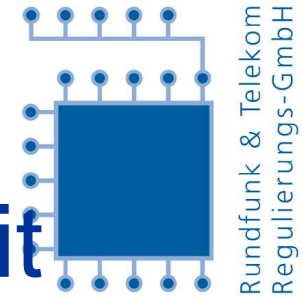


RTR

Pressehintergrundgespräch zur Studie

„Nachfrageseitige Erhebung“

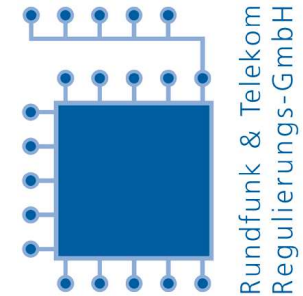
Zielsetzung der Erhebung I Information der Öffentlichkeit



RTR

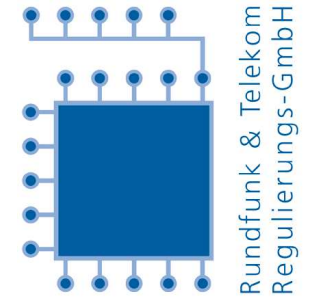
- RTR als Kompetenzzentrum für IKT-Themen:
 - Umfassende Erhebungen über Nachfrageseite zur Information und Beratung der Öffentlichkeit
 - Identifikation von Konsumtrends im Bereich der Telekommunikation
 - Orientierung für diese Rolle bietet britischer Regulator Oftel, der in regelmäßigen Abständen zum Mobilfunk-, Festnetz- und Internetmarkt auf Konsumerhebungen basierende Trendanalysen durchführt.

Zielsetzung der Erhebung II Neuer Rechtsrahmen



RTR

- Bisher wurde Beurteilung der marktbeherrschenden Stellung eines Unternehmens nur auf angebotsseitige Daten gestützt (insbesondere Marktanteil)
- Neuer Rechtsrahmen sieht umfassendere Beurteilungsgrundlage vor – auch Nachfrageseite soll ggf. einbezogen werden, daher ist nachfrageseitige Erhebung logischer ergänzender Schritt
- Fundierte Analyse des Nachfrageverhaltens muss stets durch empirische Belege, durch statistisch abgesichertes Datenmaterial, abgestützt werden
- Größere Bedeutung der Nachfrageseite, da Telekommunikationsmärkte zunehmend zu Käufermärkten werden

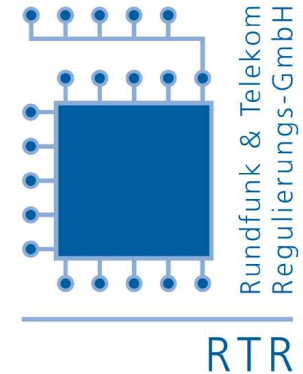


RTR

„Nachfrageseitige Erhebung“

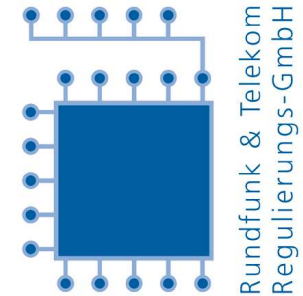
Ergebnisse

Allgemeine Informationen zur Studie



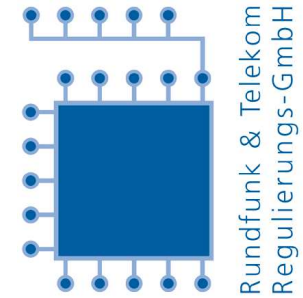
- Erhebung beruht auf 1507 Interviews im Mobilfunk- und 1789 Interviews im Festnetzsektor
- Fragestellungen wurden von der RTR ausgearbeitet, Daten wurden von Anfang Juni bis Mitte Juli 2002 durch Marktforschungsinstitut IFES erhoben
- Auswahl der Zielpersonen erfolgte durch ein mehrstufiges Zufallsauswahlverfahren

Themenfelder der nachfrage- seitigen Erhebung



RTR

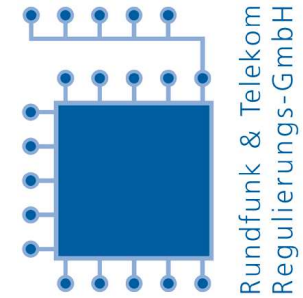
- Substitution zwischen mobiler und fester Sprachtelefonie
- Zufriedenheit der Konsumenten
- Effektivität verschiedener Werbekanäle
- Kenntnis und Nutzung von Call by Call
- Reaktion auf Tarifänderungen
- Informationsverhalten und Informationsstand der Konsumenten
- Wechselbereitschaft der Konsumenten
- Wirksamkeit von Kundenbindungsprogrammen



RTR

Substitution zwischen mobiler und fester Sprachtelefonie

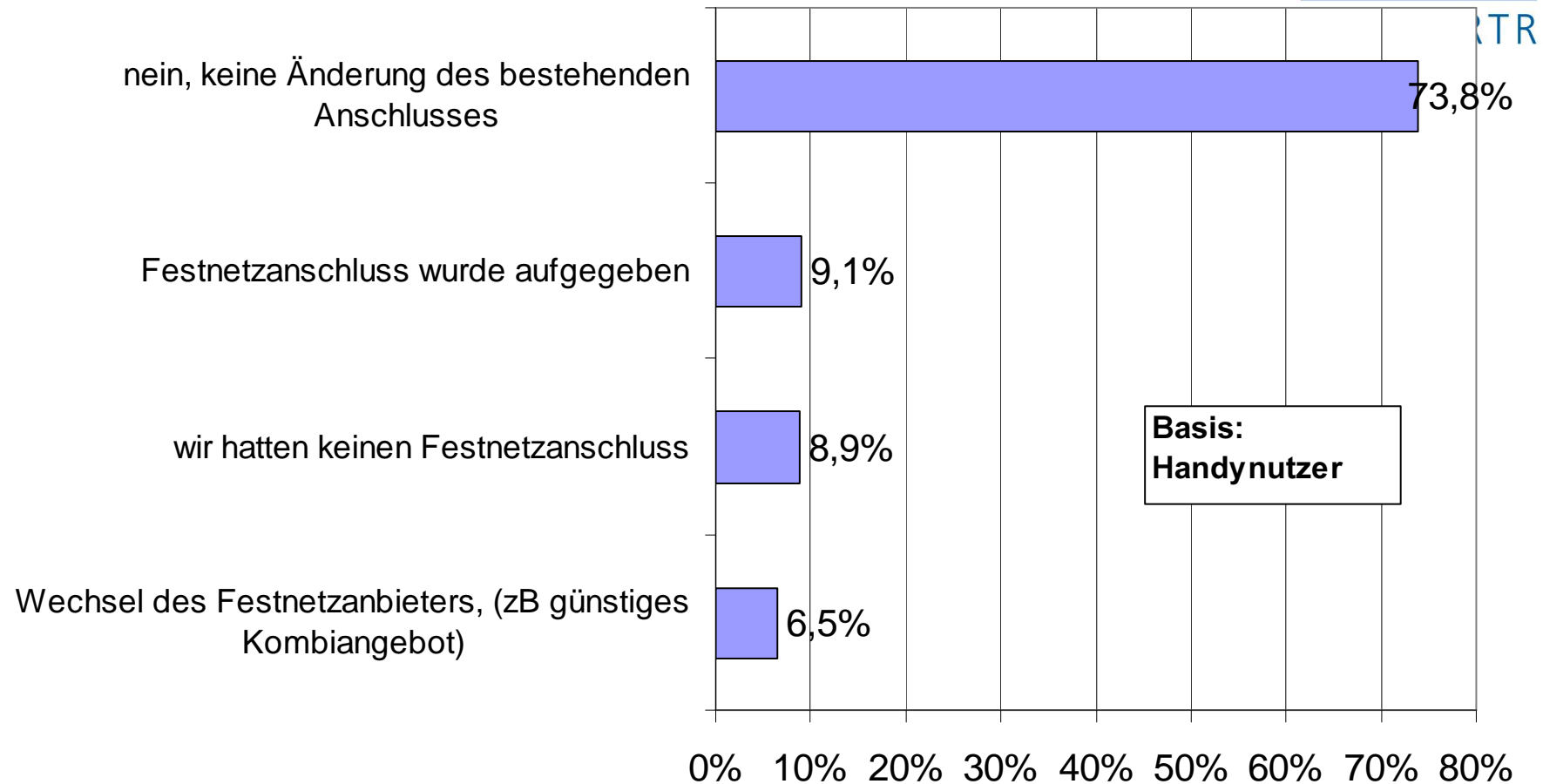
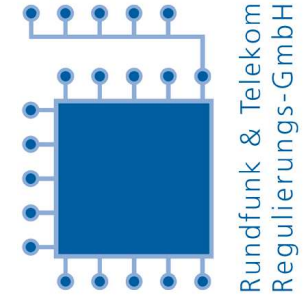
Verhältnis von Festnetz zu Mobilfunk



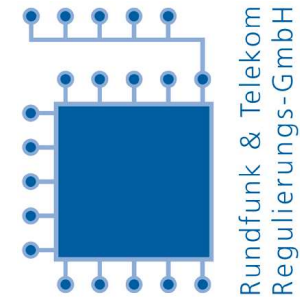
RTR

- Zwischen festen und mobilen TK-Diensten sind folgende Substitutionsbeziehungen denkbar:
 - Ein FN-Nutzer könnte seinen FN-Anschluss durch einen Mobilfunkanschluss ersetzen und nur noch mobil telefonieren sowie Daten übertragen
 - Alternativ könnte er seinen FN-Anschluss behalten und einen Teil der Sprach- ggf. auch der Datenübertragung vom festen auf den mobilen Anschluss verlagern
- Untersuchungsziele:
 - Inwieweit hat Expansion des Mobilfunks zu Rückgang bei FN-Anschlüssen geführt? ⇒ es geht nicht um die Untersuchung einer graduellen Nutzungsänderung
 - Welche Gründe nennen Nachfrager für die Beibehaltung des FN-Anschlusses?

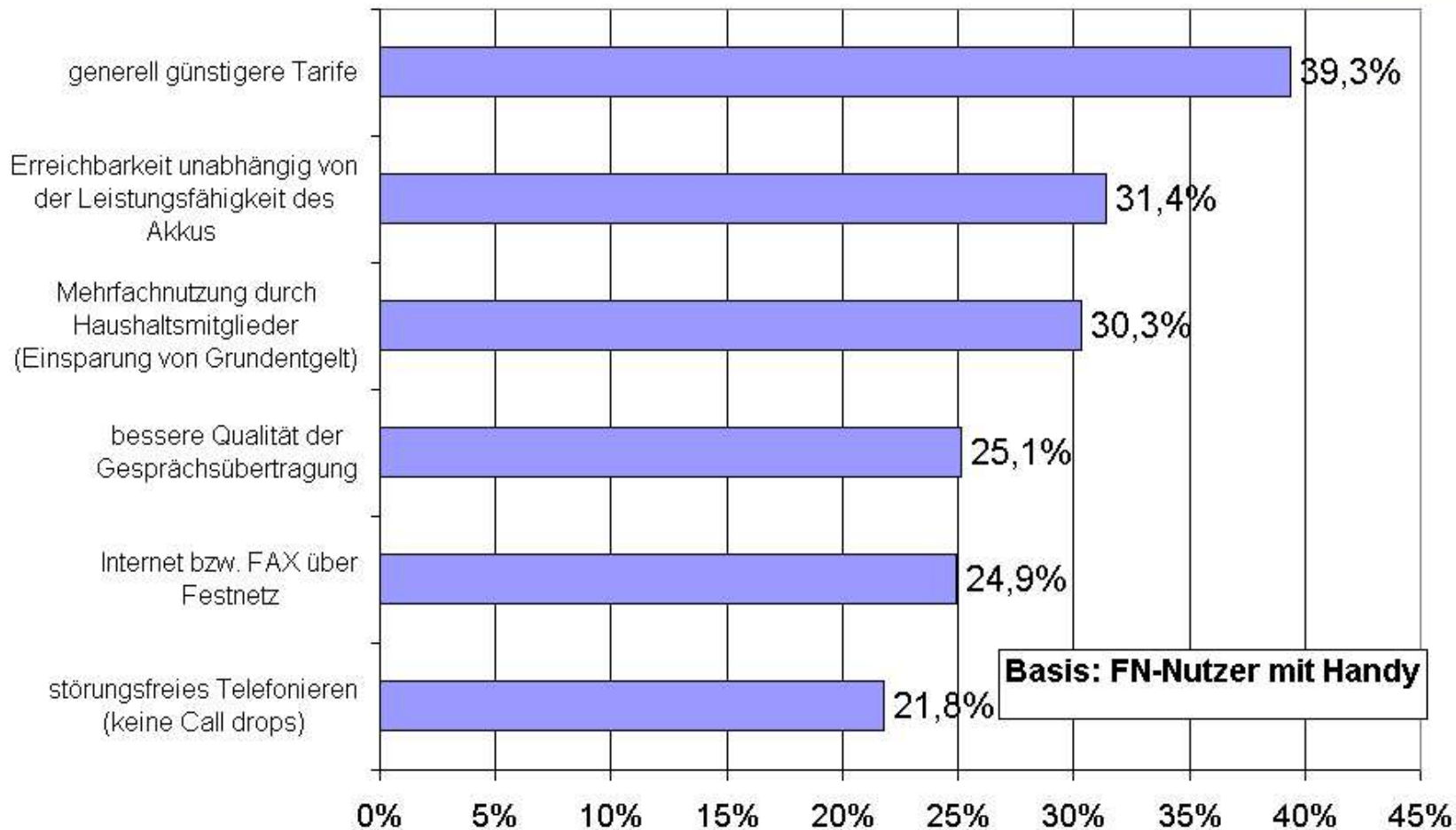
Festnetzanschluss: Änderung seit Erwerb des Handys?



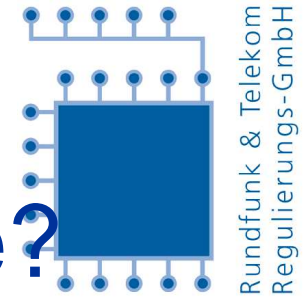
Festnetzanschluss aufgeben – was spricht dagegen?



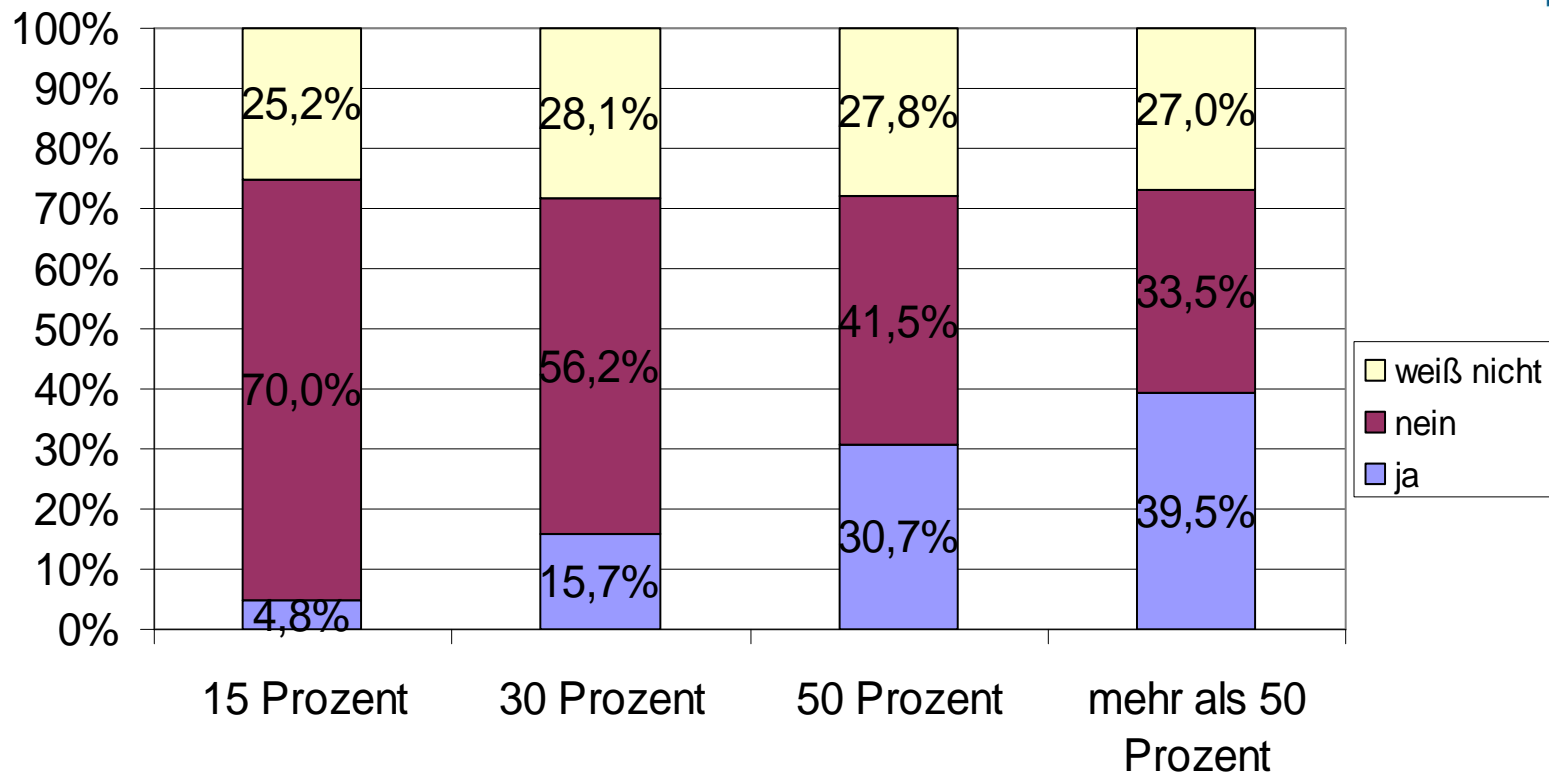
RTR



Aufgabe Festnetzanschluss bei Preissenkung von Mobiltelefonie?

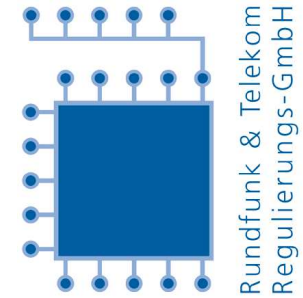


RTR



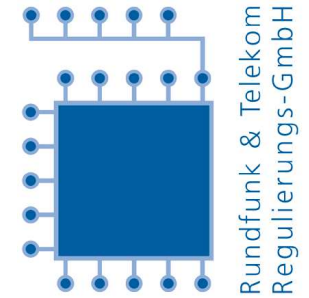
Senkung der (Durchschnitts)Preise von Mobiltelefonie um x Prozent

Empirischer Befund zu Festnetz - Mobilfunk



RTR

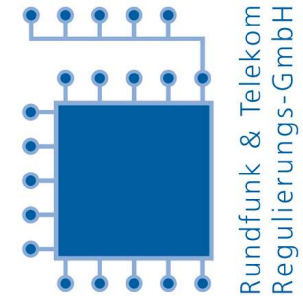
- Trotz enormen Wachstums der Mobilfunkanschlüsse in den letzten Jahren ist es kaum zur Aufgabe von FN-Anschlüssen gekommen
- Gründe für Beibehaltung des FN-Anschlusses:
 - Höhere Tarife im Mobilfunkbereich sind wesentlicher Grund dafür, dass FN-Anschlüsse nicht aufgegeben werden
 - Erreichbarkeit unabhängig von der Leistungsfähigkeit des Akkus
 - Mehrfachnutzung durch Haushaltsmitglieder
 - Bessere Gesprächsübertragung
 - Gleichzeitiger Bezug von Internet und Fax über Festnetz
 - Unterschiede im Nutzungsverhalten: Handy wird subsidiär verwendet (mobiles Telefonieren nur dann, wenn FN nicht vorhanden; Entgegennahme von Anrufen über Handy; Vermeidung von Aktivgesprächen, wenn Gespräch in fremdes Zielnetz geht)



RTR

Kenntnis und Verwendung von Call by Call (CbC)

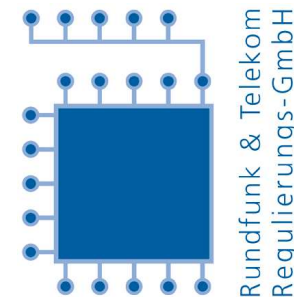
Kenntnis und Verwendung von Call by Call



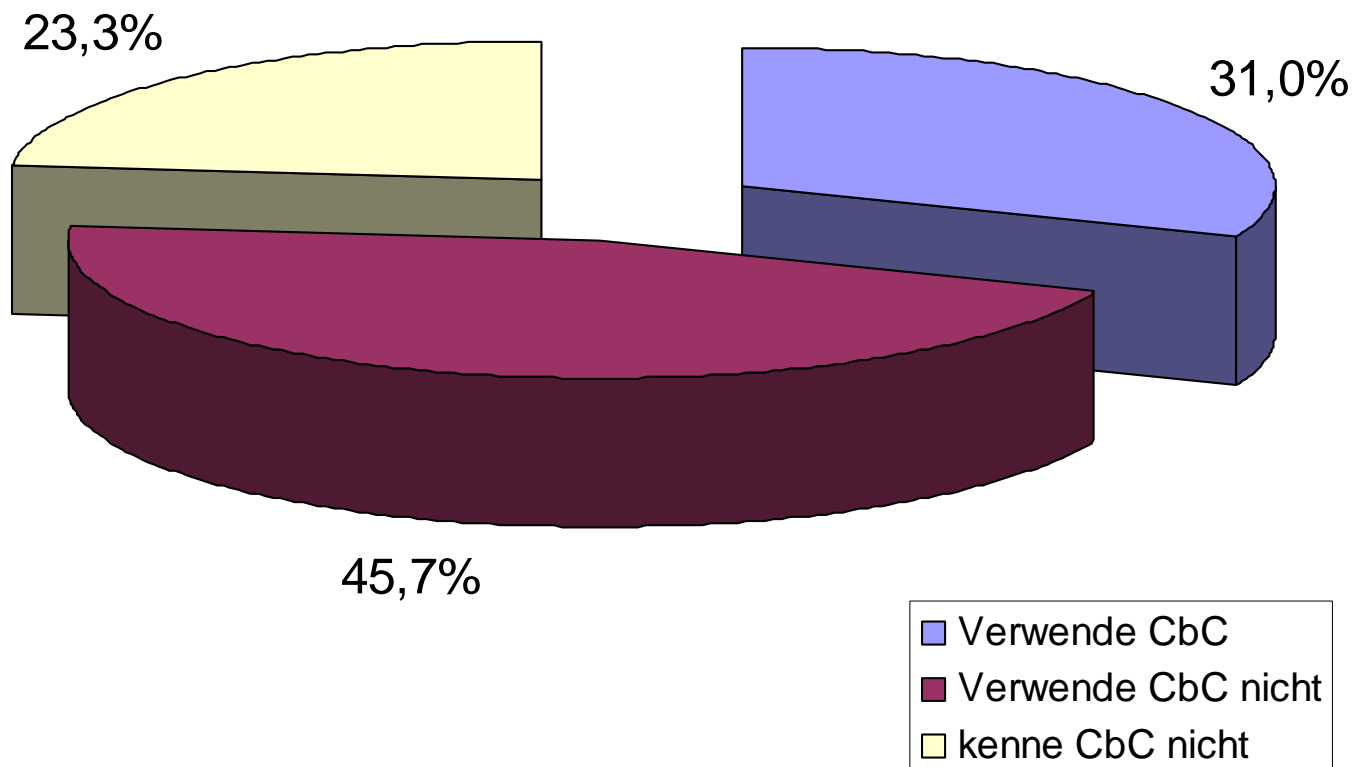
RTR

- Einführung von Call by Call und Carrier Preselection haben entscheidende Impulse für Liberalisierung des TK-Marktes für festnetzgebundene Sprachtelefonie gebracht
- Ausmaß der Wettbewerbsintensität davon abhängig, wie bekannt CbC ist und wie stark es genutzt wird
- Untersuchungsziele vor diesem Hintergrund:
 - Wie bekannt ist CbC?
 - Wie intensiv wird CbC genutzt?
 - Welche Gründe haben Kunden dazu veranlasst, CbC zu verwenden?
 - Welche Gründe halten Kunden davon ab, CbC zu verwenden?

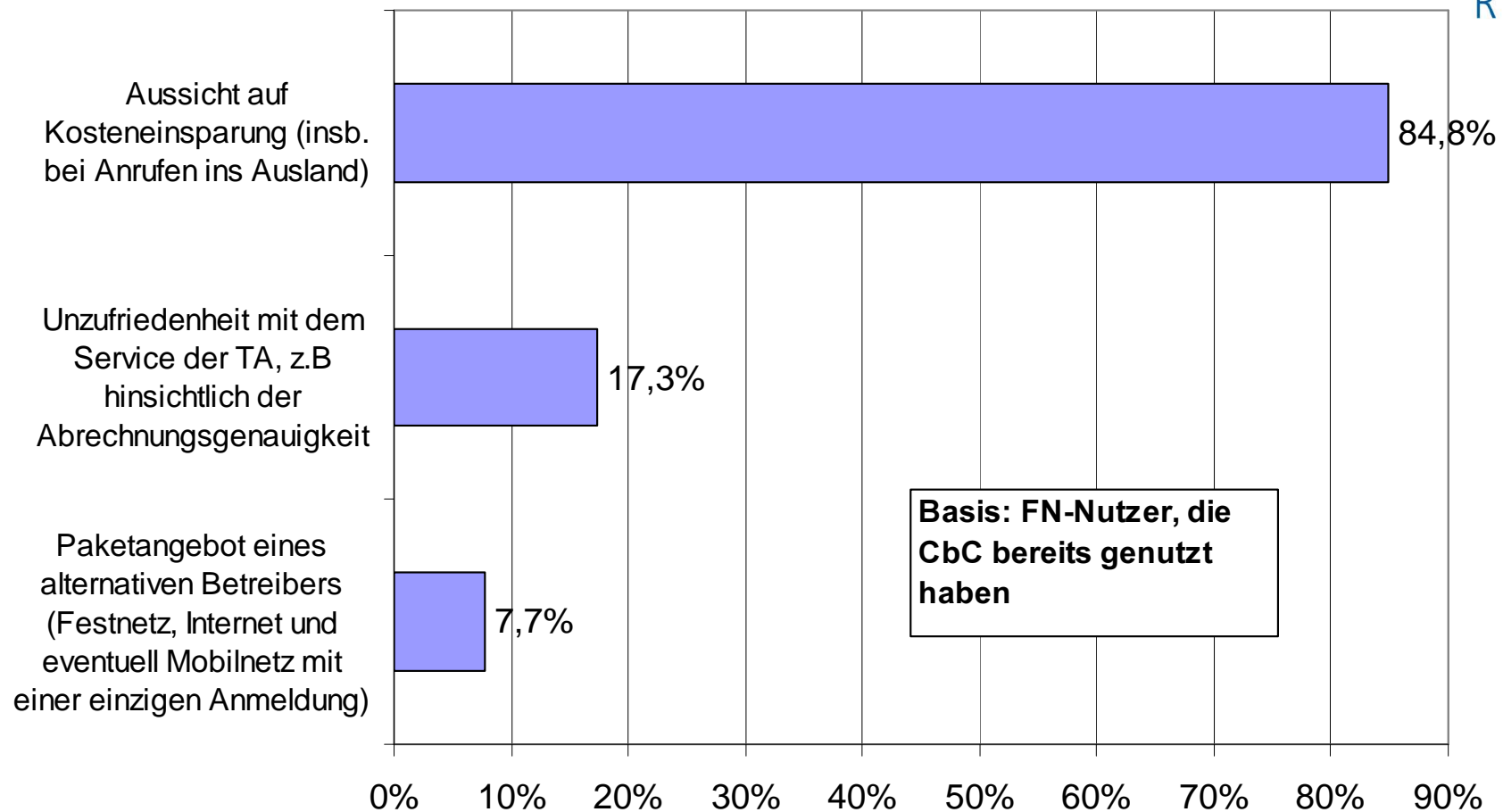
Kenntnis und Verwendung von CbC



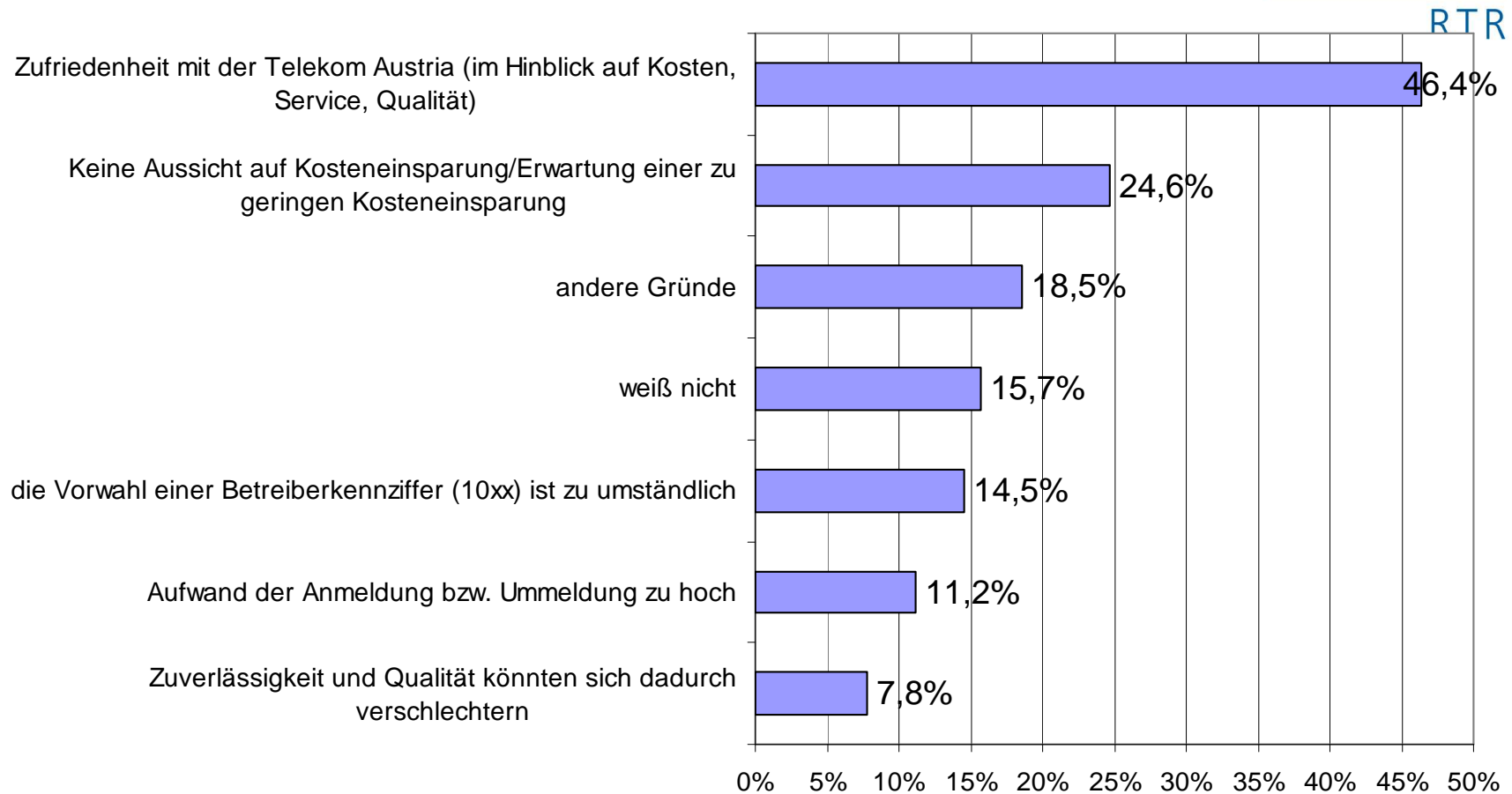
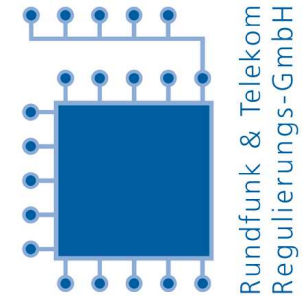
RTR

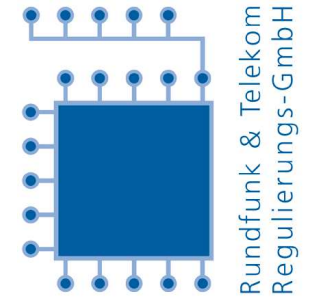


Gründe, die dazu veranlassen, über CbC zu telefonieren



Gründe, die davon abhalten, CbC zu nutzen

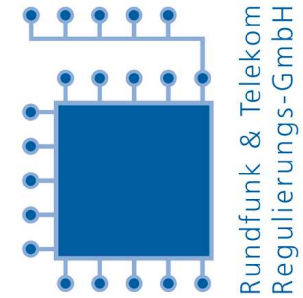




RTR

Informationsverhalten und Informationsstand der Mobilfunkkunden

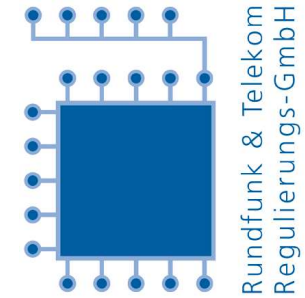
Informationsverhalten und Informationsstand



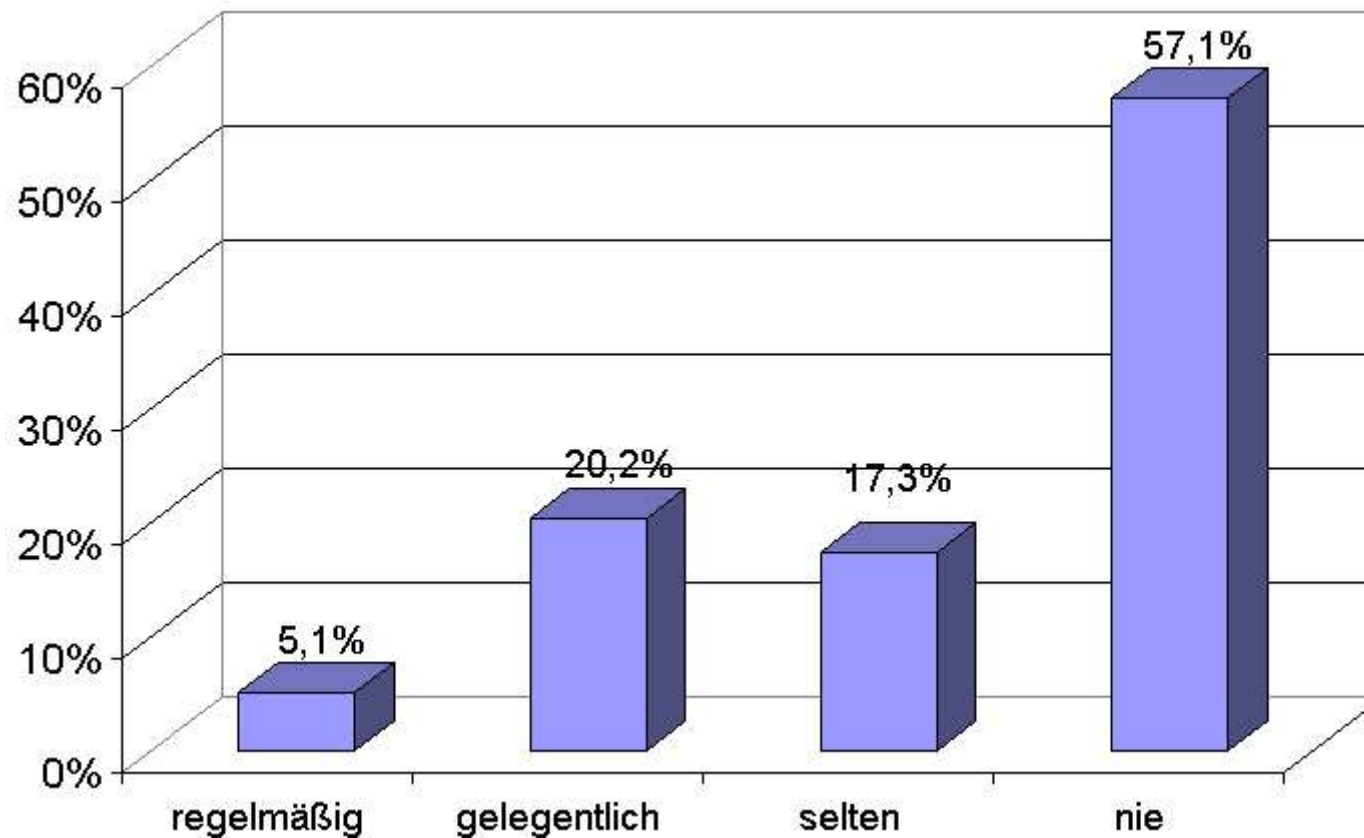
RTR

- Nachfrageseite gibt dem Wettbewerb dann Impulse, wenn sich Kunden über die Betreiber und deren Angebote informieren, Vergleiche vornehmen, die gewonnenen Informationen verarbeiten und darauf basierend Entscheidungen treffen
- Untersuchungsziele:
 - Wie häufig holen Konsumenten Informationen ein?
 - Welche Gründe halten sie davon ab, Informationen zu sammeln?
 - Wie gut wissen Konsumenten zu verschiedenen Themen des Mobilfunks Bescheid (z.B. über Existenz eines Punktesammel-systems, Verrechnung von Passiventgelten im Ausland?)

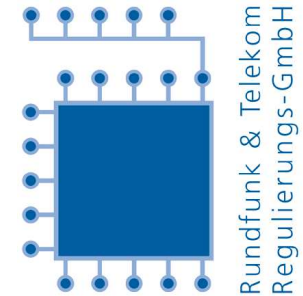
Vergleichen Sie die Angebote der Mobilfunkbetreiber?



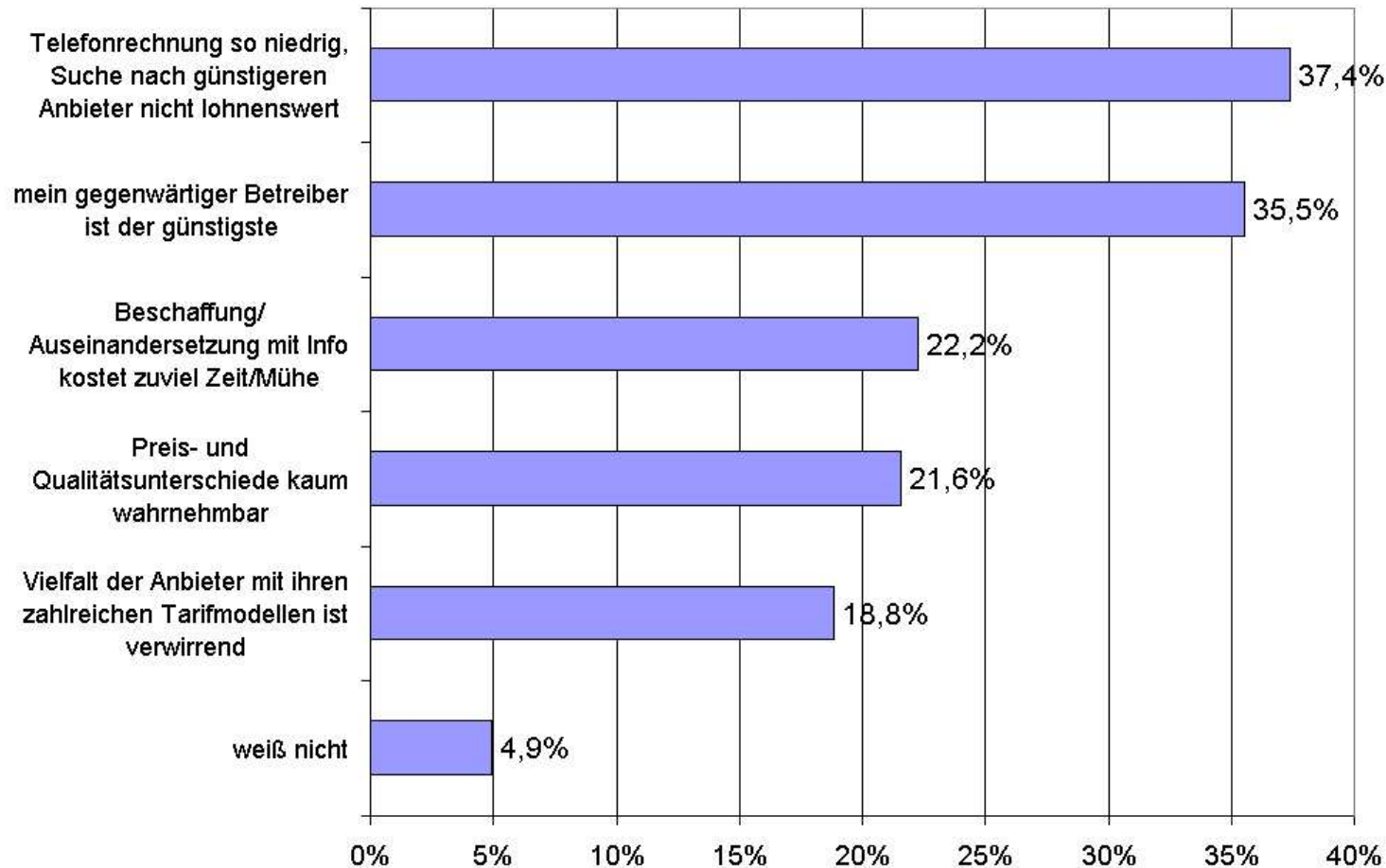
RTR



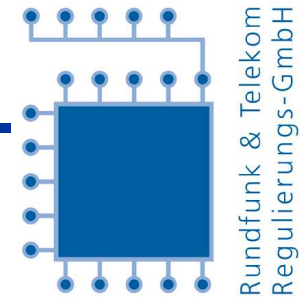
Weshalb holen Sie so gut wie nie Informationen ein?



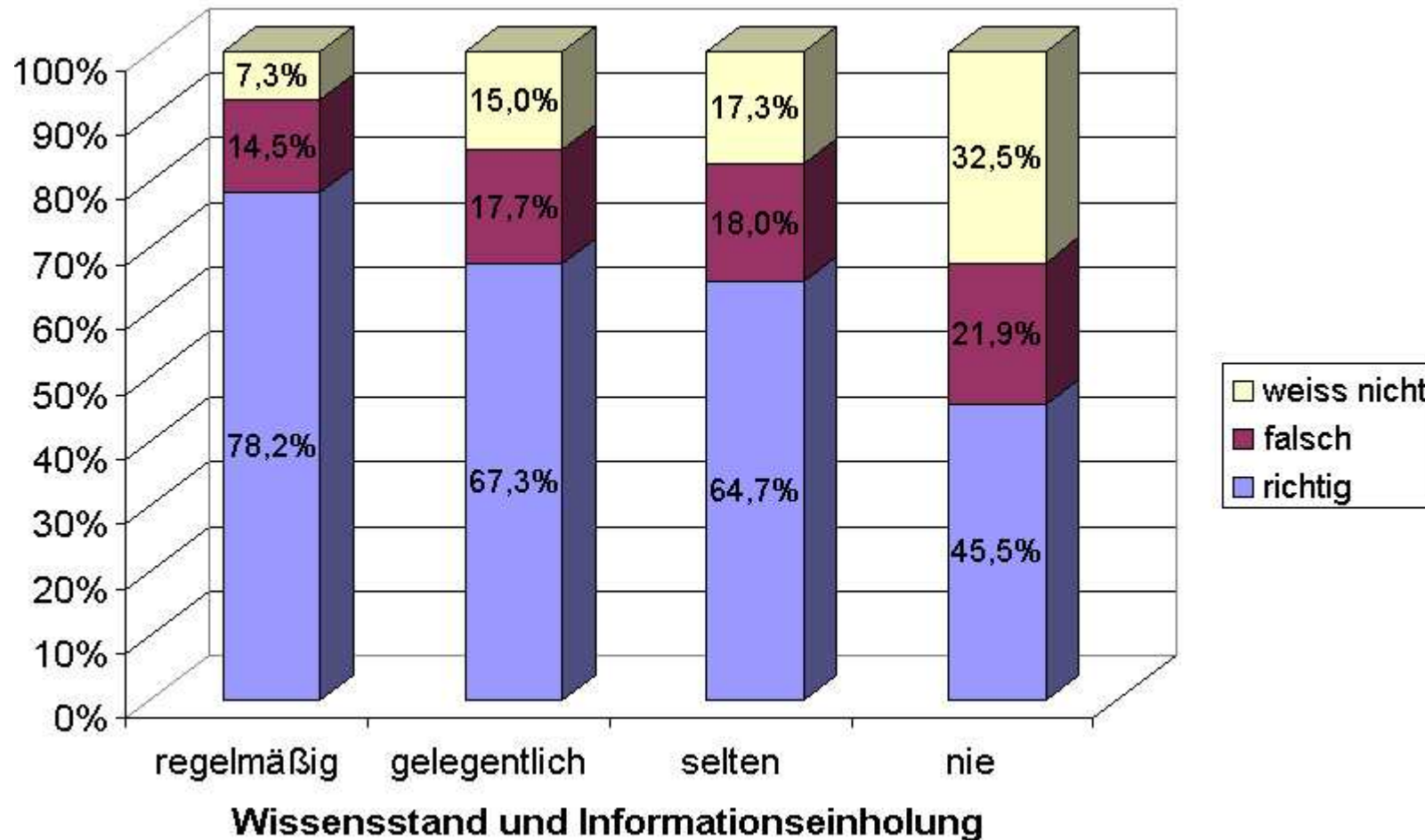
RTR



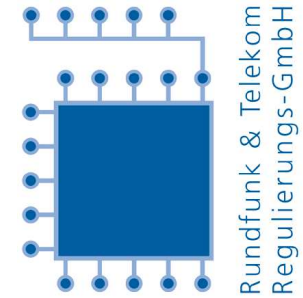
Bietet Ihr Betreiber ein Kundenbindungsprogramm an?



RTR



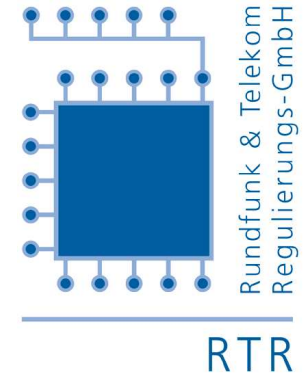
Empirischer Befund zum Informationsverhalten



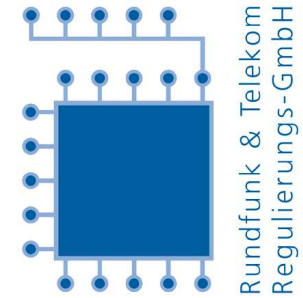
RTR

- Wissen zu einzelnen Themen im Mobilfunkbereich korreliert signifikant mit Häufigkeit der Informationseinholung
- Kunden, die Informationen einholen, haben bei weitem höhere Kenntnis von:
 - der Existenz von Kundenbindungsprogrammen ihrer Betreiber
 - der Verrechnung von Passiventgelten im Ausland
 - der Möglichkeit einer manuellen Auswahl des voreingestellten Netzbetreibers im Ausland
- Je besser der Informationsstand der Konsumenten, umso stärker wird der Wettbewerb von der Nachfrageseite her abgesichert!

Ausblick auf die Zukunft



- für 2003 keine Erhebung vorgesehen – nächste Erhebung voraussichtlich 2004
- Erhebung soll zukünftig unterscheiden zwischen Residential- und Business-Kunden
- Erhebung soll insbesondere auch wholesale-Ebene umfassen
- Generell soll Erhebung dem Markt relevante Informationen anbieten



RTR

Weitere Informationen zu den
genannten Themenkomplexen
finden Sie ab morgen unter der
Internetadresse

www.rtr.at !
