



Nutzererlebnis gewinnt an Bedeutung

Nutzererlebnis gewinnt an Bedeutung
Die Redaktionen von Chip, connect und COMPUTER BILD veröffentlichen jährlich ihre Netztests, deren Ergebnisse Netzbetreiber und Nutzer gespannt erwarten. Unternehmen wie Verbrauchern bieten diese Netztests eine wichtige Orientierung - als Standortbestimmung des Netzausbaus oder Entscheidungshilfe für die Wahl des Mobilfunkanbieters. Bei welchem Netztest werden aber eher technische Aspekte untersucht, und wo steht das Nutzererlebnis stärker im Vordergrund? Dieser Artikel stellt unterschiedliche Test-Ansätze vor.
Netztest-Formate
Wer sich vor allem für technische Informationen zu den Mobilfunkanbietern interessiert, der findet nützliche Fakten im Test von Chip und connect. Das traditionellste Format ist der bewährte Netztest der connect mit umfangreichen Testfahrten durch ganz Deutschland. Im Jahr 2012 legten die drei Messfahrzeuge im aufwändigen connect Netztest ca. 17.000 km zurück. Während für die connect die Firma P3 communications die Messungen realisiert, setzt das Magazin Chip auf Net check und Focus Infocom als Netztest-Partner. Neben den Messfahrten per Auto untersucht Chip auch die Netzperformance in Regional- und Fernzügen, im öffentlichen Nahverkehr sowie in zentralen öffentlichen Gebäuden und Fußgängerzonen. Für diese Netztest-Messungen, die einen deutlichen Schritt in Richtung individueller Nutzerperspektive gehen, nimmt Chip sogenannte Rucksackmessungen vor. Zwei Tester sind mit Messrucksäcken unterwegs und testen das Netz unter den alltäglichen Bedingungen, wie sie auch meist die Kunde vorfinden.
Tatsächliches Nutzererlebnis rückt bei Netztests stärker in den Fokus
Leserumfragen zur Netzversorgung wie die von telarif bilden in erster Linie die individuelle Wahrnehmung durch die Kunden ab. Anders als bei den traditionellen Netztests steht die reine Nutzerperspektive im Mittelpunkt. Sie bieten eine wichtige Ergänzung zu den eher technisch orientierten Netztests, da sie auch weitere Faktoren wie das Preis-Leistungsverhältnis abfragen. In den Netztests von Chip und connect spielt das hingegen kaum eine Rolle.
Seit 2012 gibt es einen neuen Typ Netztest. Die COMPUTER BILD überprüfte ebenfalls die Netzbetreiber auf ihre Netzleistung bei Sprache und Daten. Das Neue bei diesem Netztest: COMPUTER BILD bindet die Nutzer direkt mit ein. Die Teilnehmer mussten sich lediglich eine Netztest-App herunterladen, anschließend testeten sie damit die Netzversorgung ihres Smartphones oder Tablets unter Alltagsbedingungen.
Natürlich wird das Ergebnis umso repräsentativer, je mehr Verbraucher an dieser Form des Netztests teilnehmen. Bei der COMPUTER BILD hatten für den Netztest, der im November veröffentlicht wurde, knapp 40.000 Leser die Netzqualität und Netzabdeckung ihres jeweiligen Mobilfunkanbieters getestet. Laut dem Magazin summierte sich die Messdauer auf insgesamt 466 Jahre und es konnten 4,6 Millionen Datenverbindungen und 1,2 Millionen Gesprächsminuten ausgewertet werden.
Die COMPUTER BILD setzt diesen Netztest kontinuierlich fort. Wer teilnehmen möchte, kann sich die Netztest-App für iPhone oder iPad oder für ein Android-Smartphone/-Tablet herunterladen.
Bedeutung der Netztests für E-Plus
Die unabhängigen Testergebnisse sind für die E-Plus Gruppe eine wichtige Standortbestimmung im Rahmen ihrer umfassenden Netzausbau-Initiative. Die Netztests von 2012 haben gezeigt, dass der schnelle Fortschritt vor allem des nutzerorientierten Ausbaus des Datennetzes sich immer positiver für die Nutzern auswirkt. Bei der connect konnte sich das E-Plus Netz gleich in mehreren Kategorien deutlich verbessern und steigerte sich mit dem Gesamturteil "Befriedigend" gegenüber dem Netztest des Vorjahres um eine ganze Wertungsnote. E-Plus verkürzte deutlich den Abstand zum Spitzenreiter Telekom und auf die zweitplatzierte Vodafone. Gerade bei der wichtigsten Kategorie Datennutzung via Smartphone legte E-Plus stark zu.
Passend dazu verbesserte sich E-Plus letztes Jahr auch in der telarif-Leserumfrage zur mobilen Datenversorgung. E-Plus verteidigte in der Kategorie "Preis-Leistungs-Verhältnis" den Spitzenplatz und schob sich im Bereich der "Netzqualität" auf den dritten Platz. Im Netztest der COMPUTER BILD teilt sich E-Plus bei der Handy-Netzabdeckung zusammen mit Vodafone den ersten Platz. Bei der UMTS-Netzversorgung lässt E-Plus zwei der drei Wettbewerber hinter sich und in der Netztest-Königdisziplin "Mobile Datengeschwindigkeit" erreicht E-Plus bereits den dritten Platz.
Für jeden Nutzer gibt es den passenden Netztest
Welcher Test für den einzelnen Kunden in Frage kommt, hängt in erster Linie davon ab, ob er sich für technische Performance oder ein eher kundenorientiertes PreisLeistungsverhältnis interessiert. Um einen guten Überblick zu erhalten, ist es daher ratsam, sich vorab über die Bewertungskriterien und das Testumfeld der einzelnen Untersuchungen zu informieren.
E-Plus Mobilfunk GmbH
Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: <http://www.eplus-unternehmen.de/>

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.