



Kundenzufriedenheits- / Wettbewerbsanalyse im Bereich der Wohnungswirtschaften

Ergebnisbericht

management consult
Dr. Eisele & Dr. Noll GmbH

The logo for M-net, featuring a stylized blue 'M' followed by the text 'net' in a bold, sans-serif font, and 'Mein Netz' in a smaller font below it.

M·net
Mein Netz

Inhalt

1. Studiendesign

2. Bekanntheit Kabel-TV Anbieter

3. Kundenloyalität

4. Treiber der Kundenloyalität

5. Anbieterwahl

Studiendesign

- Studienziel: Kundenzufriedenheits- / Wettbewerbsanalyse im Bereich der Wohnungswirtschaften
- Zielgruppen: Kunden von M-net sowie Wettbewerbskunden
- Zielpersonen: Entscheider über die Zusammenarbeit mit TV-Anbietern
- Befragungsmethode: Telefonische Interviews (CATI)
- Befragungszeitraum: 3.2.2016 - 26.2.2016
- Stichprobenumfang: **M-net Kunden:** 112 Interviews
Wettbewerbskunden: 188 Interviews
- Rekrutierung: **M-net Kunden:** auf Adressbasis
Wettbewerbskunden: auf Adressbasis

Inhalt

1. Studiendesign

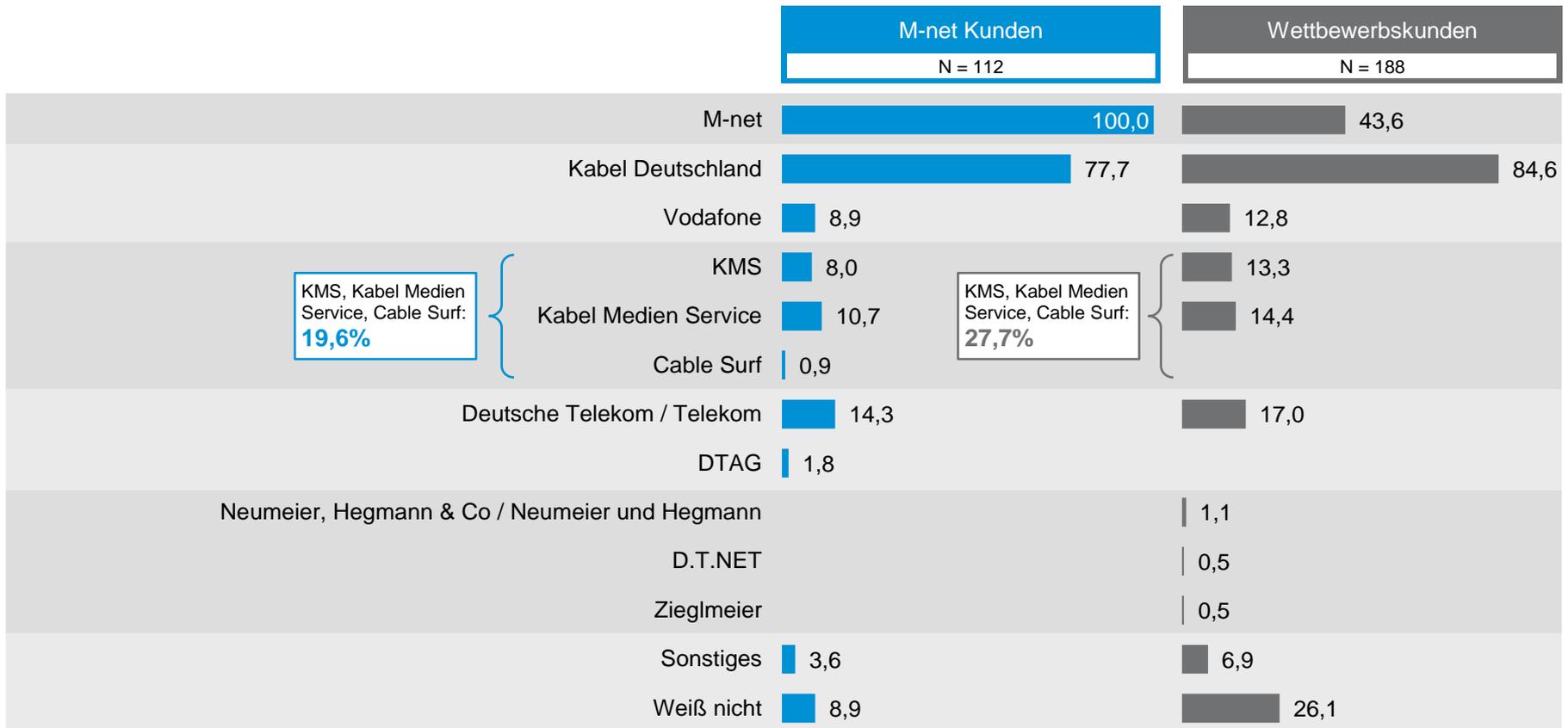
2. Bekanntheit Kabel-TV Anbieter

3. Kundenloyalität

4. Treiber der Kundenloyalität

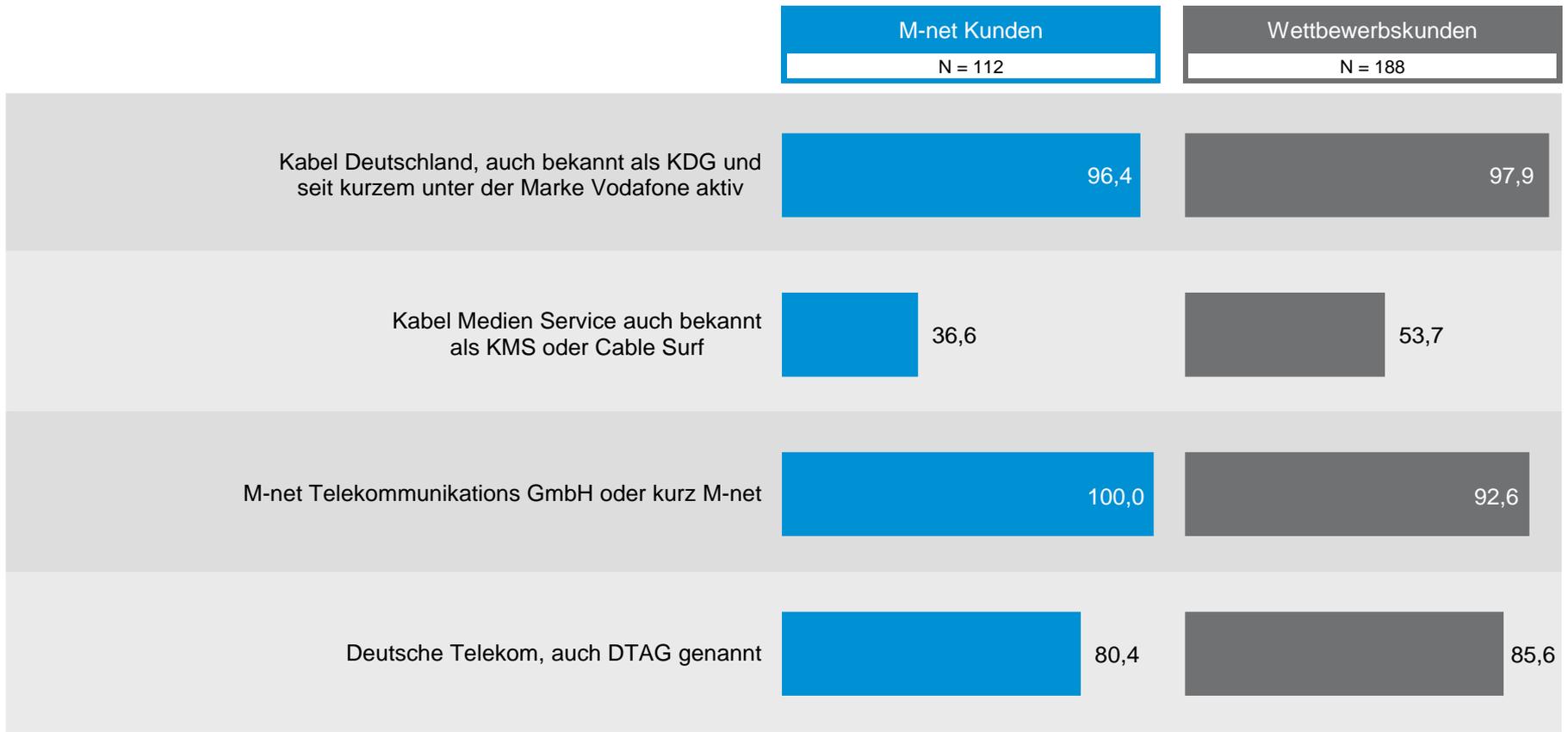
5. Anbieterwahl

M-net mit einer **ungestützten** Bekanntheit von 43,6% bei den Wettbewerbskunden; KDG bekanntester Wettbewerber



Abgesehen von Ihrem TV-Anbieter M-net / Ihrem TV-Hauptanbieter (...), den Sie mir gerade genannt haben... Welche anderen Kabel-TV-Anbieter fallen Ihnen sonst noch spontan ein?
 Ungestützte Fragestellung / Mehrfachnennungen möglich / Angaben in Prozent

M-net kennen **gestützt** 92,6% der Wettbewerbskunden;
KDG kennen knapp 98% der Wettbewerbskunden



■ Ja, ich habe schon einmal davon gehört

Manchmal fallen einem nicht immer gleich alle Namen ein.
Ich lese Ihnen nun einige Anbieter vor und Sie sagen mir bitte, ob Sie von diesen schon einmal gehört haben
Gestützte Fragestellung / Mehrfachnennungen möglich / Angaben in Prozent

Inhalt

1. Studiendesign

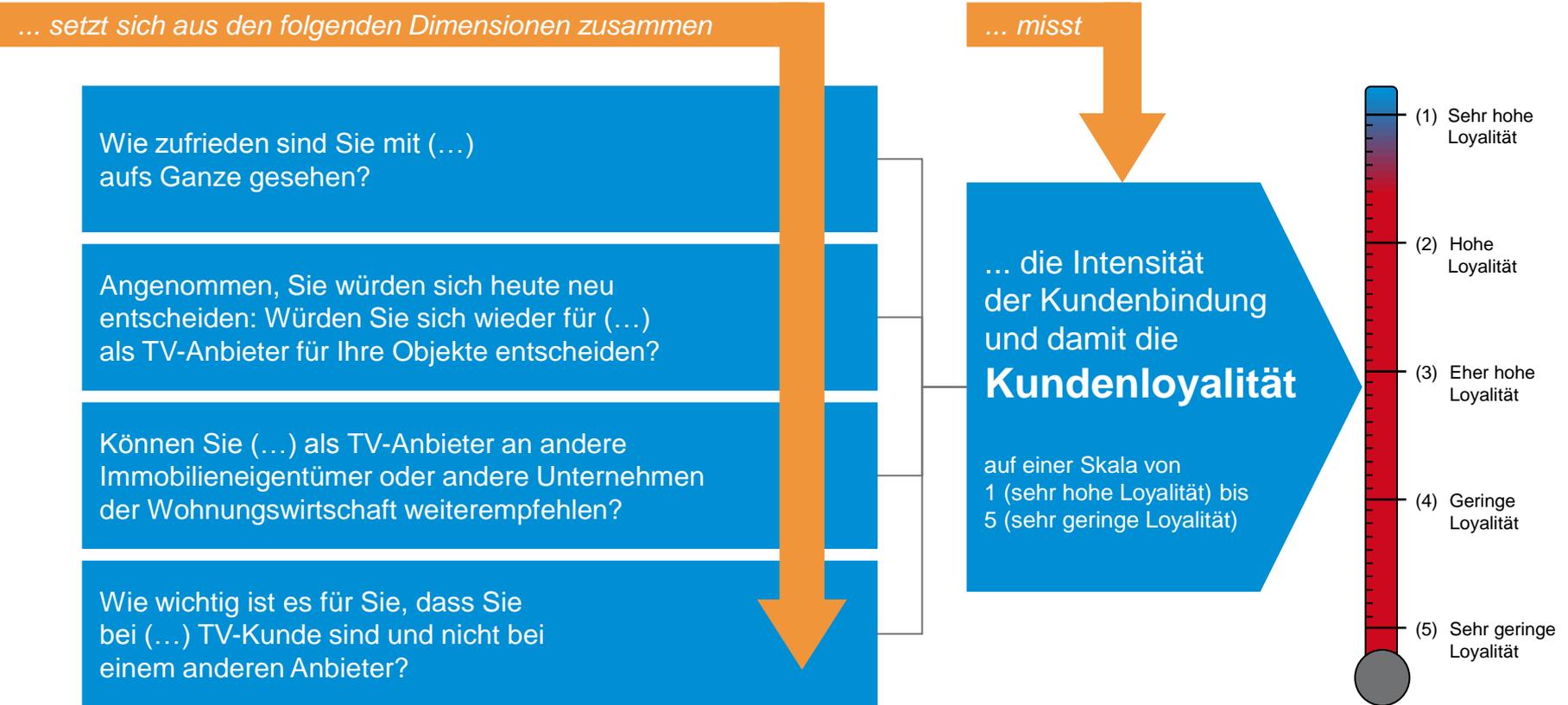
2. Bekanntheit Kabel-TV Anbieter

3. Kundenloyalität

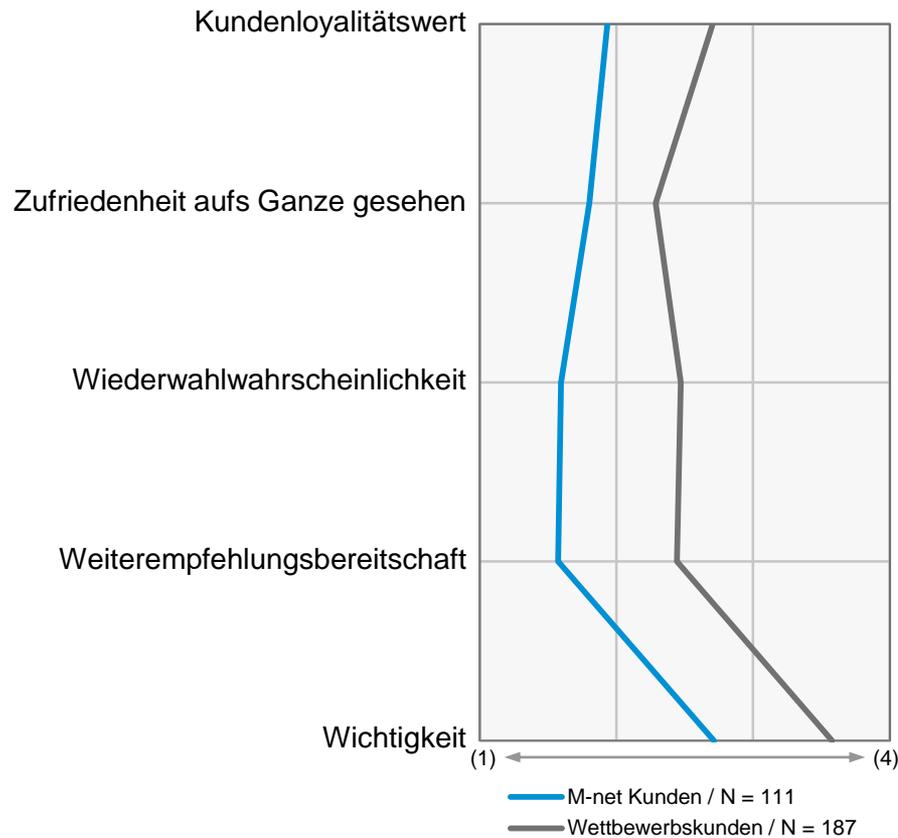
4. Treiber der Kundenloyalität

5. Anbieterwahl

Der Kundenloyalitätswert (KLW) ...



Details | Kundenloyalitätswert



Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr hohe Loyalität / Sehr zufrieden / Ja, auf jeden Fall / Sehr wichtig
 bis 5 = Sehr geringe Loyalität / Sehr unzufrieden / Nein, auf gar keinen Fall / Völlig unwichtig
 Verkürzte Skalen

Inhalt

1. Studiendesign

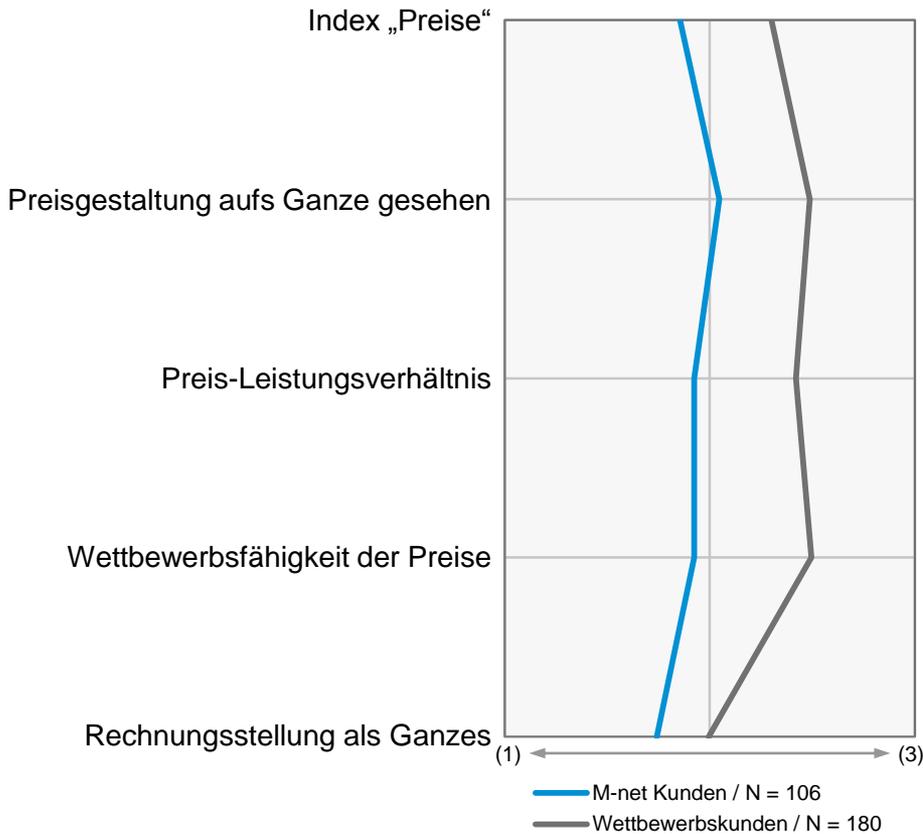
2. Bekanntheit Kabel-TV Anbieter

3. Kundenloyalität

4. Treiber der Kundenloyalität

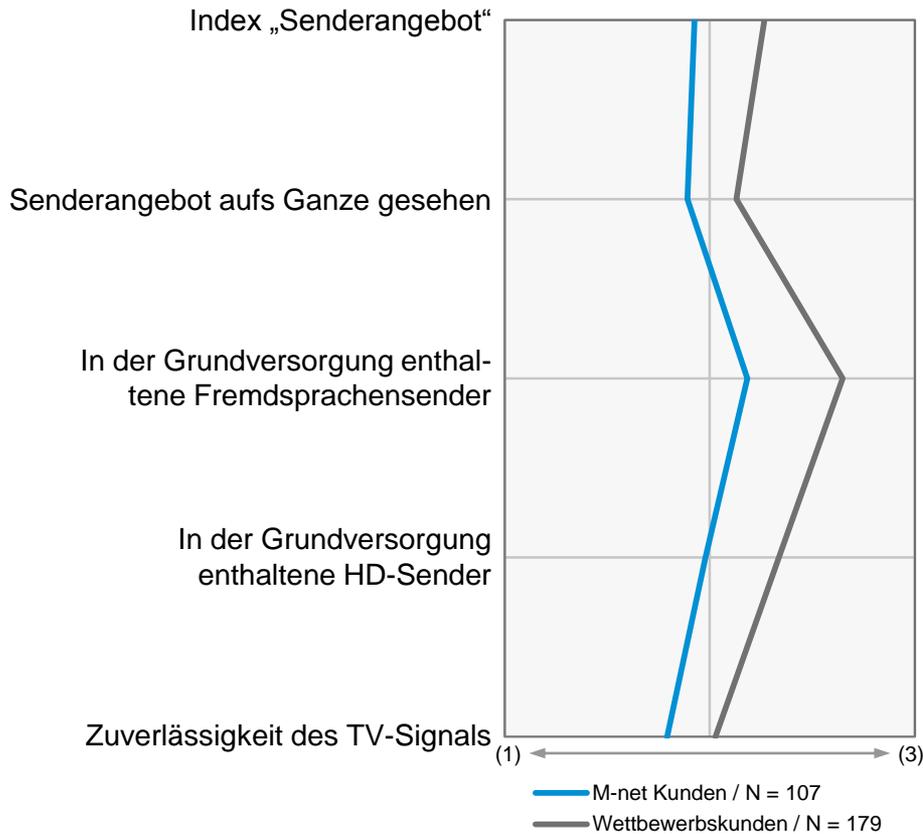
5. Anbieterwahl

Details | Preise



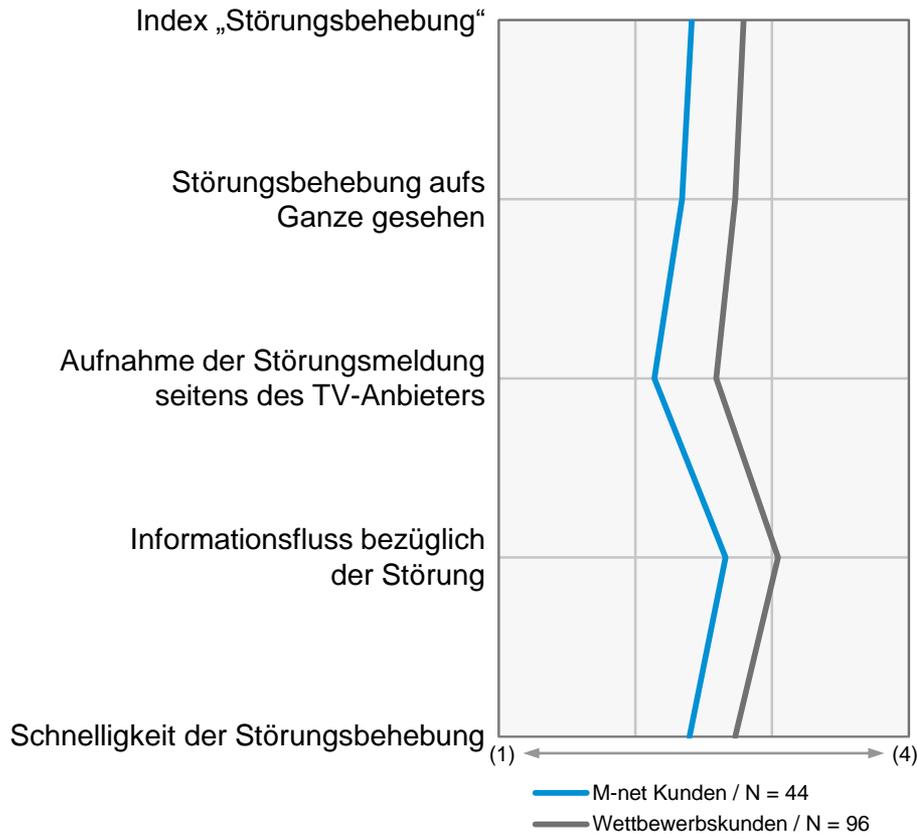
Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
 Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Details | Senderangebot



Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

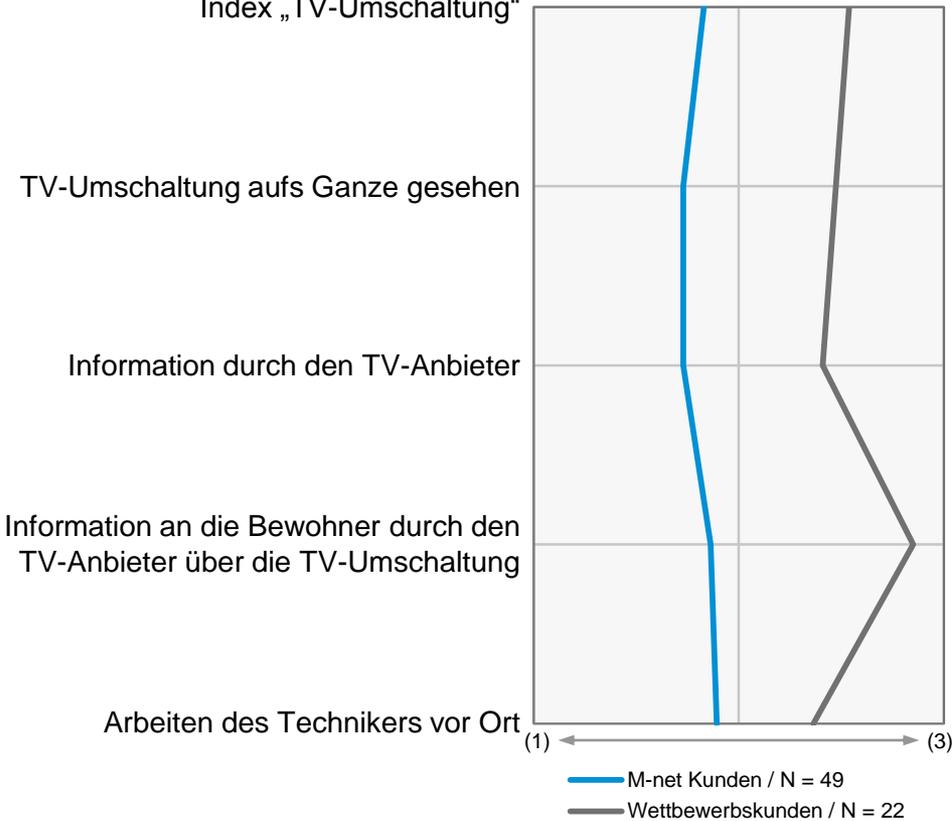
Details | Störungsbehebung



Basis: Befragte, bei denen eines Ihrer Objekte in den letzten 2 Jahren von einer TV-Störung betroffen war
 Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
 Verkürzte Skalen

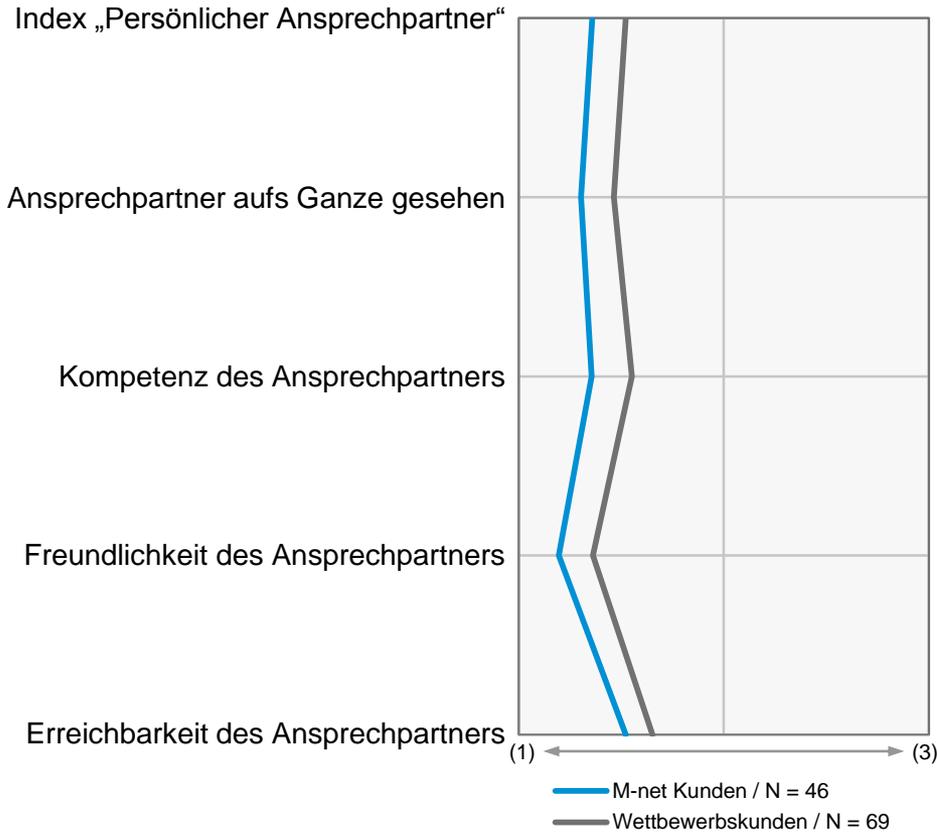
Details | TV-Umschaltung

Index „TV-Umschaltung“



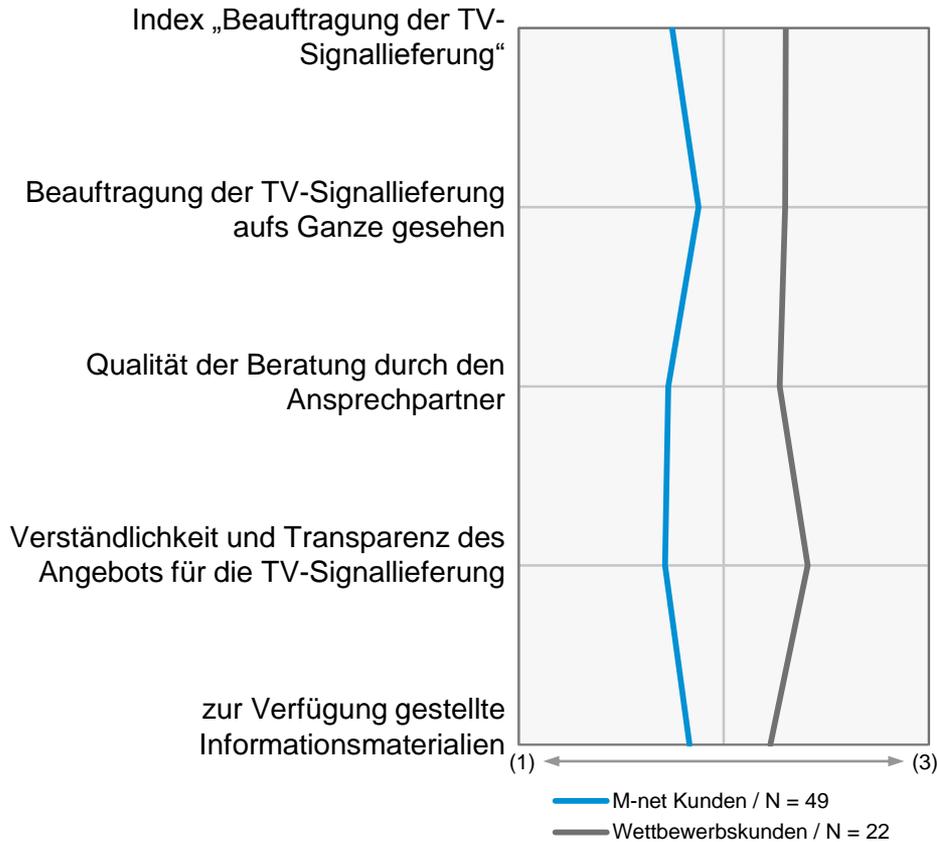
Basis: Befragte, die in den letzten 2 Jahren den Anbieter gewechselt haben
 Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
 Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Details | Persönlicher Ansprechpartner



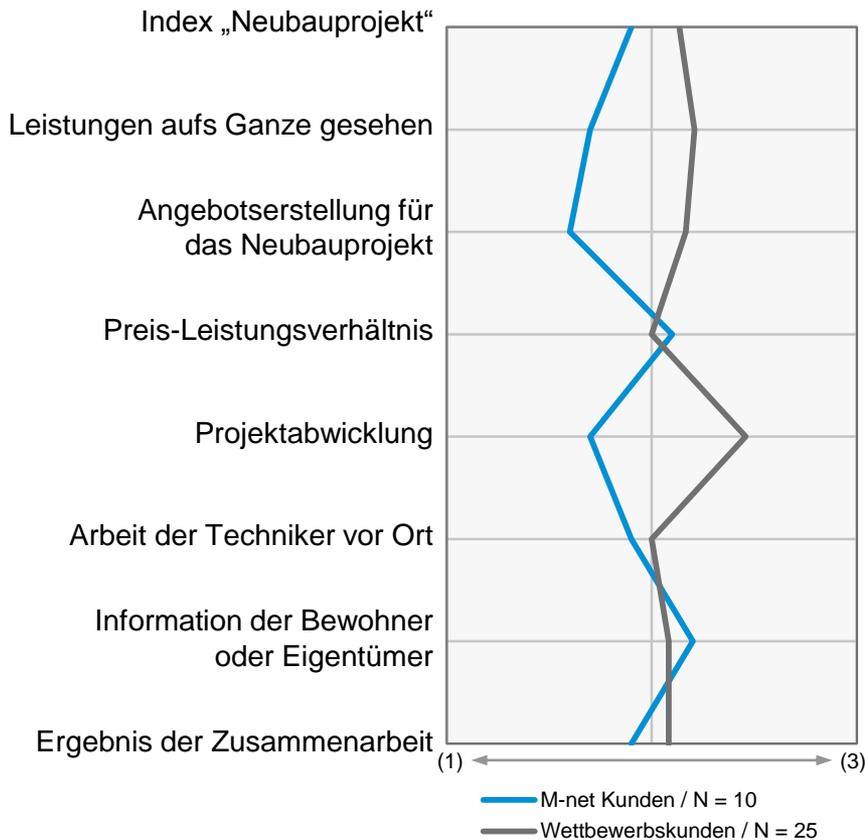
Basis: Befragte, denen bei Ihrem TV-Anbieter ein persönlicher Ansprechpartner bekannt ist
 Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
 Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Details | Beauftragung der TV-Signallieferung



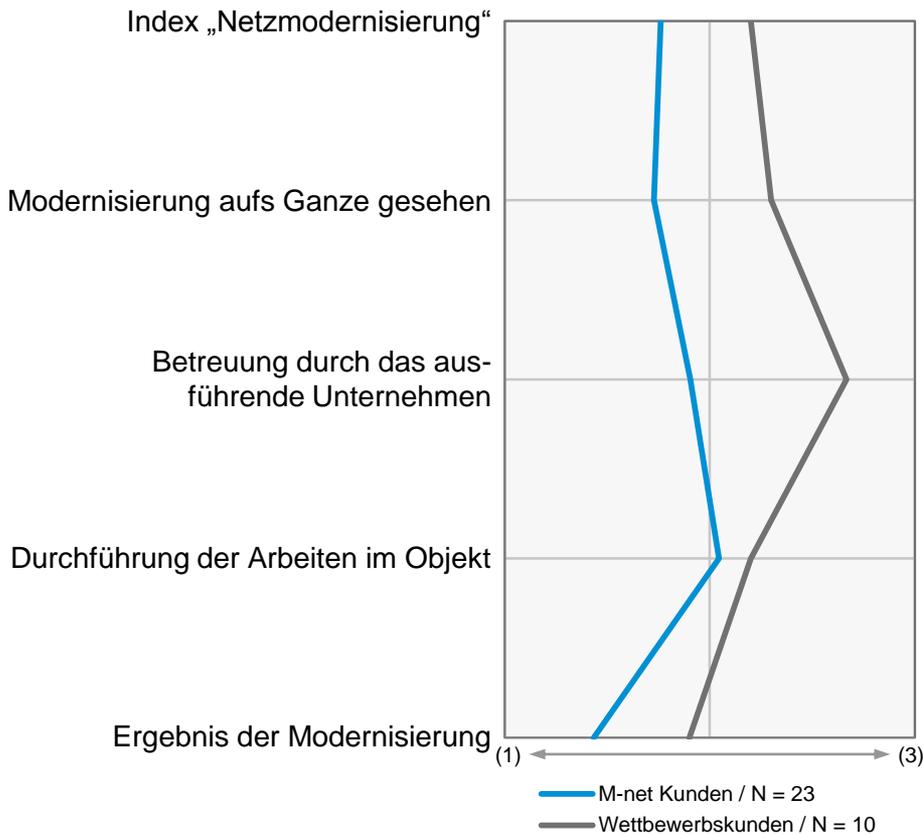
Basis: Befragte, die in den letzten 2 Jahren den Anbieter gewechselt haben
Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Details | Neubauprojekt



Basis: Befragte, die in den letzten 2 Jahren mit Ihrem TV-Anbieter im Rahmen eines Neubauprojektes zusammengearbeitet haben
Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Details | Netzmodernisierung



Basis: Befragte, bei denen zur Bereitstellung des TV-Signals auch eine Netzmodernisierung durchgeführt wurde
Mittelwerte / Skala: 1 = Sehr zufrieden bis 5 = Sehr unzufrieden / Missings nicht enthalten
Verkürzte Skalen / Werte N<5 nicht dargestellt

Inhalt

1. Studiendesign

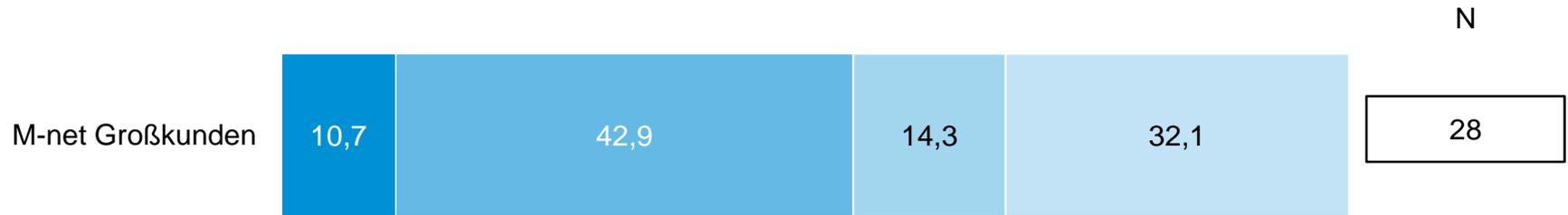
2. Bekanntheit Kabel-TV Anbieter

3. Kundenloyalität

4. Treiber der Kundenloyalität

5. Anbieterwahl

Service als wichtigstes Kriterium für M-net Kunden; M-net Großkunden legen einen hohen Wert auf Zukunftssicherheit



■ Preis ■ Service ■ Große Senderauswahl ■ Zukunftssicherheit

Ich lese Ihnen nun 4 Dinge vor und Sie sagen mir bitte, was Ihnen dabei in Hinblick auf Ihren TV-Anbieter am aller wichtigsten ist. Angaben in Prozent



Ihre Ansprechpartner

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an presse@m-net.de

