

„Studie enthüllt: 56 % der Verbraucher halten Telekom-Verträge für zu teuer“

Eine aktuelle Telko-Studie zeigt: Über 50% der Verbraucher empfinden Telekom-Verträge als zu teuer, jeder Fünfte denkt an einen Anbieterwechsel.

München (ots)

Die aktuelle **Simon-Kucher Telko-Studie** belegt eine besorgniserregende Entwicklung unter den Verbrauchern in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Über die Hälfte der Befragten (56 Prozent) empfindet ihre Telekommunikationsverträge als zu teuer. Dies ist ein spürbarer Anstieg im Vergleich zu den 47 Prozent des Vorjahres, die mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis unzufrieden waren. Die finanzielle Belastung wiegt schwer, vor allem in Zeiten der Inflation, was dazu führt, dass viele Kunden darüber nachdenken, ihren Anbieter zu wechseln.

Dieses Umdenken betrifft nicht nur die Mobilfunkverträge, sondern auch TV- und Internet-Abonnements. Jeder fünfte Kunde (21 Prozent) erwägt bereits aktiv einen Wechsel, was die Dynamik in der Telekommunikationsbranche erheblich beeinflusst. Kajetan Zwirgmaier, Partner und Global Telco Group Lead bei Simon-Kucher, weist darauf hin: „Inflationsbedingte Preisanpassungen und ein schwieriges Marktumfeld haben die Kundenwahrnehmung verschlechtert.“ Diese Entwicklungen sind nicht nur ein Warnsignal für die Anbieter, sondern auch ein Hinweis auf die Notwendigkeit zur Anpassung ihrer Angebote.

Steigende Preisdiskrepanz und

Anbieterwechsel

Laut der Studie wird deutlich, dass bestehende Mobilfunkverträge im Durchschnitt 15 Prozent teurer sind als neue Angebote. Dieses Phänomen, bekannt als **Opportunitätskosten**, hält viele Kunden aus Rigidität oder Unsicherheiten in ihrer aktuellen Vertragsbindung. „Preisoptimierer“, die bereit sind zu wechseln, können erheblich Geld sparen, wenn sie sich für Neuabschlüsse entscheiden. Die Telko-Unternehmen stehen damit unter Druck, ihre Preisstrukturen zu überprüfen, um die Treue ihrer Kunden nicht zu gefährden.

Die Herausforderung für die Anbieter liegt darin, die Werte ihrer Dienstleistungen attraktiv zu gestalten. Neue Wettbewerber, insbesondere im Discount-Bereich, haben das Preis-Leistungs-Verhältnis zusätzlich verschärft, was die Kunden dazu motiviert, günstige Alternativen zu suchen.

Innovative Angebote für höhere Kundenzufriedenheit

Ein weiterer Trend lässt sich bei der Nachfrage nach **Unlimited Tarifen** feststellen. Bereits 55 Prozent der Befragten nutzen solche Verträge, ein Anstieg gegenüber 46 Prozent im Vorjahr. Diese Nachfrage wird angeheizt durch das zunehmende Datenvolumen, das Verbraucher für Apps und Streaming nutzen. Daher sind die Anbieter gefordert, attraktive Unlimited-Pakete zu schnüren, um die Kunden zu halten.

Zusätzlich zeigt sich, dass kombinierte Angebote mit Streamingdiensten wie Netflix und Spotify das Interesse der Verbraucher erheblich steigern können. Laut der Studie würden 58 Prozent der Kunden einen Mobilfunk- oder Breitbandvertrag bevorzugen, wenn Netflix im Angebot inkludiert ist. Für Spotify liegt der Wert sogar bei 56 Prozent. Solche Zusatzdienste könnten den entscheidenden Unterschied ausmachen, wenn es

um die Wahl eines Anbieters geht.

Ein sehr spannender Aspekt der Studie, der die Kaufentscheidung der Verbraucher beeinflusst, ist das Konzept von **Device-as-a-Service**, bei dem Kunden Smartphones im Rahmen ihrer Verträge leasen können. Diese Lösung bietet ein Upselling-Potenzial von bis zu 12 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Mobilfunkverträgen. Kunden scheinen bereit zu sein, mehr zu zahlen, wenn sie dafür ein Gerät inklusive Vertrag erhalten können.

Die Studie, die im Mai 2024 durchgeführt wurde, befragte 1.203 Konsumenten in der DACH-Region und beleuchtet die Wahrnehmung von Preis und Wert im Telekommunikationsbereich. Es geht nicht nur um die Preise, sondern auch um die Qualität und den Service, die die Unternehmen anbieten, um die Loyalität ihrer Kunden zu stärken.

Wachsende Bedenken hinsichtlich der Preis-Leistungs-Verhältnisse

In einem hart umkämpften Markt müssen Telekommunikationsanbieter dringend ihre Strategien überdenken, um ihre Kunden zu halten und gleichzeitig neue Zielgruppen zu erreichen. Die aktuelle Telko-Studie stellt klar, dass Verbraucher nicht nur nach den besten Preisen suchen, sondern auch nach Mehrwert und innovativen Zusatzangeboten, die ihre Gesamterfahrung verbessern. Diese Entwicklungen zeigen, dass die Telekommunikationslandschaft sich im Wandel befindet und Unternehmen gefordert sind, kreative Lösungen zu bieten, um im Markt relevant zu bleiben.

Hintergrund der Telekommunikationsbranche

In den letzten Jahren hat sich die Telekommunikationsbranche in

Deutschland, Österreich und der Schweiz erheblich verändert. Diese Veränderungen sind größtenteils auf den zunehmenden Wettbewerb, technologische Innovationen und Veränderungen im Konsumentenverhalten zurückzuführen. Die Digitalisierung hat nicht nur die Erbringung von Dienstleistungen revolutioniert, sondern auch die Preisstrukturen innerhalb der Branche beeinflusst. Durch den Markteintritt neuer Anbieter und Discounter ist der Wettbewerb intensiver geworden, was oft zu Preisdumping führt und die Wahrnehmung des Preis-Leistungs-Verhältnisses bei den Verbrauchern negativ beeinflusst.

Zusätzlich haben wirtschaftliche Faktoren wie die Inflation und die steigenden Kosten für Energie und Personal dazu beigetragen, dass viele Provider gezwungen sind, die Preise für ihre Dienstleistungen zu erhöhen. Diese Entwicklungen haben zahlreiche Verbraucher veranlasst, ihre bestehenden Verträge zu überdenken und alternative Angebote zu prüfen.

Aktuelle Statistiken und Verbraucherverhalten

Laut der Simon-Kucher Telko-Studie empfinden 56 Prozent der Verbraucher die Preise ihrer Telekommunikationsverträge als zu hoch. Interessant ist auch, dass ein erheblicher Teil der Befragten, etwa 21 Prozent, über einen Anbieterwechsel nachdenkt. Dies zeigt, dass die Unsicherheit in Bezug auf die Preisgestaltung und die Wahrnehmung eines schlechten Preis-Leistungs-Verhältnisses dazu führen, dass Kunden aktiv nach besseren Angeboten suchen.

Ein weiterer Trend, der hervortritt, ist der Anstieg von „Unlimited Tarifen“. 55 Prozent der Verbraucher verfügen bereits über Verträge mit unbegrenztem Datenvolumen, ein Anstieg gegenüber 46 Prozent im Vorjahr. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Verbraucher zunehmend Angebote mit umfangreichen Datenpaketen bevorzugen, was auch die Anbieter zwingt, ihre Tarife entsprechend anzupassen.

Zusätzlich zeigen die Ergebnisse, dass viele Verbraucher bereit sind, für bestimmte Zusatzangebote wie Netflix oder Spotify zu zahlen, was sich als Kaufanreiz für Telekommunikationsverträge herausstellt. Die Zahlungsbereitschaft liegt im Durchschnitt zwischen 15 und 29 Euro, was zeigt, dass Zusatzservices in der Verbraucherwahrnehmung wertvoll sind und einen erheblichen Einfluss auf die Kaufentscheidungen haben können.

Schlussfolgerung

Die Ergebnisse der Simon-Kucher Telko-Studie verdeutlichen die Herausforderungen, vor denen die Telekommunikationsanbieter stehen. Um die Kundenzufriedenheit zu erhöhen und die Abwanderung von Kunden zu verhindern, müssen die Provider ihre Preisstrukturen, Angebote und zusätzlichen Services überdenken. Der Markt ist im Wandel, und Unternehmen, die flexibel reagieren und attraktive Angebote entwickeln, werden in der Lage sein, ihre Kunden besser zu halten und neue Kunden zu gewinnen. Die Branche steht vor der Notwendigkeit, innovative Lösungen und wertvolle Dienstleistungen anzubieten, um den steigenden Ansprüchen der Verbraucher gerecht zu werden.

Die Telekommunikationsunternehmen sollten auch auf den Trend zu Unlimited Tarifen reagieren und ihre Produkte entsprechend anpassen, um im Wettbewerbsumfeld bestehen zu können.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)