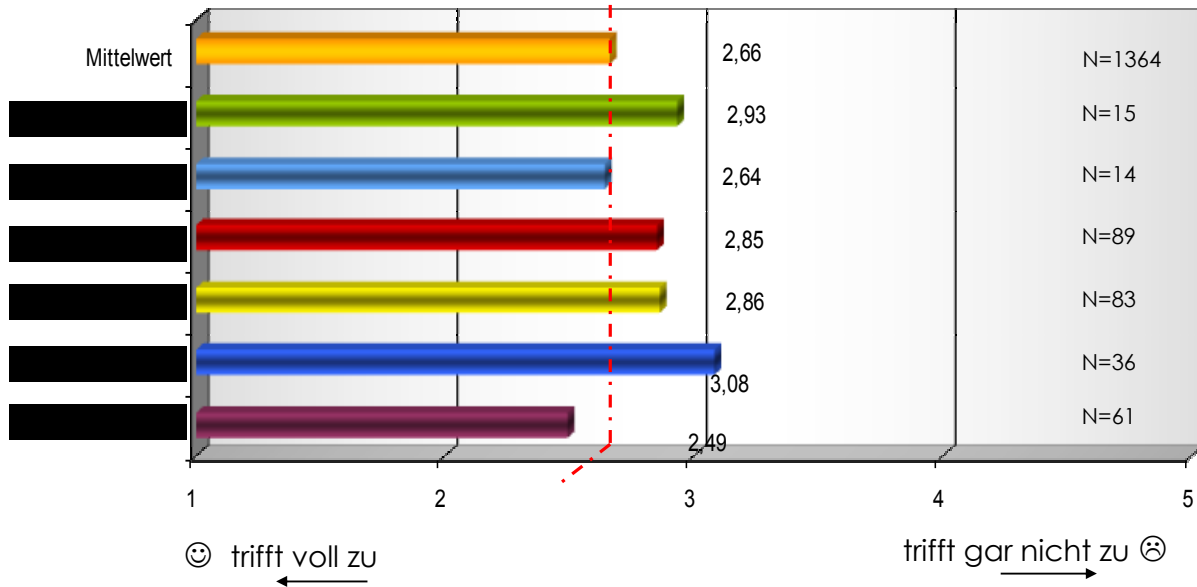


zeppelin university
Hochschule zwischen
Wirtschaft, Kultur und Politik

Prof. Dr. Peter Kenning
Dr. Martin Ahlert
Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt

Konzeption und Ergebnisse des
MRI Vertrauensbarometers Deutschland 2009
22. Juni 2009

Mobilfunkunternehmen Bisheriges Vertrauen



Diesem Mobilfunkunternehmen konnte man bisher vertrauen?

Agenda

Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

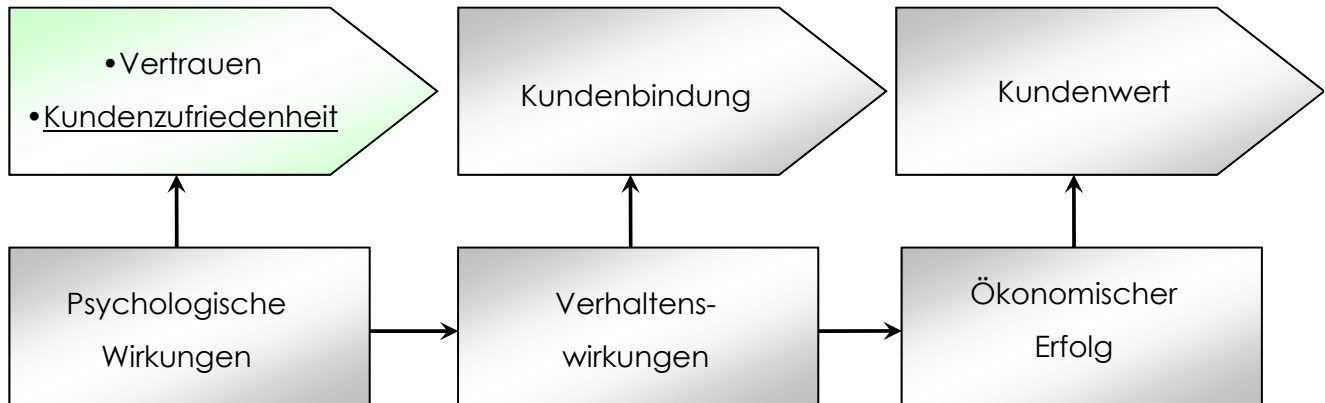
Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

„If you don't measure it, you can't manage it“ (Kaplan/Norton 1997)

- Globalzufriedenheit
- Teilzufriedenheiten
- Verlässlichkeit
- Ehrlichkeit
- Kompetenz
- Wohlwollen ...

- Wiederwahl
- Weiterempfehlung
- Wechselbereitschaft
- Cross-Buying

- Umsatz
- Deckungsbeitrag
- Gewinn



Die Erfolgskette

Agenda

Management Summary

MRI Bevölkerungsvertrauen Deutschland

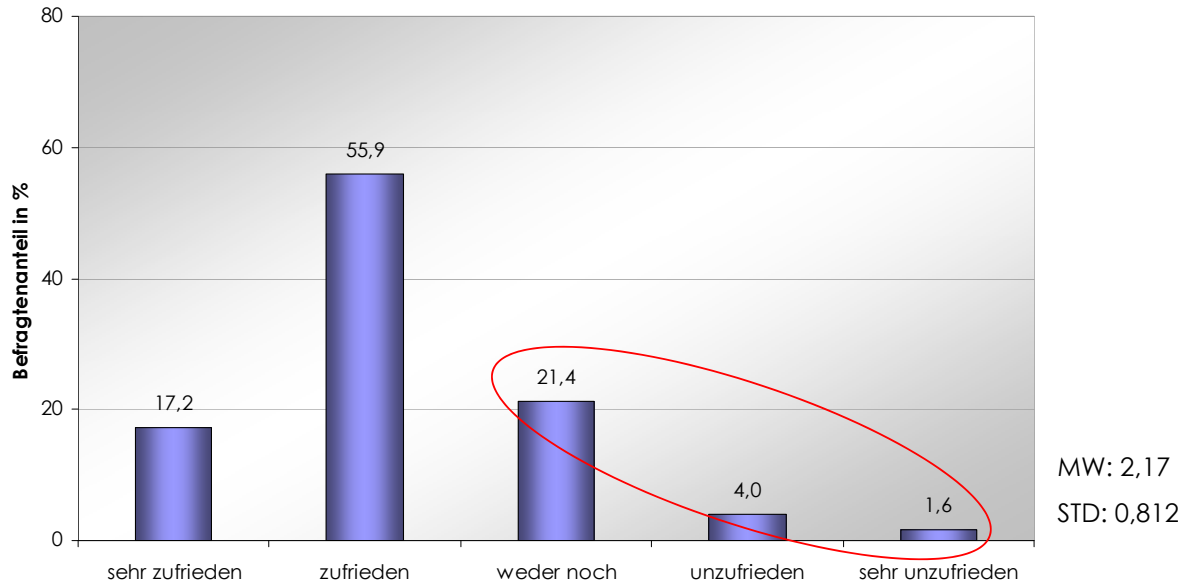
Theoretische Grundlagen zur Vertrauensmessung

Vertrauensmessung in der Mobilfunkbranche

Theoretische Grundlagen der Kundenzufriedenheit und -bindung

Kundenzufriedenheit und -bindung in der Mobilfunkbranche

Globalzufriedenheit über alle Mobilfunkunternehmen

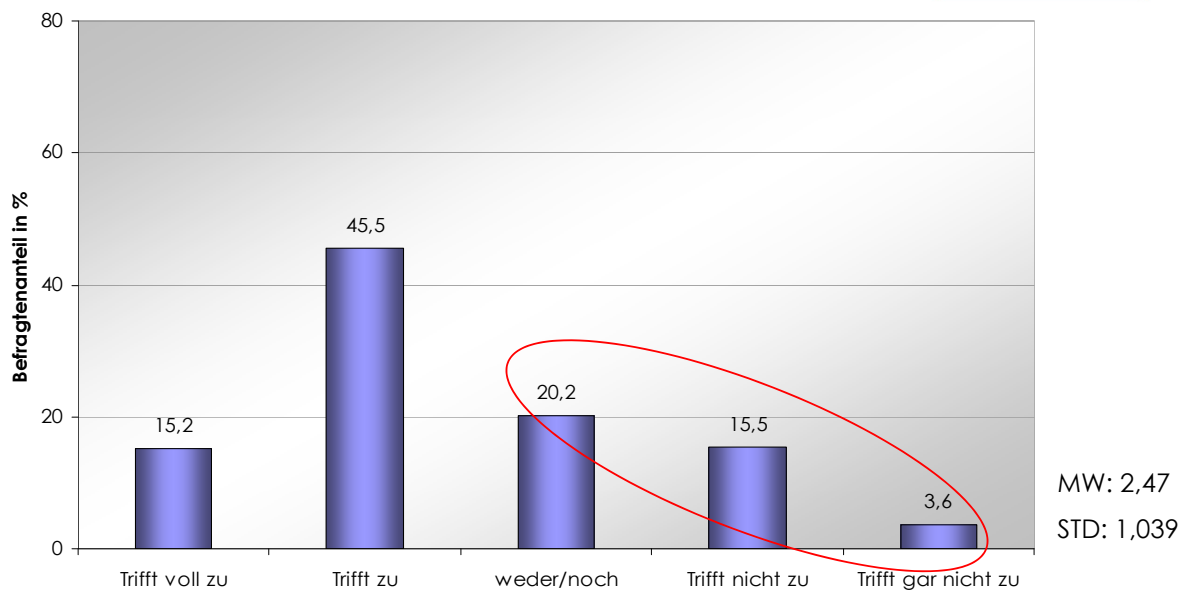


➔ Gute Bewertung der Globalzufriedenheit, aber in der Verteilung werden auch abwanderungsgefährdete Kunden deutlich!

Frage 1: Alles in allem – Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Mobilfunkunternehmen?

N= 576

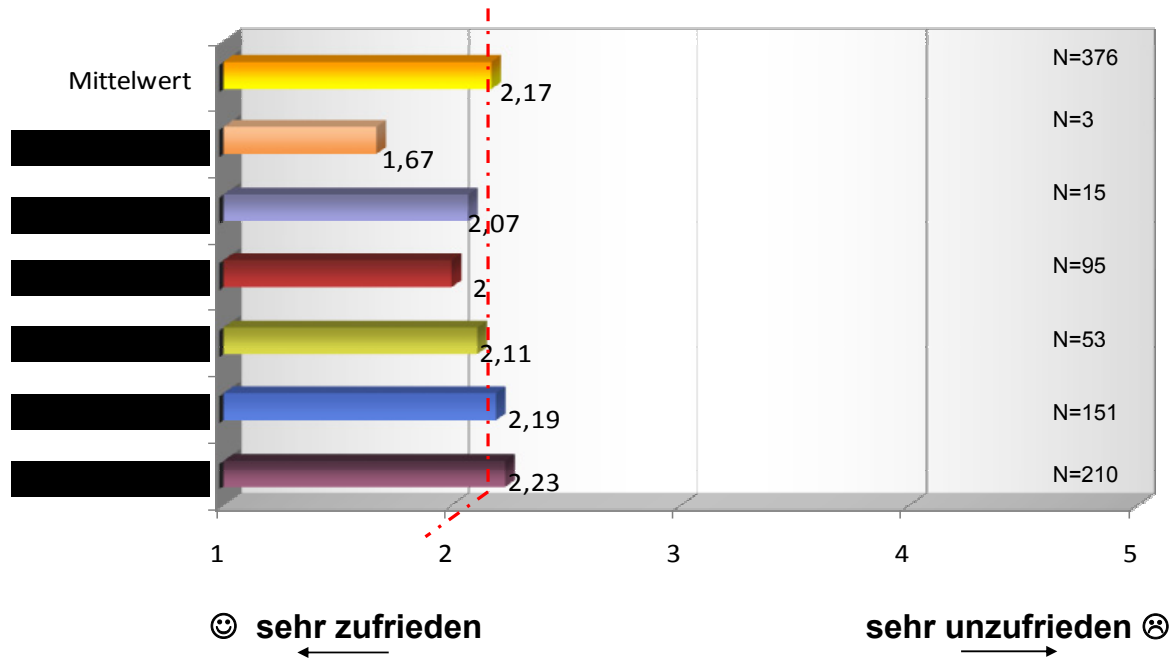
Globalzufriedenheit über alle Mobilfunkunternehmen



➔ Bei der direkten Ansprache der Konkurrenten vor Ort steigt das Abwanderungspotenzial sogar auf fast 40%!

Frage 2: Alles in allem – Dieser Anbieter ist besser als vergleichbare Anbieter vor Ort?

N= 336



Frage 4.1: Alles in allem – Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Mobilfunkunternehmen?

Vertrauensbarometer Mobilfunkbranche

Vertrauensbarometer Deutschland



Weitere Informationen zur Studie unter
www.vertrauensbarometer.de

Research Principal Dipl.-Kfm. Tim Eberhardt