Kurzbeschreibung der Untersuchung

Studienziel

Vor dem Hintergrund des Markteinstiegs von **MVNO Anbietern** wie z.B. HoT oder UPC Mobile soll die Dynamik des Marktes in Bezug auf Wechsler, also Personen die unlängst den Mobilfunkanbieter bzw. Tarif gewechselt haben, analysiert werden. ALLE Vertriebskanäle und Tarif-Optionen sind abgedeckt.

Kerninhalte

- Screening: Handy-Usage und Wechsel des Anbieters bzw. Tarifs in den letzten 6 Monaten
- neuer Anbieter und Tarif-Art
- bisheriger Anbieter und Tarif-Art
- Gründe für den Wechsel
- Marke des Endgeräts
- Einkaufsstätte
- Gründe für die Wahl der Einkaufsstätte
- Zufriedenheit mit neuem Anbieter und Tarif-Art

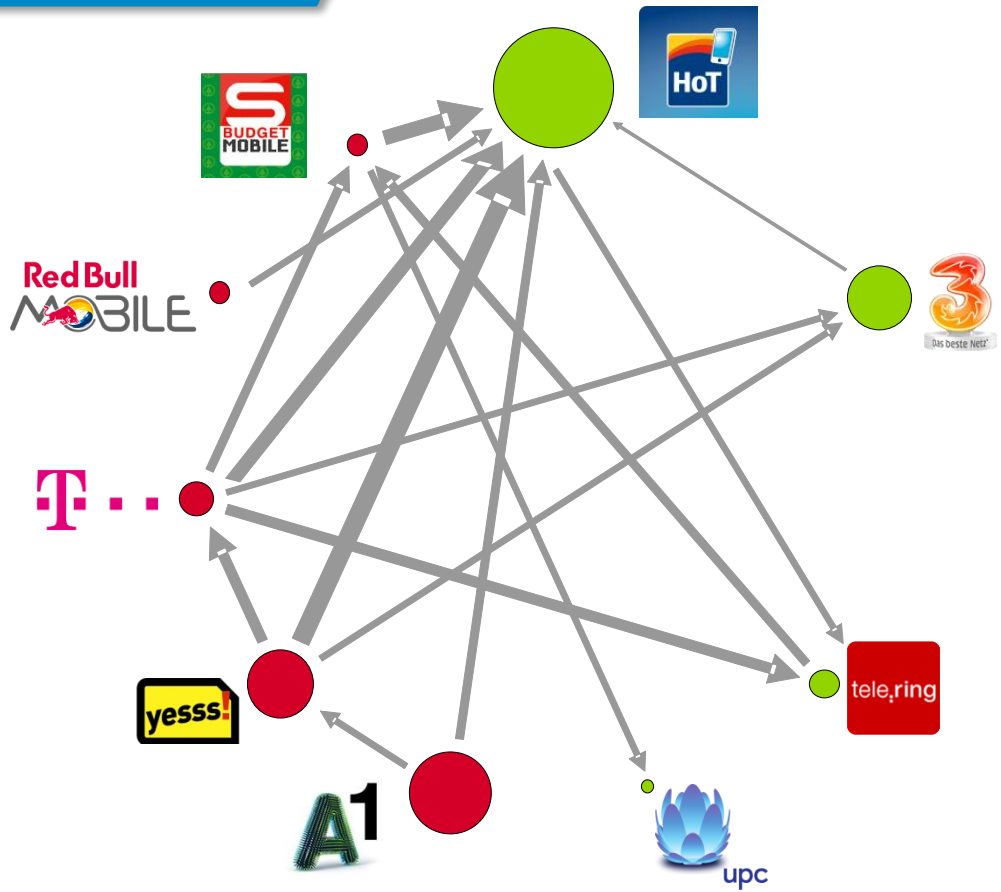
© GfK 2015

Eckdaten zur Untersuchung

Methode	**Online Interviews (CAWI)** mit Respondenten aus dem ISO-zertifizierten GfK Online Pool
Zielgruppe	Privatpersonen, die im letzten halben Jahr Ihren Handy-Anbieter od. Tarif gewechselt haben: Vertrag/Wertkarte/SIM-Only; inkl./exkl. Endgerät
Stichprobengröße	N=882
Feldarbeit	Juli 2015
Projektion	Hochgerechnet auf Privatpersonen über 15 Jahre in Österreich; repräsentativ

© GfK 2015

Symboldarstellung für die Wechslerströme

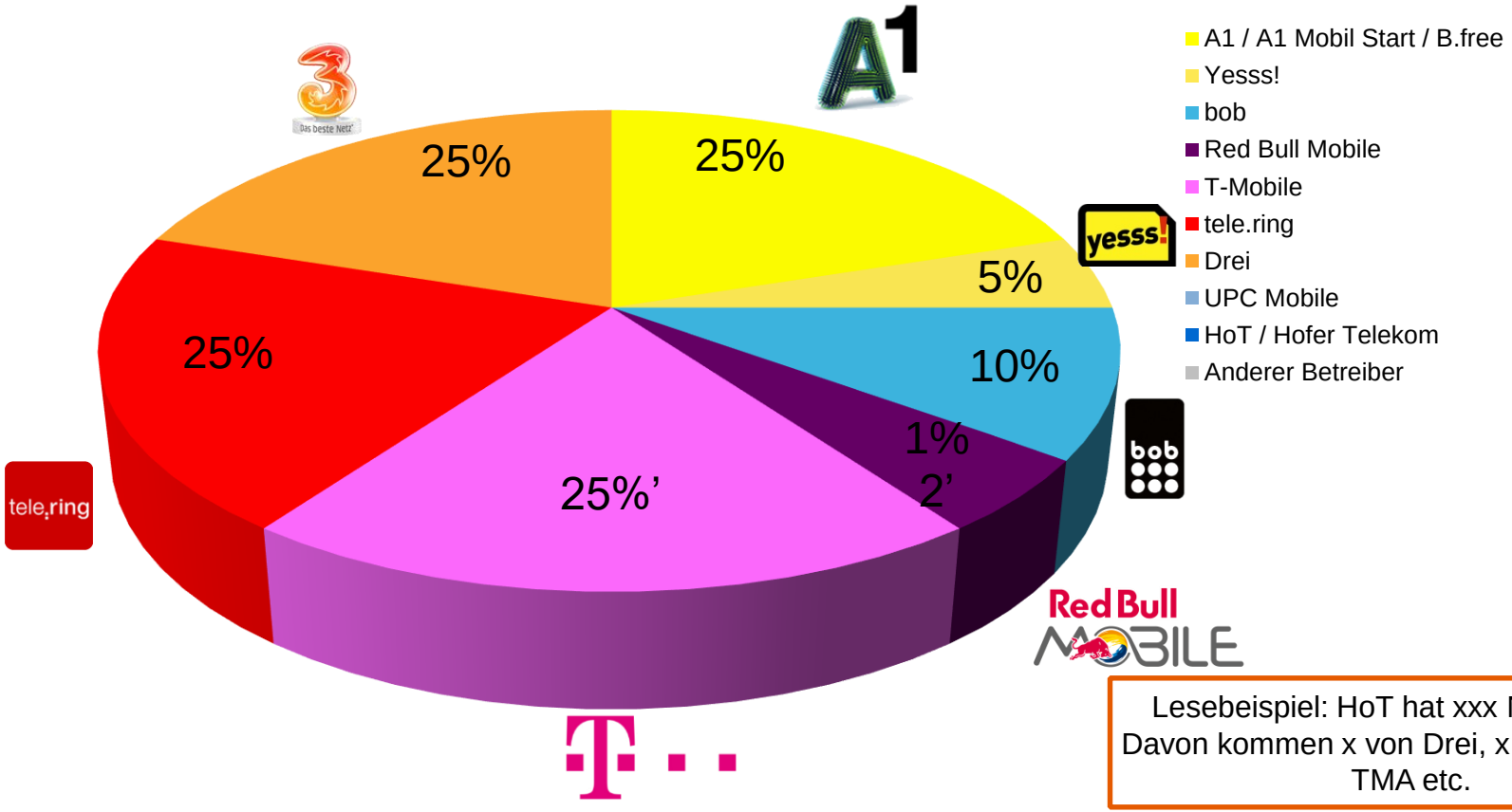


Net Switching

- Total Gain
- Total Loss

© GfK 2015

Neukundenzuwachs HoT gesamt: xxx Neukunden



Lesebeispiel: HoT hat xxx Neukunden. Davon kommen x von Drei, x von A1, x von TMA etc.

© GfK 2015