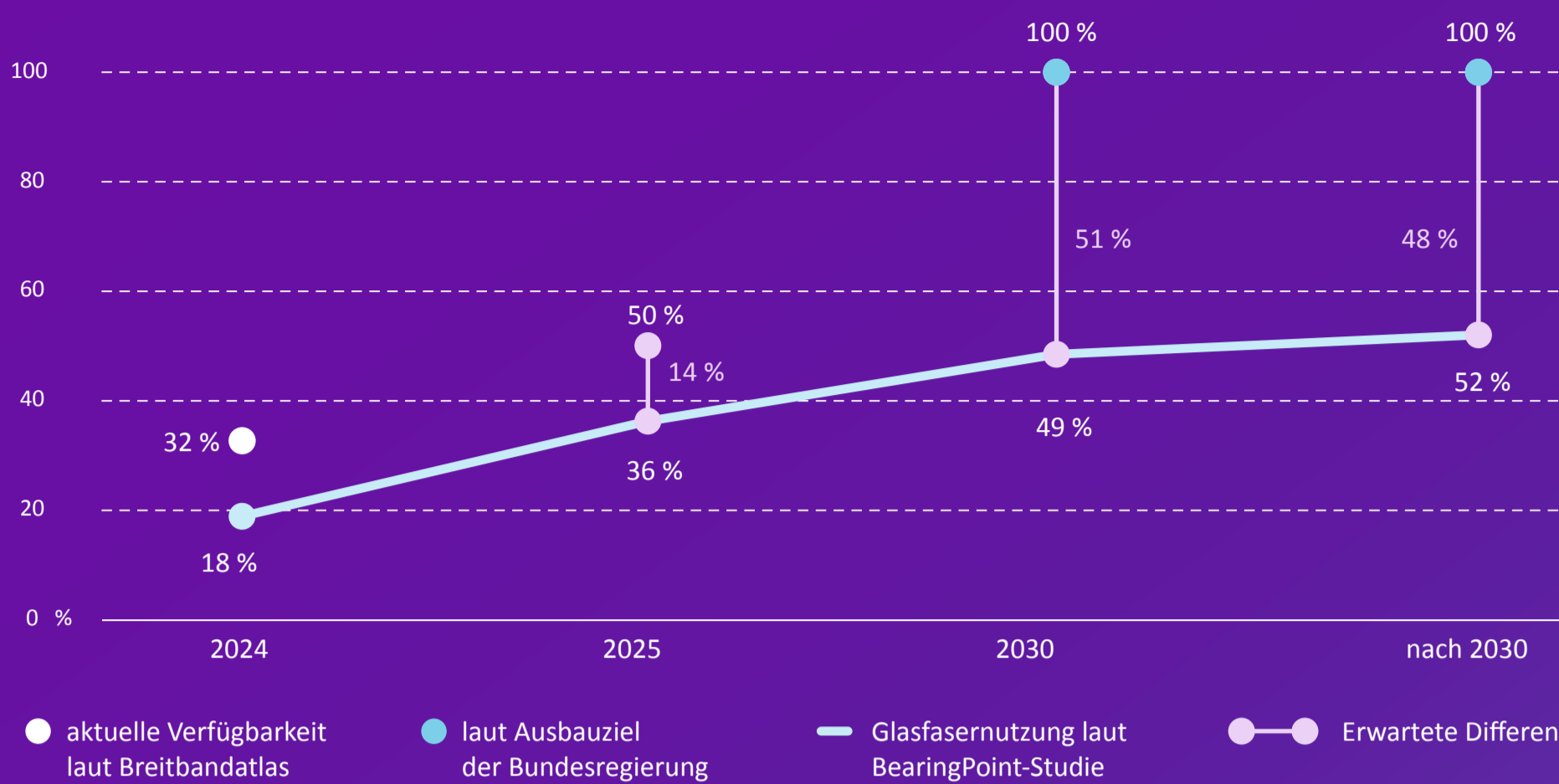


Zufriedenheit bei Glasfaser-Kunden am höchsten, aber kaum Wechselbereitschaft bei Kabel- und DSL-Nutzern

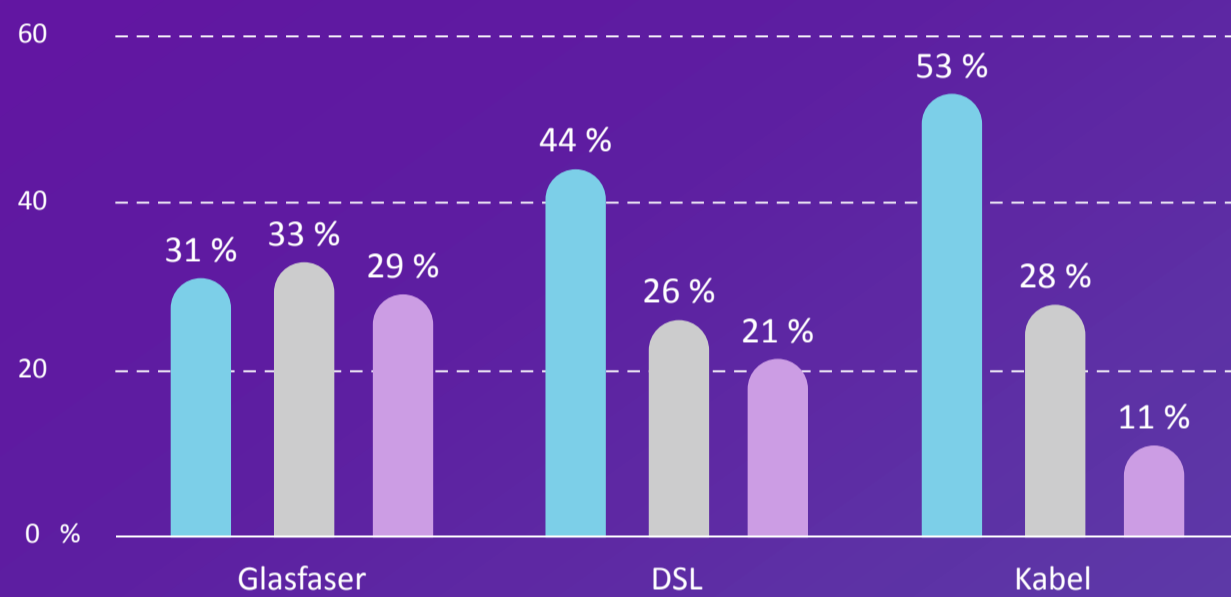
Die Nachfrage nach Glasfaser ist deutlich geringer als die Verfügbarkeit.



32 % der deutschen Haushalte können Glasfaser nutzen. Nur 18 % nehmen dies in Anspruch.

Die Differenz zwischen Verfügbarkeit und Nutzung wird voraussichtlich auf bis zu 51 % steigen.

Über alle Anschlussarten hinweg gibt es eine geringe Anzahl an Promotoren und eine hohe Anzahl an Detraktoren. Wobei Glasfaser-Kunden am ehesten bereit sind, ihren Anschluss weiterzuempfehlen.



Detraktoren



sind unzufriedene Kunden, die ihrer Marke schaden und das Wachstum durch negative Mundpropaganda behindern können.

Passive



sind zufriedene, aber nicht begeisterte Kunden, die für Konkurrenzangebote anfällig sind.

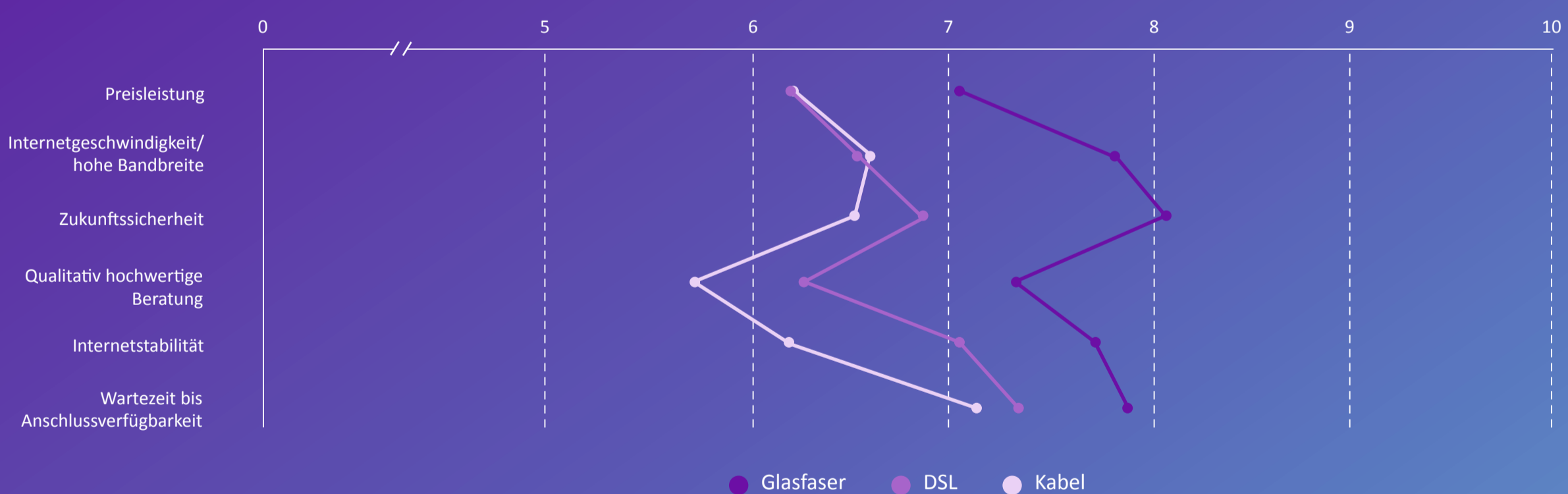
Promotoren



sind treue Enthusiasten, die weiterhin kaufen und das Wachstum durch Weiterempfehlungen ankurbeln.

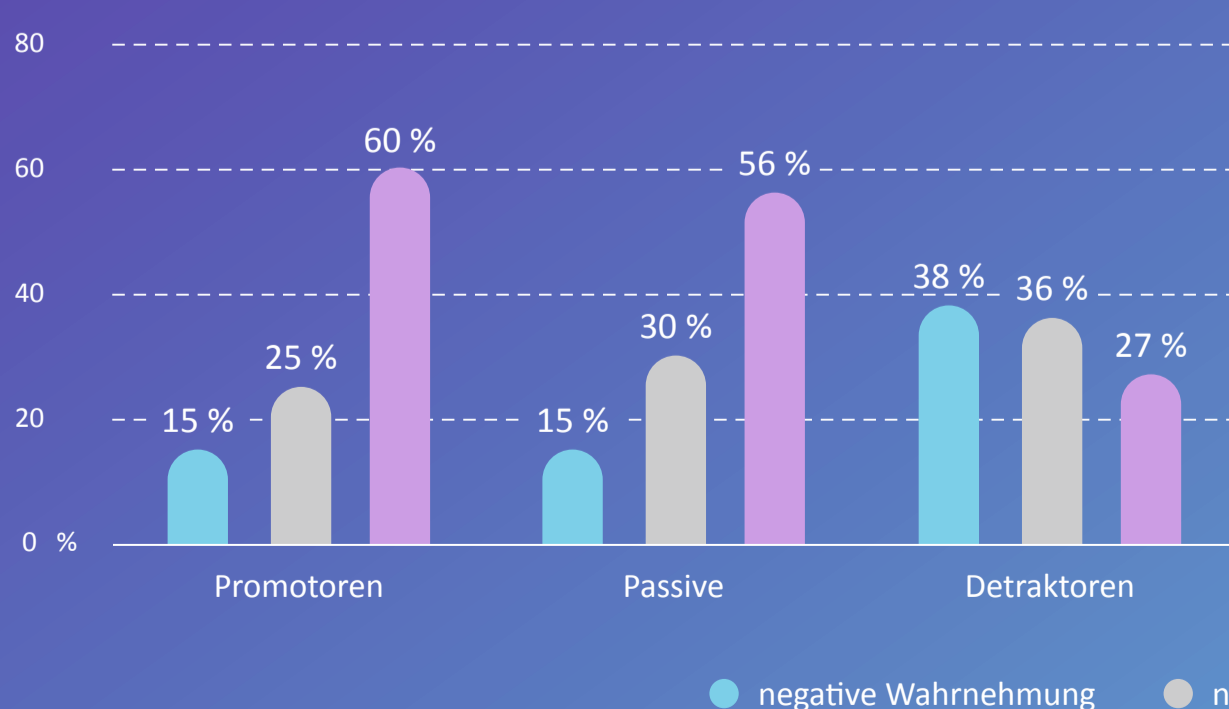
Glasfaser-Kunden zeigen über alle relevanten Werttreiber eine höhere Zufriedenheit als DSL- und Kabel-Kunden und haben einen deutlich höheren Net Promoter Score (NPS).

Kundenzufriedenheit (0 = niedrig, 10 = hoch)

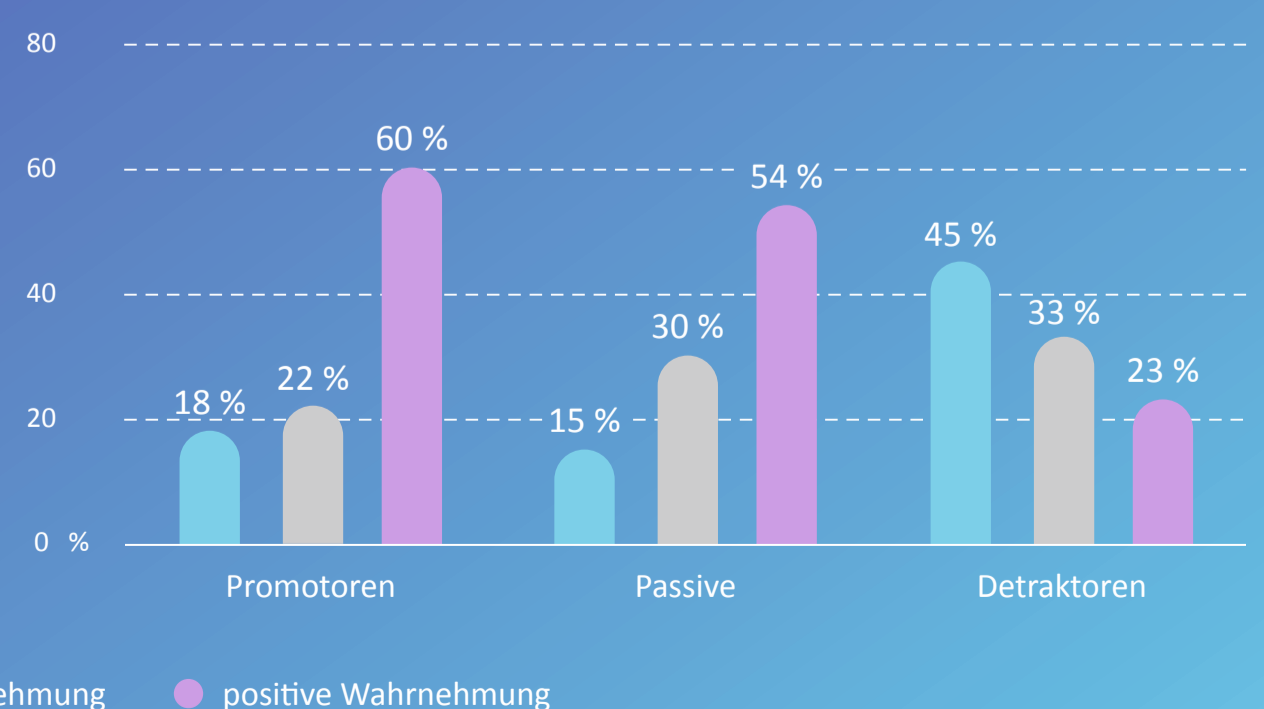


Positive Wahrnehmung von Bau- und Vertriebsmitarbeitern fördert Weiterempfehlung von Glasfaserverträgen, negative Erfahrungen wirken abschreckend.

Baumitarbeiter



Vertriebsmitarbeiter



Die verwendeten Daten beruhen auf einer Umfrage von BearingPoint, die über das Marktforschungsinstitut YouGov durchgeführt wurde. An der Online-Umfrage nahmen zwischen dem 2. Juli bis 23. August 2024 insgesamt über 7.000 Personen in Deutschland und Österreich in zwei Befragungswellen teil. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die jeweilige Bevölkerung ab 18 Jahren.