



## Telekommunikationsbranche

# Verwirrung im Tarifdschungel des Telekommunikationsmarkts

Fast täglich werden deutsche Konsumenten mit verlockenden Tarifangeboten für Handy, Festnetz und Internet gelockt. Telekommunikationsanbieter werben mit immer günstigeren Preisen, Zusatzleistungen und Geschenken. Dieser Wettbewerb sorgt augenscheinlich vor allem für eins: Verwirrung. Mehr als zwei Drittel der Deutschen haben den Überblick im Tarifdschungel verloren. Besonders die Generation 60 Plus hat Orientierungsschwierigkeiten. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von PricewaterhouseCoopers (PwC).

Die Vielzahl der Tarife und Sonderaktionen sorgt nicht notwendigerweise für mehr Wechselbereitschaft bei den Kunden. Viele bleiben lieber ihrem Anbieter treu, als sich ihren Weg durch den Tarifdschungel zu bahnen. Die Umfrage unter 1003 Telekommunikationskunden zeigt, dass sich fast vier von fünf Befragten kaum oder sogar überhaupt nicht für neue Tarifangebote interessieren. Knapp 60 Prozent wollen an ihren Verträgen auch gar nichts ändern, und ebenso viele Befragte haben in den letzten drei Jahren weder ihren Festnetz- noch ihren Handy- oder Internet-Anbieter gewechselt.

### Kaum Wechselbereitschaft - nur Unsicherheit

Besonders resistent zeigt sich die Generation 60 Plus: 71 Prozent dieser Altersgruppe gaben an, ihren Anbieter in den letzten Jahren nicht gewechselt zu haben. Auch das Bildungsniveau hat Einfluss auf die Wechselbereitschaft. So sind 67 Prozent der Befragten mit Volks- oder Hauptschulabschluss in den vergangenen Jahren ihren Anbietern treu geblieben, aber nur 53 Prozent der Kunden mit Abitur oder Hochschulabschluss.

Für die geringe Wechselbereitschaft gibt es zahlreiche Gründe. Die Mehrheit der Befragten glaubt nämlich nicht an weitere Einsparpotenziale durch einen Anbieterwechsel. Immerhin 57 Prozent der Festnetz- und 59 Prozent der Mobilfunkkunden sind davon überzeugt, bereits den günstigsten Tarif zu nutzen. Beim Internet sind es sogar 62 Prozent.

#### Tarifpakete erschweren Wechsel

Das "Beharrungsvermögen" bei einem Anbieter dürfte aber auch darauf zurückzuführen sein, dass sich viele Befragte für den Abschluss eines Tarifpakets für Festnetz, Internetanschluss und häufig auch Mobilfunk entschieden haben und einzelne Vertragskomponenten daher nicht oder nur schwer verändern können. Mittlerweile nutzen

nämlich 54 Prozent ein solches Komplettangebot, 37 Prozent haben Einzelverträge und nur sechs Prozent setzen auf eine Kombination aus beidem. Zudem sind viele Befragte über das Resultat ihrer bisherigen Anbieterwechsel frustriert. Denn in der Vergangenheit stellte jeder Dritte nach dem Vertragswechsel fest, dass das vermeintliche Schnäppchen im Vergleich zu Konkurrenzangeboten zu teuer war.

### Festnetztelefonierer sind treue Kunden

Bei der Wahl des Vertragsanbieters spielt vor allem die Netzqualität eine große Rolle. Mit 77 und 78 Prozent wird diese als häufigster Grund für die Wahl des Festnetz- oder Mobilfunkanbieters genannt. Weitere Entscheidungskriterien sind das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die Service- und Beratungsleistung des Anbieters. Gut die Hälfte der Befragten bleibt aber auch aus Tradition bei ihrem Festnetzanbieter. Der Faktor "Treue" landet auch bei der Wahl des Mobilfunkanbieters mit 44 Prozent unter den Top 5 der Entscheidungskriterien. Die älteren Befragten sind dabei traditionsbewusster als die jüngeren. Für die Altersgruppe der 14-bis 39-jährigen sind andere Kriterien für die Angebotswahl ausschlaggebend. Denn sie treffen ihre Entscheidung eher aufgrund von Empfehlungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis.

### Keine Verbindung: Handy und Internet

Das Thema mobiles Internet ist bei den deutschen Verbrauchern noch nicht angekommen. Rund 90 Prozent der befragten Haushalte gaben an, mit ihrem privaten Handy nicht im Internet zu surfen. Der Grund: Sie brauchen es nicht (65 Prozent). Weitere 22 Prozent haben Sorgen wegen zu hoher Kosten und 13 Prozent wissen nicht, was mobiles Internet ist und wie es funktioniert. Zwölf Prozent gaben an, mit dem eigenen Handy keinen Internet-Zugang zu haben.

Um die Umsätze mobiler Datendienste weiter auszubauen, sind Mobilfunkunternehmen gefordert. Denn sie müssen mit geeigneten Mitteln den Nutzen des mobilen Internets klarer kommunizieren und die Hemmschwelle der Kunden durch eine einfache und attraktive Tarifstruktur herabsetzen.

#### Lesen Sie dazu

Onlinebefragung für Telekommunikationsunternehmen  
 Network Sharing: Strategische Handlungsalternative  
 Mobile Advertising

### Ansprechpartner

Dr. Arno Wilfert    Dr. Christina Müller

---

Moskauer Straße 19 40227 Düsseldorf Tel.: 0211 981-4893 Fax: 0211 981-1820	Moskauer Straße 19 40227 Düsseldorf Tel.: 0211 981-1317 Fax: 0211 981-1338	PricewaterhouseCoopers AG - Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Verwirrung im Tarifdschungel des Telekommunikationsmarkts - Stand 29.08.2008
---	---	--

© 2008 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved. PricewaterhouseCoopers refers to the network of member firms of PricewaterhouseCoopers International Limited, each of which is a separate and independent legal entity.

---