connect

Mobilfunk-Shoptest DACH 2026

umlaut
Part of Accenture



Schicke Shops, neueste Smartphones und persönliche Beratung: Doch wer überzeugt auch mit Kompetenz? connect hat den Service vor Ort auf die Probe gestellt.

KI-Chatbots beantworten Kundenfragen, digitale Assistenten lösen Alltagsprobleme, Roboter übernehmen immer mehr Aufgaben. Hat der klassische Mobilfunk-Shop da noch eine Zukunft? Durchaus. Denn was Technik allein kaum ersetzen kann, ist persönliche Beratung: zuhören, Kundenwünsche erkennen und passende Lösungen finden. Gerade bei der Vielfalt an Tarifen, Smartphones und digitalen Diensten bleibt das ein klarer Vorteil. Das wissen auch die Netzbetreiber und rüsten ihre Shops mit modernen Raumkonzepten, interaktiven Technikwelten und digitalen Services auf. Doch die schönste Ausstattung nützt wenig, wenn die Beratung nicht überzeugt. Hier zählt vor allem kompetentes Personal, das die Kunden mit Engagement auf Augenhöhe berät. Ob die Anbieter diesem Anspruch gerecht werden und wie es um die Qualität ihrer Shops steht, klärt der Test.

Deutsche Telekom

Die Telekom bleibt das Maß der Dinge: Ihre Shops überzeugen mit hochwertiger Ausstattung, die Teams mit erstklassiger Beratung. In 23 getesteten Städten lautet das Urteil „überragend“, vier Shops holen sogar die volle Punktzahl. Damit fällt der erneute Gesamtsieg noch deutlicher aus.

DBei aller Digitalisierung setzt die Telekom weiter auf den persönlichen Kundenkontakt. Rund 500 Shops bilden das Rückgrat ihres stationären Vertriebs. Zugleich will der Konzern mit kleineren, flexiblen Formaten nachlegen: 50 weitere sind für 2027 geplant. Wie die Zukunft des Shopbesuchs aussehen könnte, zeigt der neue Dortmunder Flagship-Store mit KI-Avatar, Erlebnisflächen und eigener Kaffeebar. Doch nicht nur bei den neuen Konzepten hat die Telekom einiges zu bieten. Auch die getesteten Shops machen ordentlich was her: meist großzügig, gepflegt und übersichtlich gestaltet, mit einer breiten Auswahl aktueller Smartphones. Bequeme Sitzgelegenheiten und kleine Aufmerksamkeiten wie Kaffee oder Wasser machen den Aufenthalt angenehm. Doch die eigentlichen Stars sind die Berater und Beraterinnen. Mit ihrer herzlichen, zugewandten Art sorgen sie von Beginn an für eine angenehme Atmosphäre. Bei der Tarifwahl gehen sie gründlich vor, berücksichtigen die persönlichen Nutzungsgewohnheiten und haben schnell das passende Angebot parat. Auch bei Preisen und Vertragsbedingungen bleibt kaum eine Frage offen.
Auch bei der Geräteberatung sind die Telekom-Profis auf Zack. Ob Kamera, Akku oder die immer wichtigeren KI-Funktionen: Die Teams kennen sich bestens aus, führen die Smartphones vor und lassen die Besucher selbst Hand anlegen. Schließlich soll die Kundschaft die Geräte nicht nur bestaunen, sondern auch ausprobieren. Und weil die Telekom als Komplettanbieter neben Mobilfunk auch Festnetz und Internet im Programm hat, gehört Glasfaser ebenfalls zum Beratungsrepertoire. Die Unterschiede zu Kabel und DSL sowie die Vorzüge der Glasfasertechnik bringen die Mitarbeitenden ebenso verständlich rüber wie Erklärungen zu eSIM oder WLAN-Calling. Dabei bleibt der Ton angenehm persönlich.
Unterm Strich liefert die Telekom erneut eine starke, nahezu durchweg überzeugende Teamleistung ab. Die Beratung hat gegenüber dem Vorjahr nochmals zugelegt, kleinere Schwächen fallen kaum ins Gewicht. So baut der Bonner Konzern seinen Vorsprung aus und verteidigt den Testsieg mit seinem bislang besten Ergebnis.

connect ÜBERRAGEND (492 von 500 Punkten)

Vodafone

Die Düsseldorfer sind auf dem Vormarsch: Nach dem „sehr gut“ im Vorjahr schafft Vodafone den Sprung auf „überragend“ und teilt sich mit Telefónica O2 punktgleich den zweiten Platz.

Der Konzern drückt aufs Tempo: Das Mobilfunknetz soll gestärkt, das Festnetzgeschäft vorangebracht und der Service verbessert werden. Dabei bleiben die Shops ein wichtiger Draht zur Kundschaft. Wie gut das inzwischen funktioniert, zeigt unser Test. Beim Ladenkonzept

connect

Mobilfunk-Shoptest DACH 2026

umlaut Part of Accenture

hat Vodafone ein gutes Händchen: Die Shops bieten viel Platz, sind übersichtlich gestaltet und setzen die ausgestellte Technik gekonnt in Szene. Smartphones, Tablets und Zubehör sind ansprechend präsentiert, viele Geräte stehen zum Ausprobieren bereit. Auch an Sitzgelegenheiten und Getränken fehlt es selten. Nur vereinzelt dürfte der Wartebereich etwas komfortabler ausfallen.
Doch dafür zeigt sich die Vodafone-Crew sehr kundennah: Die meisten im Team sind ausgesprochen freundlich, offen und entgegenkommend. Viele nehmen sich reichlich Zeit, fragen genau nach und lassen auch bei komplizierteren Anliegen nicht locker. Insbesondere bei der Tarifberatung zeigt sich, wie gut die Teams aufgestellt sind: Statt vorschnell einen Vertrag zu präsentieren, klopfen sie das Nutzungsverhalten ab, vergleichen Datenpakete und schlüsseln die Kosten verständlich auf. Oft kommen auch passende Kombiangebote für Internet, TV oder weitere Familienmitglieder zur Sprache.
Wer Ausschau nach einem neuen Smartphone hält, bekommt nicht nur die technischen Daten aufgezählt. Die Berater führen verschiedene Modelle vor, erklären die unterschiedlichen Funktionen anschaulich und lassen die Besucher selbst ausprobieren. Erfreulich: Nicht immer muss es das teuerste Smartphone sein. Wer hauptsächlich chattet, surft oder soziale Netzwerke nutzt, bekommt auch ein günstigeres Modell empfohlen. Bei den Diensten ist die Vodafone-Truppe ebenfalls gut im Thema. Gerade beim Festnetz kann sie mit ihrem Wissen punkten: Wer fragt, was Glasfaser gegenüber Kabel bringt, bekommt in der Regel eine genaue Einordnung.

Das macht sich auch im Ergebnis bemerkbar: Die Düsseldorfer steigen in die höchste Notenklasse auf und liegen gleichauf mit Telefónica O2 mit etwas Abstand hinter Telekom.

connect ÜBERRAGEND (478 von 500 Punkten)

Telefónica O2

Während der Konzern auf Sparkurs ist, liefert die O2-Crew eine Spitzenleistung ab: Die Münchner steigern sich von „sehr gut“ auf „überragend“, klettern vom dritten auf den zweiten Platz und ziehen mit Vodafone gleich. Respekt!
Für Telefónica Deutschland sind es keine leichten Zeiten. Der Wegfall des Großkunden 1&1 und der harte Wettbewerb setzen dem Münchner Netzbetreiber zu. Mit schlankeren Strukturen, mehr KI und attraktiven Kombiangeboten soll das Geschäft wieder wachsen. Dafür wird kräftig gespart: Bis Ende 2026 sollen bis zu 1100 Stellen wegfallen und rund 60 eigene Shops schließen.
Umso erstaunlicher, was die O2-Mannschaft auf der Verkaufsfläche leistet, von Krisenstimmung ist nichts zu spüren. Die O2-Shops fallen unterschiedlich groß aus, sind aber durch die Bank ansprechend gestaltet. Das typische Blau prägt das Ambiente, Smartphones und Zubehör sind gut sortiert und meist frei zugänglich. Nur bei der Diskretion an den Beratungstischen gibt es vereinzelt Luft nach oben. Dafür stimmt die Chemie mit dem Personal. Die Verkäufer empfangen ihre Besucher freundlich, sind aufmerksam und nehmen sich Zeit. Ein Sitzplatz oder Kaffee wird häufig gleich angeboten. Vor allem aber merkt man: Die Leute haben Lust auf ihren Job. Bei der Tarifberatung zeigen sie ein gutes Gespür für den Kundenbedarf, fragen das Nutzungsverhalten ab und empfehlen passende Angebote. Aktuelle Aktionen und Rabatte haben sie ebenfalls parat. So gibt es mitunter mehr Leistung für weniger Geld. Auch Kombivorteile mit dem heimischen Internetanschluss werden berücksichtigt.
Bei der Geräteberatung stellen die O2-Leute ihr Können eindrucksvoll unter Beweis. Die Mitarbeitenden kennen die Stärken aktueller Modelle, gehen ins Detail und lassen die Kunden selbst testen, was etwa KI-Funktionen im Alltag bringen. Dass für WhatsApp oder ChatGPT kein teures Flaggschiff nötig ist, geben sie den Interessierten mit auf den Weg. Auch bei Technikfragen sitzt das Wissen. Den Unterschied zwischen DSL und Glasfaser erklärt ein Verkäufer anschaulich mit zwei unterschiedlich dicken Wasserrohren. Andere zeigen direkt am Smartphone, wie ein Hotspot funktioniert, oder erläutern WLAN-Calling im Ausland. Auch in puncto eSIM und Roaming gibt es meist fundierte Antworten.

Bemerkenswert: Mit satten 45 Punkten mehr als im Vorjahr holt O2 erstmals die Gesamtnote „überragend“ und teilt sich mit Vodafone den zweiten Platz.

connect ÜBERRAGEND (478 von 500 Punkten)

Freenet

Der Service-Provider steigert seine Beratungsqualität und macht einen kräftigen Satz nach vorn: Nach dem „gut“ im Vorjahr holen die Büdelsdorfer diesmal ein „sehr gut“.
Freenet baut seine Vertriebskraft weiter aus. Mit der Übernahme von Mobilezone Deutschland und der verlängerten Partnerschaft mit MediaMarktSaturn stärkt der Mobilfunkanbieter seine Marktposition. In den eigenen Shops setzt man auf die enge Verzahnung mit dem Online-Handel und eine Beratung nach Maß. Wesentlicher Vorteil: Freenet kann Tarife in allen deutschen Mobilfunknetzen anbieten.
Und wie läuft's vor Ort? Die meist kleineren Shops sind modern eingerichtet, die Smartphones gut präsentiert und größtenteils einsatzbereit. Nur beim Platzangebot wird es gelegentlich eng. Dafür macht das Personal einiges wett: Die Verkäufer sind überwiegend freundlich, aufgeschlossen und engagiert. Einzelne lassen allerdings etwas Aufmerksamkeit vermissen.
Bei den Tarifen zeigt Freenet, was in der Mannschaft steckt. Die meisten fragen gezielt nach, vergleichen Angebote und finden passende Lösungen. Kundenfreundlich: Nicht immer wird das teuerste Paket empfohlen. Vereinzelt bleiben jedoch wichtige Details offen oder der Verkaufsdruck ist etwas zu hoch.
Bei der Geräteberatung geht es praxisnah zu. Viele Mitarbeiter kennen sich gut aus, führen Smartphones vor und erklären deren Vorzüge verständlich. Bei Fragen zu digitalen Diensten und neuen Technologien beweisen sie ebenfalls Sachkenntnis. Nur gelegentlich fallen die Erklärungen etwas knapp aus.

Alles in allem: Freenet präsentiert sich deutlich sicherer und kundenorientierter als im Vorjahr und verbessert sich so um eine ganze Note.

connect SEHR GUT (447 von 500 Punkten)

connect

Mobilfunk-Shoptest DACH 2026

umlaut
Part of Accenture

Österreichische Shops im Test

Ansprechende Shops, freundlicher Empfang, kompetente Beratung und viel Engagement: Bei unseren Nachbarn stimmt der Service. Die Verkaufsteams machen einen starken Job. Alle drei Netzbetreiber holen ein „sehr

A1: auf Topniveau

Als Komplettanbieter für Mobilfunk, Internet und TV setzt der Marktführer auf vielseitige Shops. Die Rechnung geht auf: Die Läden sind übersichtlich, gut ausgestattet und bieten aktuelle Smartphones zum Ausprobieren.

Vor allem im Kundenkontakt spielt A1 seine Qualitäten aus: Die Mitarbeiter empfangen ihre Kunden herzlich, nehmen sich Zeit und überzeugen mit fundiertem Fachwissen. Bei den Tarifen fragen sie genau nach, rechnen Angebote durch und empfehlen auch günstigere Lösungen, wenn sie besser passen. Dabei haben sie aktuelle Preisaktionen im Blick und weisen die Kundschaft aktiv darauf hin. Bei Smartphones wird es anschaulich: Die Verkäufer vergleichen Modelle, führen Funktionen vor und geben den Besuchern die Geräte in die Hand. Selbst bei speziellen Technikfragen bleiben sie souverän und zuvorkommend. Einige prüfen direkt, ob am Wohnort Glasfaser verfügbar ist.

Mit 29 Punkten mehr als im Vorjahr bleibt A1 unangefochten Österreichs Nummer eins. Ein rundum überzeugender Auftritt.

connect SEHR GUT (446 von 500 Punkten)

Drei: Weiter auf Kurs

Drei setzt auf eher kompakte Läden, in denen Mobilfunk, Smartphones und Internet aus einer Hand angeboten werden. Die Shops sind gepflegt und überwiegend übersichtlich, eine Vielzahl von Smartphones werden anschaulich präsentiert.

Die freundlichen Verkäufer gehen offen auf ihre Kunden zu, hören zu und erklären meist ohne große Umwege. Bei den Tarifen fragen viele gezielt nach und zeigen passende Angebote. Vereinzelt wird trotz geringen Datenbedarfs ein üppiger Tarif angepriesen. Bei der Gerätewahl beweisen die meisten Verkäufer ein gutes Gespür für Kundenwünsche. Sie kennen sich gut aus, erklären die Funktionen ausführlich und helfen, das passende Smartphone zu finden. Einige wenige bleiben dabei an der Oberfläche. Bei Fragen zu Roaming, eSIM und Internetdiensten ist das Wissen überwiegend solide, manche Auskunft dürfte aber genauer sein. Drei verbessert sich leicht, hält sein „sehr gut“ und teilt sich diesmal Rang zwei mit Magenta.

connect SEHR GUT (433 von 500 Punkten)

Magenta rückt vor

Der zweitgrößte Netzbetreiber setzt im stationären Vertrieb auf großzügige Shops, die das gesamte Angebot der Telekom-Tochter unter einem Dach vereinen: vom Smartphone über Mobilfunktarife bis zum Internetanschluss für zu Hause. Die Verkaufsräume sind hell, geschmackvoll eingerichtet und bieten viel Platz für die ausgestellten Smartphones und persönliche Gespräche.

Magenta punktet mit fundiertem Know-how: Die Verkäufer wirken gut geschult, treten selbstbewusst auf und bringen selbst komplizierte Sachverhalte verständlich auf den Punkt. Statt bloß Angebote herunterzubeten, erklären sie, welche Leistungen sich tatsächlich lohnen und wo sich Kosten sparen lassen. Besonders fair: Einzelne raten sogar zum Gerätekauf im Fachhandel, wenn das für den Kunden günstiger ist. Dabei haben sie nicht nur die Preise, sondern auch die Technik im Griff: Ein Verkäufer ließ etwa verschiedene Handys dasselbe Motiv fotografieren, um die Bildqualität zu vergleichen. Auch bei Fragen zu Roaming, WLAN-Telefonie und Festnetzanschlüssen geraten die meisten nicht ins Schwimmen und können auch komplexe Sachverhalte verständlich erklären. Ganz ohne Ausreißer läuft es aber nicht: Manche Antworten fallen etwas knapp aus, und technische Details bleiben zum Teil ungeklärt. Auch musste ein Shopbesuch abgebrochen werden, weil die maximale Wartezeit von 30 Minuten deutlich überschritten wurde.

connect SEHR GUT (433 von 500 Punkten)

Schweizer Shops im Test

Die Schweizer sind stolz auf ihren Käse, ihre feine Schokolade und ihre Neutralität. Auch beim Kundenservice spielen sie in der Spitzenklasse. Im Shoptest holen die drei Netzbetreiber zweimal „sehr gut“ und einmal sogar

Swisscom: Eine Klasse für sich

Swisscom macht keine halben Sachen. Der Marktführer will seine Shops zu zentralen Anlaufstellen für alle Kundenbelange machen. Das sieht man den großzügigen, erstklassig ausgestatteten Filialen an, die reichlich Komfort und Technik bieten. Eine Besonderheit sind die „Customer Care Cabins“: in den kleinen Kabinen, die an Telefonzellen erinnern, verbinden sich Kunden per Videochat direkt mit der Service-Hotline. So lassen sich Anliegen ungestört klären, ohne im Shop Schlange zu stehen. Praktisch, diskret und ganz im Sinne der Kunden. Ein Angebot, mit dem sich Swisscom von den Wettbewerbern abhebt.

Die Mannschaft spielt ebenfalls in der ersten Liga: Die Verkäufer sind ausgesprochen zuvorkommend, haben ein feines Gespür für Kundenanliegen und überzeugen mit einer Kompetenz, die weit über das Übliche hinausgeht. Bei den Tarifen wägen sie sorgfältig ab, berücksichtigen Auslandsaufenthalte und finden oft günstigere Lösungen. Auch bei der Gerätewahl sitzen die Empfehlungen. Statt sich

connect

Mobilfunk-Shoptest DACH 2026

umlaut Part of Accenture

in technischen Daten zu verlieren, erklären die Verkäufer, worauf es im Alltag ankommt. Bei Fragen zu Glasfaser, Roaming und mobilen Hotspot liefern sie präzise und verständliche Antworten.

Vor allem bei der Tarif- und Diensteberatung hat Swisscom kräftig zugelegt. Das Ergebnis: 23 Punkte mehr als im Vorjahr, erstmals „überragend“ und ein klarer Vorsprung auf die Konkurrenz, ähnlich wie wie bei der Telekom, die hierzulande ebenfalls den Ton angibt.

connect ÜBERRAGEND (484 von 500 Punkten)

Sunrise: Fachlich auf Zack

Sunrise feilt weiter an seinem Shopkonzept und setzt dabei vor allem auf persönlichen Service. Die Sunrise-Shops präsentieren sich aufgeräumt und einladend. Smartphones stehen griffbereit, das Angebot ist gut sortiert und gemütliche Sitzecken sorgen für eine entspannte Atmosphäre.

Beim Empfang lässt Sunrise nichts anbrennen. Die Verkäufer sind sofort zur Stelle, bleiben auch bei vollem Laden gelassen und haben für jeden ein offenes Ohr. Dafür gibt es glatte 50 Punkte. Bei den Tarifen nehmen sich die Verkäufer Zeit, vergleichen Angebote und achten darauf, dass auch die Kosten im Ausland stimmen. Ebenso gut kennen sie sich mit Smartphones aus, erklären die Unterschiede und geben praktische Tipps. Auch bei Fragen zu Glasfaser und anderen Diensten wissen sie bestens Bescheid.

In puncto Kompetenz hat Sunrise deutlich aufgeholt: Unterm Strich stehen 17 Punkte mehr als im Vorjahr. Prima Auftritt!

connect SEHR GUT (468 von 500 Punkten)

Salt: Klein, aber fein

Der kleinste Netzbetreiber unter den Dreien betreibt meist kleinere Filialen, die modern eingerichtet, optisch ansprechend und gut sortiert sind.

Auch die Mannschaft leistet gute Arbeit: die Verkäufer sind freundlich und zuvorkommend, hören aufmerksam zu und liefern überwiegend eine fundierte Tarifberatung. Allerdings sitzt nicht bei allen jedes Detail. Zwar bleiben hier und da Fragen offen oder Antworten etwas knapp. Doch bei Hardware und digitalen Diensten beweisen die Verkäufer meist ein gutes Händchen und und solides Wissensspektrum.

Salt hält seine gute Form und sichert sich mit nahezu unveränderter Punktzahl erneut ein„sehr gut“.

connect SEHR GUT (432 von 500 Punkten)

So haben wir getestet

109 Tester haben 356 Mobilfunk-Shops in Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter die Lupe genommen.

Eine große Anzahl an connect-Tester haben 356 Mobilfunk-Shops in Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz unter die Lupe genommen.
Dabei wurden alle Shops jeweils zwei Mal aufgesucht: Die connect-Mitarbeitenden traten beim ersten Check als Normalnutzer auf, der etwa zwei Stunden Telefonaufkommen im Monat hat und an E-Mail-Abruf, Facebook, WhatsApp und Musik via Internet sowie an Urlaubstarifen interessiert ist (Datenaufkommen von 50 GB pro Monat). Beim zweiten Besuch charakterisierten sich die Tester als Wenignutzer mit knapp einer halben Stunde Telefonie im Monat, der ab und an E-Mails checken, WhatsApp nutzen und sporadisch im Web surfen will (Datenverbrauch 10 GB pro Monat).

Ausstattung/Atmosphäre (50 Punkte)

Hier zählen die Größe des Shops im Verhältnis zu Publikumsmenge, Lärmpegel und Gastlichkeit und vor allem die Gerätepräsentation: Waren echte Handys zum Ausprobieren vorhanden oder nur Attrappen?

Auftreten des Mitarbeiters (50 Punkte):

Neben Freundlichkeit ist hier wichtig, ob der Verkäufer oder die Verkäuferin aktiv auf Kunden zugeht.

Tarifberatung (175 Punkte):

Geht das Personal auf meine Nutzungsanforderung ein, bekomme ich eine passende Tarifempfehlung?

Geräteberatung (100 Punkte):

Wird das optimale Smartphone für meine Bedürfnisse empfohlen? Kann das Personal die Funktionen erklären? Wie werden die neuen KI-Features erklärt?

Diensteberatung (125 Punkte):

Weiß der Berater über die aktuelle Netztechnik gut Bescheid? Wie fällt die Beratung in puncto Smartphone und Auslandeinsatz aus?