

**Pressekontakt:**  
Capgemini  
Achim Schreiber  
Kurfürstendamm 21  
10719 Berlin  
030 88703-731  
[achim.schreiber@capgemini.com](mailto:achim.schreiber@capgemini.com)

## **Neue Studie zu Festnetz/Mobilfunk Konvergenz – 17 Millionen Haushalte in Deutschland wünschen sich attraktive Bündel-Angebote**

Berlin, 30. Juli 2007 – Rund 17 Millionen deutsche Haushalte (45 Prozent) zählen zur Zielgruppe für ein kombiniertes Angebot von Festnetz- und Mobiltelefonie. Am stärksten interessiert sind jüngere Menschen, Haushalte mit einem höheren Einkommen oder mehr als zwei Personen. Die Anbieter können in diesen Zielgruppen vor allem mit einem günstigen Preis, übersichtlichen Tarifen und gutem Service punkten. Das zeigt eine aktuelle Studie der Telecom, Media & Entertainment Beratungseinheit von Capgemini Consulting. Grundlage ist eine repräsentative Umfrage unter 500 deutschen Haushalten, die ergänzt wurde durch Fokusgruppengespräche sowie Interviews mit Telco-Managern und Experten. Untersuchungszeitraum war August 2006 bis Juli 2007. „Die Telekommunikationsunternehmen müssen ihre Bündelangebote besser als bisher vermarkten. Produkte und Leistungen sollten stärker an den Wünschen der Kunden ausgerichtet und segment-spezifisch beworben werden“, fasst Dr. Michael Schwalbach, Principal bei Capgemini Consulting und Co-Autor der Studie zusammen.

### **Festnetzprovider im Vorteil / Deutsche Telekom hat beste Ausgangsposition**

Mehr Kundennähe bei der Entwicklung neuer Produktapplikationen, eine gute Preis- und Kommunikationspolitik sowie individueller Service sind den Ergebnissen der Studie nach die Erfolgsfaktoren von konvergenten Angeboten. Das trauen die Befragten derzeit den integrierten Festnetzanbietern eher zu als den Mobilfunk Providern. Die Deutsche Telekom mit ihren Tochtergesellschaften liegt dabei in der Wahrnehmung bei der breiten Bevölkerung vorn. Ihr weisen sowohl Experten als auch Konsumenten die höchste Kompetenz für ein Bündelangebot zu (35 Prozent bzw. 32 Prozent der Befragten). Bei den Experten liegt O2/Telefonica an

zweiter Stelle (31 Prozent), während dieser Anbieter von den Verbrauchern noch wenig wahrgenommen wird. Vodafone/Arcor wird unisono (24 Prozent/23 Prozent) bewertet. *„Die Anbieter mit eigenen Mobil- und Festnetzen liegen also in der Wahrnehmung der Verbraucher vorn, mit der Deutschen Telekom an der Spitze. Je internetaffiner Nutzer aber sind, desto eher würden sie einen alternativen Anbieter in Betracht ziehen und umso weniger achten sie auf den Markennamen“*, so Schwalbach. Und weiter: *„Da liegt auch großes Potenzial für die Positionierung von Congstar, der neuen alternativen Marke der Deutschen Telekom.“*

#### **Einfachheit und Transparenz: 74 Prozent wünschen sich eine einzige Rechnung**

Als großen Vorteil eines gebündelten Angebots sehen die Kunden vor allem die Kostentransparenz einer einzigen Rechnung für alle Leistungen. 74 Prozent würden einen solchen Service schätzen. Interessanterweise steht dies bei den Anbietern überhaupt nicht oben auf der Agenda. *„Es ist sicher kein Punkt, der am Ende über den Markterfolg von Mobilfunk/Festnetz-Bündeln entscheidet, aber es ist eine Hürde, die aus dem Weg geräumt werden muss“*, so Michael Schwalbach von Capgemini Consulting. Auch was das Thema Service angeht, erfüllen die Anbieter noch nicht die Kundenbedürfnisse. Interessant dabei ist, dass den Unternehmen dieses Problem durchaus bewusst ist, aber bisherige Lösungsansätze offensichtlich nicht ausreichen.

#### **In der Praxis bleibt der Nutzen konvergenter Zusatzdienste noch unklar**

Die Nachfrage nach Innovationen wie gemeinsamer Anrufbeantworter für Handy und Festnetztelefon, Adressbuch-Funktionen, aber auch nach integrierten Endgeräten ist bisher gering. Hingegen haben Sprachtelefonie über das Internet (Voice-over-IP) oder Basisangebote wie mobile E-Mail und mobiles Internet bereits heute schon das Massenmarktpotenzial erreicht, das jedoch in der Vermarktung bis dato noch zu wenig ausgeschöpft wird. *„Der Zusatznutzen von Innovationen erschließt sich für breite Zielgruppen nur, wenn die Anbieter in ihrer Marketing- und Produktkommunikation die Vorteile besser deutlich machen. Aktuell jedoch finden selbst Technikbegeisterte etliche der Zusatzangebote noch zu kompliziert“*, kommentiert Schwalbach.

#### **Über Capgemini und Capgemini Consulting Telecom Media & Entertainment**

Capgemini Consulting Telecom Media & Entertainment ist eine der führenden Strategie- und Managementberatungen auf dem Gebiet der konvergierenden

Kommunikationsindustrien. Die Kundenliste umfasst über 80 Prozent der führenden Telekommunikations-, Medien- und Unterhaltungsunternehmen weltweit. Bislang wurden mehr als 1.000 Projekte in rund 50 Ländern durchgeführt.

Capgemini, einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing, ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Als Dienstleister stellt Capgemini Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung, um seinen Kunden die notwendigen Freiräume für Wachstum und geschäftlichen Erfolg zu schaffen. Grundlage ist eine besondere Form der Zusammenarbeit: Collaborative Business Experience. Capgemini beschäftigt weltweit rund 75.000 Mitarbeiter und erzielte 2006 einen Umsatz von 7,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>