

Pressemitteilung

Mobilfunk-Studie: Trend zu unbegrenztem Internet provoziert Anbieter-Preiskampf – Richten sich Tarife bald nach Speed?

Jeder fünfte Mobilfunknutzer nutzt bereits Verträge ohne Datenlimit. Zukünftig wollen mehr als 40 Prozent der Kunden einen solchen Tarif wählen. Das zeigt eine Studie* der Strategieberatung Simon-Kucher & Partners und macht deutlich: Mobilfunk-Anbieter sehen sich mit einem Preiskampf konfrontiert, neue Bezahlmodelle müssen her. Das wahrscheinlichste Szenario: Tarife basierend auf Speed und Zusatzservices.

Bonn, 25. April 2022 – Wie sieht die Zukunft der Telekommunikationsservices aus? Das untersuchte das globale Beratungsunternehmen Simon-Kucher und Partners mit einem besonderen Fokus auf Mobilfunk. Die wichtigste Erkenntnis: Immer mehr Kunden (20 Prozent) nutzen Verträge ohne Datenlimit. Und das Interesse an solchen Bezahlmodellen wächst weiter. Ganze 53 Prozent der Mobilfunknutzer finden derartige Angebote attraktiv. Ein Großteil (41 Prozent) äußert sogar eine konkrete Kaufabsicht.

„Mit dem steigenden Volumen von unbegrenzten Datentarifen funktioniert die aktuelle ‚More for the same‘ Preisstrategie nicht mehr. Mobilfunkanbieter sollten jetzt ihre Strategie wechseln, bevor das Preisniveau in den Keller geht“, warnt Kajetan Zwirgmaier, der als Partner bei Simon-Kucher den Bereich Telekommunikation leitet.

Neue Bezahlmodelle müssen sich an der Kaufmotivation ausrichten

Wie aber kann eine solche Lösung aussehen? „Immer mehr Kunden fordern unbegrenztes Internet, dieser Entwicklung können sich Anbieter nicht entziehen. Schon bald wird ein solches Angebot Standard sein. Monetarisierung muss daher auf anderen Wegen erfolgen. Beispielsweise über Speed. Dies ist schließlich mit die größte Kaufmotivation“, sagt Alexander Zimm, Senior Manager bei Simon-Kucher. Das belegen auch die Zahlen. So ist Geschwindigkeit (48 Prozent) nach Netzstabilität (62 Prozent) und Preis (52 Prozent) aktuell das wichtigste Kriterium für Mobilfunkkunden in Deutschland.

Preismodelle zur Zahlungsbereitschaft rücken in den Fokus

„Mobilfunkanbieter sollten jetzt genau zwei Themen priorisieren: Erstens muss auf Basis verlässlicher Preismodelle präzise ermittelt werden, was die Zahlungsbereitschaft für ein Angebot ohne Datenlimit abhängig von Geschwindigkeit oder anderen Preismetriken ist. Zweitens muss gegenüber Kunden schnellstmöglich ein neues Preismodell etabliert werden“, erklärt Kajetan Zwirgmaier, Partner bei Simon-Kucher & Partners.

Investitionen in Mobilfunktarife steigen

Die Simon-Kucher-Studie zu Telekommunikationsservices zeigt dabei: Jetzt ist der beste Zeitpunkt für eine Umstellung der Tarife. Der Grund? Für Kunden hat die Wichtigkeit des Mobiltelefons weiter zugenommen, ist zu einem noch integraleren Bestandteil geworden. So planen Konsumenten aktuell vor allem neue Mobilfunk-Verträge abzuschließen (42 Prozent). Auf Grund der andauernden hybriden Arbeitssituation, sind aber auch neue Breitband (16 Prozent) und TV (22 Prozent) Verträge weiterhin im Kundenfokus.

Erhöhte Relevanz bietet Chancen zur Monetarisierung

Gleichzeitig steigt die Zahlungsbereitschaft der Kunden. Bewerteten vor Covid noch 59 Prozent Telekommunikations-Services als teuer, stimmen mittlerweile nur 47 Prozent dieser Aussage zu. Und das, obwohl für 80 Prozent die Kosten vollkommen transparent sind. „Dass das wahrgenommene Preis-Leistungsverhältnis für Telko-Services steigt, kann und sollte jetzt zur Monetarisierung genutzt werden“, sagt Žiga Lešnik, Director bei Simon-Kucher & Partners. „Denn auch wenn die Aggressivität der Player im Kampf um die Kunden steigt, müssen die Spielregeln schnell geändert werden, wenn die Anbieter einem dramatischen ARPU-Verfall, also einem signifikant geringeren Erlös pro Kunde, entgegenwirken wollen.“

Jeder Vierte plant den Mobilfunkanbieter zu wechseln

Eine Möglichkeit für stabile Einnahmen: Neukundengewinnung. Die Studienergebnisse bestätigen das Potential: „63 Prozent der Kunden ist bewusst, dass ihre Vertragslaufzeit abgelaufen ist, und sie jederzeit den Anbieter wechseln könnten. 39 Prozent geben an, dass sie dies bei einem guten Angebot der Konkurrenz auch tun würden“, führt Alexander Zimm, Senior Manager bei Simon-Kucher aus. Konkret plant jeder vierte (24 Prozent) sich in den nächsten 12 Monaten von seinem bisherigen Anbieter trennen zu wollen.

Diese Wechsel-Argumente müssen Telko-Anbieter jetzt kennen

Wie aber können Anbieter für wechselbereite Kunden attraktiv werden? Speed ist sowohl bei Mobilfunk-Angeboten (39 Prozent) als auch für Festnetzlösungen das Hauptargument. Der Preis (24 Prozent) liegt auf Platz 2, gefolgt von 5G (20 Prozent) und dem Wunsch nach einem höheren/unlimitierten Datenvolumen (17 Prozent). Locken lassen sich Kunden aber auch mit Extras wie einer zusätzlichen SIM-Karte für beispielsweise Tablets oder Smart-Watches (Data only), die mit 35 Prozent bereits doppelt so viele Verbraucher interessiert wie im Vorjahr.

****Über die Studie:** Die Ergebnisse basieren auf einer repräsentativen Umfrage von Simon-Kucher & Partners im März 2022 unter insgesamt 405 Teilnehmern in Deutschland, die zu ihrer Einstellung bzgl. Telekommunikationsservices (Breitband, Mobilfunk, Festnetz und TV) befragt wurden.*

***Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants:** Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit über 1.700 Mitarbeitern in 42 Büros weltweit vertreten.*

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

www.simon-kucher.com