
Telecom Masterclass 2022

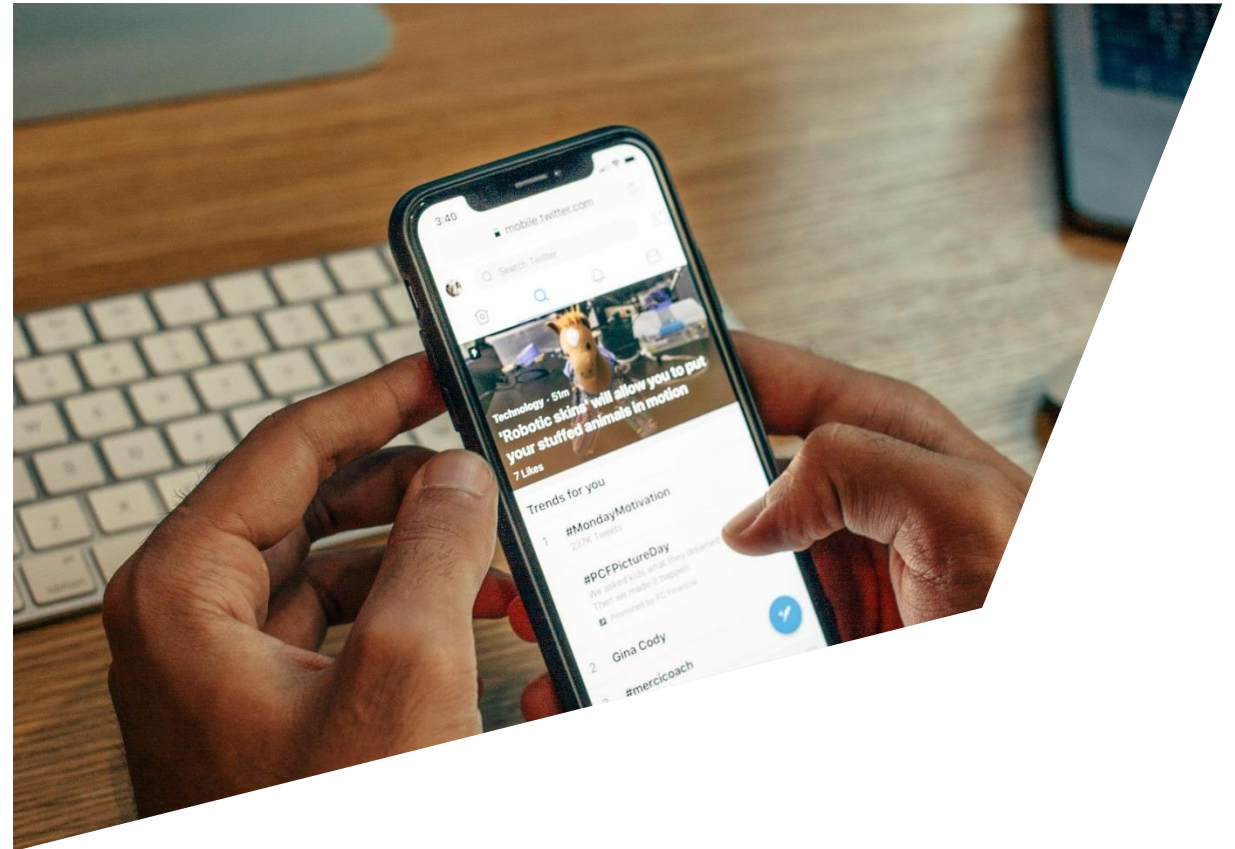
Was bewegt die
Konsumenten?

Alexander Dehmel
Sebastian Woldmann
Prem Kishore Maddu
Andreas Klawe
Wolfgang Neubarth
GfK Market Intelligence
21.09.2022



Agenda

- 1 Welcome
- 2 Das Große Bild und Trends
- 3 Aktuelle Entwicklungen im Smartphonemarkt und ein Blick über die Schulter des Konsumenten
- 4 Einblicke, um schnell auf die sich verändernde Marktdynamik zu reagieren
- 5 Zeit für Fragen



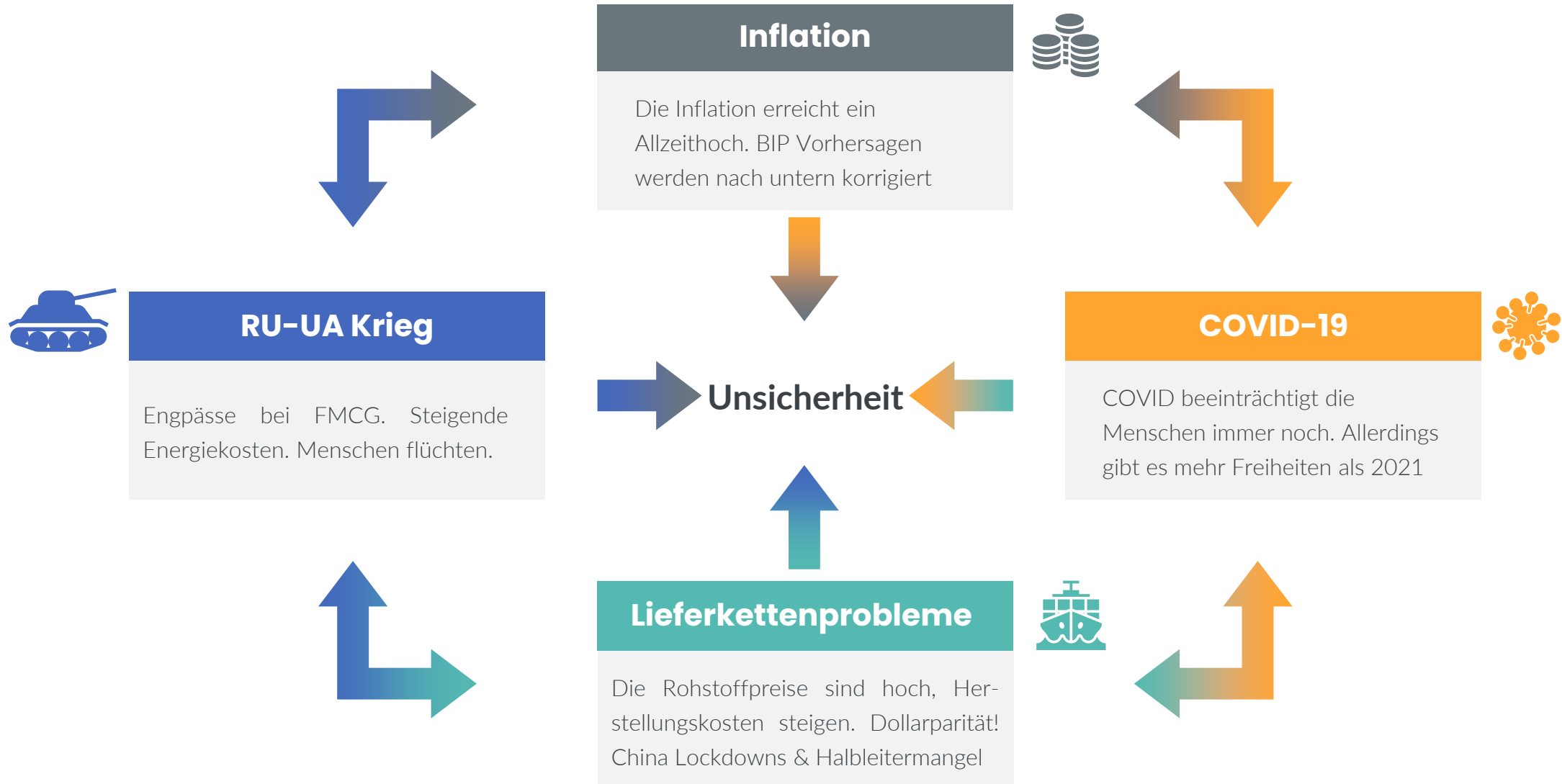
Das große Bild und Trends

Telecom Masterclass 2022

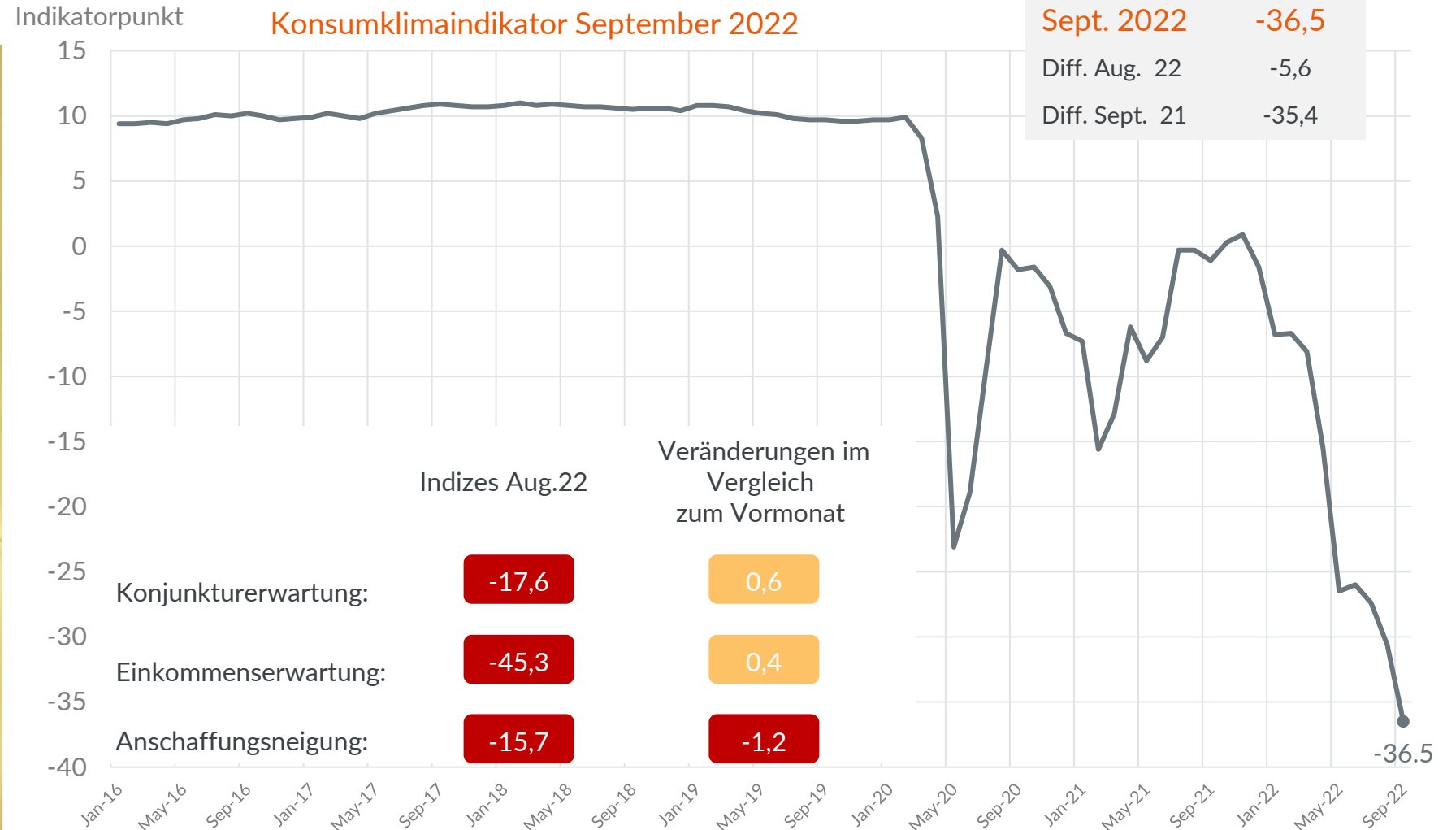
Alexander Dehmel
*Head of Market Intelligence
Germany/Austria*



Der Konsument ist einer Vielzahl von Entwicklungen ausgesetzt, die ihn verunsichern und nachhaltige Marktdisruptionen einleiten.

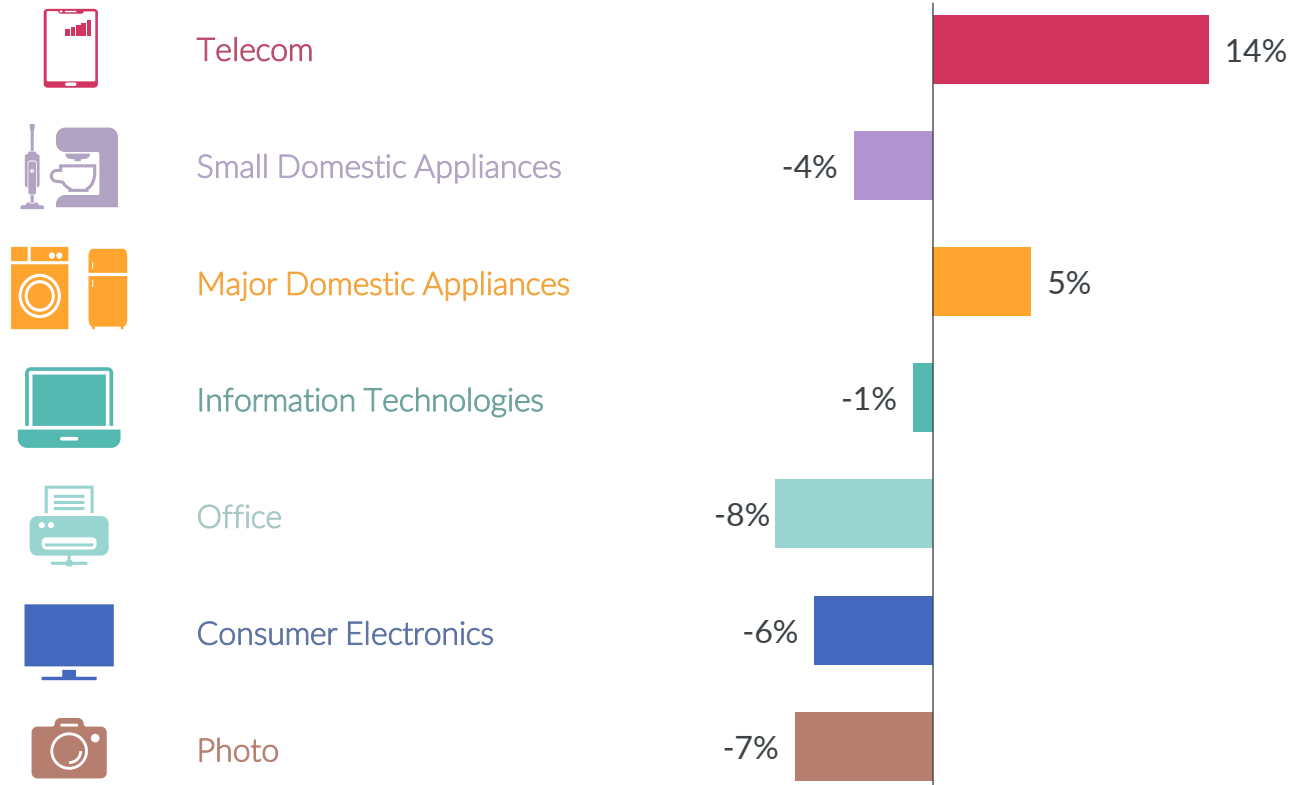


Konsumklima auf Rekordtiefpunkt. Konjunktur- und Einkommens-erwartung verharren auf niedrigem Niveau, Anschaffungsneigung geht weiter zurück.

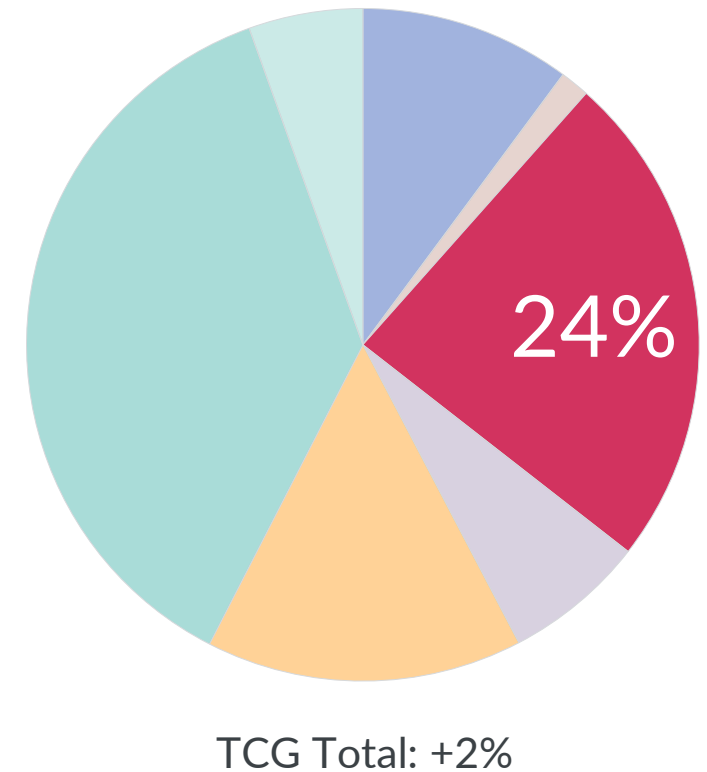


Dennoch ist 2022 in den ersten 7 Monaten ein Wachstum von +2% in Wert zu verzeichnen. Getrieben von Telecom und Haushaltsgroßgeräten.

YoY Wachstum nach Umsatz

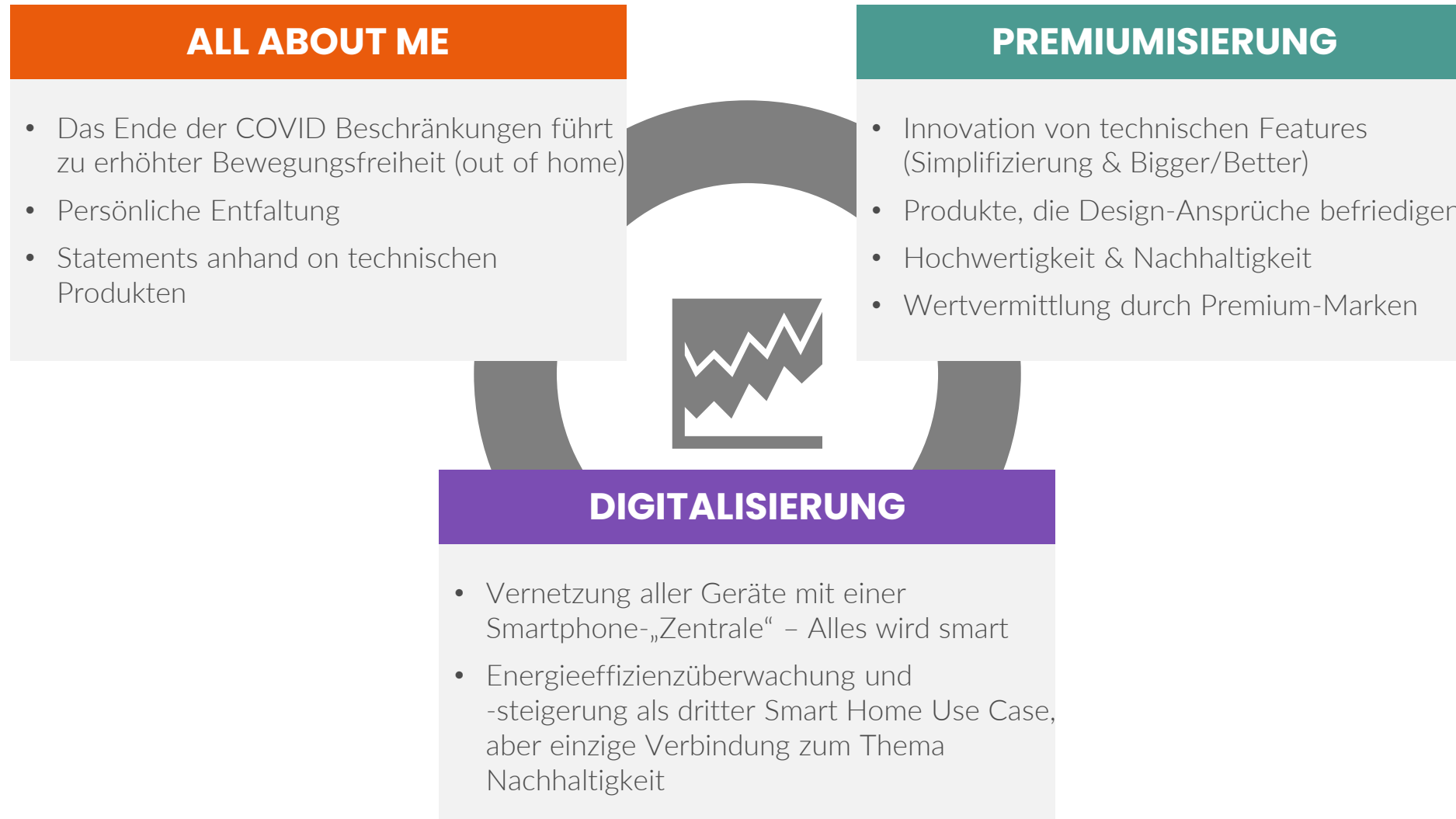


Sektorenanteile nach Umsatz



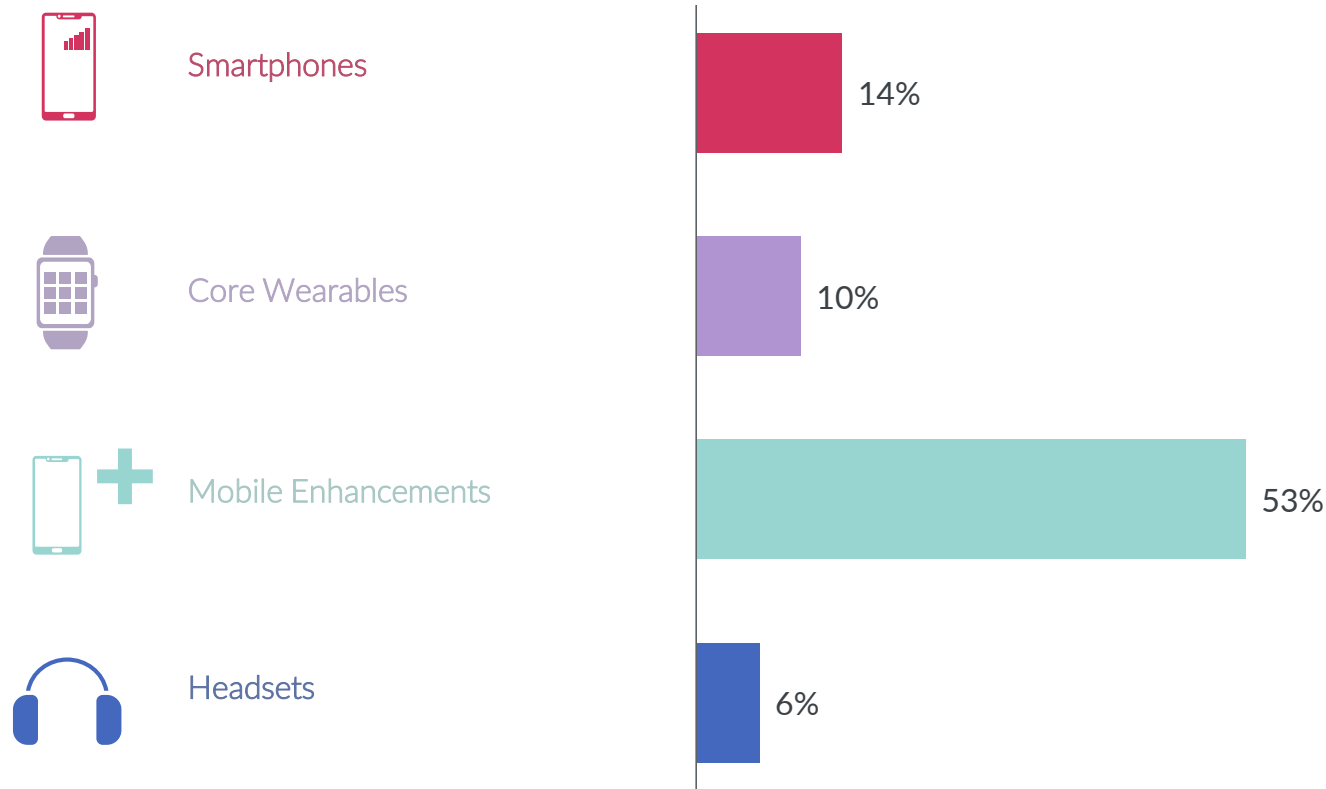
Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Germany, EUR (NSP) Value & growth Jan-July 2021 vs Jan-July 2022

Was sind die Trends, die das Wachstum im Telekomsektor treiben? z.B. auf der IFA 2022 gesehen.



Das „Ich“ zählt. Und hier profitiert der Telecom Sektor.

YoY Wachstum nach Umsatz



ALL ABOUT ME

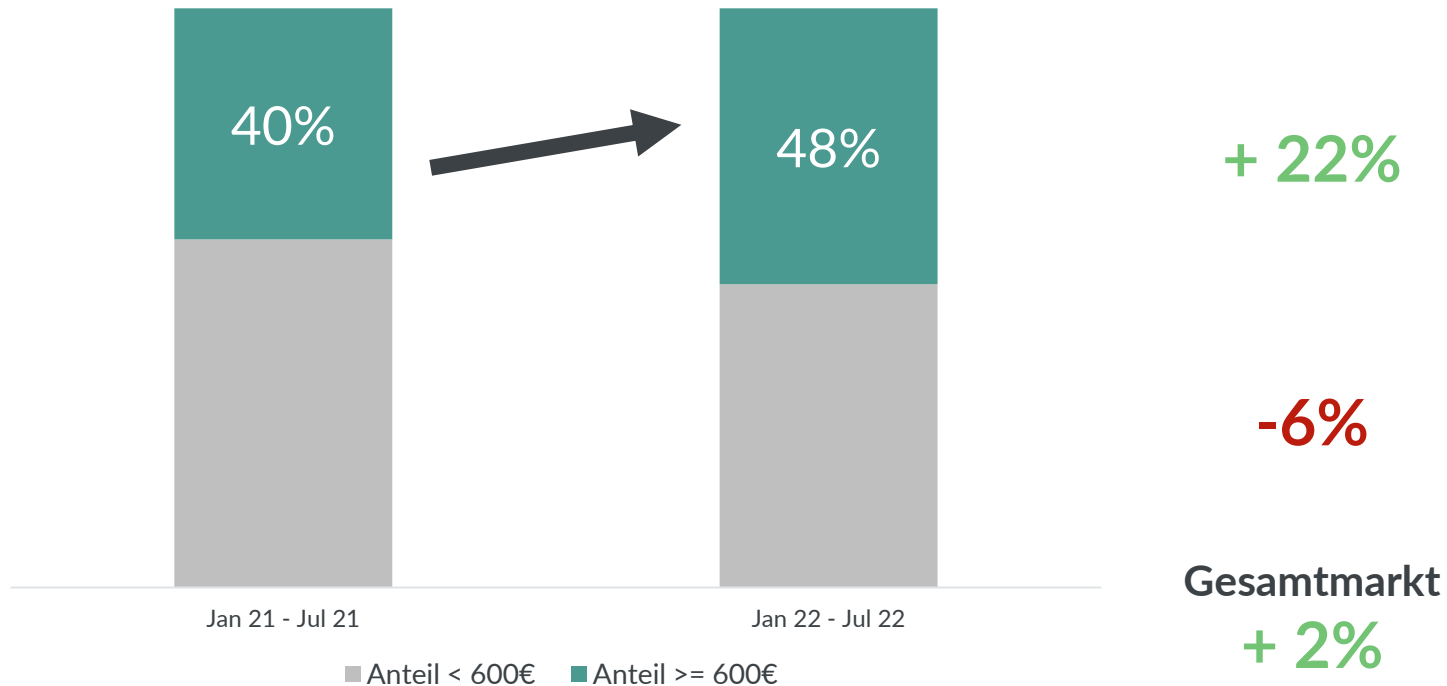
- Smartphones mit guter Kamera für Social Media
- Power Packs für dauernde Erreichbarkeit
- Pimp & attach my Smartphone
- Headsets für Entertainment und Kommunikation
- Core Wearables zur Selbstkontrolle und -optimierung und für die Community

- Und für alle Segmente Fashion- und Marken Statements out of home

Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Germany, EUR (NSP) Value & growth Jan-July 2021 vs Jan-July 2022

Premiumisierung und gleichzeitig rückläufige Käufe im Einstieg sind sichtbar im Smartphoneemarkt.

Verkaufte Einheiten Smartphones Deutschland,
Anteile der Preissegmente



PREMIUMISIERUNG

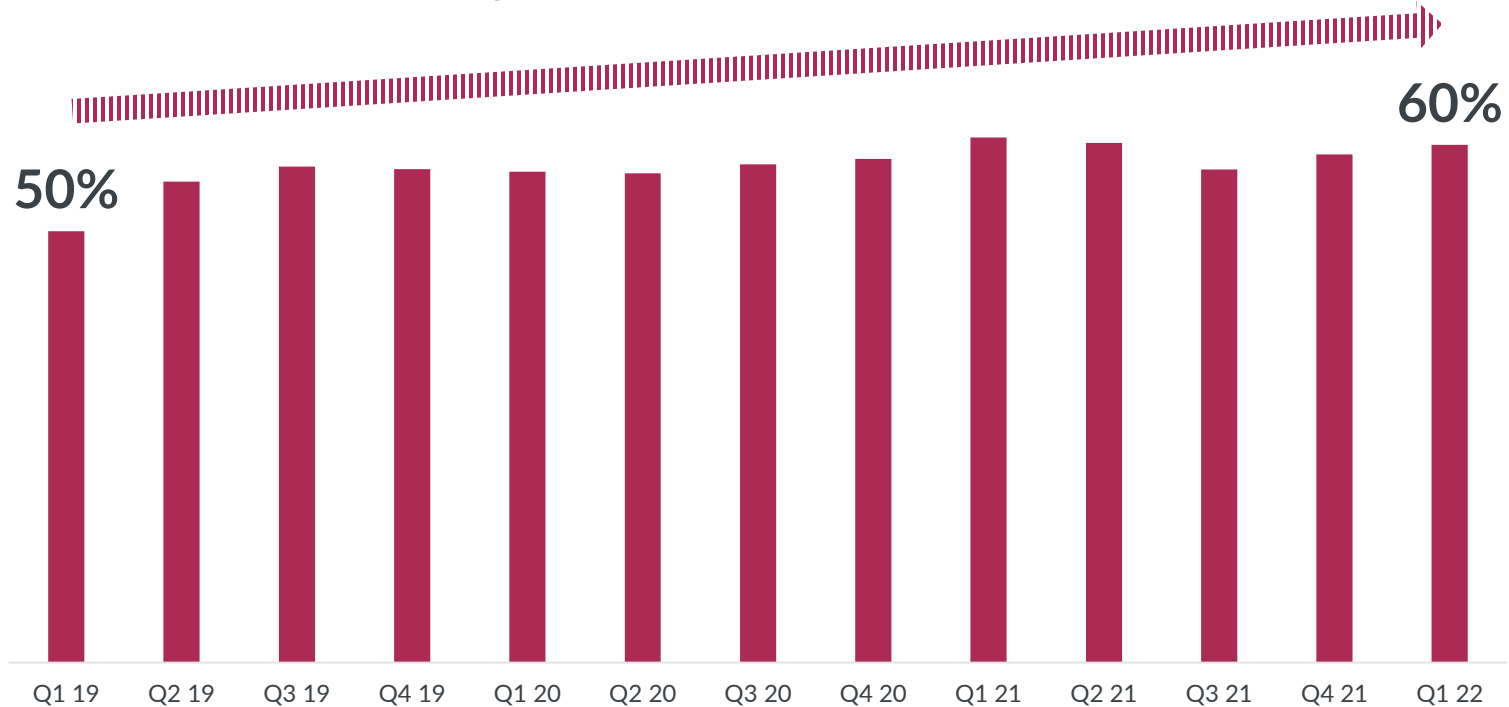
- Nachfrage nach höherwertigen Produkten steigt
- Aufpreisbereitschaft im Bereich Premium klar erkennbar
- Premium Launches nach wie vor sehr erfolgreich
- Gleichzeitig – Kaufzurückhaltung bei günstigeren Geräten

Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, Germany, EUR (NSP) Value & growth Jan-July 2021 vs Jan-July 2022

Die Haltedauer der Smartphones wird länger und refurbished Smartphones gewinnen an Bedeutung.

gfknewron Consumer

Anteil Smartphones mit Haltedauer > 24 Monaten



eBUS

~2 Mio.
verkaufte Einheiten
innerhalb 12 Monaten



Smartphones
refurbished

Source: gfknewron consumer, Germany Q119-Q122; GfK eBus Consumer Survey 2021



Zusammenfassung & Ausblick

- Der Telekommunikationssektor kommt bisher gut durch die Krise
- **Premiumisierung, Persönlichkeitsentfaltung** und die **Digitalisierung** treiben den Telekomsektor
- In der Frage nach der **Nachhaltigkeit** ist noch nicht klar erkennbar, wie sich der Telekommunikationssektor in Zukunft aufstellen wird

Aktuelle Entwicklungen im Smartphonemarkt und ein Blick über die Schulter des Konsumenten

Telecom Masterclass 2022

Sebastian Woldmann

*Market Intelligence CSM Lead
Germany*



Einblicke, um schnell auf die sich verändernde Marktdynamik zu reagieren

Telecom Masterclass 2022

Prem Kishore Maddu
*Senior Consultant Sales Effectiveness
Germany*



“**Price** - the most important¹
element of smartphone purchase”

67%



“Price and stock availability
are the top 2 purchase drivers¹
when choosing a retailer.”

49%

30%

Price – why should you care about it?

Timely online pricing insights enable businesses with critical decision making!



- Volatile market conditions
- A dynamic telecom market
- How can businesses win in such a market?

GfK Daily Pricing Monitor



GfK Daily Pricing Monitor

What is it and how can it help you?

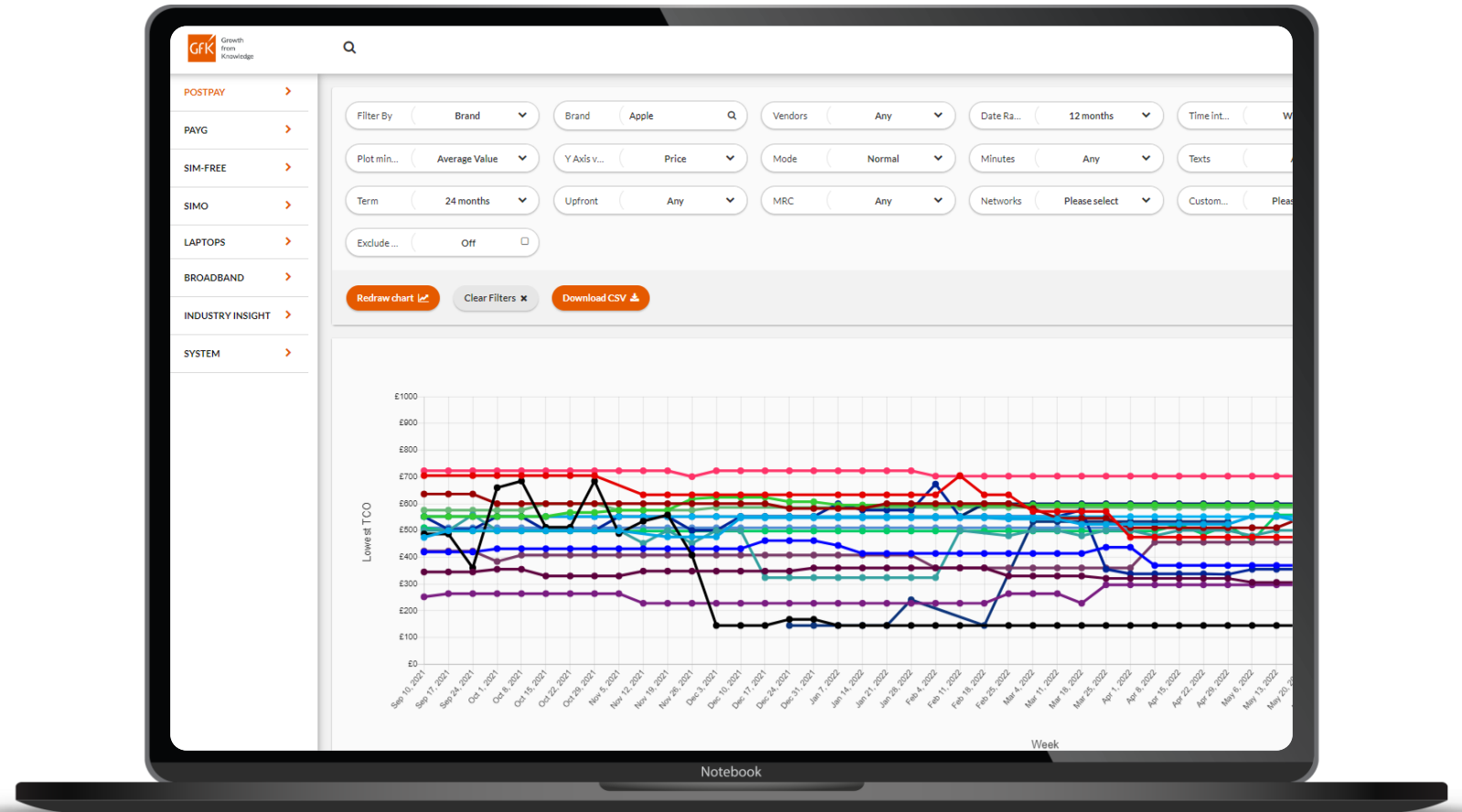


■ GfK Daily Pricing Monitor is a tool that

- Collects and reports online pricing data
- Captures millions of data points every day
- Provides easy to use reports for actionable insights

■ What makes the tool unique?

- Fully automated
- Standardised benchmarking
- Platform access
- Tailored alerts

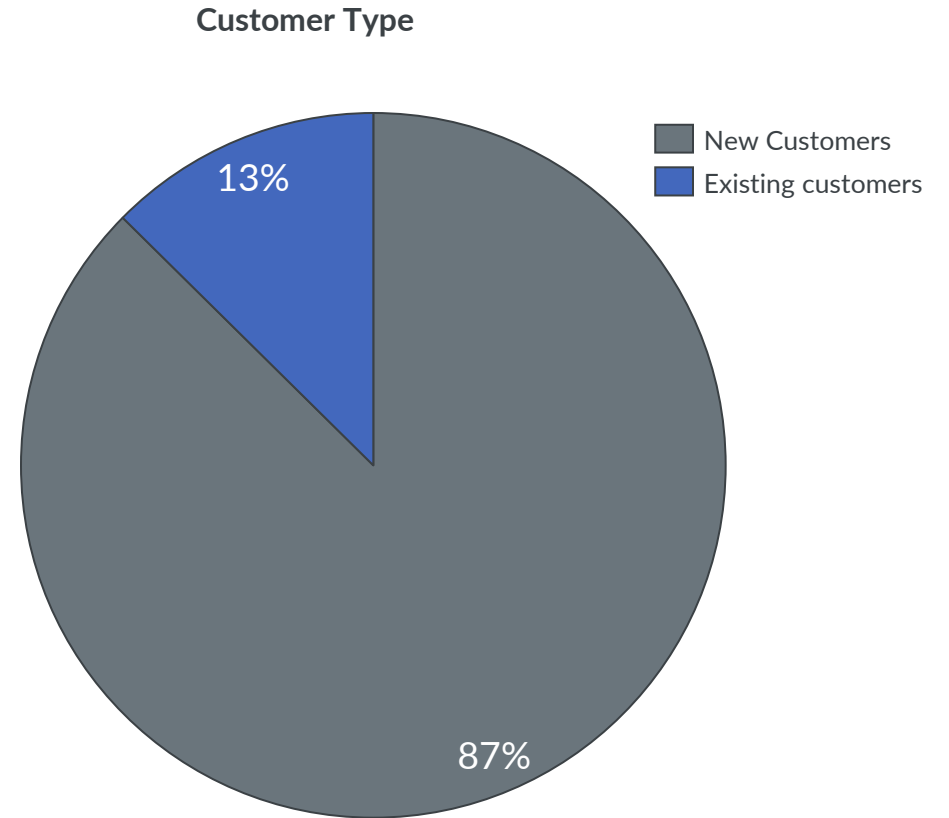
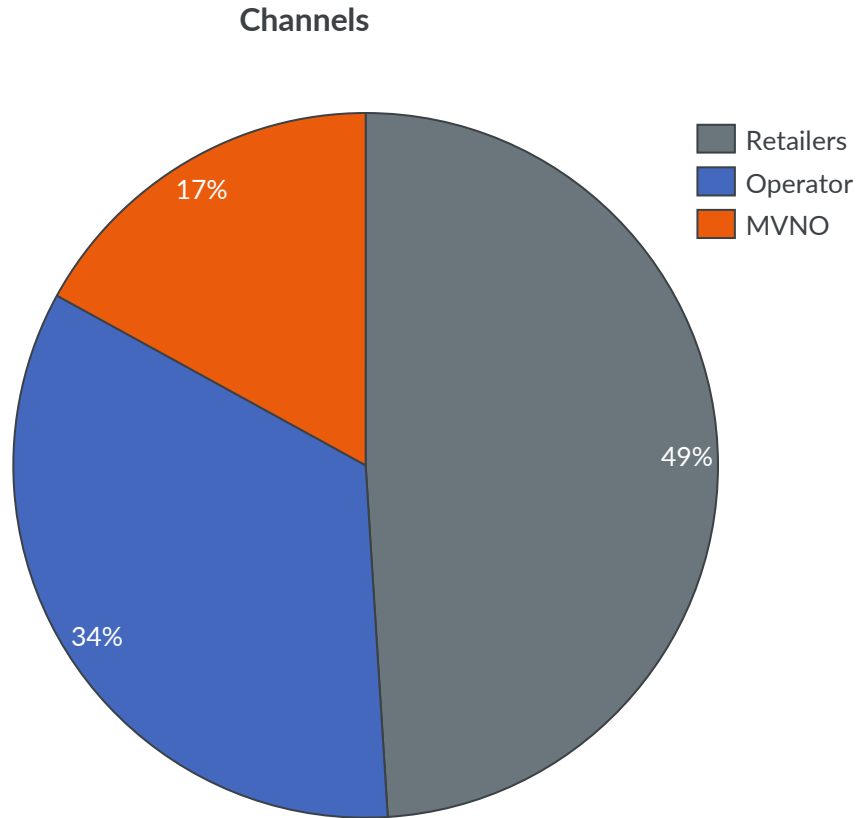


1

Standalone or Bundle?

Every second smartphone deal online¹ is from a Retailer

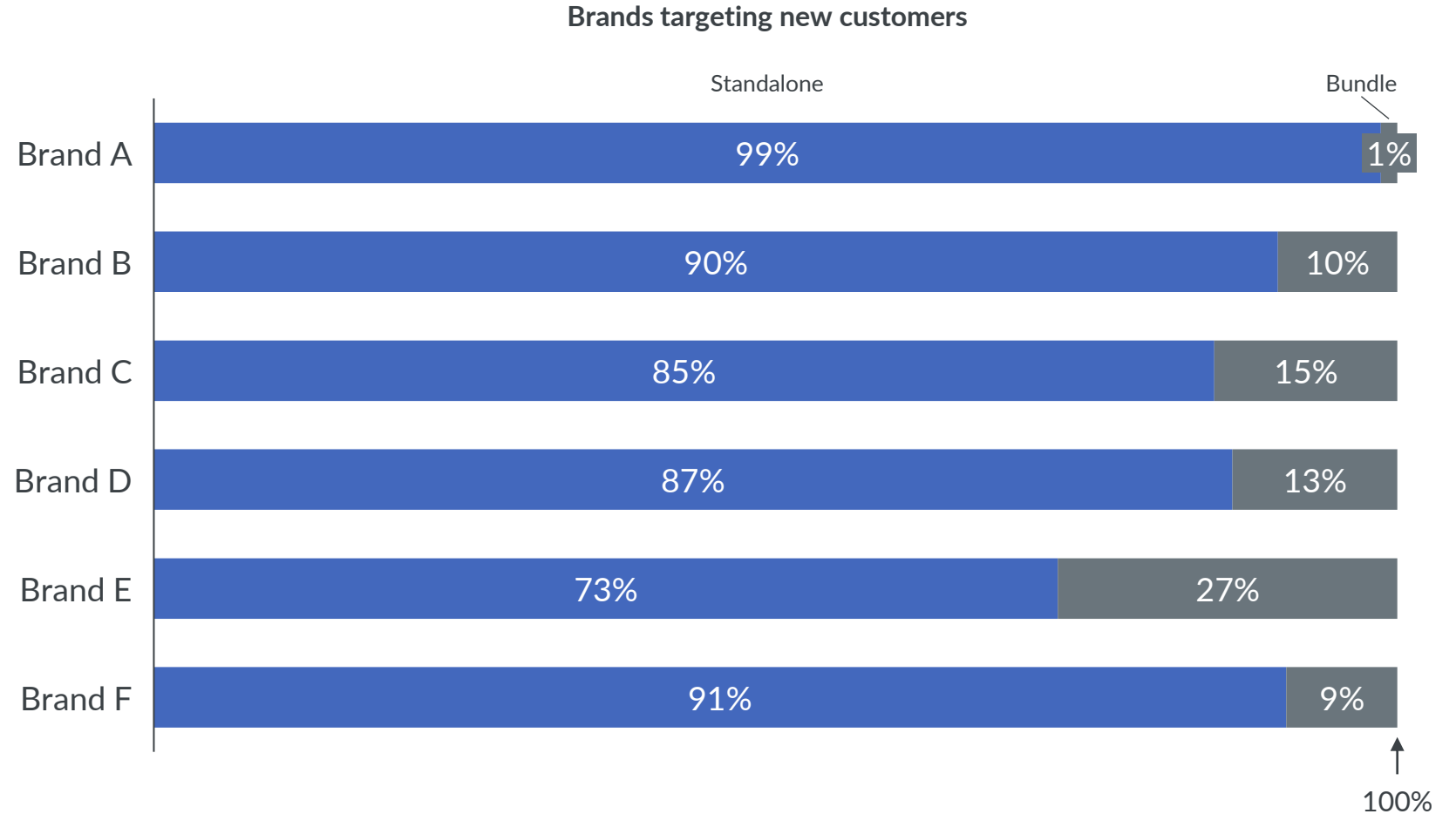
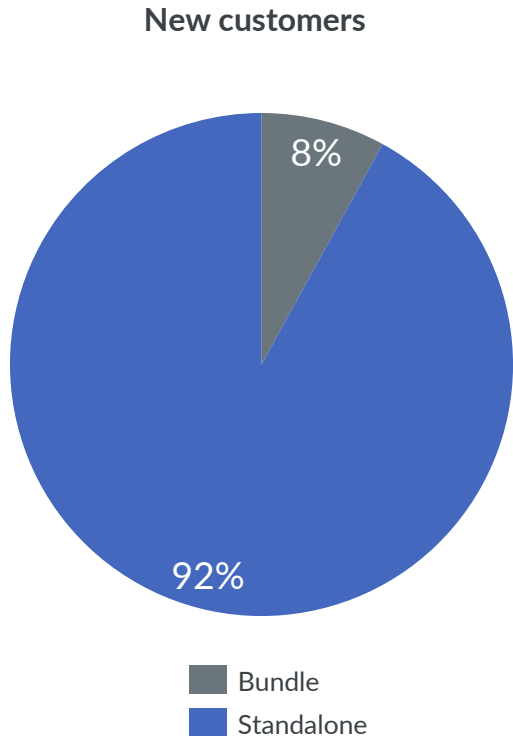
New customer acquisition is the primary focus!



¹=all the online smartphone deals in a single day in Germany; Retailers=MediaMarkt, Saturn, etc., Operators=Telekom, Vodafone etc., MVNO=Congstar, Mobilcom Debitel etc.; GfK DPM raw data from 11.09.2022

Bundle deals are targeted towards retaining existing customers

While **standalone deals** are driven towards **new customers**!

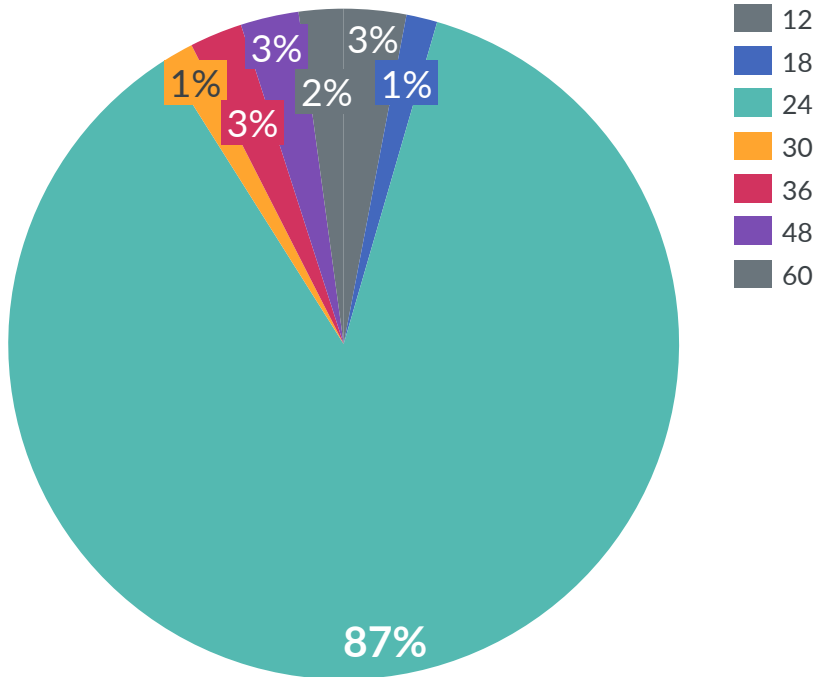


Standalone offers focused on securing the customer for a longer term

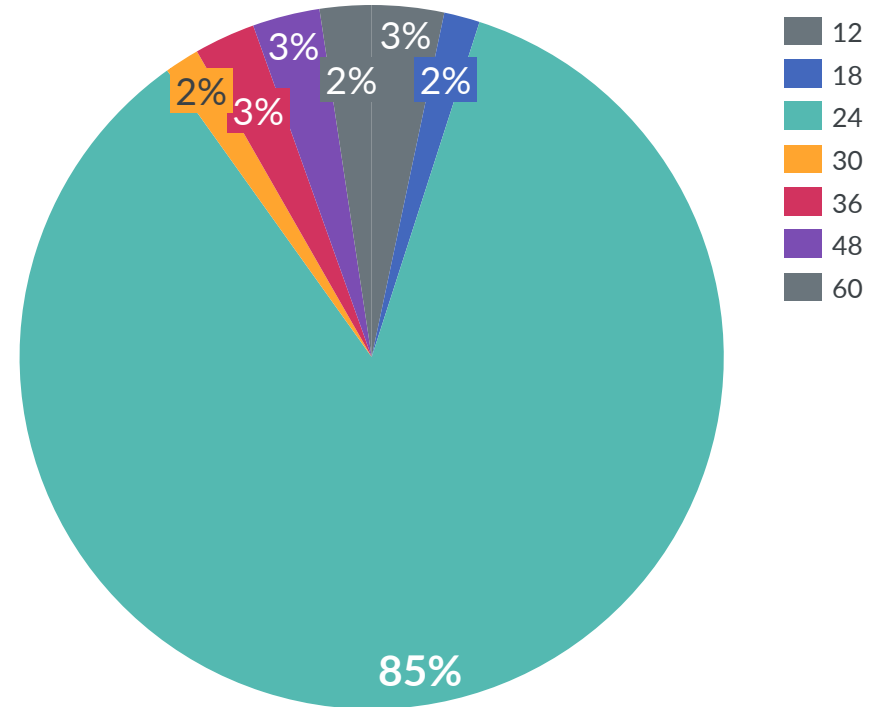
24 months is the optimal term, also for new customers!



Contract term (standalone)



Contract term (new customer, standalone)



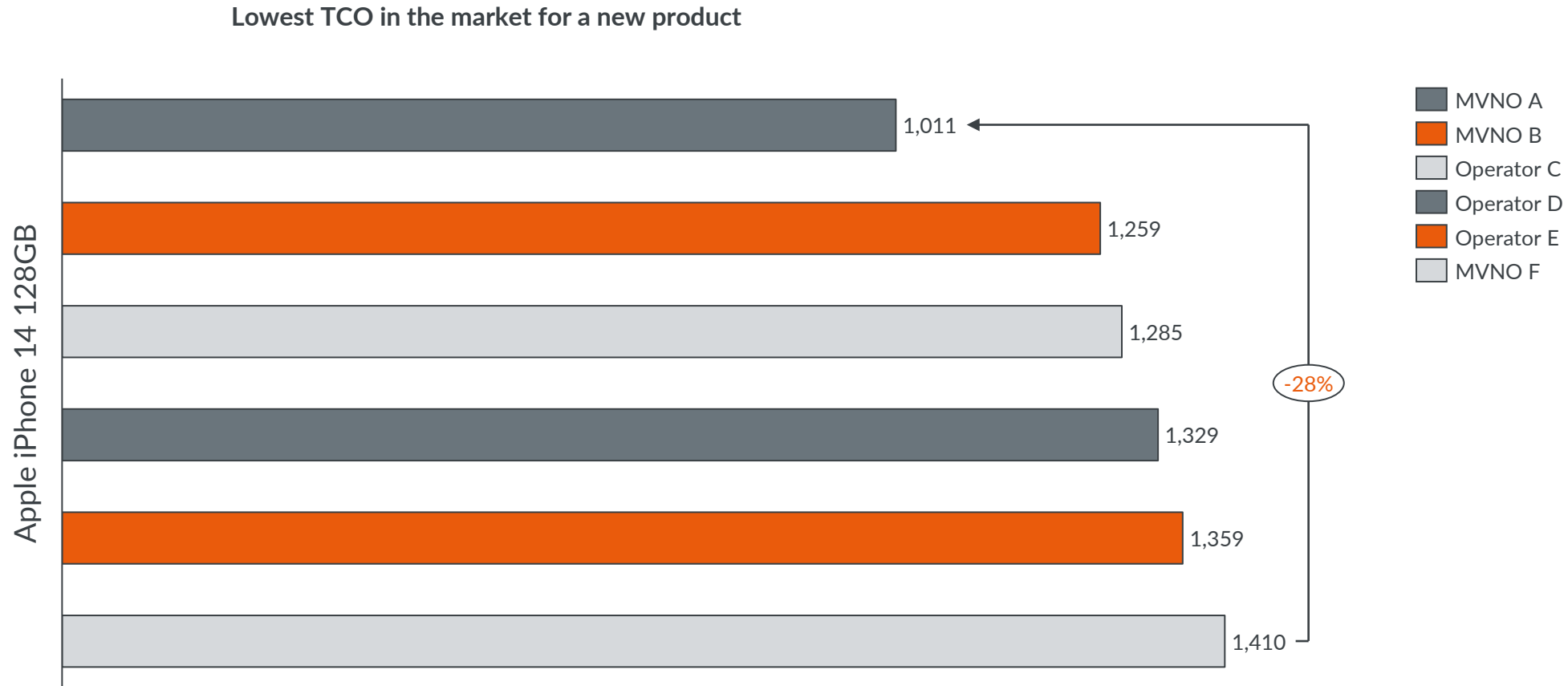
2

**Where can the customer
find the cheapest deal?**

,MVNO A' with cheapest 24 month deal for an iPhone 14 128GB



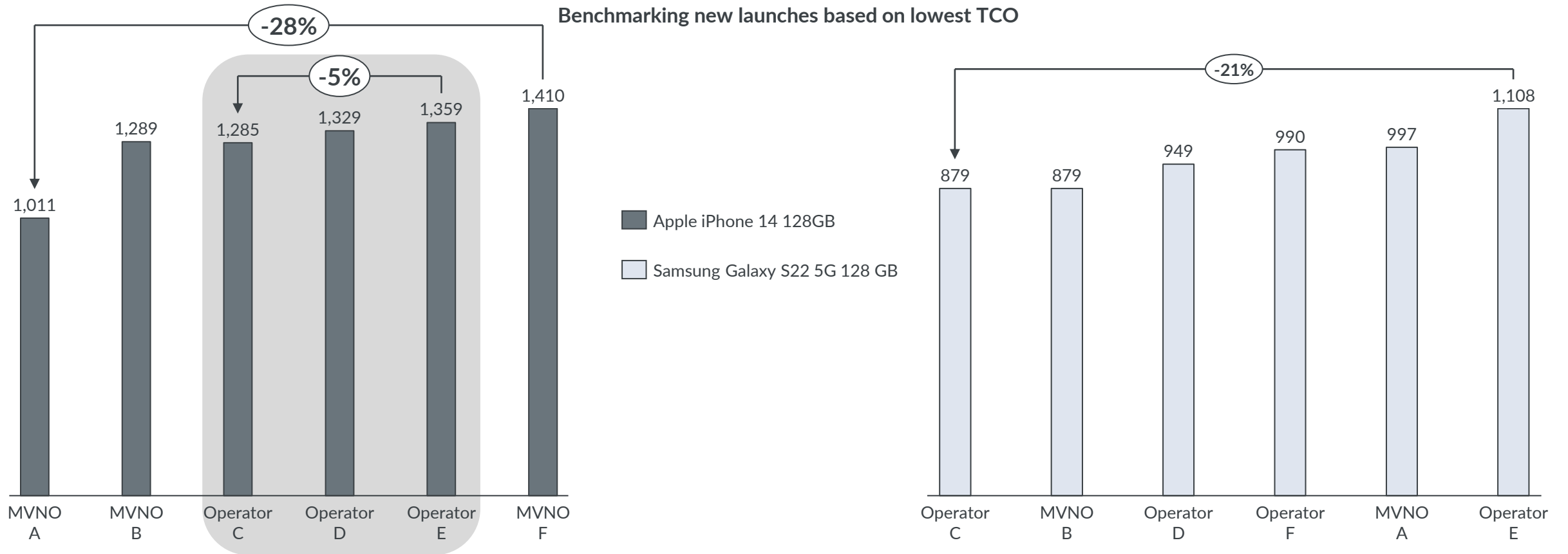
There is a 28% difference between the cheapest offers across operators¹!



¹=selected operators, only new customers excluding existing customers; Operator=Telekom, Vodafone etc., MVNO=Congstar, Mobilcom Debitel etc.
TCO= Total cost of ownership = ((monthly device rental+monthly tariff rental)*contract term)+upfront cost for the device: GfK DPM raw data from 11.09.2022

Cheapest operator deals¹ for iPhone 14 are **young tariffs!**

Operators competing for **Young customers** with **DATA** as an incentive



1 = offers for Apple iPhone 14 128 GB model across selected channels; Operator=Telekom, Vodafone etc., MVNO=Congstar, Mobilcom Debitel etc.

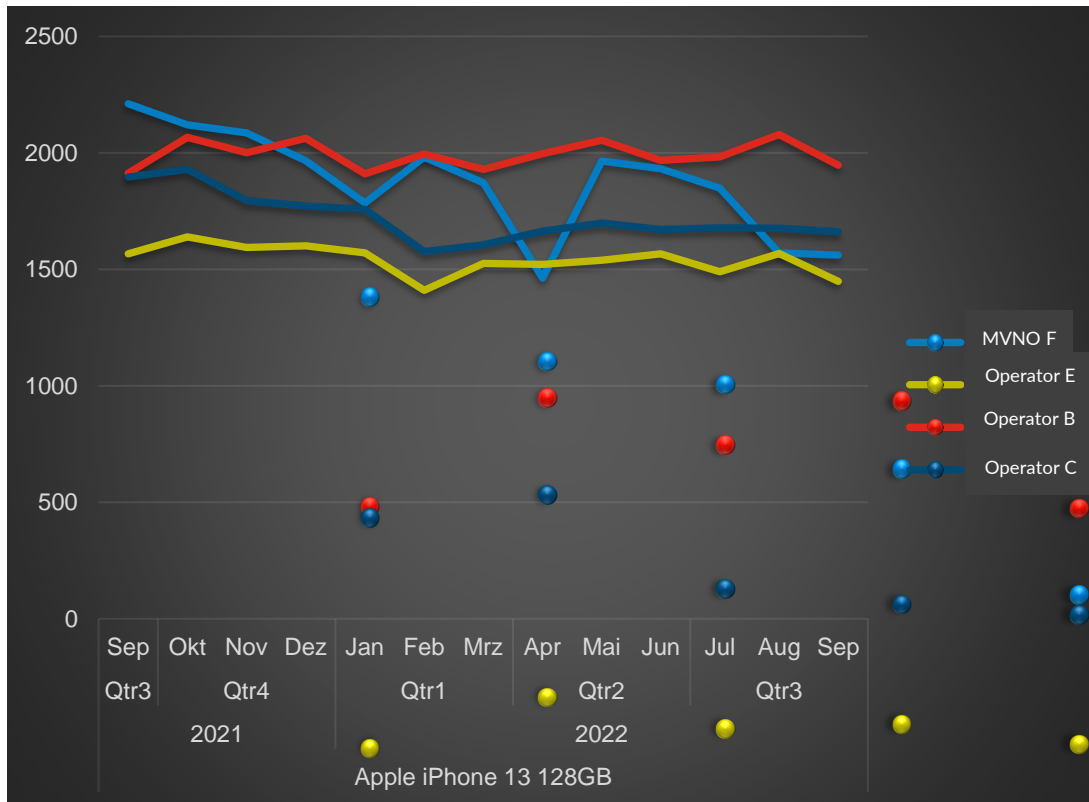
TCO= Total cost of ownership = ((monthly device rental+monthly tariff rental)*contract term)+upfront cost for the device; GfK DPM raw data from 11.09.2022 and back data

Price fluctuations within standard tariffs¹ are higher – where you buy matters!

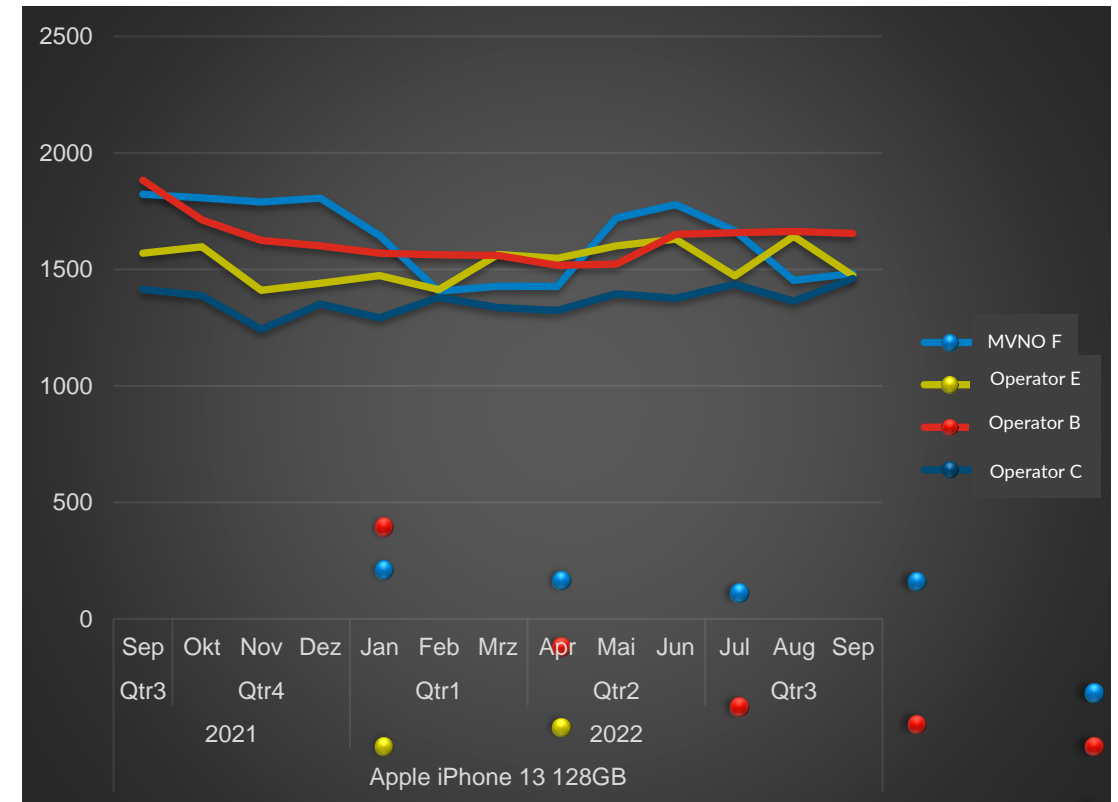


Whereas it doesn't really matter where you buy when choosing a **Young tariff**

Standard tariffs



Young tariffs



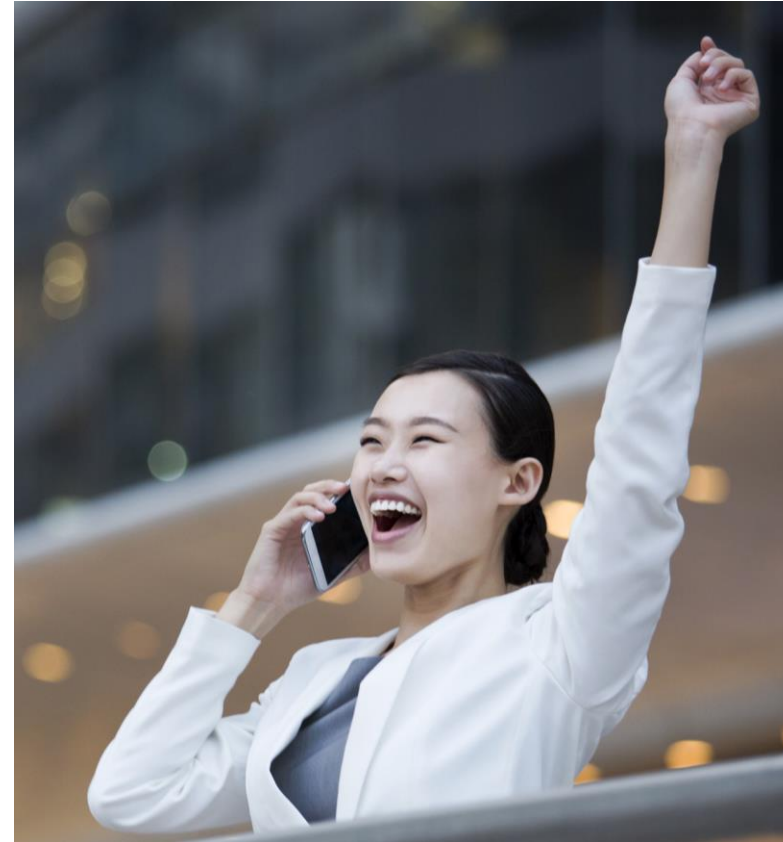
1= across 4 Operators in Germany within a 12 month period: Operator=Telekom, Vodafone etc., MVNO=Congstar, Mobilcom Debitel etc.
 Young tariff=for people under 28years of age ; GfK DPM raw data from 11.09.2022

1/4th of the devices offered online¹ are out-of-stock

Well stocked Operators, MVNOs and Retailers can win new customers!

IN STOCK

- Online verfügbar
- **Marktabholung heute ab**



Use cases don't just stop there!

- Bundle analysis
- Competitor pricing analysis
- Partner pricing analysis
- Customer segmentation analysis
- Promotional price analysis
- Stock availability analysis
- Product life cycle analysis
- B2B competitive benchmarking
- Predictive modeling and advanced pricing analysis

and many more.....

Q&A

Thank you!

Questions or want to learn more?
Get in touch with the team:

Alexander.Dehmel@gfk.com

Sebastian.Woldmann@gfk.com

Andreas.Klawe@gfk.com

Wolfgang.Neubarth@gfk.com

Premkishore.Maddu@gfk.com