



E-PLUS GRUPPE



Mobilfunk-Nutzungsverhalten in Deutschland 2008

TNS Infratest – Repräsentative Umfrage im Auftrag von E-Plus

Februar 2008

E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG

Umfragedetails

- Befragte: 2003, davon 1502 Mobilfunknutzer
- Geschlecht: 979 Frauen, 1024 Männer
- Alter: 14-29 Jahre: 434 Personen; 30-49 Jahre: 719 Personen
50-65 Jahre: 454 Personen; über 65 Jahre: 394 Personen
- Befragungszeitraum: 09.01.-14.01.2008
- Repräsentative Mehrthemenumfrage von TNS Infratest im Auftrag von E-Plus
- Nachfolgebefragung zu vergleichbaren Umfragen im Januar 2006 und Januar 2007

Kernaussagen Sprachtelefonie

- Was die Kunden wirklich wollen: einfache und kostengünstige Tarife für Sprachtelefonie und SMS
- Wenn die Mobilfunkpreise sinken, sind die Kunden bereit, häufiger mit ihrem Handy und weniger mit ihrem Festnetztelefon zu telefonieren.
- 30 % der Deutschen können sich vorstellen, ihren Festnetzanschluss zu kündigen und nur Mobilfunkangebote zu nutzen.
- Ein fairer Minutenpreis liegt für die meisten Verbraucher bei etwa 10 Cent.
- Kunden sind bereit, für günstigere Tarife auf ein neues bzw. hochwertiges Handy zu verzichten.
- Die Flatrate ist das beliebteste Tarifmodell.
- Durch die Roaming-Absenkung werden in Zukunft mehr Kunden im Urlaub mobil telefonieren

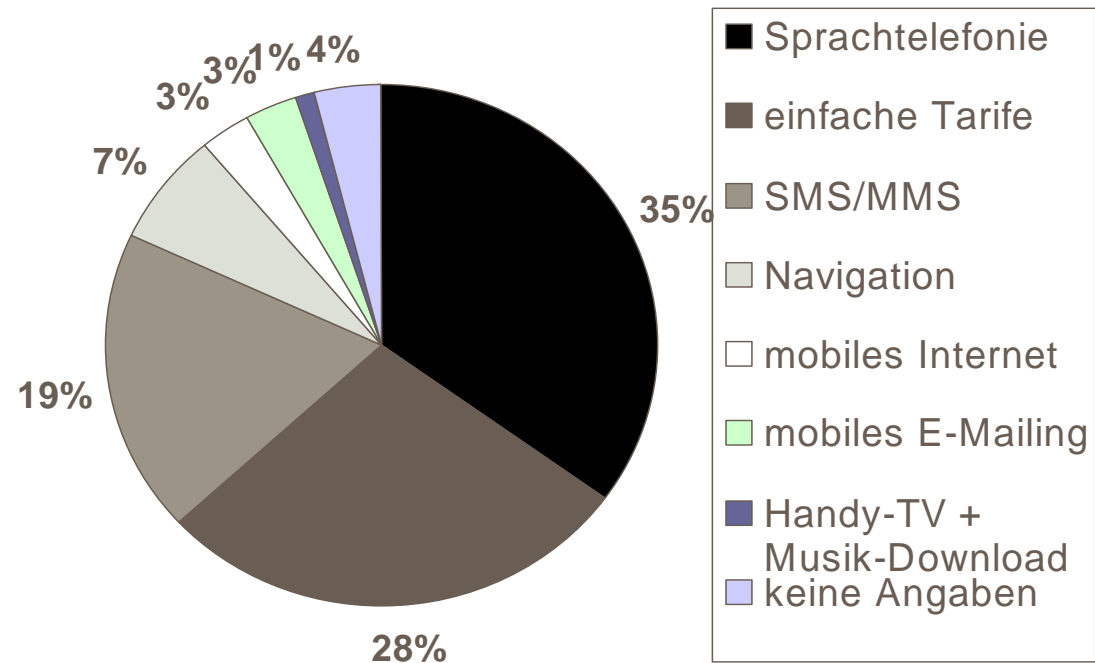
Kernaussagen mobile Datendienste

- Das Interesse an der Nutzung von mobilen Breitbanddiensten hat sich verdreifacht.
- Ein Fünftel der Mobilfunknutzer kann sich vorstellen, künftig nur über ein Mobilfunknetz ins Internet zu gehen.
- Das Versenden von SMS bleibt auch weiterhin beliebtester Datendienst.
- Fast die Hälfte der Kunden ist derzeit nicht bereit, für Handy-TV Extrakosten zu akzeptieren.
- Rund 37 Prozent der 14- bis 29-Jährigen laden Musik runter.

Was Kunden wirklich wichtig ist

Für die Mehrheit der Kunden sind Telefonate, einfache Tarife sowie SMS und MMS das Wichtigste in Sachen mobiler Kommunikation

„Was ist für Sie **in Zukunft** das Wichtigste in Sachen mobiler Kommunikation?“

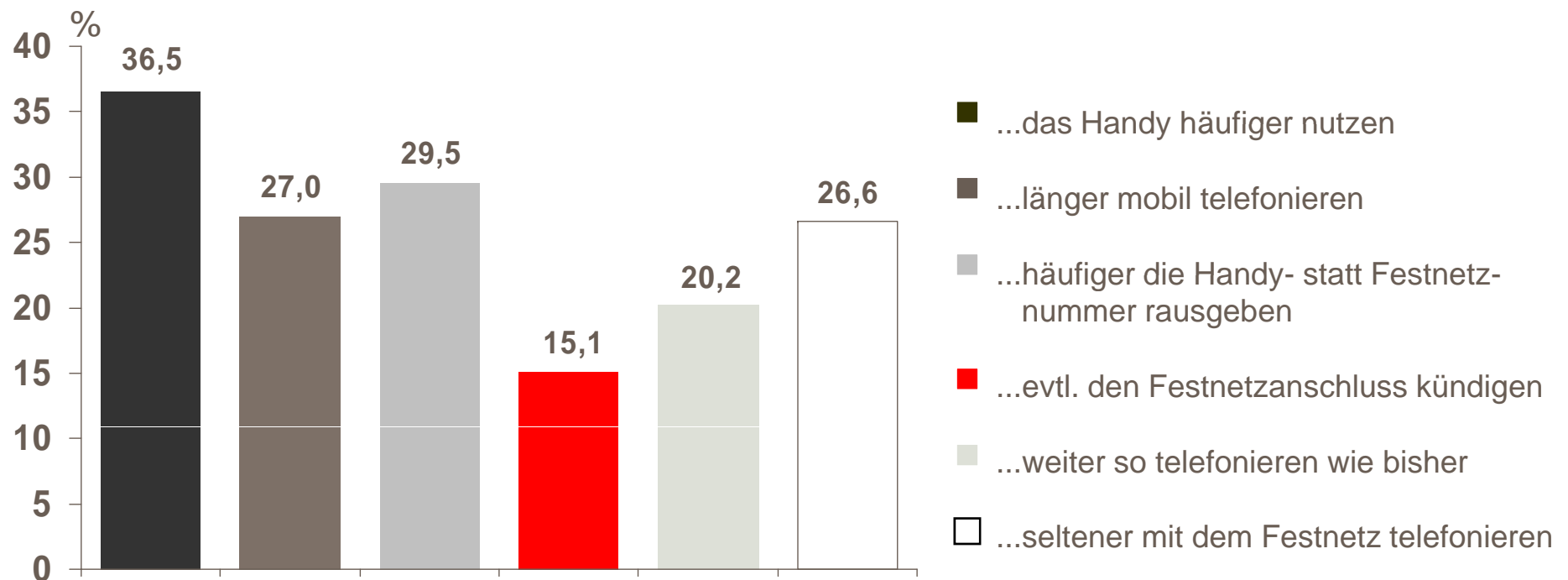


Was Kunden wirklich wollen: Einfache und kostengünstige Tarife für Sprachtelefonie und SMS

Preis beeinflusst Telefonierverhalten

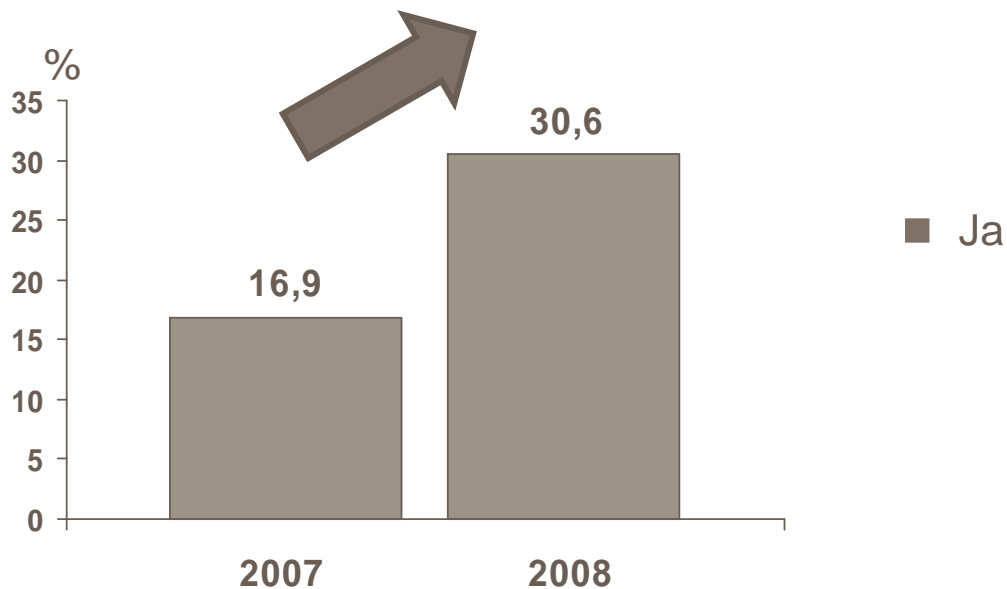
Kunden würden bei sinkenden Preisen häufiger mit ihrem Handy telefonieren und das Festnetz vernachlässigen.

„Wenn die Preise für mobile Gespräche künftig weiter sinken, würde ich...“
(Mehrfachnennungen möglich)



Sind Kunden bereit, nur noch ihr Handy zu nutzen?

„Können Sie sich vorstellen, komplett auf einen Festnetzanschluss zu verzichten und nur noch einen mobilen Anschluss zu nutzen?“

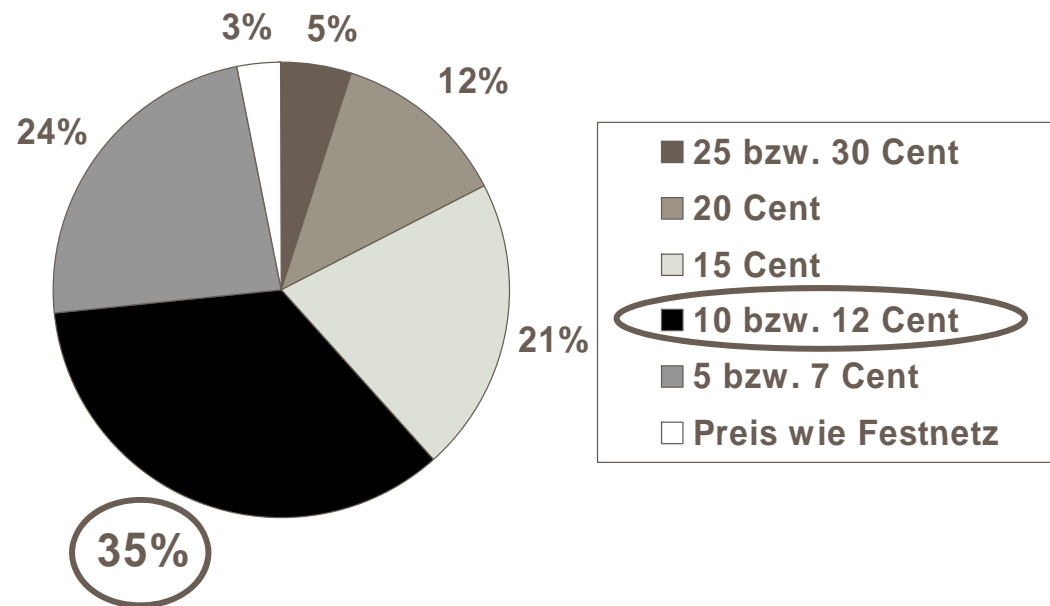


Die Bereitschaft der Kunden steigt, den Festnetzanschluss aufzugeben. Fast jeder dritte Deutsche könnte sich das vorstellen.

Faire Preise aus Kundensicht

Für die Mehrheit der Kunden liegt ein fairer Preis in fremde Netze bei rund 10 Cent

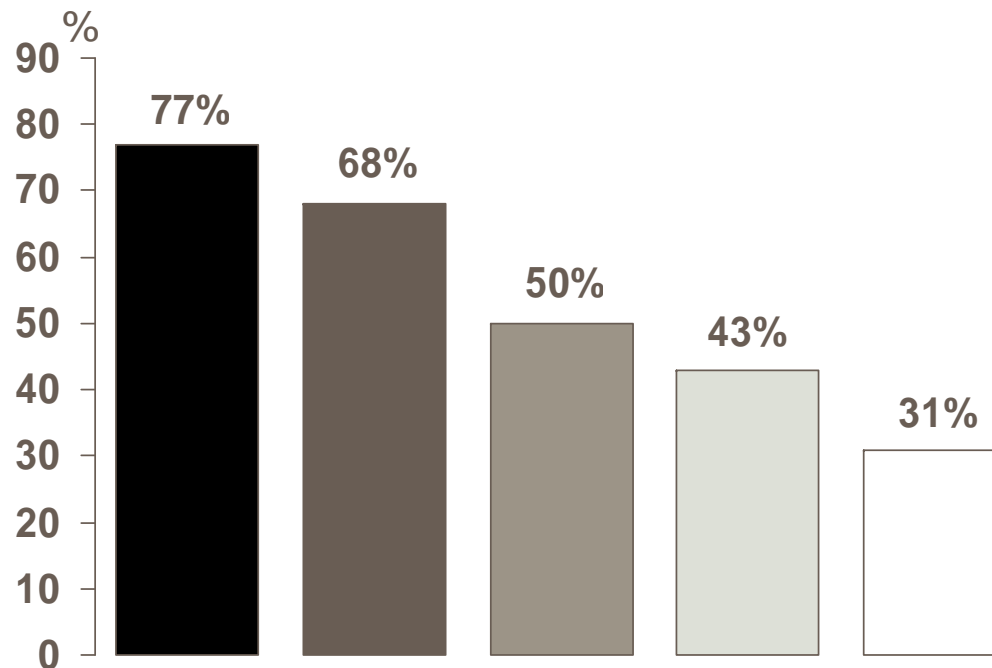
„Wo liegt aus Ihrer Sicht ein fairer Minutenpreis für Gespräche vom Handy in ein fremdes Netz?“



Kunden verstehen SIM-only-Vorteile

- Kunden bewerten Tarife unabhängig von Hardware-Subventionen
- Kunden sind bereit, für günstige Tarife auf vieles zu verzichten

„Für günstige Minutenpreise im Mobilfunk wäre ich bereit,...“
(Mehrfachnennungen möglich)



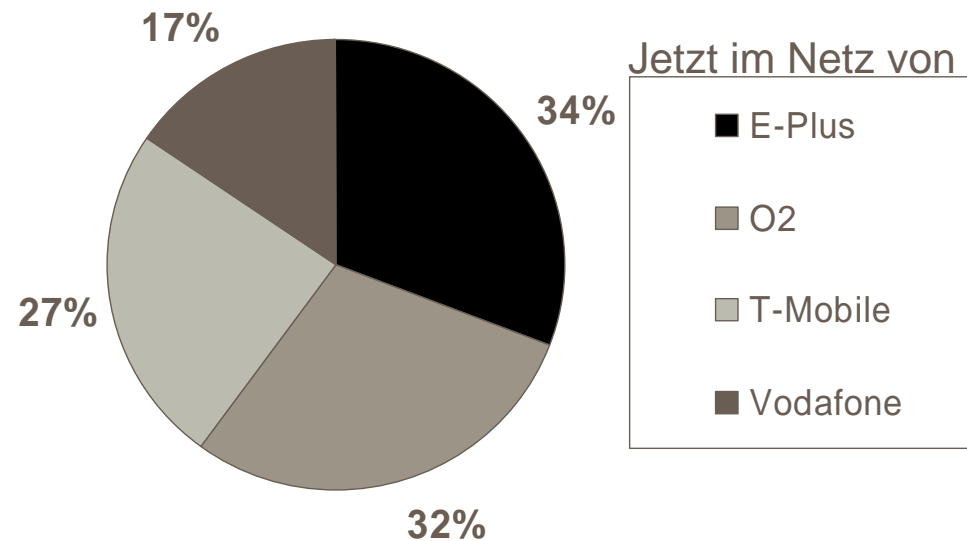
- ...ein einfaches Handy zu nutzen
- ...mein aktuelles Handy länger zu nutzen
- ...mein Handy komplett selbst zu bezahlen
- ...einen reinen Kundenservice via Hotline und Internet zu akzeptieren
- ...zu einem Discount-Anbieter wechseln

Deutschlands mobile Kostenoptimierer

25 % aller Befragten geben an, in den letzten 24 Monaten ihren Mobilfunkanbieter aus Kostengründen gewechselt zu haben.

„Haben Sie in den letzten Jahren aus Kostengründen Ihren Tarif oder Mobilfunkanbieter gewechselt?“

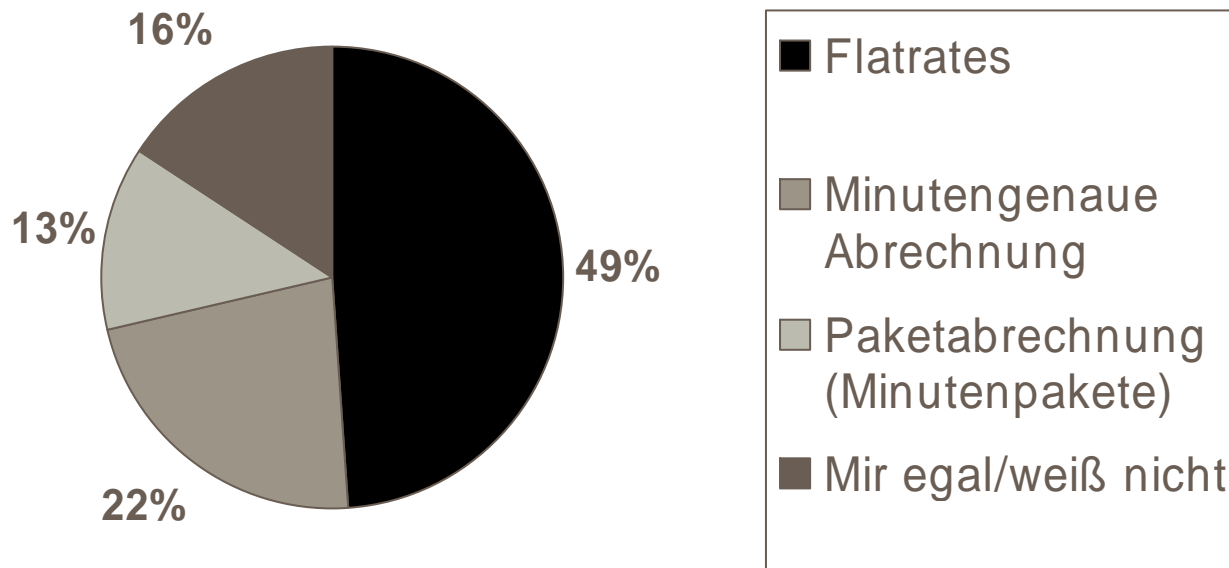
Mit „Ja“ antworteten 25 %, davon:



➔ **Kostenbewusste Mobilfunkkunden sind im E-Plus-Netz**
(Wechsel ins E-Plus-Netz bzw. Anbieter-/Tarifwechsel innerhalb des Netzes)

Bevorzugtes Tarifmodell

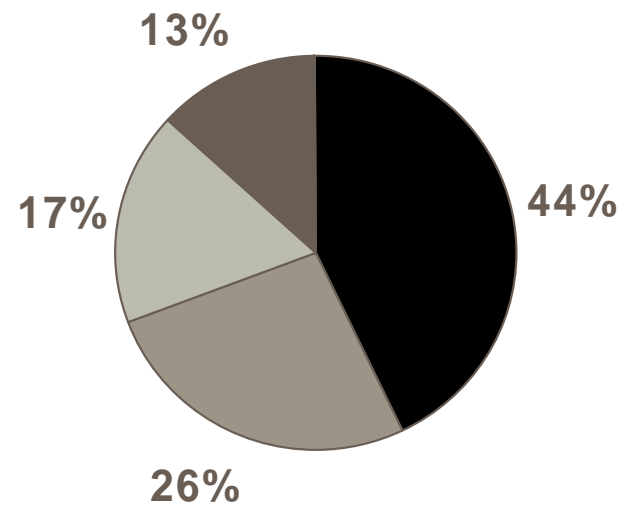
„Welches Tarifmodell spricht Sie persönlich am meisten an?“



➔ Flatrates sind das bestimmende Tarifthema.

Verhaltensänderung nach der Roaming-Absenkung

„Im Sommer wurden die Preise für Telefonate aus dem EU-Ausland gesenkt. Welche Auswirkungen wird das auf Ihr Telefonieverhalten im Ausland haben?“



- ...mein Handy weiterhin nicht im Ausland nutzen
- ...genauso viel telefonieren wie bisher
- ...mehr mit dem Handy im Ausland telefonieren
- ...mein Handy im Gegensatz zu früher mitnehmen

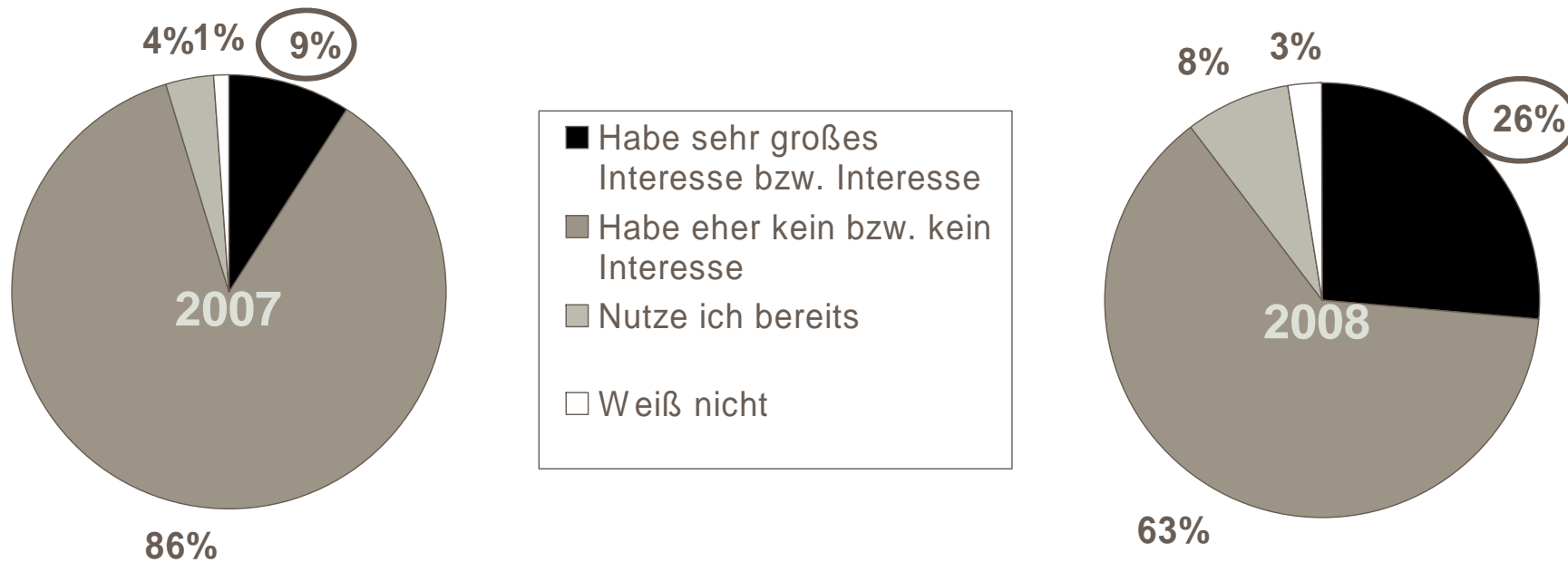


Aufgrund der Roaming-Absenkung verändern ca. ein Drittel der Befragten ihr Telefonieverhalten im Urlaub.

Nutzung von mobilen Breitbanddiensten

Das Interesse an der Nutzung von mobilen Breitbanddiensten verdreifacht sich binnen eines Jahres von 9,1 Prozent zu 26,4 Prozent

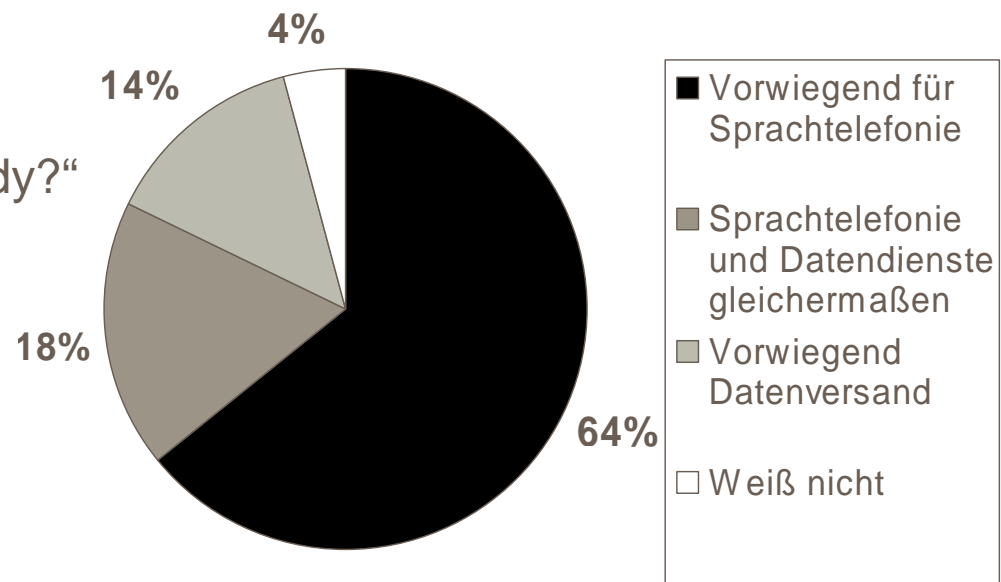
„Wie interessiert sind Sie an einer zukünftigen Nutzung von mobilen Datendiensten?“



UMTS-Handy vorwiegend ein Sprachrohr

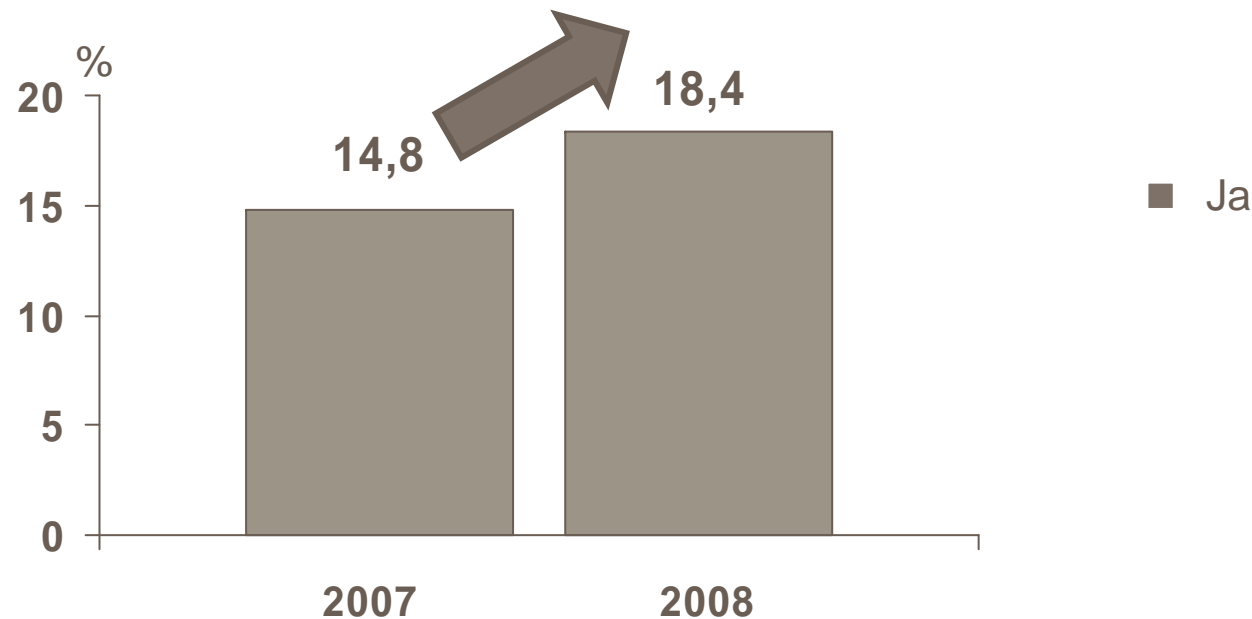
- Fast zwei Drittel der Kunden nutzen ihr UMTS-Handy derzeit in erster Linie für Sprachtelefonie
- Nur knapp 14 Prozent der Nutzer versendet mit dem UMTS-Handy vorwiegend Daten

„Wofür nutzen Sie ihr UMTS-Handy?“



Breitbanddienste in Zukunft über das Handy?

„Können Sie sich vorstellen, Ihren heimischen Festnetz- bzw. DSL-Zugang für das Surfen im Internet durch eine schnelle Mobilfunklösung zu ersetzen?“

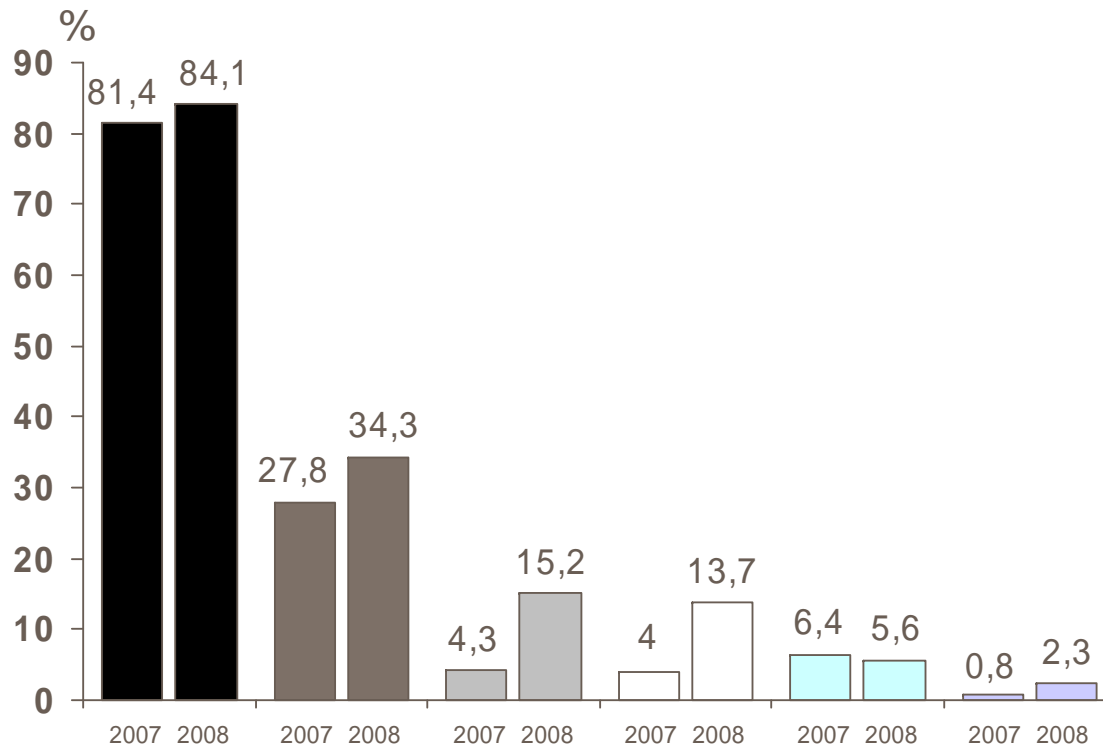


Mittlerweile können sich fast ein Fünftel der Mobilfunknutzer vorstellen, ihr Internet zu Hause durch eine Mobilfunklösung zu ersetzen.

SMS-Versand weiterhin meistgenutzter Datendienst



„Welche Datendienste nutzen Sie?“

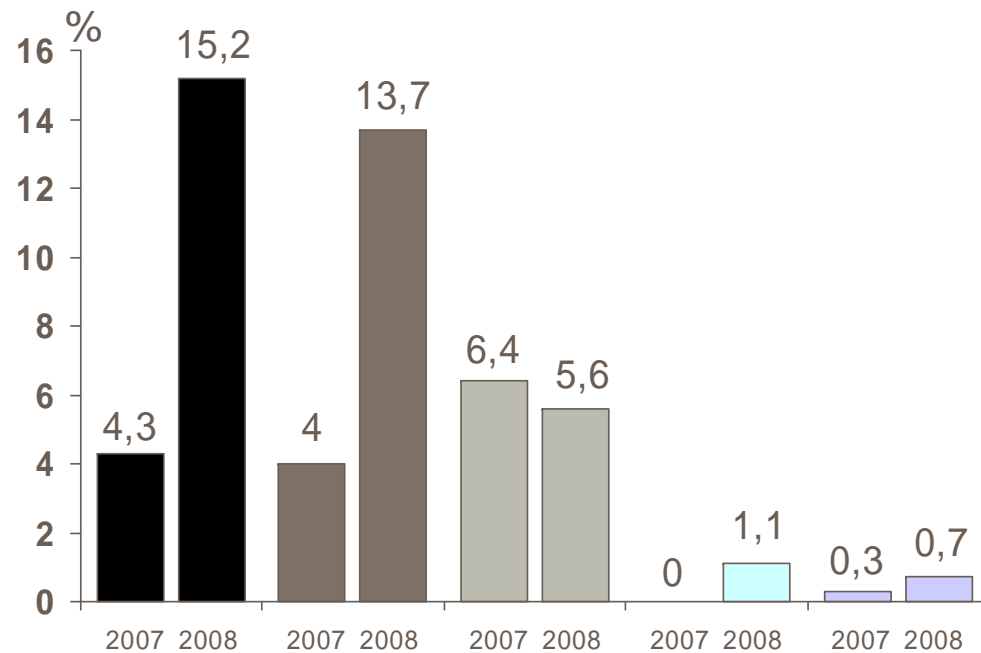


- SMS
- MMS (18,4 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Musik-Download (11,8 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Mobiles surfen (29,2 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- E-Mail (50 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Sonstiges*

* Navigation, Video-download, Handy-TV

Neue Datendienste im Aufwind

„Welche Datendienste nutzen Sie?“ (exkl. SMS)



- Musik-Download (11,8 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Mobiles Surfen (29,2 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- E-Mail (50 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Mobile Navigation (54,5 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)
- Video-Download (14,3 % der Nutzer nutzen diesen Dienst mind. 1 Mal pro Woche)

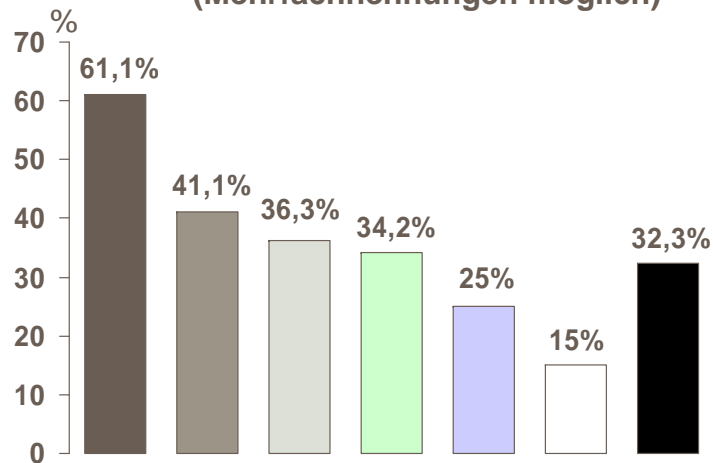


Musik-Download und mobiles Surfen sind die beliebtesten Datenanwendungen neben der SMS

Interesse an Handy-TV

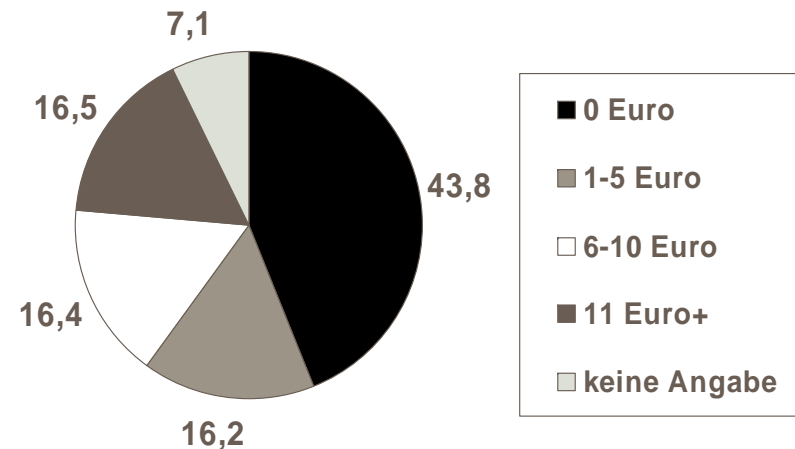
„Unter welchen der folgenden Voraussetzungen sind mobile TV-Angebote für Sie interessant?“

(Mehrfachnennungen möglich)



- Einfache Abrechnung
- Keine extra GEZ-Gebühren
- Hohes technisches Niveau
- Kein Abo
- Alle Sender wie zu Hause
- Zugang ohne neues Handy
- Kein Interesse an Handy-TV

„Welchen Betrag würden Sie monatlich für Handy-TV ausgeben-zusätzlich zu Ihren Mobilfunkkosten?“

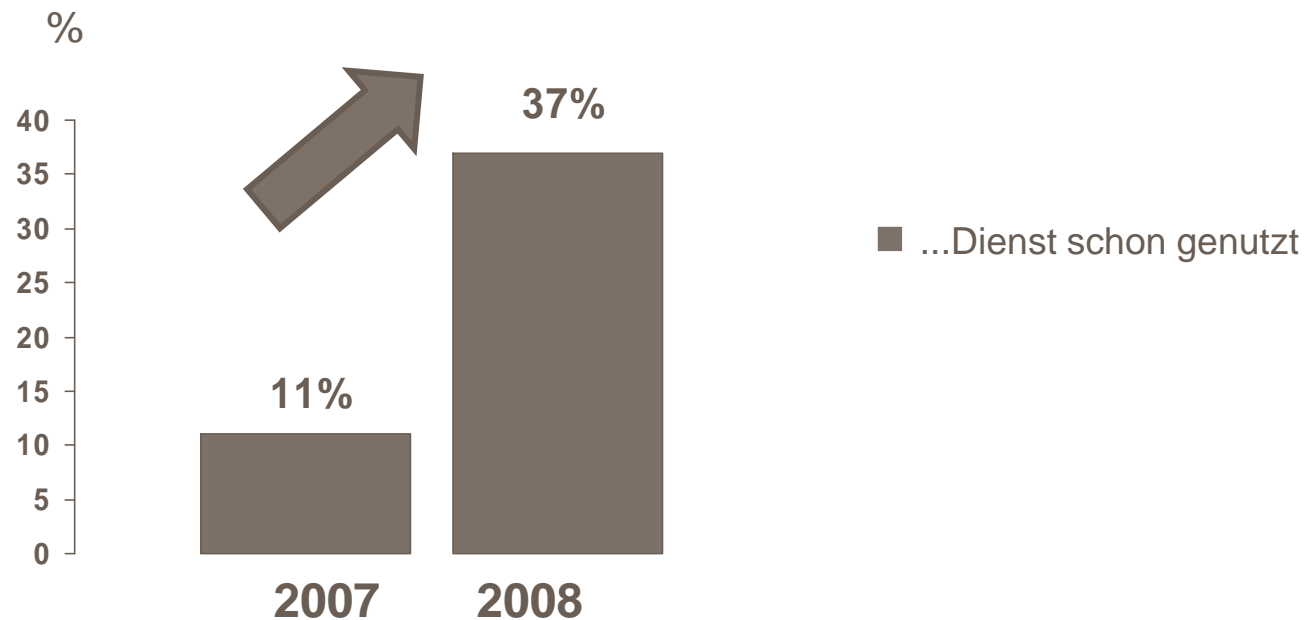


- Fast die Hälfte der Kunden ist derzeit nicht bereit, für Handy-TV Extrakosten zu akzeptieren.
- Ein Drittel der Deutschen hat grundsätzlich kein Interesse an Handy TV.

Mobile-Music-Angebote

- Besonders jüngere Nutzer interessieren sich für mobilen Musik-Download
- Rund 37 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzen das Angebot

„Nutzen Sie Music-Download über das Handy?“
(14- bis 29-Jährige)





E-PLUS GRUPPE



Danke!