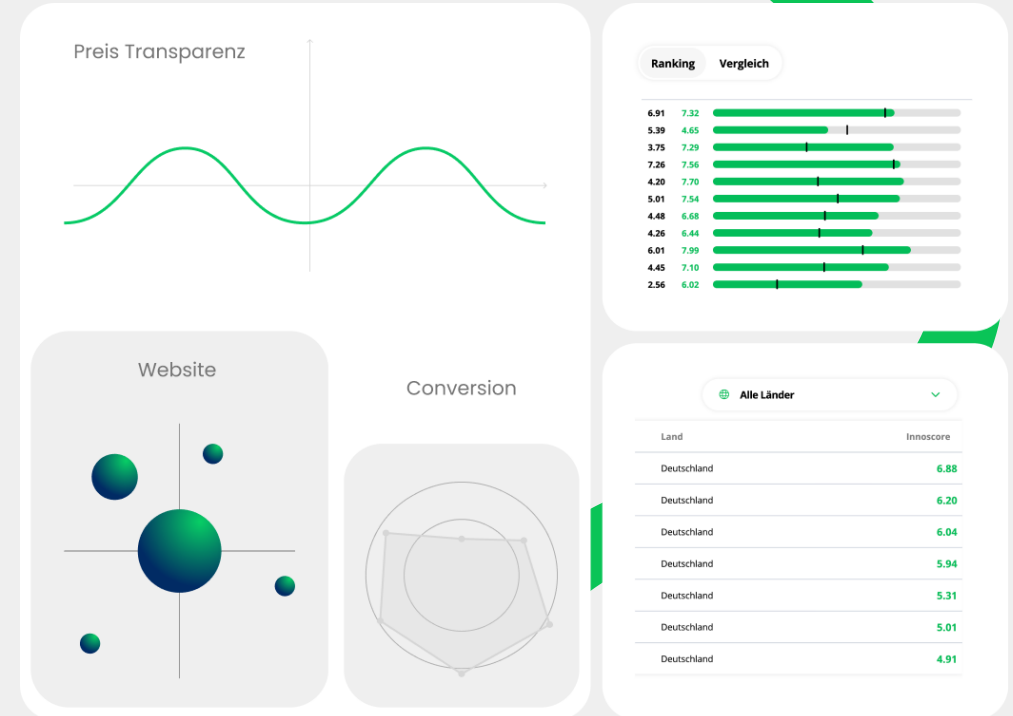


# innoscore

## Telco 2025

Von Einblicken zu echten  
Ergebnissen



# Vom Finnscore zum Innoscore: Wir erweitern unsere Expertise auf die Telco-Branche

innoscore

Seit über 10 Jahren ist unser **Finnscore** der etablierte Maßstab für das Kundenerlebnis im Finanzsektor.

Nun erweitern wir diese bewährte Analyse-Methodik als **Innoscore** auf die Telekommunikationsbranche. Dabei trifft unsere strategische Kompetenz auf die über 20-jährige Praxiserfahrung der AOE Group in der Entwicklung digitaler Lösungen für führende Telcos-Anbieter.

Diese Kombination ermöglicht Ihnen einen präzisen Einblick in die digitale Reife des Marktes und zeigt konkrete, umsetzbare Potenziale auf.

# Vorwort

## Warum machen wir diese Studie?

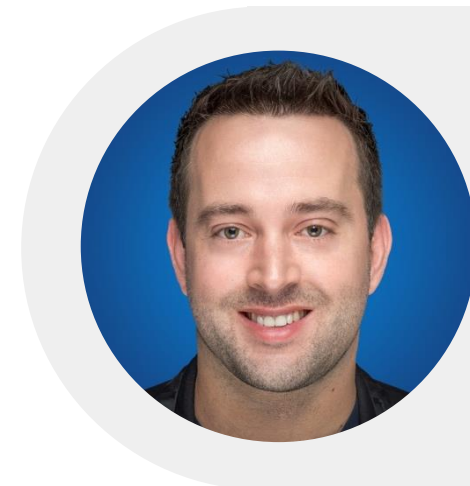
Im **gesättigten Telco-Markt** entscheiden digitale Erlebnisse über Erfolg. Der deutsche Telekommunikationsmarkt ist weitgehend gesättigt. Wachstum entsteht daher nicht mehr primär durch die Erschließung neuer Märkte, sondern durch zwei Kernziele:

- **Kundenbindung:** Bestehende Kund:innen durch herausragende digitale Services begeistern, ihre Loyalität maximieren und nachhaltig sichern.
- **Kundenakquise:** Wechselwillige Kund:innen durch überlegene digitale Angebote und klare Vorteile vom Wettbewerb abwerben.

Unsere Innoscore-Studie analysiert, wie gut die digitalen Angebote der 13 führenden Telco-Anbieter auf diese beiden Ziele einzahlen und wo konkrete, vertriebsrelevante Optimierungspotenziale liegen.

## Unsere Methodik

Fundiert und objektiv. Die Methodik entstand in Kooperation mit der Fachhochschule Joanneum Graz (Institut für Bank- und Versicherungswirtschaft). Basierend darauf bewerten drei Analyst:innen jedes Institut anhand von 320 Kriterien aus reiner Kund:innensicht. Am Beispiel von Best Practices zeigen wir auf, wie es die Besten in jeder der 11 Bewertungsdimensionen machen.



**Kian Gould**  
Founder AOE

# Executive Summary – Telco

## Die wesentlichen Erkenntnisse der Studie 2025

Die digitale Service-Landschaft der deutschen Telcos zeigt eine **klare zweigeteilte Entwicklung**: Die Mehrheit der Anbieter hat die Grundlagen verstanden, doch eine nicht unerhebliche Minderheit lässt erhebliche Potenziale bei den für Kundenbindung und -akquise entscheidenden Faktoren ungenutzt.

**Orientierung & Wechselanreize:** Eine massive Lücke bei der Kundengewinnung. 69 % der Anbieter verzichten auf einen Produkt-Wizard, der wechselwilligen Kunden im Tarifdschungel Orientierung bietet.

**Digitale Services & Dialog:** Das Potenzial digitaler Kanäle wird kaum ausgeschöpft. Lediglich 31 % bieten einen Chatbot an, 23 % einen Live-Chat und nur 23 % holen aktiv Kundenfeedback ein. Alarmierend: 15 % der Anbieter beantworten Kundenanfragen gar nicht.

**Auffindbarkeit & Nutzererlebnis:** Auch hier zeigt sich die Lücke. Während bei 62 % die Online-Services gut auffindbar sind, führt bei den Übrigen eine komplexe Navigation zu Frustration und Service-Abbrüchen.

**Barrierefreiheit als Chance:** Das Thema wird fast ausschließlich als gesetzliche Pflicht gesehen. Dabei erfüllt aktuell kein einziger Anbieter die Mindeststandards und verpasst so die Chance, neue Zielgruppen zu erschließen und die User Experience für alle zu verbessern.

# Innoscore Telco: Dimensionen

innoscore



## Website

- Funktion auf allen Geräten
- Barrierefreiheit
- User Interface Design
- User Experience
- Qualität der Suchfunktion
- Page Speed



## Conversion

- Calls to Action
- Vergleich von Produkten
- Produkt-Wizards
- Abschlussvorgang



## Mobile App-Kommunikation

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Kund:innenbewertungen
- Qualität der Beschreibung



## Online Services

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Qualität der Beschreibung



## Online-Onboarding

- Erklärung des Vorgangs
- Usability
- Authentifizierungsprozess



## Attraktivität für pot. Kund:innen

- Zugang von der Homepage
- Darstellung Kunde zu werden
- Kundenbewertungen / Reviews



## Social & Community

- Social Media-Präsenz
- Business Portale
- Reaktionen auf Kund:innen-feedback



## Innovation & Nachhaltigkeit

- Darstellung der Innovation
- Nachhaltigkeitsagenda
- CSR



## Loyalty & Ökosystem

- Kundenvorteile
- Belohnung der Aktivität
- Ökosystem



## Preis-Transparenz

- Übersichtlichkeit der Preise
- Konkurrenzvergleich zu Preise
- Konkurrenzvergleich zu Service Qualität
- Produktkonfigurator



## Omnichannel-Kommunikation

- Feedbackformular
- Betreuung finden für Nichtkund:innen
- Geschäftsstelle finden
- Kontaktkanäle
- Schnelligkeit & Antwortqualität

The winner is...



Deutsche  
Telekom



# Wir machen die **digitale Kompetenz** von Telcos messbar und vergleichbar



Misst die Qualität und Attraktivität des digitalen Angebots aus **Sicht der Kund:innen**



320 Kriterien in 11 Dimensionen\* für eine **objektive Expert:innen-Bewertung**. Zeitraum der Datenerhebung: Juli 2025



Analyse und Benchmark-Report zu **13 Telco-Anbietern aus Deutschland**

# Key Findings des Innoscore Telco 2025



## **Kundendialog & Feedback als Treiber für Loyalität**

Die Qualität und Verfügbarkeit von Kommunikationskanälen sind entscheidend für die Kundenbindung, doch die Analyse zeigt hier ein sehr geteiltes Bild mit erheblichem Potenzial.

### **Digitale Kanäle sind unterrepräsentiert:**

Weniger als ein Drittel der Anbieter nutzt Chatbots (31 %) oder Live-Chats (23 %), um schnelle, jederzeit verfügbare Hilfe zu leisten. Lediglich 15 % der Telcos bieten beide Kanäle parallel an.

### **Qualität der Kommunikation schwankt stark:**

Knapp die Hälfte (46 %) der Anbieter erfüllt die hohen Kundenerwartungen und beantwortet Anfragen konkret und innerhalb eines Tages. Eine alarmierende Schwachstelle: 15 % der Telcos beantworten Kundenanfragen gar nicht, was zu großer Nutzerfrustration führt.

### **Potenzial bei Feedback & Self-Service wird nicht genutzt:**

Nur 23 % der Telcos holen aktiv über ein Feedback-Formular die Meinung ihrer Kunden ein und verpassen so die Chance, direkt von ihnen zu lernen. Ähnliches Potenzial zeigt sich bei der Online-Terminvereinbarung, die nur von 31 % der Anbieter vollständig digital angeboten wird, obwohl sie die Kundenbindung stärkt.



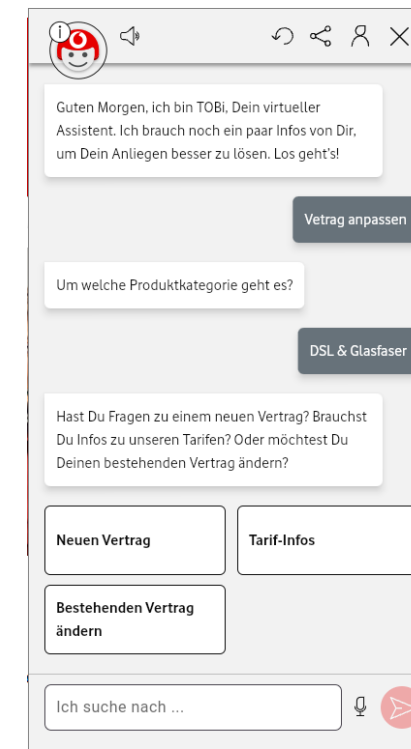
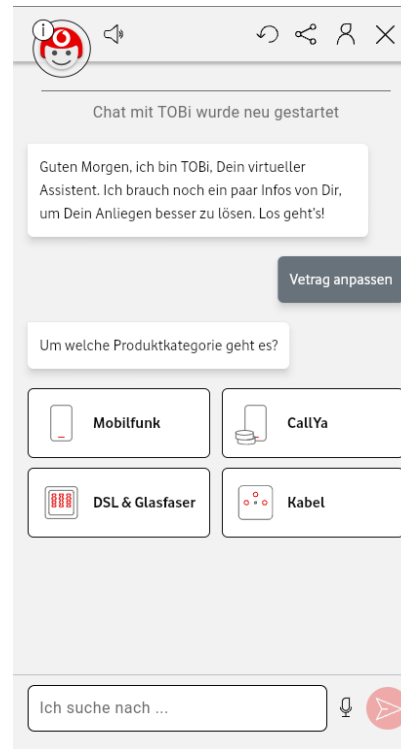
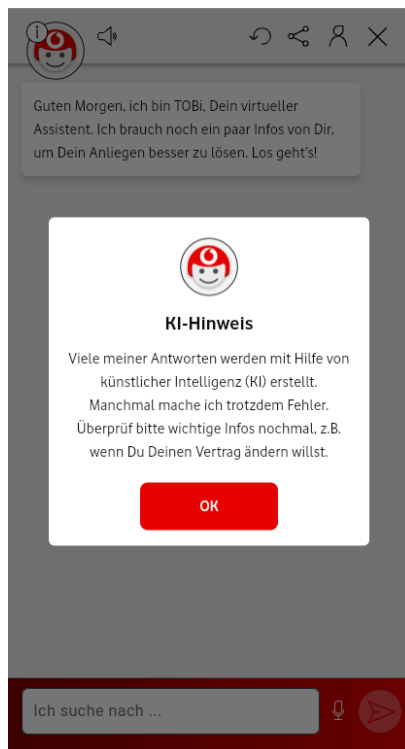
# Fokusthema: KI – gestützter Kundenservices

innoscore

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) transformiert den Kundenservice bei Telekommunikationsanbietern. Virtuelle Assistenten sind rund um die Uhr verfügbar und können eine Vielzahl von Kundenanliegen schnell und effizient bearbeiten, was die Erreichbarkeit und den Komfort für Nutzer:innen erheblich steigert. Ein Beispiel für diesen Ansatz ist der virtuelle Assistent TOBi von **Vodafone**.

Dieser Chatbot ist darauf ausgelegt, Kundenanfragen direkt und schnell zu lösen, indem er benötigte Informationen abfragt und sofortige Unterstützung bietet. Die klare visuelle Gestaltung mit unterstützenden Icons und einem intuitiven Layout trägt maßgeblich zur Benutzerfreundlichkeit des Chatbots bei, indem sie die Navigation erleichtert und die Interaktion visuell ansprechend gestaltet.

Ein zentraler Vorteil moderner KI-Chatbots liegt in ihrer Fähigkeit, komplexe Kundenanliegen durch eine intelligente und geführte Interaktion effizient zu klären. Das erhöht die Präzision der Antworten und verbessert die Benutzerfreundlichkeit erheblich. TOBi demonstriert dies beispielhaft: **Gezielte Rückfragen:** Zur Produktidentifizierung  
**Strukturierte Optionen:** Klare, anklickbare Optionen, statt freier Texteingaben  
**Effiziente Anliegenklärung:** Anliegen werden präzise gelöst; dass spart Zeit und vermeidet Frustration.



# Fokusthema: Kundenfeedback

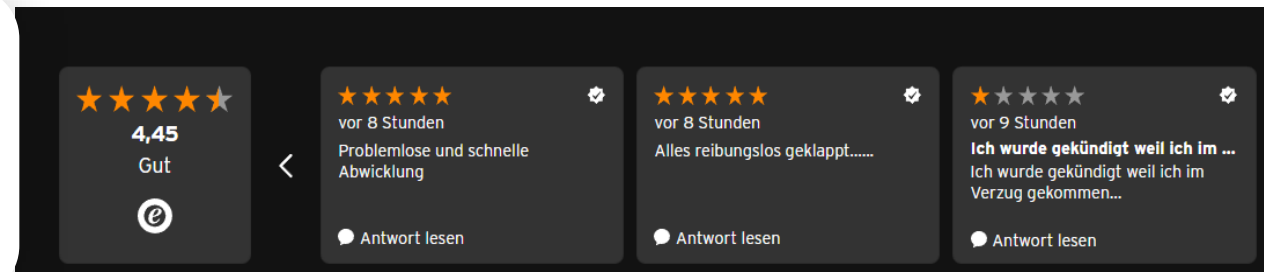
innoscore

Kundenfeedback ist ein unverzichtbares Werkzeug für Telekommunikationsanbieter, um Services zu optimieren und die Kundenzufriedenheit kontinuierlich zu steigern. Es liefert direkte Einblicke in Stärken und Schwächen aus Nutzersicht.

**Congstar** zeigt beispielhaft, wie ein Telco proaktiv und strukturiert Feedback von seinen Kund:innen einholt:

- **Schnelle Auffindbarkeit & kurze Gestaltung:** Das Feedback-Formular ist nicht nur über den Footer der Webseite schnell erreichbar, sondern auch übersichtlich und kurz gehalten, um die Nutzungsbarriere zu minimieren.
- **Gezielte Themenauswahl:** Das Formular ermöglicht eine präzise Zuordnung des Feedbacks zu spezifischen Themenbereichen (z.B. Vertrag, App, Rechnung). Dies erleichtert congstar die Analyse und zielgerichtete Reaktion.
- **Grundlage für Weiterentwicklung:** Das systematisch erfasste Feedback dient als wichtige Informationsquelle, um Produkte, Services und digitale Prozesse kontinuierlich zu optimieren und an die Nutzerbedürfnisse anzupassen.

**Authentische Außendarstellung:** Ergänzend wird ein Live-Feed echter Kundenbewertungen angezeigt. Dass hierbei auch negative Erfahrungen transparent gemacht und nicht versteckt werden, signalisiert Ehrlichkeit und authentische Service-Qualität.



# Key Findings des Innoscore Telco 2025

## Eine zweigeteilte Service-Landschaft

innoscore

Die Analyse zeigt, dass sich bei etablierten digitalen Services eine klare Lücke zwischen der Mehrheit der Anbieter und einer bedeutenden Minderheit auftut, die Potenziale zur Kundenbindung und -akquise ungenutzt lässt.

### **Empfehlungsmarketing: Für die Mehrheit Standard, für den Rest eine Lücke**

Eine klare Mehrheit von **69 %** der Anbieter setzt bereits auf "Kunden werben Kunden"-Programme.

Die restlichen **31 %** verzichten jedoch auf diesen etablierten, vertriebsrelevanten Hebel zur Neukundengewinnung.

### **Auffindbarkeit von Online-Services: Einfachheit vs. Frustration**

Bei **62 %** der Anbieter sind Online-Services innerhalb von zwei Klicks gut erreichbar.

Bei den übrigen Anbietern führt eine komplizierte und zerstreute Navigation jedoch zu einer schlechten User Experience und häufigen Service-Abbrüchen durch frustrierte Nutzer.

**Produkt-Wizards zur Orientierung:** Eine massive Lücke zeigt sich bei der Tarifberatung. Nur **31 %** der Anbieter helfen wechselwilligen Kunden mit einem Wizard, den passenden Vertrag zu finden – **69 %** überlassen die Nutzer dem Tarifdschungel.

# Fokusthema: Effiziente & Strukturierte Kundenservices

innosc<sup>ore</sup>

- **Smarte Orientierung:** Eine durchdachte Struktur holt Bestands- und Neukunden sofort ab.
- **Schneller Zugriff:** Dank Icons & klarer Navigation sind Services (z. B. Rechnungen) mit wenigen Klicks erreichbar.
- **Transparenter Hub:** Eine zentrale Übersicht zeigt das volle Service-Angebot schon vor Vertragsabschluss.
- **Videos statt Textwüsten:** Visuelle Anleitungen helfen verständlich bei konkreten Aufgaben.

The screenshot displays the Telekom Magenta customer portal. At the top, a pink header bar contains the Telekom 'T' logo on the left and navigation links for '30 Jahre | Aktionen', 'Mobilfunk', 'Internet', and 'TV'. Below this, a sidebar on the left lists menu items: 'Startseite', 'Mein Profil', 'Verträge' (highlighted with a pink bar), 'Rechnung & Zahlung', 'Zuhause', and 'Guthaben aufladen'. The main content area, under the 'Verträge' section, lists contract details: 'Tarif, Tarifpreis und gebuchte Optionen', 'Vertragsbeginn', 'Frühester Zeitpunkt der Vertragsverlängerung', 'Aktuelle Zusatzkosten', 'Datenvolumen und Datenbonus', 'Vertragsnummer', 'Ihre SIM-Karte(n)', and 'Internet-Zugangsnummer und Anschlusskennung'. A secondary navigation bar below the main content includes links for 'Mobilfunk', 'Internet', 'TV', 'MeinMagenta App', and 'Glasfaser'. The bottom section, titled 'Ratgeber & Videos', features three cards: 1) 'Video: E-Mail-Adresse bestätigen' showing a woman with a 'Telekom E-Mail-Adresse verifizieren' overlay; 2) 'Persönliche Daten beim Telekom Kontakt' with a 'Ratgeber' icon of a hand writing on a checklist; and 3) 'So bestätigen Sie Ihre E-Mail-Adresse' with a 'Ratgeber' icon of a computer screen showing a checkmark.

# Key Findings des Innoscore Telco 2025

innoscore

## Barrierefreiheit: Vom Pflichtthema zur Marktchance

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) ist zwar bereits am **28. Juni 2025 in Kraft getreten**, aber es erfordert dringenden Handlungsbedarf bis zum Ende der Übergangsfristen, da unsere Analyse eine **gravierende Lücke** aufzeigt. Die von uns untersuchten Anbieter erfüllen aktuell weder die technischen Mindest-Scores der harmonisierten Normen, noch bieten sie die **grundlegenden, verpflichtenden Einstellungen** zur digitalen Barrierefreiheit (wie z.B. Kontrastanpassung oder Schriftgrößenänderung) an.

Die Korrektur ist nicht nur eine gesetzliche Notwendigkeit. Barrierefreiheit ist ein starker **vertrieblicher Impuls**:

- **Erschließung neuer Zielgruppen:** Sie macht Angebote für Millionen Menschen mit Einschränkungen erst nutzbar.
- **Verbesserung für alle:** Eine einfache und klare Gestaltung kommt allen Nutzern zugute und steigert die Conversion Rate.
- **Wettbewerbsvorteil:** In einem homogenen Markt wird Inklusion zu einem wichtigen Differenzierungsmerkmal.

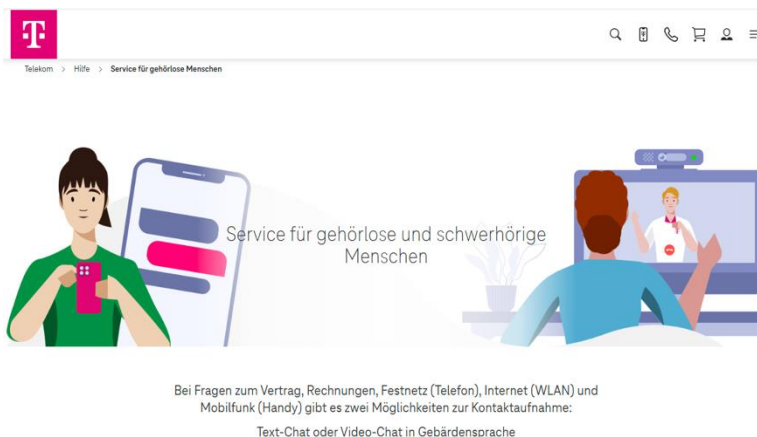
# Fokusthema: Barrierefreie Kundenservices

innoscore

Die Inklusion aller Kund:innen in die digitale Welt ist eine zentrale Aufgabe für Telekommunikationsanbieter. Besonders der Zugang zu Support und Beratung erfordert innovative Lösungen. Einige fortschrittliche Anbieter gehen hier bereits mit gutem Beispiel voran. Die **Deutsche Telekom** bietet auf ihrer Webseite einen vorbildlichen Service für gehörlose und schwerhörige Menschen. Für Fragen zu Vertrag, Rechnungen, Festnetz, Internet und Mobilfunk stehen zwei primäre Kontaktmöglichkeiten zur Auswahl.

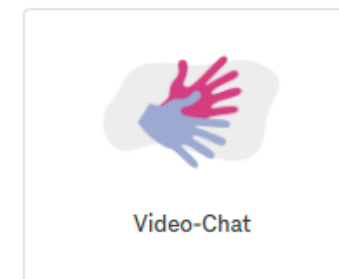
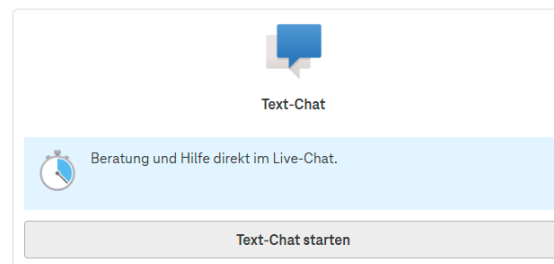
Der Text-Chat ist eine essenzielle digitale Kommunikationsoption für gehörlose Menschen. Er ermöglicht eine direkte und schriftliche Beratung in Echtzeit, was eine effektive und medienbruchfreie Unterstützung gewährleistet. Über diesen Kanal können Nutzer:innen ihre Anliegen unkompliziert schildern und sofortige Hilfe erhalten. Die klare Aufforderung zum Starten des Chats macht den Zugang besonders nutzerfreundlich.

Der Video-Chat in Gebärdensprache stellt eine fortschrittliche und hochgradig inklusive Kommunikationsform dar. Er ermöglicht gehörlosen Menschen eine direkte und persönliche Interaktion mit dem Kundenservice. Diese Beratung kann sofort stattfinden oder per Terminvereinbarung gebucht werden, wobei Kund:innen sogar einen konkreten Berater auswählen können. Dies schafft ein Höchstmaß an Verständigung und Vertrauen und überwindet wesentliche Barrieren im digitalen Kundendialog.



## Text-Chat

Gehörlose








Hier können Sie sich Ihren persönlichen Beratungstermin buchen. Bitte wählen Sie den gewünschten Berater aus.

# Innoscore 2025 – die Top 5 Gesamtscore Telekommunikationsanbieter Deutschland

innoscore

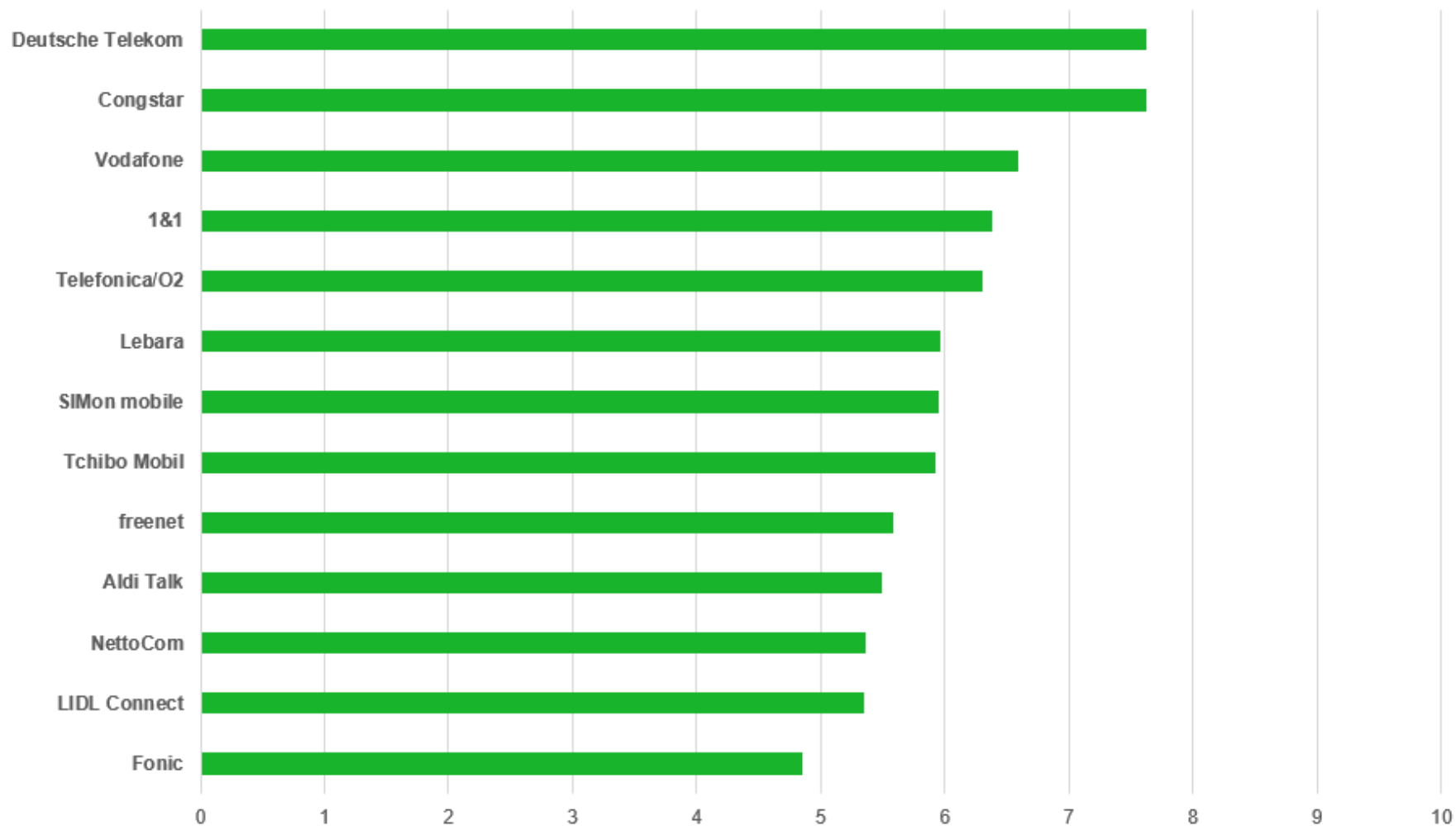
Die Deutsche Telekom führt das Feld im ersten Innoscore 2025 an. Die Top-Position basiert auf der kontinuierlichen Weiterentwicklung der digitalen Services, beispielsweise im Bereich der Omnichannel-Integration und der Online Services.\*

Institut			score
01		Deutsche Telekom	7,63
02		Congstar	7,62
03		Vodafone	6,59
04		1&1	6,38
05		Telefonica/O2	6,31

*\*von 13 untersuchten Telekommunikationsanbietern aus Deutschland*

# Innoscore 2025 – Gesamtranking

innoscore
















# Der “ideale Telekommunikationsanbieter” 2025

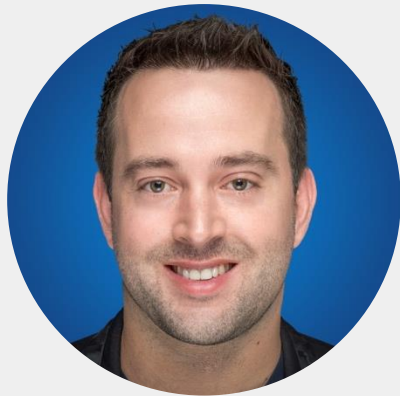
## Die Top Performer pro Dimension

innoscore

Website	Conversion	Omnichannel Kommunikation	Mobile Apps
			
Loyalty & Ökosystem	Online - Onboarding	Social Media & Community	Online Services
			
Attraktivität für Neukund:innen	Preis- Transparenz	Innovation und Nachhaltigkeit	
			

# Möchten Sie wissen, wo Ihr größtes ungenutztes Potenzial liegt? Lassen Sie uns sprechen.

innoscore



**Kian Gould**  
Founder AOE

+49 6122 70707-0  
kian.gould@aoe.com  
Kirchgasse 6, 65185 Wiesbaden



**Stefanie Wegner**  
CEO AOE GmbH

+49 6122 70707-0  
stefanie.wegner@aoe.com  
Kirchgasse 6, 65185 Wiesbaden