



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Telekommunikation: die Hälfte der Abschlüsse erfolgt online



**Jeder zweite Telekommunikationstarif wird online abgeschlossen. Unter den Abschlussanlässen wiegen Online-Preisvergleichsportale sowie wahrgenommene Werbung jeweils ähnlich stark wie Weiterempfehlungen.**

*Esslingen am Neckar, 07. August 2019* – Die ‚Studie Unternehmensprofile Telekommunikation 2019‘ analysiert auf Basis von rund 4.200 Produktabschlüssen Struktur und Verhalten der Kunden von elf Telekommunikationsdienstleistern. In der Kundenstruktur zeigen sich deutliche Unterschiede. Aldi Talk und Lidl Connect zählen zu den jüngsten Marken, die Anbieter 1&1 sowie Telekom sind verstärkt in den älteren Altersgruppen relevant. Beim Vergleich der aktuellen Marktanteile mit den Anteilen der Abschlussabsicht erweist 1&1 die höchste positive Differenz, was auf ein zu erwartendes Plus der Abschlusszahlen hindeutet. Unter den Mobilfunkdiscountern ist vor allem bei Aldi Talk ein Zuwachs zu erwarten.

Jeder zweite Telekommunikationstarif wird online abgeschlossen. Die Filiale des Dienstleisters wird nur bei jedem fünften Produktabschluss aufgesucht. Auf die Handelsketten MediaMarkt und Saturn entfällt zusammen mit unabhängigen Telekommunikationsshops ein Viertel der Produktabschlüsse. Hier zeigen sich je nach Anbieter deutliche Unterschiede. Allein beim Onlineabschluss manifestieren sich die Anteile innerhalb einer Spanne zwischen 32 und 73 Prozent.

Der Anlass für den Abschluss eines Telekommunikationsprodukts zeigt, ob der Produktabschluss beispielsweise aufgrund einer Empfehlung, eines konkreten Bedarfs oder durch Werbung initiiert wurde. Hier liegt die Weiterempfehlungsquote nur wenig über den Quoten der Online-Preisvergleichsportale sowie der wahrgenommenen Werbung. Alle drei Quoten liegen innerhalb eines engen Korridors und betragen im Durchschnitt der Anbieter jeweils zwischen zwölf und 15 Prozent.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Unternehmensprofile Telekommunikation 2019“ von *research tools* gibt auf 122 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von elf Telekommunikationsdienstleistern auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 4.246 Produktabschlüssen. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Erwerbsabsicht zeigen Unterschiede der Unternehmen auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-telekommunikation-2019>

#### **Der Studienherausgeber:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

**Pressekontakt:**

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)