

Studie - Mobilfunkdiscounter revolutionieren den Mobilfunkmarkt

20.11.2008, 12:12 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Mücke, Sturm & Company*

München, 20. November 2008 – Die Mobilfunkdiscounter haben in den letzten drei Jahren den deutschen Mobilfunkmarkt grundlegend verändert: Das Oligopol im deutschen Mobilfunkmarkt ist beendet, das Internet hat sich als Vertriebskanal durchgesetzt und die Mobilfunkpreise sind stark gesunken. Laut einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung Mücke, Sturm & Company ist die Wachstumsgrenze der Discounter noch lange nicht erreicht. Bis zum Jahr 2012 sind eine Verdopplung des bisherigen Marktanteils auf 30 Prozent und weitere Preissenkungen wahrscheinlich.

Die zunehmende Marktsättigung im deutschen Mobilfunkmarkt zwingt die Netzbetreiber neue Vermarktungs- und Kooperationsmodelle zu lancieren, um weiterhin auf Wachstumskurs zu bleiben. Im Trend liegen Mobilfunkdiscounter - inzwischen sind alle Netzbetreiber Kooperationen eingegangen. Etwa 60 Discount-Anbieter ergänzen heute das Angebot der Netzbetreiber und Service Provider und haben sich zu einer festen Größe in der Anbieterlandschaft entwickelt.

Die richtigen Wachstumsfelder sind entscheidend

„Vor dem Hintergrund des starken Wachstumstrends im Discountersegment ist es für Netzbetreiber und Discounter wichtig, die richtigen Wachstumsfelder zu besetzen“, erklärt Martin Gauer, Partner bei Mücke, Sturm & Company. Denn - das zeigt die Studie - die Mehrmarkenstrategie ist bislang nicht für jedes Unternehmen profitabel. „Die Netzbetreiber müssen den Discountern ermöglichen, innovative und attraktive Produktangebote zu vermarkten. Die Discounter wiederum müssen die für ihr Produktangebot und ihre Marktpositionierung attraktivsten Marktsegmente identifizieren“, so Martin Gauer.

Auf Grund der ungleichen Marktanteilsverteilung und Markenpositionierung sind Chancen und Risiken der Netzbetreiber bei einer Kooperation mit Discountern unterschiedlich. So haben beispielsweise kleinere Netzbetreiber wie E-Plus und o2 ein deutlich niedrigeres Kannibalisierungsrisiko als T-Mobile oder Vodafone.

E-plus zeigt, wie die Mehrmarkenstrategie funktioniert

Am konsequentesten und erfolgreichsten verfolgt E-Plus die Discounterstrategie: Drei Jahre nach dem Start der Discounterwelle setzen sich 60 Prozent des Kundenbestandes aus Kunden zusammen, die von über 30 neuen Vertriebspartnern und Zweitmarken akquiriert wurden. Bei anderen Netzbetreibern liegt dieser Anteil bei maximal fünfzehn Prozent. Im Gegensatz zu den Marktführern T-Mobile und Vodafone legt E-Plus seit Jahren bei Umsatz und Rendite zu und ist zugleich profitabler geworden, weil das Unternehmen durch den Mehrmarkenauftritt seine Vertriebskosten massiv gesenkt hat.

Portrait

Über Mücke, Sturm & Company GmbH:

Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien und Entertainment (TIME) gewinnen in Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Damit steigt auch die Nachfrage nach kompetenter Managementberatung mit ausgewiesenem Branchen-Know-How.

Gegründet 2002 von ehemaligen Mitarbeitern der internationalen Top-Unternehmensberatung A.T. Kearney, hat sich Mücke, Sturm & Company (MS&C) aufgrund seiner Branchenexpertise und Erfahrung auf die TIME-Märkte spezialisiert. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten entwickelt MS&C individuelle Lösungen für komplexe Fragestellungen und begleitet sie von der Strategieentwicklung bis zur Umsetzung. Gemeinsames Ziel ist es, Wachstumschancen zu nutzen und die Leistungsfähigkeit der Klienten dauerhaft zu verbessern, so dass nachhaltige Wettbewerbsvorteile entstehen. Die hohe Ergebnisqualität gewährleisten hervorragend ausgebildete Mitarbeiter mit einem breiten Einsatzspektrum und langjähriger Erfahrung.

MS&C zählt im deutschsprachigen Raum zu den führenden Unternehmensberatungen der TIME-Branche mit derzeit 45 Mitarbeitern und hohen zweistelligen Wachstumsraten. Zu den Klienten zählen die größten deutschen Unternehmen dieser Industriesektoren.

News-ID: 261246 • Views: 1991 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/261246/Studie-Mobilfunkdiscounter-revolutionieren-den-Mobilfunkmarkt.html>