



KOSTEN MOBILTELEFONIE SCHWEIZ

Marktstudie über das Einsparungspotential in der Kategorie Mobiltelefonie

Mai 2020

in partnership with

ANCOMA
CONSULTING & INTERIM MANAGEMENT

01

AUSGANGSPUNKTE

Veranlassung, Zielsetzung
und Abgrenzung

02

ZUSAMMENFASSUNG

Das Einsparungspotential

03

NACHWORT

Methodik, Empfehlungen
und weitere Angaben



01 AUSGANGS- PUNKTE

VERANLASSUNG

Viele Unternehmen in der Schweiz bezahlen immer noch relativ hohe Preise für Mobiltelefonie. Allerdings fällt ein Vergleich schwer, da die vertraglichen Vereinbarungen (und dabei insbesondere Preisinformationen) nicht veröffentlicht werden. Hinzu kommt die Tatsache, dass sich die bezogenen Dienstleistungen sowie die Preispolitik der Anbieter stark unterscheiden, was einen Vergleich erschwert, selbst wenn die Unternehmen Preisinformationen untereinander austauschen würden.

Für viele Organisationen stellen sich darum folgende Fragen:

1. Bezahlen wir zu viel im Vergleich zu anderen Unternehmen?
2. Lohnt es sich Aufwand in die Reduktion der Telekom-Kosten zu investieren?

Um diese Frage zu beantworten, müsste geklärt werden, ob Unternehmen die proaktiv ihre Telekom-Kosten bewirtschaften auch tatsächlich tiefere Ausgaben haben und, ob ein allfälliger Unterschied genügend gross ist, um einen allfälligen Zusatzaufwand zu rechtfertigen.

ZIELSETZUNG

Das Ziel der Studie ist es Einsicht bezüglich des Aufwands, der Kosten und des möglichen Einsparungspotentials in der Kategorie Mobiltelefonie zu erlangen. Dabei sollen insbesondere folgende Fragen beantwortet werden:

1. Wie gross sind die Ausgaben pro Mobile-Phone Nutzer und welchen Aufwand betreibt das Unternehmen für das Verwalten der entsprechenden Telefonie-Services?
2. Ab welcher absoluten oder prozentualen Einsparung sind Unternehmen bereit den Anbieter zu wechseln?
3. Welches sind die Hemmnisse für eine Optimierung der Mobilkosten?

MOBILTELEFONIE- MARKT SCHWEIZ

In der Schweiz besitzen drei Netzbetreiber die Konzession für den Betrieb eines Mobilfunknetzes: Swisscom, Sunrise und Salt. Auf der Plattform dieser drei Netzbetreiber bieten 29 weitere Mobil-Dienstleistungsanbieter (MVNO = virtuelle Netzbetreiber) ihre Dienstleistungen an. Dazu gehören Angebote von Unternehmen wie UPC (Kabel-TV Betreiber), yallo (eine Sunrise-Tochterunternehmen), Coop Mobile (Coop Basel), usw.

Swisscom und Sunrise sind die Marktführer mit gemeinsam über 70% der Mobiltelefonie-Abonnenten, mit Salt an dritter Stelle mit etwa 16% der Abonnenten. Bei den Geschäftskunden ist die Swisscom-Dominanz noch stärker ausgeprägt

Im Rahmen dieser Studie wird darum zwischen Swisscom und Sunrise unterschieden. Die verbleibenden Anbieter werden unter "Andere" geführt.





02 ZUSAMMEN- FASSUNG

MOBILTELEFONIE FÜR GESCHÄFTSKUNDEN

Der Mobiltelefoniemarkt für Unternehmen kann grundsätzlich unterteilt werden in Firmen die aktiv und systematisch den Aufwand für die Bewirtschaftung der Mobiltelefonie-Dienstleistungen, einschliesslich der Kosten, betreiben und solche die eher die Standardangebote akzeptieren, ohne gross beim Abschluss der Verträge zu verhandeln.

Die im Rahmen der Befragung erfassten Daten wurden durch zusätzliche, anonymisierte Daten ergänzt, welche wir im Rahmen von über 50 Beratungsmandaten bei grösseren KMU und Grossunternehmen im Bereich Kosteneinsparung der Telekommunikationskosten durchgeführt haben. Dies ermöglicht uns Daten aus Verträgen zu berücksichtigen, die ansonsten mit den Mitteln einer Marktstudie nicht erfasst werden könnten, da diese Informationen normalerweise im Rahmen einer Befragung nicht ohne weiteres preisgegeben werden.

KERNAUSSAGEN

01

DIE GROSSEN KOSTENUNTERSCHIEDE
DEUTEN AUF RELATIV HOHES
EINSPARUNGSPOTENTIAL HIN

02

JE GRÖßER DER INTERNE AUFWAND
FÜR MOBILTELEFONIE-MANAGEMENT, UM
SO TIEFER DIE MONATLICHEN AUSGABEN
PRO NUTZER

03

VEREINBARUNG VON
RAHMENVERTRÄGEN GARANTIERT NICHT
TIEFERE KOSTEN

04

76% DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN
IST DER MEINUNG, DASS EINSPARUNGEN
SICHER ODER ZUMINDEST
VORAUSSICHTLICH MÖGLICH SIND

05

33% DER UNTERNEHMEN IST NICHT
BEREIT DEN LIEFERANTEN OHNE
WEITERES ZU WECHSELN

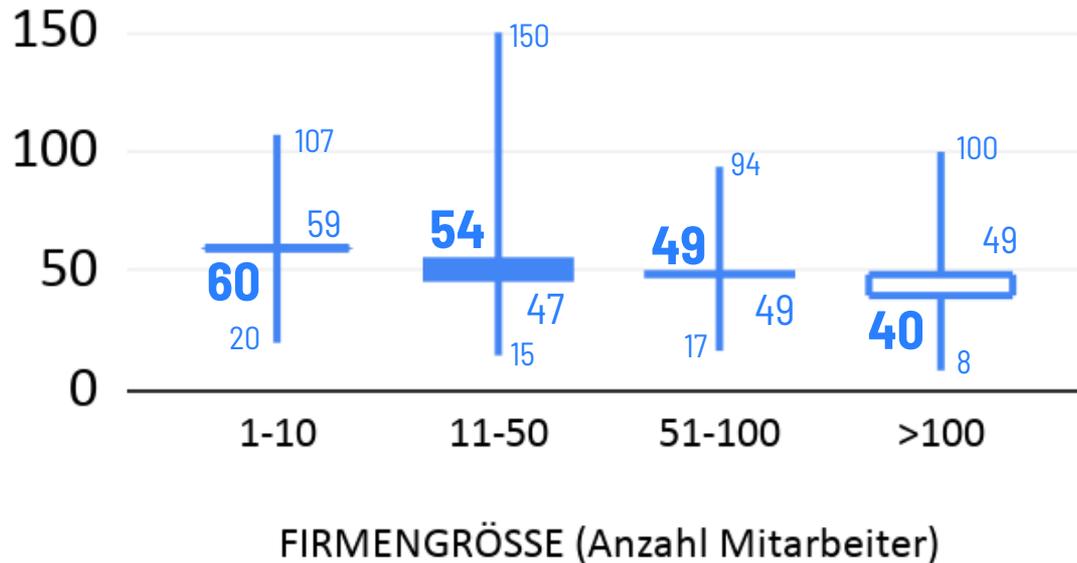
06

43% DER UNTERNEHMEN HABEN DIE
MOBILKOSTEN KÜRZLICH OPTIMIERT

DIE GROSSE KOSTENUNTERSCHIEDE PRO NUTZER (KPN) DEUTEN AUF GROSSES EINSPARUNGSPOTENTIAL HIN



Kosten [Fr pro Nutzer & Monat]

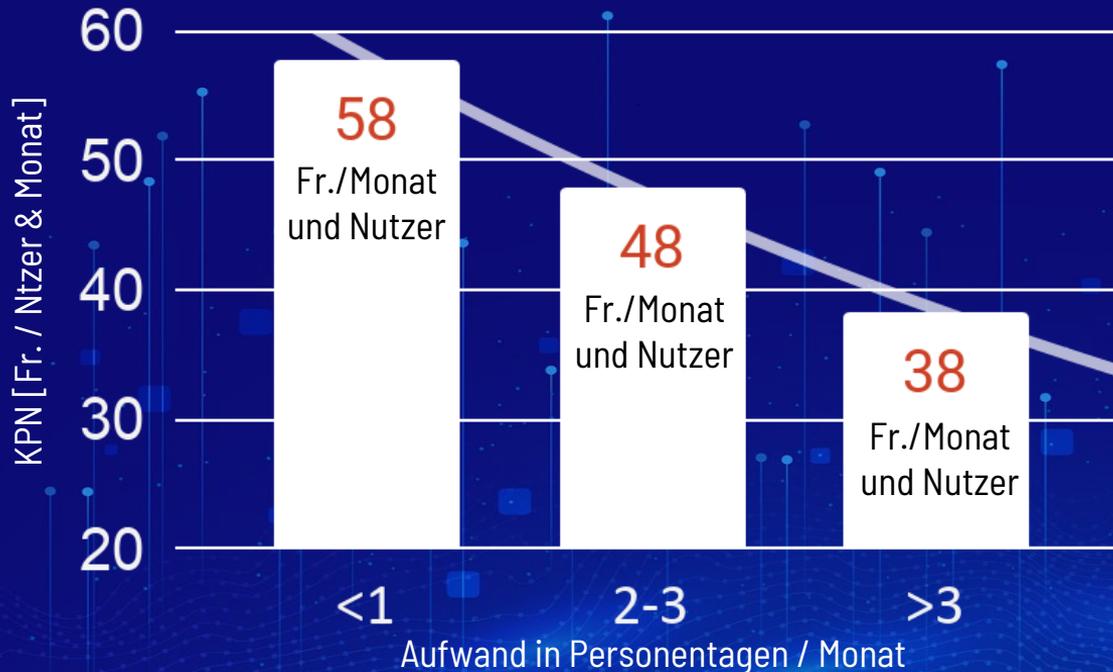


IM VERGLEICH ZUM DURCHSCHNITT BEZAHLEN EINZELNE UNTERNEHMEN DEN 2- BIS 3-FACHEN PREIS

- **Einfluss des Einkaufsvolumens:** Firmen mit 11-50 MA bezahlen im Durchschnitt 10% mehr (Fr. 54/Nutzer) als Firmen mit 51-100 MA (Fr. 49/Nutzer) und 20% mehr als Firmen mit mehr als 100 Mitarbeitern (Fr. 40/Nutzer)
- **Grosse Kostenunterschiede:** Unternehmen mit 11-50 MA und höchsten ARPU bezahlen das 3-fache (Fr 150/Nutzer) vom durchschnittlichen ARPU (Fr. 54/Nutzer) und das bis zu 10-fache des tiefsten ARPU (Fr. 15/Nutzer). Die Unterschiede bei grösseren Unternehmen (>50 MA) sind ähnlich.

JE GRÖßER DER INTERNE AUFWAND FÜR MOBILTELEFONIE-MANAGEMENT, UM SO TIEFER DIE MONATLICHEN AUSGABEN PRO NUTZER

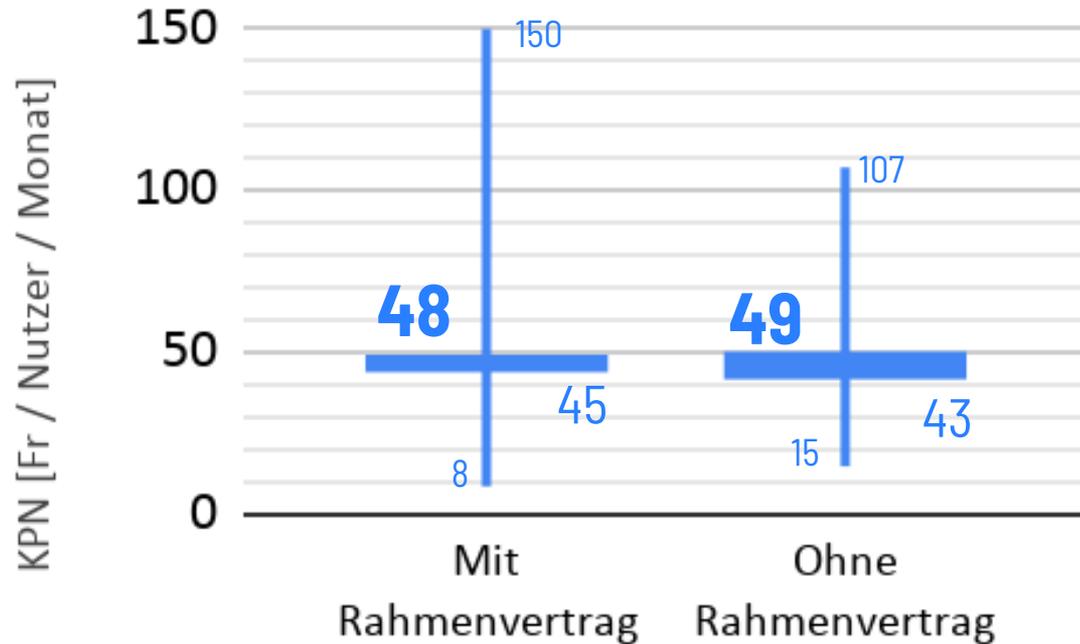
Unternehmensgröße: 11 - 100 MA



EINSPARUNGSPOTENTIAL VON FR. 120 BIS FR. 240 PRO NUTZER UND JAHR.

- Unternehmen mit 11 bis 100 MA und internem Aufwand von 2-3 Personentagen pro Monat für Mobiltelefonie haben um 10 Fr. pro Nutzer und Monat tiefere Kosten als Unternehmen die monatlich weniger als 1 Personentag aufwenden
- Unternehmen mit einem internem Aufwand von mehr als 3 Personentagen pro Monat für Mobiltelefonie haben um Fr. 20 pro Nutzer und Monat tiefere Ausgaben als Unternehmen mit einem Aufwand von weniger als 1 Personentag pro Monat.

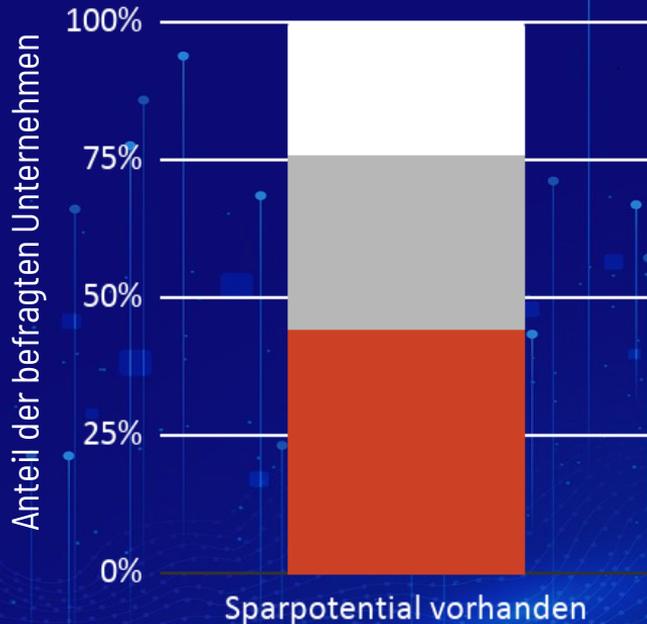
VEREINBARUNG VON RAHMENVERTRÄGEN GARANTIERT NICHT TIEFERE KOSTEN



KOSTENVORTEILE MIT RAHMENVERTRÄGEN KÖNNEN, WERDEN ABER OFT NICHT ERZIELT

- Grosse Unterschiede zwischen maximalen KPN und minimalen KPN sowohl bei Unternehmen mit Rahmenverträgen als auch bei Unternehmen ohne Rahmenverträge
- Minimale KPN sind um 69% (ohne Rahmenvertrag) und um 86% (mit Rahmenvertrag) tiefer als durchschnittliche KPN

76% DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN IST DER MEINUNG, DASS EINSPARUNGEN SICHER ODER ZUMINDEST VORAUSSICHTLICH MÖGLICH SIND

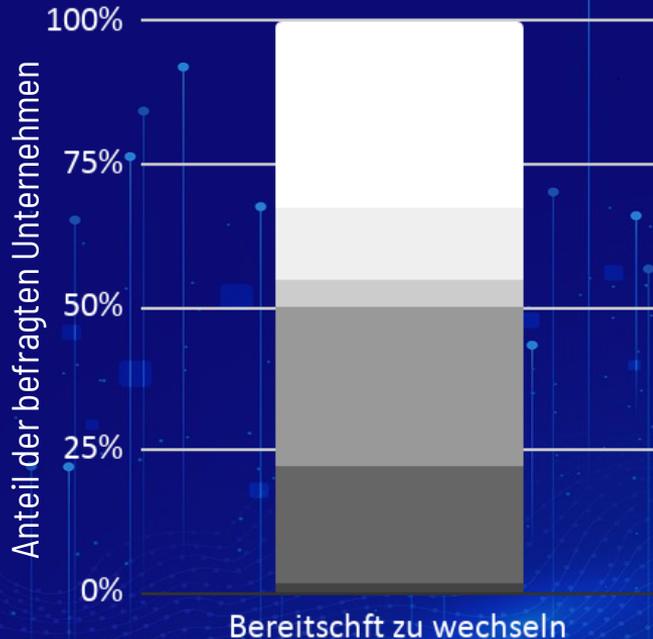


Frage: Denken Sie, dass bei Ihnen ein relevantes Einsparungspotential bei Ausgaben für Mobiltelefonie vorhanden ist?

- nein
- vielleicht
- ja

- 24% der befragten Unternehmen glaubt nicht, dass relevantes Einsparungspotential vorhanden ist.
- 44% der Unternehmen glaubt dass ziemlich sicher relevantes Einsparungspotential vorhanden ist
- 32% kann es nicht sicher beurteilen, glaubt aber, dass voraussichtlich Einsparungspotential vorhanden ist

33% DER UNTERNEHMEN IST NICHT BEREIT DEN LIEFERANTEN OHNE WEITERES ZU WECHSELN



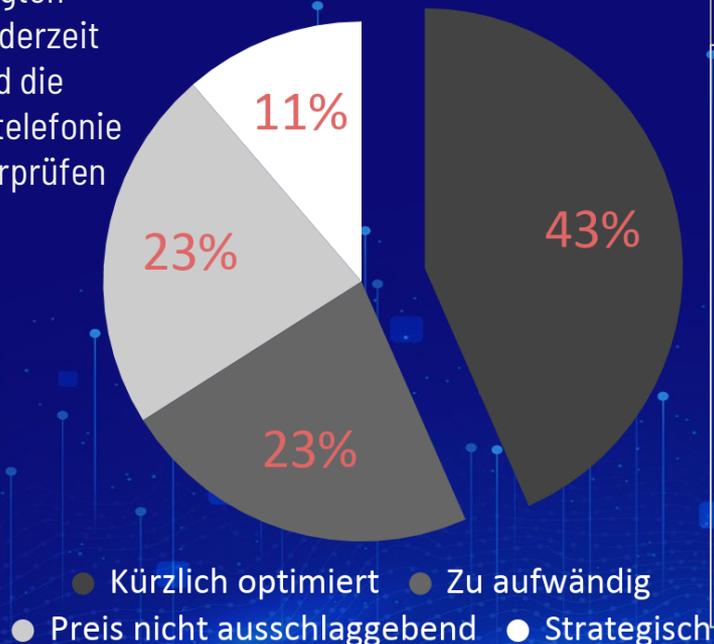
Frage: Ab welchem Einsparung wären Sie bereit den Lieferanten zu wechseln?

- nicht bereit zu wechseln
- nicht bereit nur aus Kostengründen
- mindestens 30%
- mindestens 20%
- 10% bis 20%
- weniger als 10%

- 33% der Unternehmen sind grundsätzlich nicht bereit den Anbieter zu wechseln
- 13% aller Unternehmen sind nicht bereit den Lieferanten nur aufgrund von möglichen Einsparungen zu wechseln
- 54% der Unternehmen sind bereit den Lieferanten aufgrund möglichen Einsparungen zu wechseln

43% DER UNTERNEHMEN HABEN DIE MOBILKOSTEN KÜRZLICH OPTIMIERT

Antworten bezogen auf den Anteil der befragten Unternehmen die derzeit nicht bereit sind die Ausgaben für Mobiltelefonie umfassend zu überprüfen



Frage: Was sind die Gründe, die Mobilkosten zu nicht umfassend zu überprüfen?

- 43% der befragten Unternehmen haben die Kosten bereits kürzlich optimiert
- 23% erachten den Aufwand für die Überprüfung für nicht gerechtfertigt
- Für 23% sind die Ausgaben nicht das ausschlaggebende Kriterium
- 11% bezeichnen die Beziehung zum Lieferanten als strategisch



03 NACHWORT

```
graph LR; A[Bestimmen Sie Ihre monatlichen Ausgaben pro Nutzer] --> B[Vergleichen Sie Ihre Ausgaben mit den Daten in diesem Bericht (KPN-Mittelwert, -Median und -Minimalwert)]; B --> C[Falls Ihre Ausgaben höher als der KPN-Mittelwert ist, besteht bei Ihnen wahrscheinlich Einsparungspotential.];
```

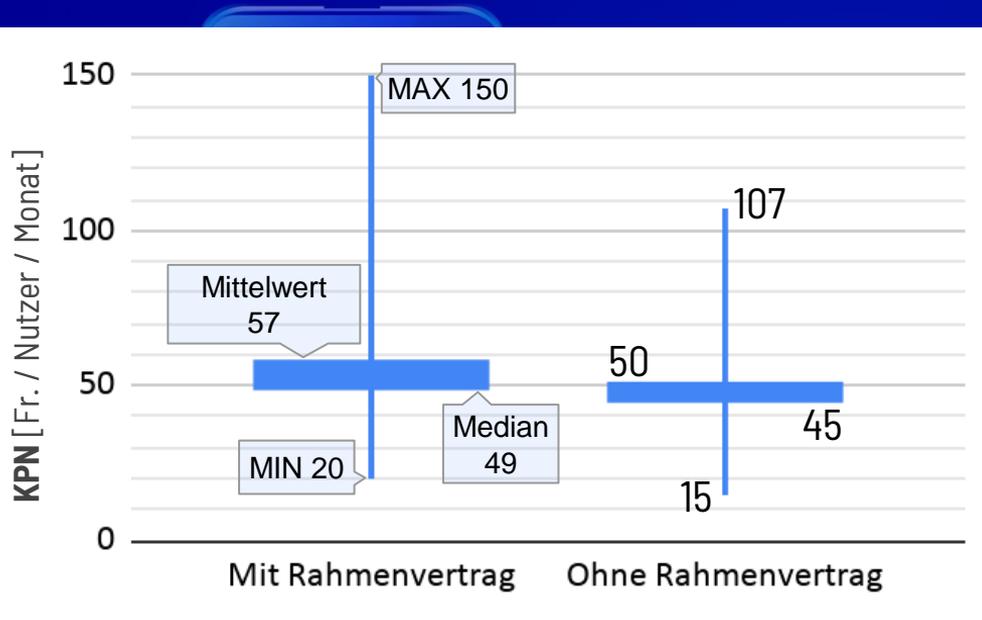
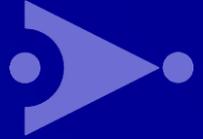
Bestimmen Sie Ihre monatlichen Ausgaben pro Nutzer

Vergleichen Sie Ihre Ausgaben mit den Daten in diesem Bericht (KPN-Mittelwert, -Median und -Minimalwert)

Falls Ihre Ausgaben höher als der KPN-Mittelwert ist, besteht bei Ihnen wahrscheinlich Einsparungspotential.

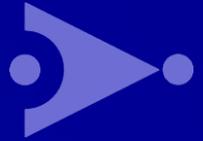
**WIE SIE DIE ERGEBNISSE DER STUDIE NUTZEN
KÖNNEN**

ERKLÄRUNG KPN-KERZEN-DIAGRAMME



- **KPN** = durchschnittliche Kosten pro Nutzer und Monat (in Franken), ist in Anlehnung an den im Mobilmarkt etablierten Begriff "ARPU" (average revenue per user) definiert. Im Grunde sind ARPU und KPN synonyme Begriffe, da aus der Sicht des Nutzers der Umsatz eines Mobiltelefonieanbieters mit einem bestimmten Kunden dem entsprechenden Teil der Ausgaben dieses Kunden entspricht, also $KPN = ARPU$
- **MAX** = Maximaler KPN aller erfassten Daten dieser Kategorie (in diesem Beispiel ist $MAX = 150$ für alle Unternehmen mit Rahmenvertrag und 107 für alle Unternehmen ohne Rahmenvertrag)
- **MIN** = Minimaler KPN aller erfassten Daten dieser Kategorie (in diesem Beispiel ist $MIN = 20$ für alle Unternehmen mit Rahmenvertrag und 15 für alle Unternehmen ohne Rahmenvertrag)
- **Mittelwert** = Arithmetisches Mittel aller erfassten Daten dieser Kategorie (in diesem Beispiel ist $Mittelwert = 57$ für alle Unternehmen mit Rahmenvertrag und 50 für alle Unternehmen ohne Rahmenvertrag)
- **Median** = Median aller erfassten Daten dieser Kategorie (in diesem Beispiel ist $Median = 49$ für alle Unternehmen mit Rahmenvertrag und 45 für alle Unternehmen ohne Rahmenvertrag)
- **Einheit**: Wenn nicht ander angegeben gilt die Einheit Franken pro Monat und Nutzer

Bemerkungen zur Methodik



- Zeitraum: Dezember 2019 bis April 2020
- Sample:
 - Befragt wurden 2'600 Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz
 - Erfasste Antworten: 721 Unternehmen
 - Daten aus Kosteneinsparungsprojekten: 53 Unternehmen
- Research Typ: Deskriptive Marktstudie
- Befragung: Telefonisch, online sowie aus anonymisierten Projektdaten
- Für die Auswertung der Kosten und um Vergleichbarkeit zu ermöglichen wurden die durchschnittliche Kosten pro Nutzer und Monat (KPN) berechnet und pro Kategorie ausgewertet



KONTAKT

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage:

E: info@ancoma.org
T: +41 61 991 92 76
W: ancoma-group.net
Zuständig: Marcel Koenig

ANCOMA
CONSULTING & INTERIM MANAGEMENT