

07.11.2023 - 08:00 Uhr

Telko-Studie: Großes Interesse an Kombi-Angeboten - Telko-Apps optimal als Verkaufsplattform

München (ots) -

Laut der Telko-Studie von Simon-Kucher hat der Ausbau von Kombi-Angeboten für Breitband, Mobilfunk, Festnetz und TV (FMC) noch immer großes Potential. So nutzen aktuell 53 Prozent der Verbraucher keine Kombi-Angebote, aber 64 Prozent davon ziehen bei einem Preisnachlass von 10 Prozent einen Kauf in Betracht. Die Mehrheit lässt sich dabei durch produktspezifische Benefits gewinnen. So sehen 62 Prozent vor allem Datenpakete, den Zugang zu OTT-Angeboten (Streaming) über TV-Boxen und Hardware-Rabatte als Kaufargumente. Da bereits 70 Prozent der Konsumenten Telko-Apps nutzen, eignen sich diese optimal als Verkaufsplattform.

- 47 % der Verbraucher verfügen über ein Kombiangebot aus Breitband, Mobilfunk & Co. (FMC)
- Bei einem Preisnachlass von 10 % hätten 64 % der Kunden ohne FMC konkretes Kaufinteresse
- 62 % nennen non-monetäre Benefits (Datenpakete, OTT-Dienste, Hardware-Rabatte) als Kaufargumente
- Als Zusatzservices interessieren vor allem "Grüne Tarife" und Mobile-Backups
- Zahlungsbereitschaft vor allem bei OTT-Diensten und "Device-as-a-Service" Angeboten hoch
- 70 % der Konsumenten nutzen Telko-Apps, 44 % verwenden diese für Käufe und Zusatzbuchungen

Telko-Anbieter schöpfen das Potential von FMC-Angeboten (Fixed-Mobile Convergence) gemäß der Simon-Kucher Telko-Studie noch nicht voll aus. So zeigte die Strategieberatung bereits 2022 in einer FMC-Analyse von 62 internationalen Telko-Anbietern, dass diese zwar alle monetäre Kombivorteile vergeben, aber nur wenige ihre Kunden mit produktspezifischen Benefits anwerben. Dabei stehen diese laut der Telko-Studie 2023 sogar höher im Kurs: Ganze 62 Prozent geben non-monetäre Benefits als Kaufargumente an.

Kleiner Rabatt reicht vielen Konsumenten

"Die Verbraucher senden eine klare Botschaft, dass nicht der Preis alleine zählt. Telko-Anbieter sollten sich dies für FMC-Angebote in Erinnerung rufen", unterstreicht Kajetan Zwirgmaier, Partner und Global Telco Group Lead bei Simon-Kucher. Allzu viel Überzeugungsarbeit müssen die Unternehmen dabei aber wohl nicht leisten. So sind bei einem Preisnachlass von 10 Prozent bereits 64 Prozent der Verbraucher ohne FMC am Kauf interessiert.

Was sollten FMC-Angebote enthalten?

Trotzdem mache es Sinn, sich gezielt auf die produktspezifischen Benefits zu konzentrieren. "Die Konsumenten in Deutschland wünschen sich vor allem kostenfreie unbegrenzte Datenpakete, Zugang zu OTT-Diensten über TV-Boxen und Hardware-Rabatte", so Zwirgmaier. Auch eine einheitliche konvergente Abrechnung und eine vorrangige Behandlung beim Kundensupport sind wirksame Leistungsversprechen.

Grüne Tarife besonders gefragt

Bei den Zusatzleistungen stehen neben produktspezifischen Benefits zudem "Grüne Tarife" und Mobile Backups ganz oben auf der Wunschliste der Kunden. Zahlungsbereitschaft zeigen die Verbraucher aber vor allem für OTT-Dienste und "Device-as-a-Service" Angebote. Für mobile Sicherheit und 5G-Upgrades würden die Konsumenten vergleichsweise eher weniger ausgeben wollen.

FMC-Angebote bald via Telko-App?

Die Vermarktung bietet sich laut der Simon-Kucher Telko-Studie dabei vor allem über die Apps der Anbieter an. Nicht nur, dass bereits 70 Prozent der Konsumenten Telko-Apps nutzen. 52 Prozent verwenden diese mindestens einmal in der Woche. 44 Prozent verwenden diese sogar gezielt für Käufe und Zusatzbuchungen. "Mit attraktiven FMC-Angeboten über die eigene Telko-App haben die Anbieter eine kostengünstige, effektive Plattform, um die Kunden zu erreichen", resümiert Kajetan Zwirgmaier.

**Über die Studie: Die repräsentative Simon-Kucher Telekommunikationstudie 2023 wurde im April 2023 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut CINT durchgeführt. Über 7.865 Konsumenten in 18 Ländern weltweit (DACH: n=1.292) wurden zum Marktumfeld, Service-Präferenzen und ihrem Kundenverhalten befragt. Die Pressemitteilung bezieht sich auf die Ergebnisse der Befragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz.*

Weitere bzw. vertiefende Studienergebnisse (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage. [Teil 1 der Telko-Studie](#) ist ebenso wie [Teil 2](#) bereits online verfügbar.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt

ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Pressekontakt:

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

E-Mail: pr@simon-kucher.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100913121> abgerufen werden.