

KOMBIPAKETE INTERNET, TELEFON & TV – DEUTSCHLAND – 2020

Aufgrund von COVID-19 hat sich der Fokus auf schnellere Breitbandgeschwindigkeiten und zusätzliche mobile Daten verstärkt, da die Deutschen von zu Hause aus arbeiten und mit Freunden und Familie in Kontakt bleiben wollen.



Jan Urbanek, Principal Analyst



Reportinhalt



KURZFASSUNG

- Mintels Perspektive

Marktkontext

- Die Auswirkungen von COVID-19 auf Kombipakete mit Internet, Telefon & TV
- COVID-19 führt zu einem erhöhten Internetverkehr
- Betreiber unternehmen Werbeaktionen, damit Kunden während COVID-19 in Kontakt bleiben können
- Die deutsche Regierung will schnelle Breitbandversorgung vorantreiben
- Die Deutschen verwenden immer mehr mobile Daten

Mintels Prognose

- 5G wird dem Telekommunikationsmarkt neue Wachstumschancen verschaffen
- Der Markt für Kombipakete mit Internet, Telefon & TV wurde kurzfristig von der COVID-19-Pandemie getroffen
- Die 5G-Einführung wird den Trend zu steigenden Datenvolumen vorantreiben

Was Verbraucher wollen, und warum

- Verbraucher wollen: Festnetz in Kombipaketen
 - Grafik 1: Anrufe über das Festnetz, Januar 2020
- Verbraucher wollen: schnellere Breitbandpakete
- Verbraucher wollen: On-Demand-TV-Inhalte
 - Grafik 2: Nutzungsgewohnheiten von TV-Abonnements, Januar 2020
- Verbraucher wollen: bei ihrem Anbieter bleiben
 - Grafik 3: Einstellungen von denjenigen ohne Quadruple-Play-Pakete, Januar 2020
- Verbraucher wollen: bei ihrem Anbieter bleiben

Chancen

- Es besteht großes Potenzial, Haushalte mit schnelleren Breitband-Paketen zu versorgen
- Flexible TV-Inhalte könnten Kombipakete für jüngere Zielgruppen attraktiver machen
- 5G-Mobilfunknetze könnten die Nutzung von Quadruple-Play-Paketen fördern

Die Wettbewerbslandschaft

- Die Telekom und Vodafone machen mehr als die Hälfte der Pakete aus
 - Grafik 4: Marktanteile von Kombipaketen für Internet, Telefon & TV, Januar 2020
- Aufgrund der Übernahme von Unitymedia könnte Vodafone die Spitzenposition übernehmen
- Zum Sofortdownload verfügbar

DIE AUSWIRKUNGEN VON COVID-19

- Die Auswirkungen von COVID-19 auf die breitere Kategorie
- Marktgröße und -prognose nach dem COVID-19-Ausbruch
- Was COVID-19 auf kurz-, mittel- und langfristige Sicht für Kombipakete mit Internet, Telefon & TV bedeutet
- Wesentliche Veränderungen beim Verbraucherverhalten
 - Grafik 5: Erwartete Änderungen bei den Ausgaben für Technologie und Kommunikationstechnik in den nächsten Monaten, 27. März – 6. April 2020
- Der Einfluss von COVID-19 auf die wichtigsten Verbrauchersegmente
 - Grafik 6: Erwartete Änderungen bei den Ausgaben für Technologie und Kommunikationstechnik in den nächsten Monaten, nach Alter, 27. März – 6. April 2020
- Gefahren
- Chancen
- Der Einfluss von COVID-19 auf den Marketingmix
- Wie die COVID-19-Rezession die Branche umgestaltet

MARKTBESTIMMENDE FAKTOREN

- COVID-19 beendet jahrzehntelanges Wachstum
 - Grafik 7: Wachstum des realen BIP, 2008–2019
- Kommunikationsdienste beständiger als Ausgaben für neue Geräte
 - Grafik 8: Erwartete Änderungen bei den Ausgaben für Technologie und Kommunikationstechnik in den nächsten Monaten, 27. März – 6. April 2020
- COVID-19 führt zu einem erhöhten Internetverkehr
- Der Telekommunikationssektor bekommt die Auswirkungen des Coronavirus schnell zu spüren
- Telekommunikationsbetreiber konzentrieren sich auf den Online-Verkauf, da Geschäfte vorübergehend geschlossen sind
- Mobilfunkbetreiber ermutigen Kunden, zu Hause zu bleiben
- Betreiber unternehmen Werbeaktionen, damit Kunden während COVID-19 in Kontakt bleiben können
- EU fordert Netflix auf, das Streaming von HD-Inhalten einzuschränken
- YouTube und Apple TV+ folgen Netflix und reduzieren die Bitrate
- Abgesagte Sportveranstaltungen bedeuten fehlende Inhalte für Rundfunksender
- Fehlender Live-Sport könnte zu vermehrten Problemen für Pay-TV führen
- Update: Fußball-Bundesliga kehrt zurück, um den Pay-TV-Sektor anzukurbeln
- Auch Film- und TV-Inhalte könnten sich verzögern
- 5G-Netzwerke werden den Telekommunikationsmarkt vorantreiben
- Der Besitz verbundener Geräte treibt den Telekommunikationsmarkt voran
 - Grafik 9: Besitz angeschlossener Geräte, Dezember 2019
- Deutsche Regierung will schnelle Breitbandversorgung verbessern

- 5G-Netzaufbau treibt den Telekommunikationsmarkt voran
- Die Deutschen verwenden immer mehr mobile Daten
- Quadruple-Play-Pakete könnten durch die 5G-Erweiterung gefördert werden
- Fernsehkonsum sinkt, während Streaming immer beliebter wird
 - Grafik 10: Durchschnittliche Minuten, die täglich mit dem Fernsehen verbracht werden, 2015–2019
- Die Beliebtheit des Videospiegelmarktes treibt schnelleres Breitband voran

WAS VERBRAUCHER WOLLEN, UND WARUM

Festnetzanschlüsse

- Neun von zehn deutschen Haushalten haben einen Festnetzanschluss
 - Grafik 11: Festnetzdienste, Januar 2020
- Festnetzanschlüsse werden immer noch regelmäßig für Anrufe verwendet
- Drei von zehn Deutschen verwenden Festnetzanschlüsse nach wie vor jeden Tag
- Fast ein Drittel tätigt regelmäßig Anrufe über den Festnetzanschluss
 - Grafik 12: Anrufe über das Festnetz, Januar 2020
- Breitband wird meistens von Festnetzanbietern in einem Paket bezogen
- Neun von zehn Haushalten beziehen Breitband von ihrem Festnetzanbieter
 - Grafik 13: Zusätzliche Dienste, die vom Festnetzanbieter bezogen werden, Januar 2020

Breitbandgeschwindigkeiten

- Raum für Wachstum auf dem Markt für superschnelles Breitband
- Die Hälfte der deutschen Haushalte bezieht schnelle Breitbandpakete
- Die 16- bis 24-Jährigen haben am ehesten Breitband mit 100 Mbit/s oder mehr
 - Grafik 14: Geschwindigkeiten von Breitbandpaketen, nach Alter, Januar 2020
- Die Breitbandgeschwindigkeiten in Deutschland werden sehr schnell ansteigen
- Telekommunikationsbetreiber konzentrieren sich darauf, die Breitbandverbreitung voranzutreiben
- Breitband-Anbieter treiben Pakete mit schnelleren Verbindungen durch Preisaktionen voran

TV-Abonnements und Streaming-Dienste

- Die Hälfte der deutschen Haushalte verfügt über Netflix oder Amazon Prime Video
- Streaming-Dienste setzen Pay-TV immer stärker unter Druck
- Fast die Hälfte der deutschen Haushalte hat Netflix oder Amazon Prime Video
 - Grafik 15: Inanspruchnahme von Netflix und Amazon Prime Video, Januar 2020
- Die zentralen Fußballrechte gehen an Online-Plattformen über
- Beinahe neun von zehn Deutschen im Alter von 16 bis 24 Jahren haben Netflix oder Amazon Prime Video
- Die Deutschen sind derzeit damit zufrieden, für Streaming-Dienste separat zu zahlen
- Etwas mehr als die Hälfte mit TV-Paketen schaut mehr Live- als On-Demand-Inhalte
- On-Demand-Inhalte machen einen großen Teil der Pay-TV-Nutzung aus

- Grafik 16: Nutzungsgewohnheiten von TV-Abonnements, Januar 2020
- Die Deutsche Telekom baut ihr Pay-TV-Geschäft weiter aus
- Die Absage von Sportveranstaltungen wird die Pay-TV-Einnahmen kurzfristig mit hoher Wahrscheinlichkeit treffen

Inanspruchnahme von Kombipaketen

- Die große Mehrheit der Haushalte zahlt für Pakete
- Über neun von zehn Deutschen beziehen ein Kombipaket
 - Grafik 17: Inanspruchnahme von Kombipaketen, Januar 2020
- Fast einer von zehn deutschen Haushalten bezieht Quadruple-Play-Pakete
- 5G-Mobilfunknetze könnten Quadruple-Play-Pakete bei steigenden Kosten vorantreiben
- 5G-Netzwerke werden den Telekommunikationsmarkt vorantreiben
- Fast die Hälfte der Deutschen ohne Festnetzanschluss kauft kein Paket
 - Grafik 18: Pakete, die ohne Festnetzanschluss gekaufte wurden

Verbraucherverhalten in Bezug auf Kombipakete

- Großes Potenzial für Quadruple-Play-Wachstum
- Kunden von Quadruple-Play werden größtenteils vom Convenience-Faktor angetrieben
- Einfachheit ist der treibende Faktor von Quadruple-Play-Paketen
 - Grafik 19: Einstellungen zu Quadruple-Play-Paketen, Januar 2020
- Fast die Hälfte der Verbraucher ohne Quadruple-Play hat sich nicht mit solchen Paketen befasst
- Ein Drittel derer, die nicht über Quadruple-Play verfügen, würde ein solches Paket in Betracht ziehen
 - Grafik 20: Einstellungen von denjenigen ohne Quadruple-Play-Pakete, Januar 2020
- Quadruple-Play sollte schnell ansteigen, da sich ein Drittel für derartige Pakete interessiert
- Viele Deutsche warten auf bessere Angebote, bevor sie Quadruple-Play in Anspruch nehmen.
 - Grafik 21: Gründe für die Entscheidung gegen ein Quadruple-Play-Paket, Januar 2020

LANCIERUNGSAKTIVITÄT UND INNOVATIONEN

- Die Deutsche Telekom führt Deutschlands erstes 5G-Netzwerk ein
- O2 verstärkt seinen 5G-Netzaufbau
- Neue Gerätelancierungen fördern das Verbraucherinteresse für 5G
- Telekommunikationsanbieter arbeiten zusammen, um die Mobilfunkabdeckung auszuweiten
- Der Telekommunikationsanbieter 1&1 wird Hauptsponsor von Borussia Dortmund
- Sky Deutschland erweitert die Sky Ticket-Plattform um Sport-Inhalte
- Konkurrenz auf dem Streaming-Markt nimmt mit der Einführung der TV-Plattform von Apple zu
- Der Streaming-Dienst Disney+ kommt in Deutschland auf den Markt
- Disney hat sich mit der Deutschen Telekom zusammengetan, um die Nutzung in Deutschland zu verstärken
- Die Deutsche Telekom investiert in den E-Sports-Sektor

MARKTANTEILE

- Die Deutsche Telekom führt den Markt für Kombipakete mit Internet, Telefon & TV an
- Telekom und Vodafone machen mehr als die Hälfte der Kombipakete aus
 - Grafik 22: Marktanteile von Kombipaketen für Internet, Telefon & TV, Januar 2020
- Mobilfunkverbindungen verteilen sich gleichmäßig auf die drei führenden Unternehmen
 - Grafik 23: Anteile an dem Mobilkommunikationsmarkt Q3/2019 (nach SIM-Karten)
- Aufgrund der Übernahme von Unitymedia könnte Vodafone die Spitzenposition übernehmen
- Geschäfte von Unitymedia werden unter der Marke Vodafone geführt
- Deutsche Telekom verzeichnet Umsatzrückgang
 - Grafik 24: Inlandsumsätze der Deutschen Telekom, 2012–2019
- O2 erweitert seinen Breitband- und Mobilfunkkundenstamm

MARKTSEGMENTIERUNG, -GRÖSSE UND -PROGNOSE

Prognosen während der COVID-19-Krise

- Hinweis zu Prognosen im Hinblick auf COVID-19
- Die COVID-19-Pandemie wird die Umsätze von Kombipaketen 2020 beeinträchtigen
- 5G wird dem Telekommunikationsmarkt nach einem kurzfristigen Rückgang neue Wachstumschancen verschaffen
- Nach einem Rückgang im Jahr 2020 werden die Umsätze aus der Telekommunikationsbranche bis 2024 auf 35,2 Milliarden Euro steigen
- Die 5G-Einführung wird den Trend zu steigenden Datenvolumen vorantreiben
- Die Regierung meldet steigende Breitbandverbindungen und schnellere Pakete

ANHANG

Hinweis zu COVID-19

- Auswirkungen von COVID-19 auf Kombipakete mit Internet, Telefon & TV und das Verbraucherverhalten in Deutschland

Anhang – Produktabdeckung, Abkürzungen und Verbrauchermethoden

- In diesem Report abgedeckte Produkte

Anhang – Abkürzungen

- Abkürzungen

Anhang – Forschungsmethodik

- Verbrauchermethodik

Anhang – Marktgröße und -prognose – Einzelhandelsumsätze

- Marktgröße und -prognose – Wert

Über Mintel Reports: Deutschland

Nutzen Sie unsere Reports jetzt und erhalten Sie die genauesten, zuverlässigsten und aussagekräftigsten Daten, Insights und Analysen. Mintel Reports Deutschland gibt Ihnen alles was Sie brauchen, um zu verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum.

In jedem Report analysiert Mintel den Markt, neue Produktinnovationen und die Wettbewerbslandschaft sowie das Verbraucherverhalten innerhalb Deutschlands. Unsere Analysten vor Ort, die von unserem globalen Expertenteam unterstützt werden, veranschaulichen dann, was dies für Sie bedeutet.

Was macht uns einzigartig?

- ✔ Eine 360-Grad-Perspektive auf deutsche Märkte
- ✔ In Deutschland ansässige erfahrene Analysten
- ✔ Fachkundige Unterstützung durch globale Kategorieexperten

Wie Mintel Reports Germany das Wachstum Ihres Unternehmens begleiten:

01

Identifizieren Sie zukünftige Chancen, indem Sie verstehen, was deutsche Verbraucher wollen, und warum

02

Treffen Sie schneller bessere Entscheidungen, indem Sie über die Entwicklungen auf Ihrem Markt informiert bleiben

03

Sehen Sie die Trends und Innovationen, die sich sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene auf Deutschland auswirken.

DIESEN REPORT JETZT KAUFEN

€2600.00 | £2195.00 | \$2995.00*

store.mintel.com

Amerika: +1 (312) 932 0400
China: +86 (21) 6032 7300
Deutschland: +49 (0) 211 3399 7411
Indien: +91 22 4445 1045
Singapur: +65 6653 3600
Thailand: +66 2 821 5122
Großbritannien: +44 (0) 20 7606 4533

* Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung sind diese Preise korrekt, sie können sich aber aufgrund von Währungsschwankungen ändern.

MINTEL

Disclaimer

This is marketing intelligence published by Mintel. The consumer research exclusively commissioned by Mintel was conducted by a German licensed market survey agent ([See Research Methodology for more information](#)).

Allgemeine Geschäfts- und Nutzungsbedingungen

Jede Benutzung und/oder jede Kopie dieses Dokuments unterliegt den allgemeinen Geschäftsbedingungen von Mintel, welche unter folgendem Link zu finden sind:
<http://www.mintel.com/terms>

Bei Fragen zur Benutzung dieses Dokuments wenden Sie sich bitte an Ihren Kundenbetreuer oder Ihren Helpdesk vor Ort.

Veröffentlicht von Mintel Ltd.

www.mintel.com

Helpdesk

Großbritannien	+44 (0)20 7778 7155
USA	+1 (312) 932 0600
Australien	+61 (0)2 8284 8100
China	+86 (21) 6386 6609
Deutschland	+49 211 2409023
Indien	+91 22 4090 7217

