SMARTWEB

Mobilfunkmarkt vor Kurswechsel: Anbieter setzen auf Konvergenz - und versteckte Preiserhöhungen

Stuttgart, 8. Juni 2026

Die deutschen Mobilfunkanbieter sehnen sich schon lange nach einem rationaleren werthaltigen Markt. Sprich: Die aufreibenden Preiskämpfe der vergangenen Jahre sollen endlich zurückgefahren, die bestehenden Kundenverhältnisse besser monetarisiert werden. Darüber hinaus setzen hohe Ausbaukosten und steigende Inflation die Netzbetreiber zunehmend unter Druck.

An einen Alleingang einzelner Akteure war jedoch bisher nicht zu denken. Für eine nachhaltige Anpassung des Preisniveaus hätte die gesamte Branche mitziehen müssen. Vor allem die aggressive Preispolitik von Telefónica Deutschland galt in der Branche als entscheidendes Hindernis. Doch nun kommt Bewegung in den deutschen Mobilfunkmarkt.

Netzbetreiber machen Einstiegstarife unattraktiver

Im März 2026 gab Telefónica Deutschland bekannt, sämtliche Neukunden-Vergünstigungen für Tarife mit Monatsgebühren unter 20 Euro zu streichen. Anfang April hat auch 1&1 bei seinen günstigsten Tarifen Hand angelegt und das enthaltene Datenvolumen deutlich herabgesenkt.

Statt Preiserhöhungen über ihr gesamtes Portfolio hinweg durchzuführen, setzen die Anbieter zunächst also bei den niedrigpreisigen Einstiegsangeboten an. Die Stoßrichtung ist klar: Verbraucher sollen nach Möglichkeit zur Buchung von höherwertigen Tarifen bewegt werden.

Preissteigerungen erfolgen dabei häufig indirekt. Während die Listenpreise unangetastet bleiben, werden Neukundenvorteile zusammengestrichen oder Tarifleistungen eingedampft. Unterm Strich müssen die Kunden jedoch dadurch mehr Geld in die Hand nehmen.

„Für Verbraucher wird der Mobilfunkmarkt dadurch unübersichtlicher. Die monatliche Grundgebühr bleibt oft gleich, gleichzeitig fallen Rabatte weg oder das Datenvolumen sinkt. Entscheidend ist deshalb nicht allein der Listenpreis, sondern der tatsächliche Gegenwert über die gesamte Vertragslaufzeit“, sagt SMARTWEB-Experte Ingo Hassa.

Kombi-Angebote: Hier bleiben die Anbieter weiter großzügig

All das heißt jedoch nicht, dass die großen Mobilfunkprovider nicht weiterhin mit attraktiven Einsparmöglichkeiten locken, diese verlagern sich jedoch zunehmend in Mehrwert-

Vertragsmodelle. Ein Beispiel sind die derzeit enorm erfolgreichen Partnerkarten-Angebote, mit denen Kunden ihren Hauptvertrag teils sehr günstig um zusätzliche SIM-Karten erweitern können.

Dafür nehmen die Anbieter auch in Kauf, dass der durchschnittliche monatliche Umsatz pro Vertrag aktuell deutlich zurückgeht. Denn die Vorteile überwiegen: Sowohl die bestehenden Kunden, als auch die neu hinzugewonnen Partner-Kunden werden in diesem Modell stärker in das eigene Ökosystem integriert. Das erhöht die Kundenbindung und erleichtert zugleich die Vermarktung von weiteren Zusatz-Produkten innerhalb der Kundenbasis.

„Partnerkarten und Kombiverträge können weiterhin echte Preisvorteile bringen, binden Kunden aber auch stärker an einen einzelnen Anbieter. Verbraucher sollten deshalb genau prüfen, ob sie die zusätzlichen Leistungen wirklich brauchen – und ob das Paket auch nach Ablauf möglicher Aktionsvorteile noch attraktiv bleibt“, ordnet SMARTWEB-Redakteur Ingo Hassa die Entwicklung ein.

Mobilfunkanbieter wollen Vollversorger werden

Der Ansatz der Mobilfunkanbieter, die eigene Kundschaft in immer höherwertige Tarife zu überführen, geht allerdings schon längst weit über reine Mobilfunkleistungen hinaus. Denn idealerweise sollen die Kunden ihren Mobilfunkvertrag direkt mit einem Festnetzanschluss und weiteren Angeboten kombinieren.

Die Deutsche Telekom konnte mit ihren Magenta EINS Kombi-Angeboten bereits früh Erfolge feiern und kann die mit Abstand größte Zahl an konvergenten Kundenverträgen vorweisen. Die Mitbewerber hängen hier noch zurück, haben sich das Thema nun aber ebenfalls ganz oben auf der Agenda gesetzt. Zumal sich ihnen mit der steigenden Popularität von Internetfernsehen und Streaming-Angeboten ein weiteres Einfalltor bietet.

Ein besonders deutliches Ausrufezeichen möchte diese Woche Telefónica Deutschland setzen. Am 10. Juni startet der Anbieter unter dem Namen "o2 Mobile Plus" ein neues Mobilfunk-Portfolio, das konsequent auf den Ausbau zu größeren Bundles mit Festnetz- und Entertainment-Leistungen ausgerichtet ist. In diesem Zug soll auch die Kernmarke o2 grundlegend umpositioniert werden. Statt in erster Linie als Mobilfunkanbieter wahrgenommen zu werden, will sich o2 in Zukunft als Kombi-Anbieter für den digitalen Haushalt präsentieren.

SMARTWEB Grafik zu Kombiverträgen Festnetz + Mobilfunk

Download als SVG-Datei:
https://www.smartweb.de/.../konvergente-kundenvertraege-mobilfunk-und-festnetz.svg

Download als JPG-Datei:
https://www.smartweb.de/.../konvergente-kundenvertraege-mobilfunk-und-festnetz.jpg

Über SMARTWEB

Die Tarifexperten von SMARTWEB unterstützen Verbraucher seit über 20 Jahren bei der Suche nach den besten Angeboten im Bereich Handy und Mobilfunk. Dabei stellt das Verbraucherportal die Anforderungen und Wünsche seiner Nutzer in den Mittelpunkt und sorgt durch Marktanalysen und Vergleichsrechner für Transparenz im Tarifdschungel.

Mehr über SMARTWEB unter https://www.smartweb.de/smartweb-redaktion

Pressekontakt:

Oliver Feil
+49 (0)711 50 62 30 15
o.feil@smartweb.de

SMARTWEB ist ein Informationsangebot der Ehninger AG, Hirschstraße 8, 70173 Stuttgart.