

Deloitte.



Broadband Consumer Survey 2023
Ergebnisse für den deutschen
Breitbandmarkt



Executive Summary	05
Stationäres Breitband: Konsumentenperspektive 2023	06
Anforderungen an künftige Anschlüsse	12
Nachhaltige Router	22
Mobilfunk: Konsumentenperspektive 2023	24
Sieben Handlungsoptionen	30
Ihre Ansprechpartner	34



Executive Summary

Deutsche Kommunikationsnetze sind besser als ihr Ruf – zumindest in der Wahrnehmung ihrer Nutzer¹. Trotz weiterhin vorhandener Probleme ist die Zufriedenheit mit den Anbietern stationärer Breitbandanschlüsse im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen. Auch die Qualität von Mobilfunk führt nur bei wenigen Nutzern zu Frustration. Stattdessen werden die Dienste der Netzbetreiber überwiegend positiv wahrgenommen. Dies zeigt die dritte Ausgabe des Broadband Consumer Survey, für die im März 2023 im Rahmen einer repräsentativen Online-Erhebung 2.000 Konsumenten befragt wurden.

Dass die Deutschen an ihren Internetanschlüssen weiterhin wenig auszusetzen haben, zeigt: Mit den derzeit genutzten Anwendungen stoßen vorhandene Netze (noch) nicht an ihre Grenzen. Überhaupt ist bei Verbrauchern Pragmatismus angesagt. Bei der Wahl der Bandbreite künftiger Anschlüsse würden sie sich überwiegend am aktuellen Bedarf orientieren, der Wunsch nach stabilen Netzen steht klar im Mittelpunkt. Gigabit-Anschlüsse sind daher bei den meisten deutschen Verbrauchern noch kein großes Thema, allerdings steigt die Nachfrage nach schnellen Anschlüssen ≥ 250 Mbit/s kontinuierlich.

Kurzfristiges Potenzial versprechen „Hybrid Access“-Dienste, deren mobilfunkbasierter Backup-Kanal das Ausfallrisiko von Internetanschlüssen erheblich reduziert. Fast jeder Zweite ist hierzulande daran interessiert oder nutzt solche Angebote bereits.

Gleichermaßen gefragt ist das Thema Nachhaltigkeit: 54 Prozent der Befragten sind daran interessiert, einen Router mit niedrigerem Stromverbrauch zu erhalten oder sich zu kaufen.

Wir wünschen Ihnen eine kurzweilige Lektüre und neue, interessante Einblicke in die Nachfrageseite des deutschen Breitbandmarktes, den wir in diesem Jahr erstmals unter Einbeziehung mobiler Netzinfrastrukturen untersucht haben.

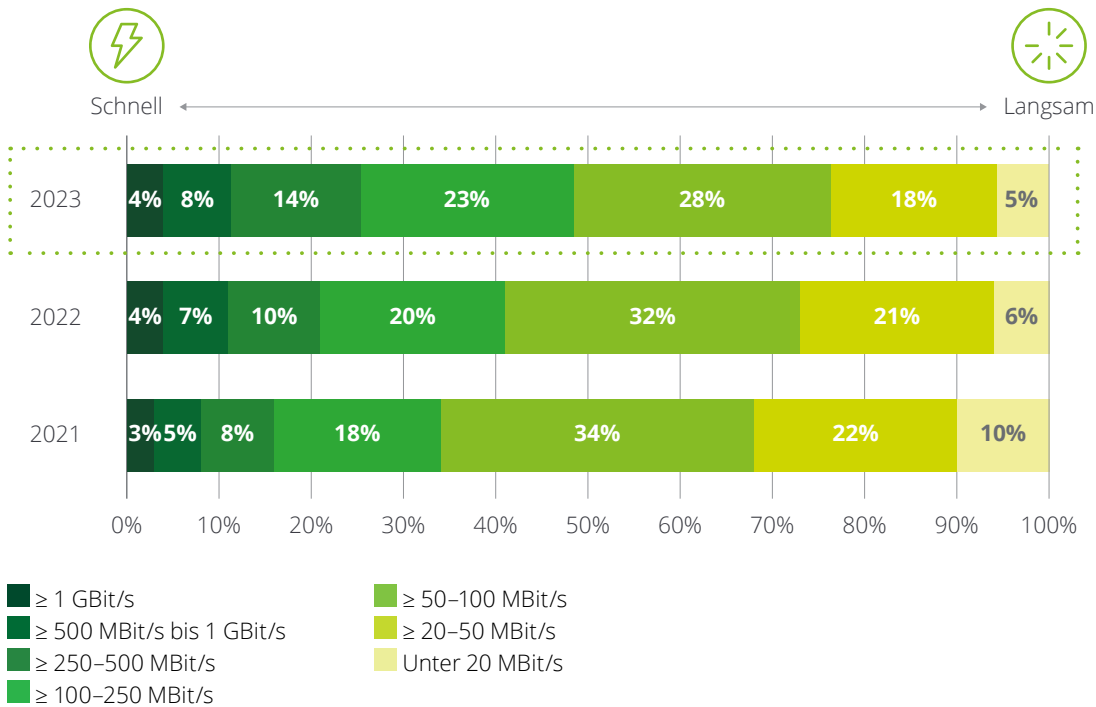
¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Stationäres Breitband: Konsumentenperspektive 2023

Ein Run auf High-Speed-Internet bleibt auch in diesem Jahr aus. Trotz beträchtlicher Ausbauprogramme der Anbieterseite und der damit verbundenen steigenden Verfügbarkeit sehr leistungsfähiger Anschlüsse hat sich die Wechseldynamik gegenüber den Vorjahren nicht beschleunigt. Es ist offensichtlich, dass die abonnierten, stationären Breitbandanschlüsse in Deutschland immer schneller werden. Dies illustriert der Blick auf die in den vergangenen drei Jahren in deutschen Haushalten genutzten Bandbreiten (s. Abb. 1). Hierbei wird deutlich, dass Geschwindigkeiten unter 50 Mbit/s auf dem Rückzug sind. Zuwächse verzeichnen besonders Anschlüsse zwischen ≥ 100 Mbit/s und 500 Mbit/s. Auffällig ist jedoch auch, dass sich die Migration in hohe Bandbreiten eher kontinuierlich als schwungvoll vollzieht. Haben im Jahr 2021 ca. 16 Prozent der Nutzer Anschlüsse mit 250 Mbit/s oder schneller genutzt, so sind es zwei Jahre später bereits 26 Prozent.



**Abb. 1 – Welche Geschwindigkeit hat Ihr Anbieter versprochen bereitzustellen?
(im Jahresvergleich)**



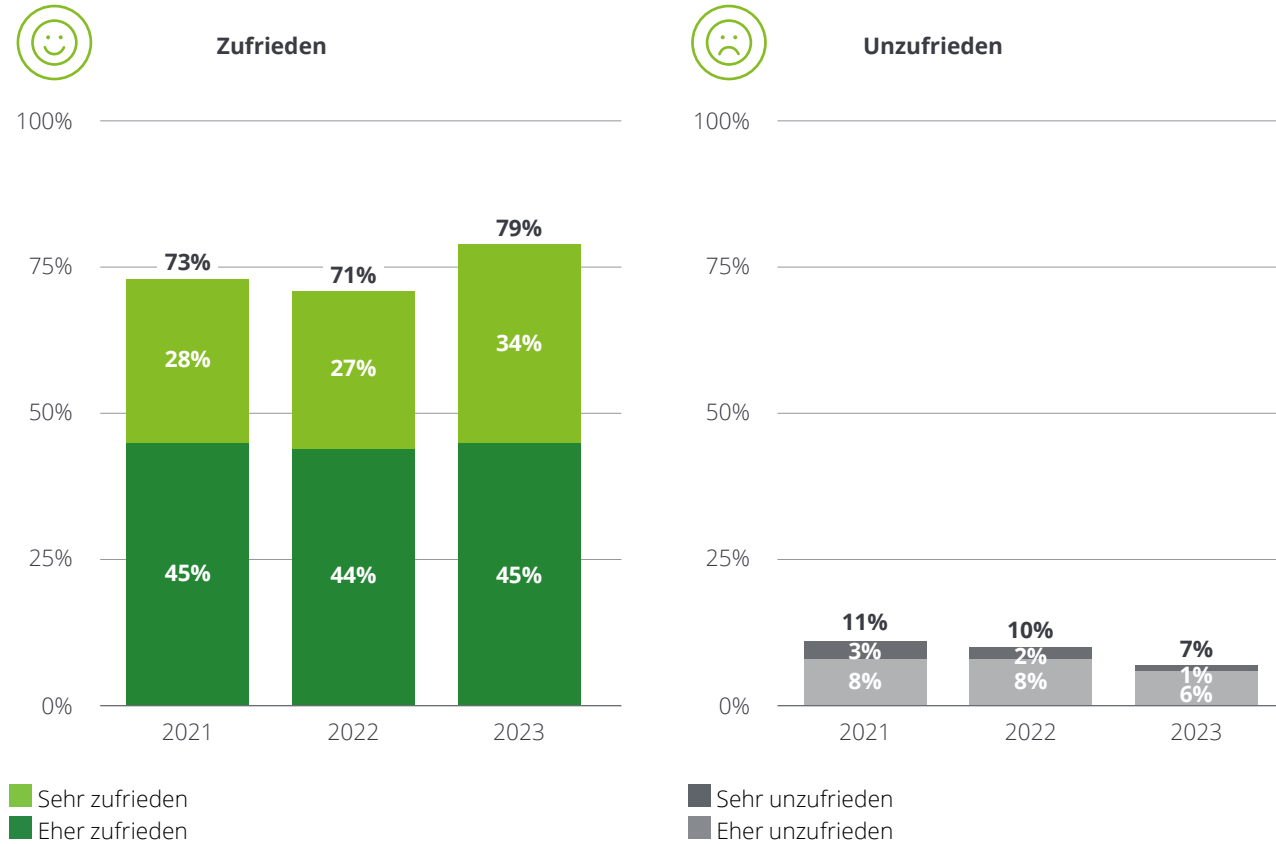


Zufriedenheit mit Anbietern gestiegen

Die Zufriedenheit mit den eigenen Breitbandanbietern war bereits in den vergangenen beiden Jahren hoch – und ist 2023 sogar noch weiter gestiegen. Acht von zehn Konsumenten in Deutschland nehmen ihren Internet-Provider grundsätzlich positiv wahr – das sind acht Prozentpunkte mehr als noch vor zwölf Monaten (s. Abb. 2). Vor dem Hintergrund der überschaubaren Wechseldynamik in neue oder schnellere Infrastrukturen zeigt dies: Mit den aktuell genutzten Anschlüssen lassen sich die derzeitigen Anforderungen zur Zufriedenheit des überwiegenden Teils der Nutzerschaft bewältigen. Und dies trotz immer mehr vernetzter Endgeräte in den Haushalten, einer intensiveren Nutzung von Streaming-Diensten oder Remote Work.²

Die Zufriedenheit mit dem eigenen Breitbandanbieter ist groß und gegenüber dem Vorjahr sogar weiter gestiegen.

Abb. 2 – Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem aktuellen Anbieter von Breitbanddiensten?*
(im Jahresvergleich)

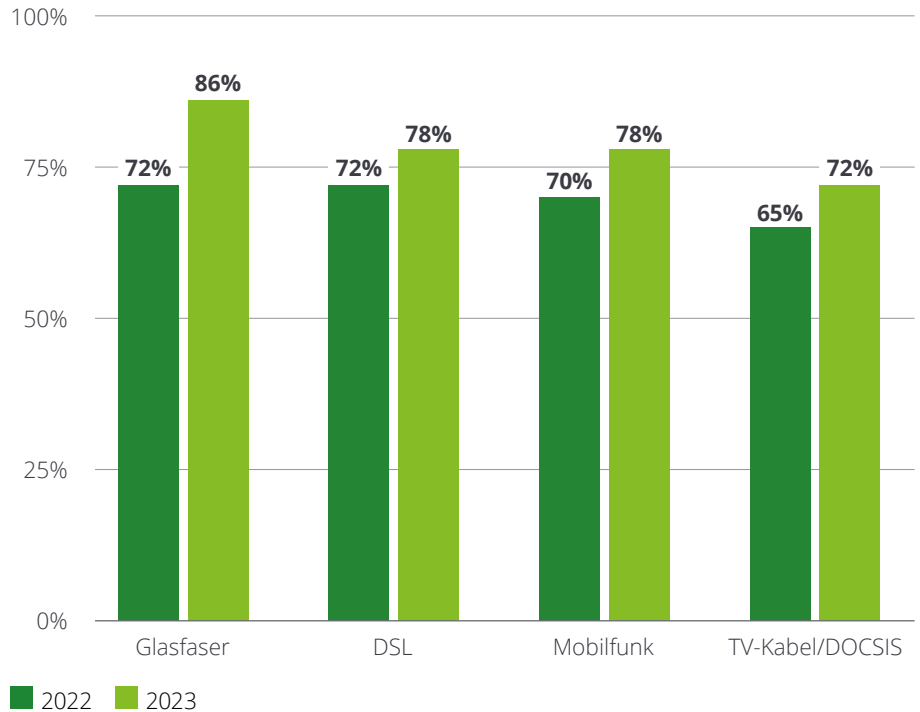


* Rest: neutral, weder zufrieden noch unzufrieden.

Glasfaser zeigt ihr Potenzial bei der Kundenzufriedenheit

Wenn man die Zufriedenheit der Internetnutzer auf die von ihnen genutzten Technologien herunterbricht, zeigt sich: Alle Infrastrukturtypen werden 2023 positiver wahrgenommen als im Vorjahr (s. Abb. 3). Investitionen der Anbieter in neue und bestehende Netze machen sich augenscheinlich bezahlt. Keine Technologie fällt bei der Kundenzufriedenheit gegenüber den anderen Infrastrukturgattungen stärker ab. Allerdings kann die Glasfaser ihr überlegenes Potenzial inzwischen ausspielen und liegt nun, anders als noch im Vorjahr, deutlich vor DSL, Mobilfunk und TV-Kabel. Das TV-Kabel (DOCSIS) ist allerdings auch in diesem Jahr wieder Schlusslicht bei der Zufriedenheit.

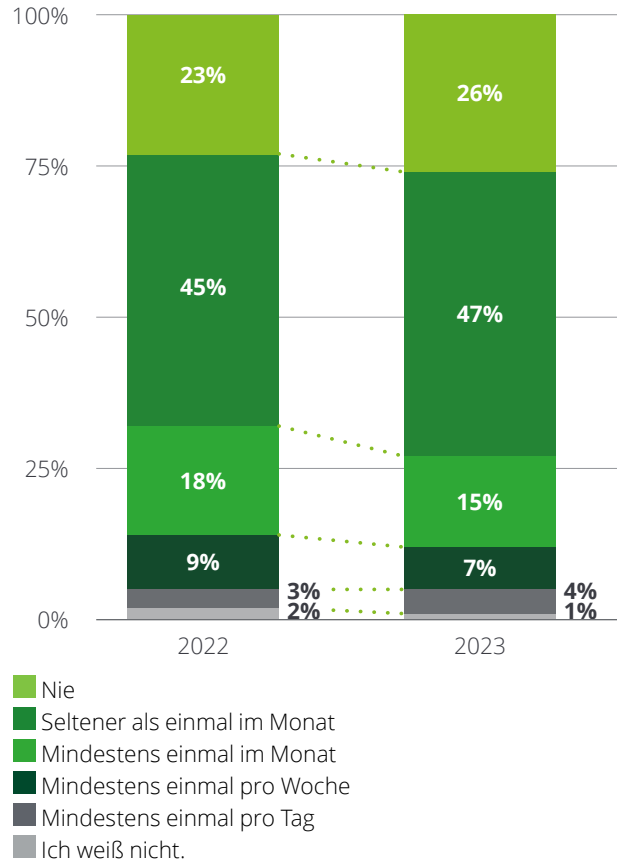
Abb. 3 – Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem aktuellen Anbieter von Breitbanddiensten? (nach Technologie)



Probleme seltener, aber weiterhin verbreitet

Internetnutzer haben seltener Schwierigkeiten mit ihren stationären Breitbandanschlüssen als noch vor Jahresfrist. Dennoch berichten weiterhin 27 Prozent der Befragten, dass sie mindestens einmal im Monat mit Problemen wie fehlender Stabilität oder mangelnder Geschwindigkeit zu kämpfen haben (s. Abb. 4). Im Vorjahr lag dieser Anteil noch bei 30 Prozent. Damit sind Breitbandinfrastrukturen weiterhin deutlich weniger zuverlässig als Strom- oder Gasnetze, deren Ausfallhäufigkeit hierzulande deutlich niedriger liegt.³ Vor dem Hintergrund der hohen Zufriedenheit mit der Anbieterseite lässt sich konstatieren: Bei deutschen Breitbandnutzern hat sich ein gewisser Fatalismus breitgemacht. Probleme mit dem Internetanschluss sind üblich und werden überraschenderweise klaglos hingenommen.

Abb. 4 – Wie häufig hatten Sie im letzten Jahr Probleme mit Ihrem Breitbandanschluss?



³ Laut Bundesnetzagentur müssen Endverbraucher pro Jahr kaum mehr als zwei Minuten ohne Gas- oder Stromversorgung auskommen. Wie regelmäßig solche Ausfallereignisse vorkommen, wird nicht erhoben.

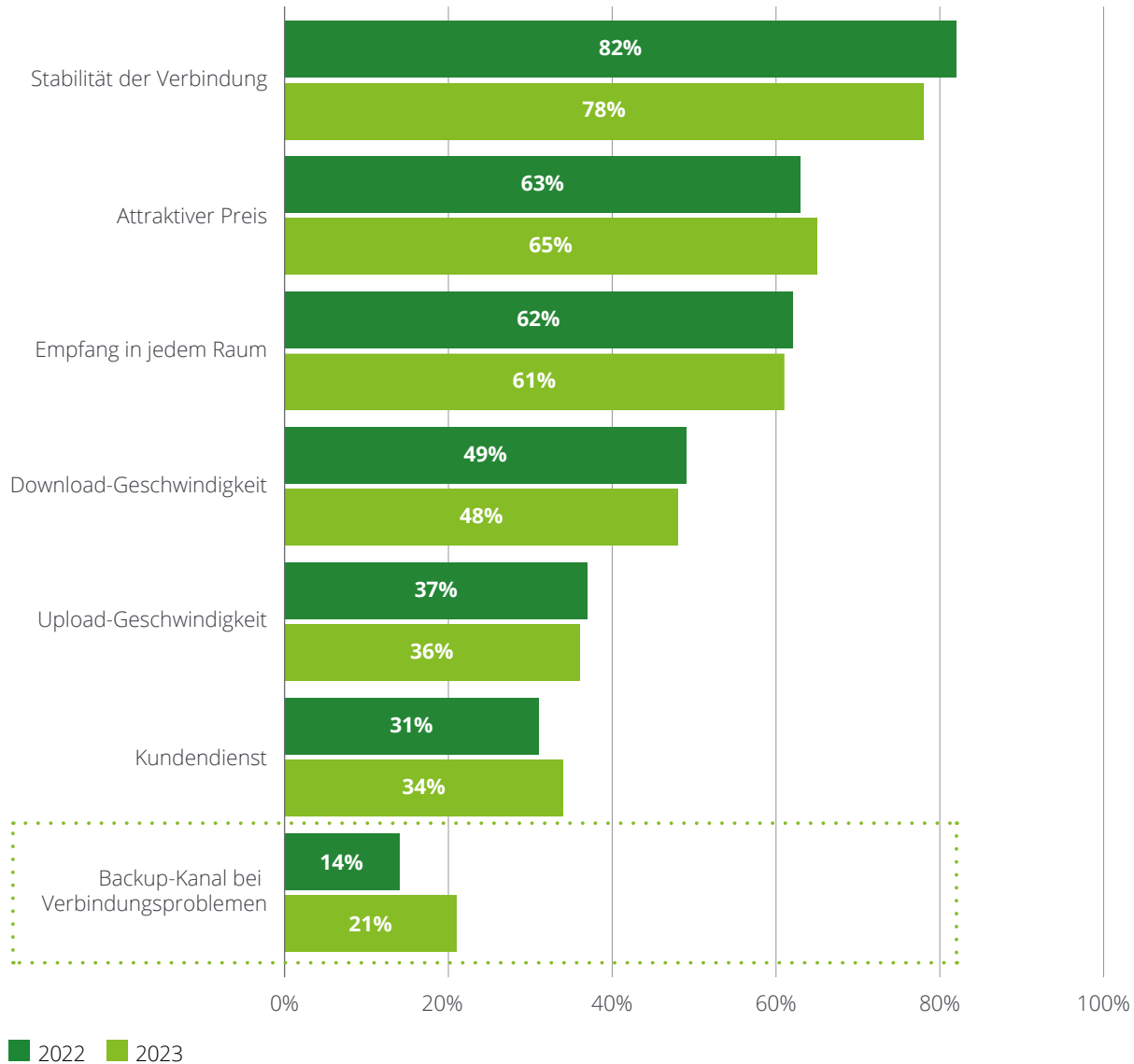
Anforderungen an künftige Anschlüsse

Die Vorzüge von Glasfaseranschlüssen sind unstrittig. Sie bieten höhere Geschwindigkeiten, sind potenziell stabiler und versprechen eine zukunftssichere Leistungsfähigkeit bis in den Terabit-Bereich hinein. Zudem verbrauchen sie weniger Energie als alle anderen Zugangstechnologien. Doch welche der genannten Attribute sind bei den Verbrauchern tatsächlich gefragt? Schon im Vorjahr galt bei den Auswahlkriterien für künftige Anschlüsse: Stabilität schlägt Speed. Die aktuellen Studienergebnisse belegen, dass der Wunsch nach Zuverlässigkeit kaum an Relevanz eingebüßt hat (s. Abb. 5).

Stabilität bei neuen Anschlüssen im Fokus

78 Prozent der Befragten bezeichnen die Stabilität der Verbindung als wichtigen Faktor bei künftigen Internetanschlüssen. Hohe Download-Geschwindigkeiten werden dagegen nur von 48 Prozent genannt. Damit haben sich die Präferenzen der Verbraucher in den letzten Monaten nur unwesentlich verändert – was auch für die anderen abgefragten Attribute gilt. Als einzige Ausnahme hat das Angebot eines Backup-Kanals deutlich an Popularität gewonnen. 21 Prozent der Internetnutzer bewerten diesen 2023 als wichtigen Faktor. Vor einem Jahr waren es noch beachtliche sieben Prozentpunkte weniger. Auch diese Entwicklung reflektiert den starken Wunsch der Verbraucher nach stabilen und ausfallsicheren Netzen.

Abb. 5 – Welche sind die aus Ihrer Sicht wichtigsten Faktoren, wenn Sie an eine künftige Internetverbindung für Ihren Haushalt denken?

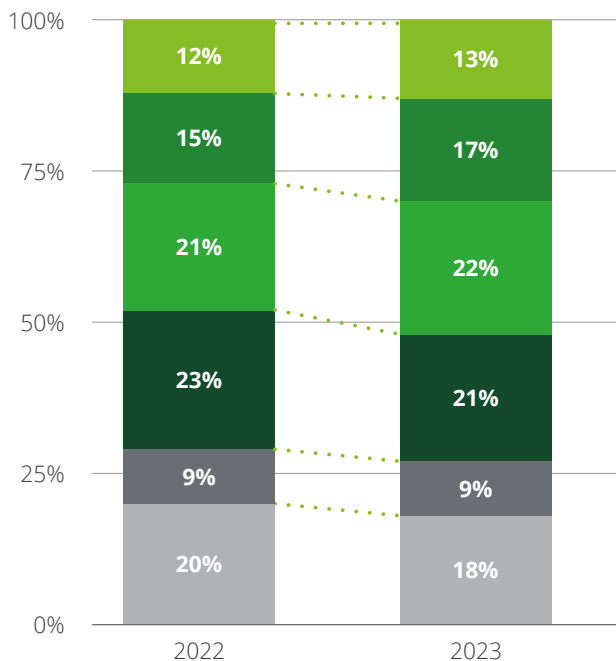


* Mehrfachauswahl möglich.

Pragmatismus bei Geschwindigkeiten

Selbst im Fall uneingeschränkter Verfügbarkeit: Bei der Wahl der passenden Bandbreite orientieren sich Internetnutzer überwiegend am aktuellen Bedarf. Gegenüber dem Vorjahr ist der Wunsch nach sehr hohen Bandbreiten allerdings etwas stärker ausgeprägt (s. Abb. 6). Demnach würden bereits drei von zehn der Befragten einen sehr schnellen Anschluss mit 500 Mbit/s oder mehr abonnieren. Die Nachfrage nach Gigabit-Infrastrukturen nimmt damit langsam an Fahrt auf. Eine Vermarktung von Anschlüssen primär über die Betonung von Geschwindigkeit greift allerdings weiterhin zu kurz.

Abb. 6 – Falls Sie die Wahl hätten, welche Internetgeschwindigkeit würden Sie zum für Sie akzeptablen Preis abonnieren?



- 1 Gbit/s
- 500 Mbit/s
- 250 Mbit/s
- 100 Mbit/s
- 50 Mbit/s
- Ich weiß nicht.



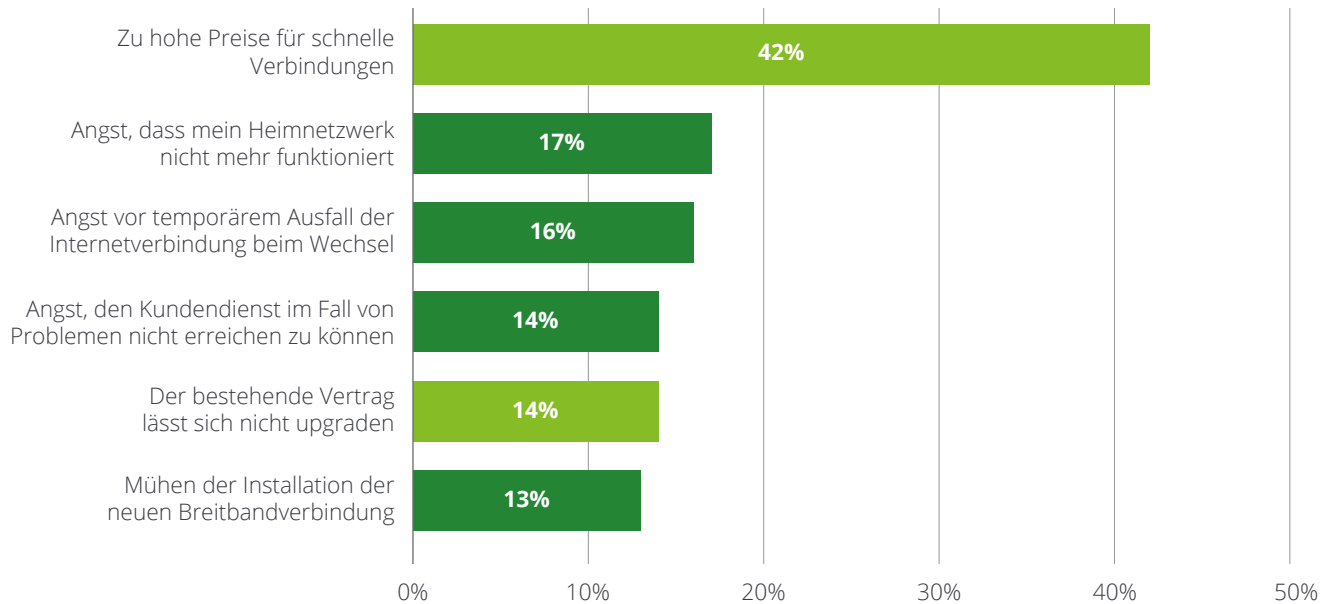


Kosten als Wechselhürde

Was bremst bislang den Ansturm auf schnellere Netzinfrastrukturen? Die Studienergebnisse zeigen aus Sicht der befragten Internetnutzer zwei wesentliche Hürden: Die fehlende Zahlungsbereitschaft sowie Sorgen um Probleme während des Wechselprozesses (s. Abb. 7). Letzteres ist insbesondere bei jüngeren Konsumenten ein Thema. So liegt bei Verbrauchern unter 25 Jahren der Anteil jener, die Angst vor einem temporären Ausfall des Internets haben, gegenüber dem Durchschnitt um 70 Prozent höher. Die Wahrnehmung zu hoher Preise für High-Speed-Breitband bewegt sich dagegen in den unterschiedlichen Alterssegmenten in vergleichbarer Größenordnung. Es ist offensichtlich: Der Mehrwert schneller Netze wird längst noch nicht von jedem geschätzt.

Neben Problemen beim Wechsel in neue Infrastrukturen scheuen viele Verbraucher zusätzliche Kosten schneller Anschlüsse.

Abb. 7 – Was hält Sie am meisten davon ab, eine neue, schnellere Breitbandverbindung zu beziehen*?



■ Potenzielle Probleme während des Wechselprozesses

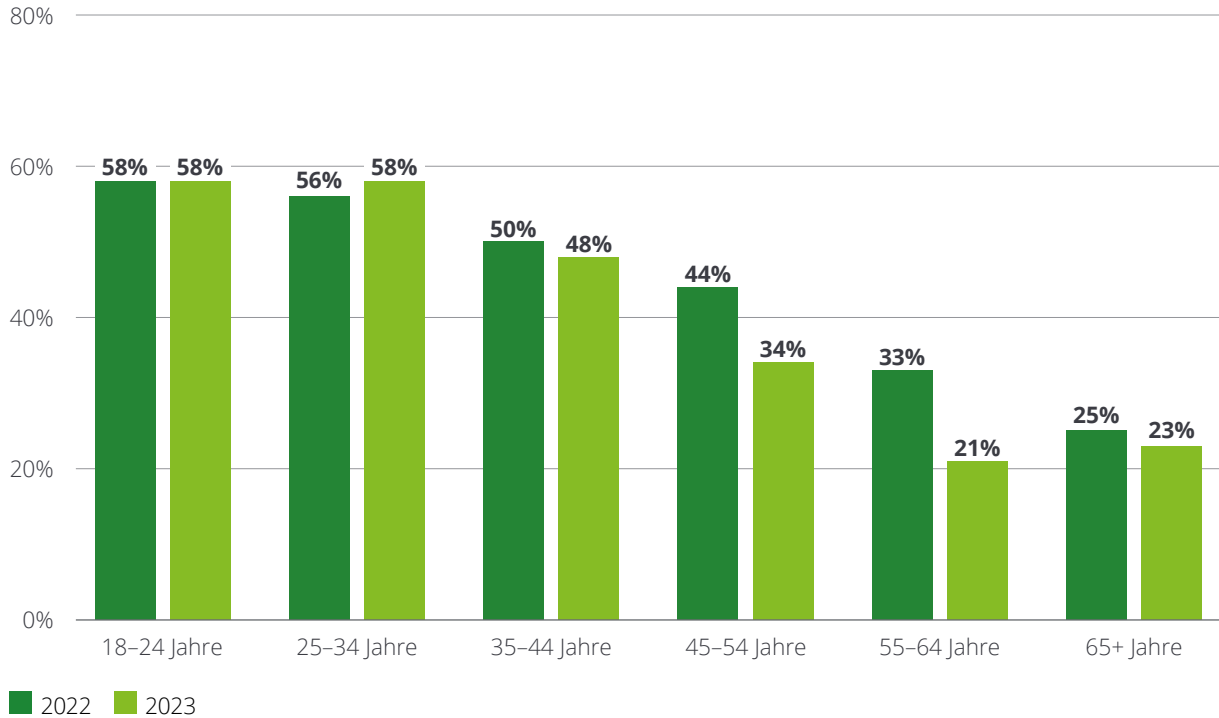
* Mehrfachauswahl möglich.

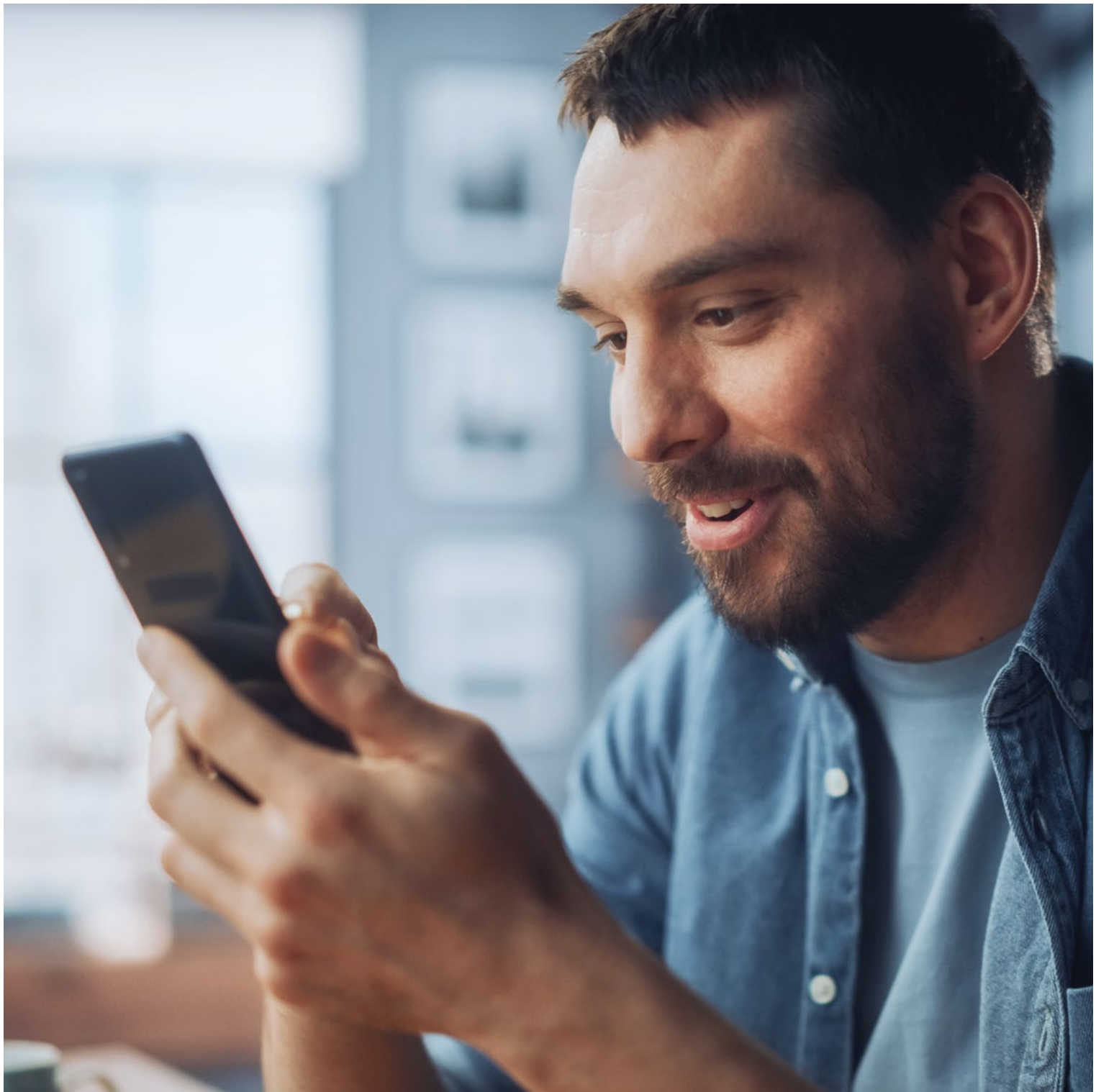


Großes FWA-Potenzial bei Jüngeren

Die Ergebnisse der Vorjahresstudie belegten eine deutlich gestiegene Offenheit für Fixed Wireless Access (FWA). Dieses große Interesse an FWA erweist sich weiterhin als stabil – zumindest bei Internetnutzern bis Mitte vierzig (s. Abb. 8). Dagegen zeigen die aktuellen Zahlen in den älteren Segmenten wieder einen Rückgang, sodass die Offenheit für FWA insgesamt wieder auf das Niveau von 2021 zurückgefallen ist. Fehlende Vermarktungsaktivitäten der Netzbetreiber wirken sich spürbar auf die Nachfrageseite aus und lassen insbesondere ältere Verbraucher mit höherem Informations- und Aufklärungsbedarf das Interesse verlieren. Am vorhandenen Potenzial von Fixed Wireless Access ändert dies jedoch grundlegend nichts, sofern Anbieter konsequent am Ball bleiben.

Abb. 8 – Zustimmung zur Aussage: Ich wäre bereit, meine bestehende Breitbandverbindung durch eine mobile Internetverbindung zu ersetzen, sofern diese die von mir benötigte Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit bietet. (Nach Altersgruppen)

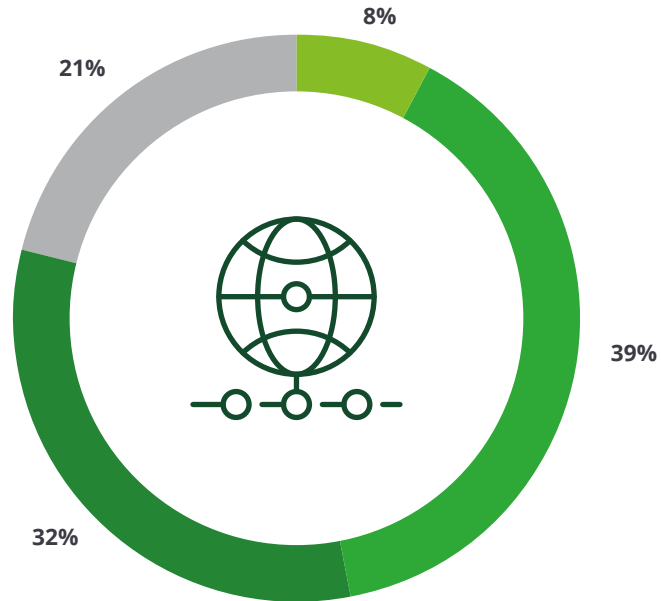




Hybrid Access bedient Wunsch nach stabilen Netzen

„Hybrid Access“-Dienste bieten zusätzlich zum Internetzugang über DSL, Kabel oder Glasfaser einen zweiten Kanal via Mobilfunk und reduzieren so das Ausfallrisiko des Anschlusses erheblich. Das Interesse an einem solchen Angebot ist in Deutschland enorm. Annähernd die Hälfte zeigt sich grundsätzlich offen, während nicht einmal ein Drittel der Befragten Hybrid Access ablehnend gegenübersteht (s. Abb. 9). Sobald die Anbieterseite entsprechende Dienste in größerem Umfang bewirbt, dürften sich viele der zahlreichen Unentschlossenen für Hybrid Access interessieren. Die positiven Rückmeldungen der Verbraucher reflektieren einmal mehr den Wunsch nach stabilen Netzinfrastrukturen, der sich wie ein roter Faden durch die Studienergebnisse zieht.

Abb. 9 – Sind Sie an einem „Hybrid Access“-Dienst interessiert oder nutzen Sie ihn bereits?



- Nutze bereits „Hybrid Access“
- Nutze kein „Hybrid Access“, bin aber interessiert
- Nutze kein „Hybrid Access“, bin nicht interessiert
- Ich weiß nicht.

Nachhaltige Router

WLAN-Router sind in der Regel rund um die Uhr im Einsatz und haben einen beträchtlichen Stromverbrauch. Dieser kann je nach Modell und Hersteller sehr unterschiedlich ausfallen. Der Energiehunger des eigenen Routers war bislang allerdings für die Mehrheit der Internetnutzer in Deutschland kein relevantes Thema. 63 Prozent der im Rahmen dieser Studie Befragten haben sich noch nie über den Energieverbrauch ihres Routers Gedanken gemacht.

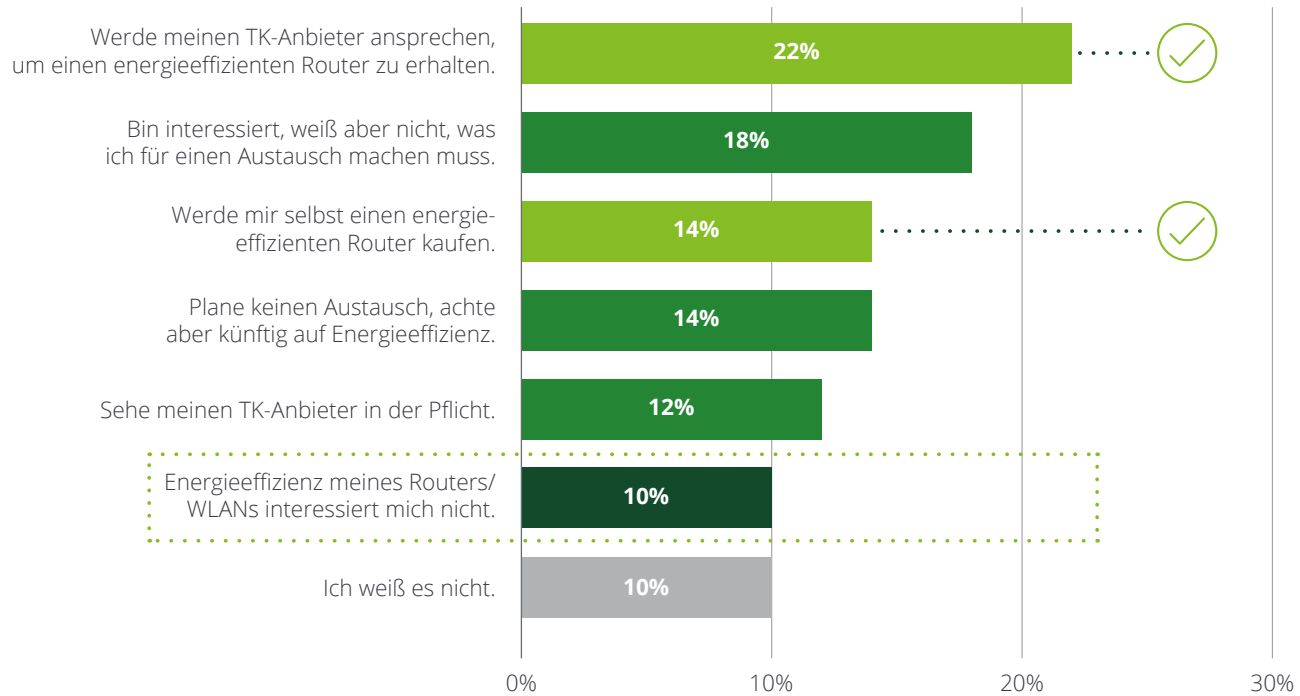
Hohe Bereitschaft zum Routertausch

Konfrontiert man die Konsumenten jedoch mit dieser Thematik, so wird in der Regel der Handlungsbedarf erkannt. So geben 36 Prozent der Verbraucher an, dass sie zeitnah ihren Router gegen ein Exemplar mit niedrigerem Stromverbrauch austauschen wollen (s. Abb. 10). Dabei spielen ihre Telekommunikationsanbieter eine zentrale Rolle. 22 Prozent der Befragten wollen aktiv auf ihren Netzbetreiber bezüglich eines Routertauschs zugehen, weitere 12 Prozent sehen bei ihrem Anbieter sogar eine Bringschuld und erwarten einen proaktiven Hardwarewechsel.

Ansatzpunkt für Nachhaltigkeitsinitiativen

Diese Zahlen verdeutlichen: Telekommunikationsunternehmen haben über den gezielten Austausch von energiehungrigen Routern einen idealen Ansatzpunkt, um Kunden zu binden, die eigene Marke zu stärken und sich wirkungsvoll im Nachhaltigkeitskontext zu positionieren. Die Nutzerseite wird das Engagement zu schätzen wissen, denn gerade einmal 10 Prozent der Verbraucher interessieren sich nicht für die Energieeffizienz des eigenen Routers.

Abb. 10 – Wie stehen Sie zum Austausch Ihres Routers gegen einen besonders energieeffizienten Router?



✓ Unmittelbarer Hardwaretausch geplant

Mobilfunk: Konsumentenperspektive 2023

Die Grenzen zwischen stationärem Breitbandanschluss und Mobilkommunikation sind in den vergangenen Jahren immer unschärfer geworden. Dazu hat nicht zuletzt der Ausbau von leistungsfähigen 5G-Infrastrukturen beigetragen. Die Rückmeldungen unserer Befragten zu FWA und Hybrid Access zeigen, dass sich die Entwicklung absehbar weiter verstärken wird. Grund genug, mit der dritten Ausgabe des Broadband Consumer Survey nun auch die Konsumentenperspektive auf Mobilfunknetze genauer zu untersuchen. Hierbei zeigen sich überraschend viele Parallelen zur Wahrnehmung von Home-Broadband-Angeboten.

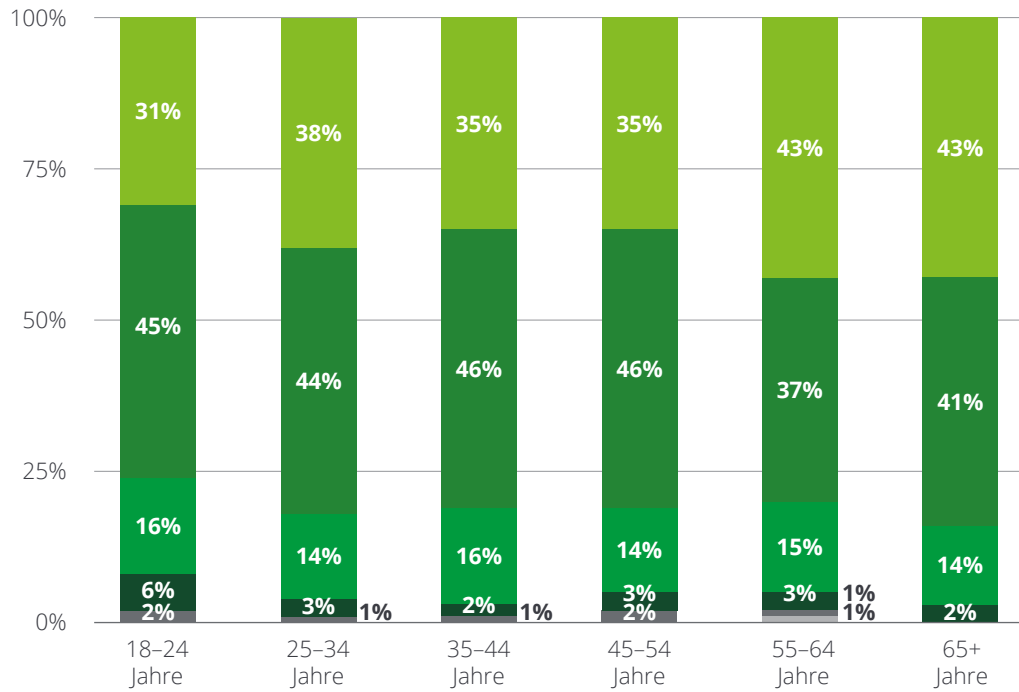
Hohe Zufriedenheit auch mit Mobilfunkanbietern

Die gute Nachricht gleich vorweg: Die Deutschen sind mit ihren Mobilfunkanbietern überaus zufrieden. Altersübergreifend liegt die Zustimmung bei 81 Prozent, 38 Prozent der Befragten sind mit ihrem Anbieter sogar sehr zufrieden. Gerade einmal 3 Prozent der Befragten äußern Unzufriedenheit mit ihrem aktuellen Pro-

vider (s. Abb. 10). Die Rückmeldungen der Verbraucher reflektieren also keinesfalls die regelmäßig vernommene Kritik an Abdeckung und Qualität der deutschen Mobilfunknetze.

Die jungen Mobilfunk-Heavy-User sehen ihre Anbieter tendenziell etwas kritischer als ältere Konsumenten. Dennoch liegt die Zufriedenheit selbst in der skeptischsten Altersgruppe bei über drei Vierteln der Befragten. Auch beim Vergleich mit stationären Breitbanddiensten haben die Mobilfunkprovider haarscharf die Nase vorn. Mit einer Zustimmung von 79 Prozent rangiert der Anteil zufriedener Kunden bei Festnetzanbietern knapp um zwei Prozentpunkte niedriger.

Abb. 11 – Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem aktuellen Mobilfunkanbieter? (Nach Altersgruppen)



- Sehr zufrieden
- Eher zufrieden
- Neutral
- Eher unzufrieden
- Sehr unzufrieden
- Ich weiß nicht.

Regelmäßige Probleme auch bei Mobilfunkanschlüssen

Eine starke Parallele zu Festnetzanschlüssen zeigt sich bei der Betrachtung der Zuverlässigkeit von Mobilfunknetzen: Auch hier haben trotz hoher Zufriedenheit mit dem eigenen Anbieter zahlreiche Befragte regelmäßig Probleme mit ihrem Anschluss. 23 Prozent der Mobilfunknutzer berichten, dass Schwierigkeiten mindestens einmal im Monat auftreten (s. Abb. 12). Im Vergleich zu Festnetzanschlüssen sind Probleme damit insgesamt etwas weniger verbreitet. Bei diesen liegt der entsprechende Anteil bei 27 Prozent. Gleichzeitig nimmt ein bemerkenswert hoher Anteil von 44 Prozent praktisch nie Probleme mit dem eigenen Mobilfunkanschluss wahr.

Schwachstelle Empfang

Wenn Mobilfunknutzer von Problemen berichten, betreffen diese häufig den Empfang. Schwierigkeiten bereiten in erster Linie eine schlechte Indoor-Netzabdeckung sowie Qualitätsprobleme oder sogar Gesprächsabbrüche bei Sprachtelefonie (s. Abb. 12). Auch unterwegs im Auto oder in der Bahn werden Empfangslücken wahrgenommen. Darüber hinaus empfinden 15 Prozent der Befragten den Preis ihres aktuellen Mobilfunkanschlusses als problematisch – ein weiteres Indiz für die hohe Preissensibilität deutscher Kommunikationskunden.

Abb. 12 – Wie häufig hatten Sie im letzten Jahr Probleme mit Ihrem Mobilfunkanschluss?

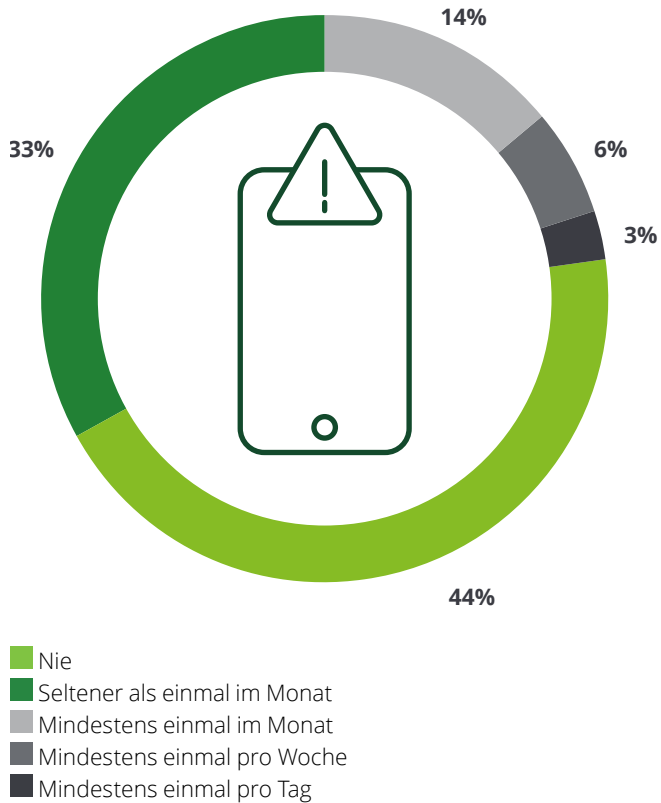
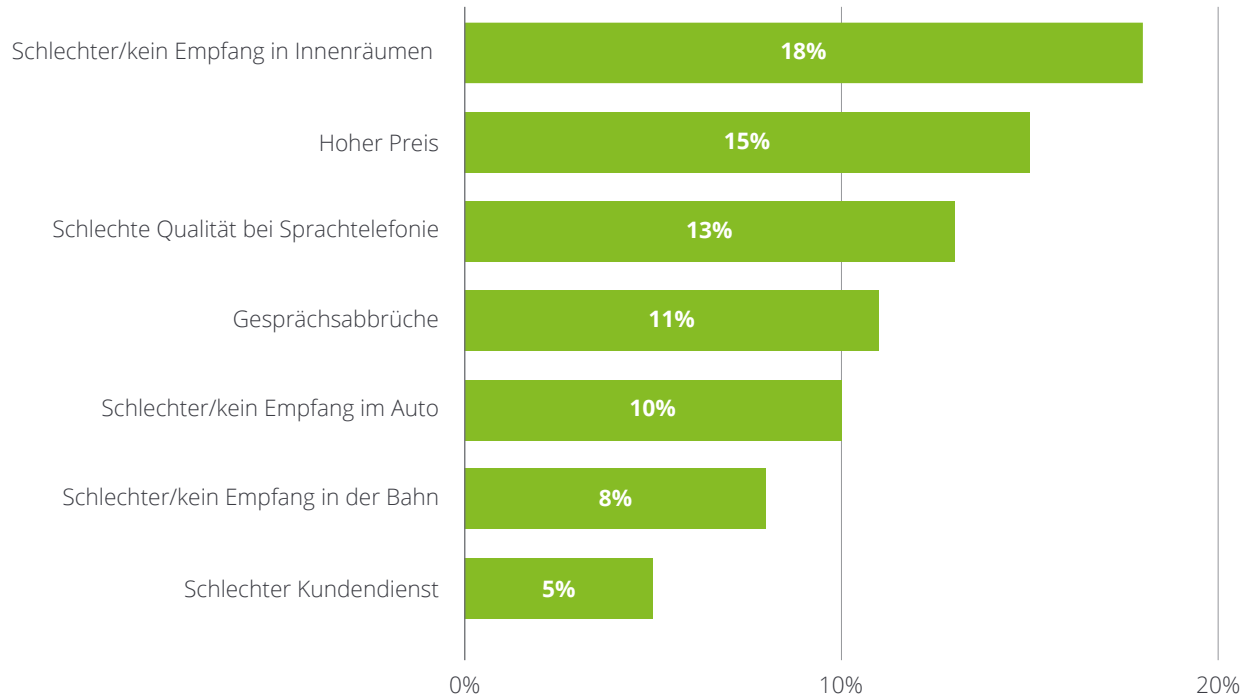


Abb. 13 – Welche Probleme haben Sie mit Ihrem aktuellen Mobilfunkanschluss?



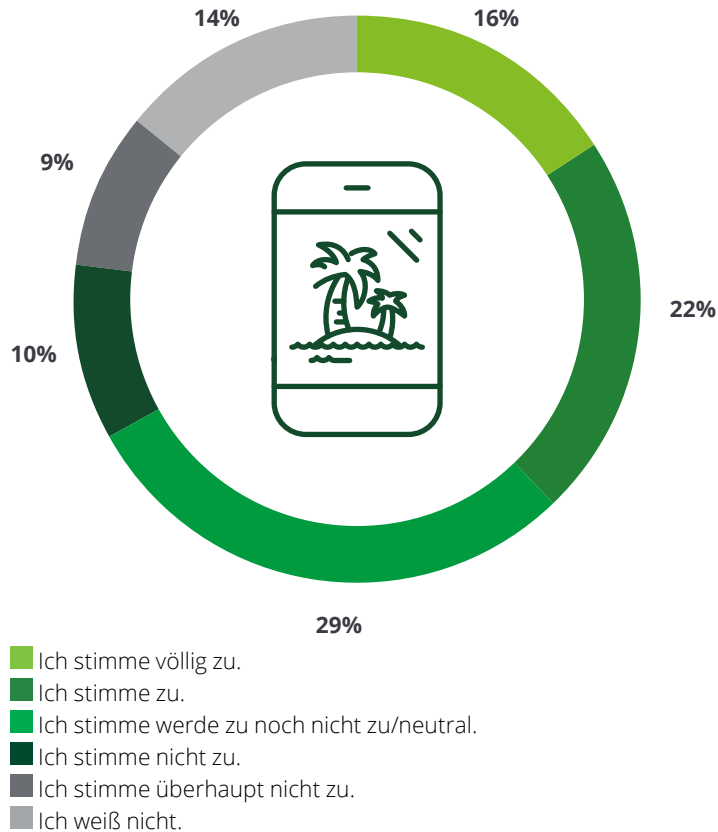
* Mehrfachauswahl möglich.



Netze im Ausland als besser wahrgenommen

Auch wenn sich Konsumenten mit der Qualität deutscher Mobilfunkinfrastrukturen angefreundet haben, nehmen sie Netze im Ausland mehrheitlich als besser wahr. 38 Prozent der Befragten haben den Eindruck einer zuverlässigeren und schnelleren Mobilkommunikation im Ausland, während nur 19 Prozent die heimischen Netze als überlegen wahrnehmen (s. Abb. 14). Die Zahlen verdeutlichen: Trotz großer Zufriedenheit mit der Anbieterseite darf sich diese keinesfalls ausruhen. Denn beim Blick über die Grenzen wird das weitere Verbesserungspotenzial von Mobilfunkinfrastrukturen in Deutschland erkannt.

Abb. 14 – Zustimmung zur Aussage: Wenn ich im Ausland bin, habe ich den Eindruck, dass Mobilfunknetze zuverlässiger und schneller sind als in Deutschland



Sieben Handlungsoptionen

Die Ergebnisse des diesjährigen Broadband Consumer Survey sind für die deutschen Telekommunikationsunternehmen ambivalent: Nicht zuletzt wegen einer hohen Zufriedenheit mit bisherigen Anbietern und Anschlüssen nehmen die Migration in neue Netze sowie die Zahlungsbereitschaft für höhere Bandbreiten erst zögerlich an Fahrt auf. Bei der Refinanzierung der hohen

Investitionen in neue Infrastrukturen ist weiterhin ein langer Atem gefragt, zumal sich deutsche Konsumenten als kostenbewusst erweisen.

Auf der anderen Seite zeigen die Rückmeldungen der Internetnutzer neue, durchaus attraktive Potenziale: „Hybrid Access“-Dienste bedienen den Wunsch nach zuverlässigen

Anschlüssen und eröffnen zusätzliche Monetarisierungsmöglichkeiten, zudem bleiben Konsumenten offen für Fixed Wireless Access – zumindest in den jüngeren und mittleren Alterssegmenten. Ein spannendes Feld ist die offensichtliche Nachfrage nach energieeffizienteren Routern, über die Netzbetreiber ein klares Zeichen in Sachen Nachhaltigkeit setzen können.



Kurzfristige Handlungsfelder

Wie schon im Vorjahr ergeben sich auch aus der aktuellen Konsumentenperspektive sieben konkrete Handlungsfelder – einige davon bestätigen bekannte Entwicklungen, vieles ist neu. Sie reflektieren wesentlich die aktuelle Konsumentenstimmung und bieten Telekommunikationsunternehmen Ansatzpunkte für kurzfristig umsetzbare Maßnahmen.



Nachhaltige Angebote bereithalten, z.B. durch den Austausch von Routern gegen sparsamere Geräte.



FWA schwerpunktmäßig in den jungen Zielgruppen promoten.



Bei der Vermarktung von Anschlüssen den Faktor „Zuverlässigkeit“ in den Mittelpunkt stellen. Stabilität schlägt weiterhin Speed.



Die auch 2023 überschaubare Veränderungsdynamik auf der Nachfrageseite bei der Gestaltung eigener Breitbandstrategien berücksichtigen.



Das Interesse an Hybrid Access durch entsprechende Angebote abschöpfen, dabei die Zahlungsbereitschaft realistisch einschätzen.



Das starke Kostenbewusstsein deutscher Konsumenten einkalkulieren.



Den wahrgenommenen qualitativen Abstand zu ausländischen Mobilfunknetzen als Herausforderung ernst nehmen.





Konsumentenperspektive verändert den Markt

Mittel- bis langfristig dürften sich die Perspektiven von Kommunikationskunden weiter verschieben und könnten den Markt sogar grundlegend verändern. In einem plausiblen Szenario sind Anschlüsse mit weniger als 100 Mbit/s im Jahr 2030 für den Internet- und Medienkonsum unzureichend und werden nicht mehr bereitgestellt. Netzbetreiber haben bis dahin für ihre hochwertigen Internetangebote starke Marken etabliert und höhere Preise durchgesetzt. Hybrid Access und die damit verbundene Ausfallsicherheit ist fester Bestandteil von Premiumtarifangeboten. Konsumenten setzen Energieeffizienz als wesentliches Attribut von Diensten und Endgeräten voraus und entscheiden entsprechend. Router mit deutlich niedrigerem Stromverbrauch waren erst der Anfang und gehörten in diesem Kontext zu den Wegbereitern im Bereich Consumer Hardware.

Ob es so kommt, ist offen. Anbieter tun aber gut daran, die Konsumentenstimmung genau zu beobachten und eigene Strategien regelmäßig zu hinterfragen.

Ihre Ansprechpartner



Dieter Trimmel

Partner | Strategy TMT
Tel: +49 151 18294000
dtrimmel@deloitte.de



Dr. Philipp Geiger

Director | Strategy TMT
Tel: +49 89 29036 6482
pgeiger@deloitte.de



Ralf Esser

Senior Manager | Leiter Industry Insights
Tel: +49 211 8772 4132
resser@deloitte.de

Deloitte.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 415.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.