

Erfolg mit den Partnerprogrammen der Telekom



Wachsen durch Innovationen

Die Telekom geht mit Rückenwind in das Jahr 2018. Entgegen dem rückläufigen Branchentrend hat das Unternehmen in Deutschland 2017 seinen Umsatz um 0,7 Prozent und das bereinigte EBITDA um 2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Zu diesem Erfolg haben auch die Partner im Einzelhandel beigetragen, die im vergangenen Jahr hohe Wachstumsraten erzielen konnten. Das gilt vor allem für die Exklusivpartner im Fachhandel und in den Fachmärkten, die sich die Konzepte der Telekom-

Programme zu eigen machen und das Versprechen der Marke Magenta in ihren Geschäften umsetzen. Für 2018 sieht Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner Telekom Deutschland Privatkunden GmbH, weiteres großes Wachstumspotenzial für die Partner im Einzelhandel. Das gilt sowohl für das Kerngeschäft als auch die Innovationssegmente, in denen mit den Produkten EntertainTV und Smart Home sowie IT- und Cloud-Lösungen Wachstumsraten im zweistelligen Bereich erzielt werden konnten.

Die hohen Besucherzahlen der Roadshow 2018, die nach Stationen in München, Frankfurt und Leipzig am 12. April in Hannover zu Ende geht, zeigen das ungebrochene Interesse der Handelspartner an der Kooperation mit Magenta. Darauf ant-

wortet die Telekom mit Investitionen ins Produktportfolio und in den weiteren Ausbau der High-speed-Netze. „2017 war ein erfolgreiches Jahr für die Telekom Deutschland“, sagte Esfahani anlässlich des Auftakts der diesjährigen Handels-Partner-

gipfel in der Münchener Allianz Arena. „Wir investieren in diesem Jahr über fünf Milliarden Euro in Deutschland und schließen bis Jahresende weitere rund sieben Millionen Haushalte ans High-speed-Netz der Telekom an. Die Zahl der Highspeed-Anschlüsse

mit bis zu 100 MBit/s wird damit auf 26 Millionen steigen.

Gerade ländliche Gebiete, in welchen unsere Handelspartner besonders stark vertreten sind, profitieren überproportional von unseren Investitionen."

Dabei setzt die Telekom den Vectoring-Ausbau auch in diesem Jahr kraftvoll fort. So gingen bereits am 12. März fast 200.000 weitere Haushalte in 209 Städten und Gemeinden mit bis zu 100 MBit/s (und mindestens 50 MBit/s) im Download und 40 MBit/s im Upload ins Netz. Möglich wird das dadurch, dass die Telekom auf der Strecke zwischen der örtlichen Vermittlungsstelle und dem Verteiler das Kupfer- durch Glasfaserkabel ersetzt. Die Verteiler werden zu Multifunktionsgehäusen (MFG), in denen das Lichtsignal von der Glasfaser in ein elektrisches Signal umgewandelt und von dort über das bestehende Kabel zum Anschluss des Kunden übertragen wird. Mit der Vectoring-Technik werden elektromagnetische Störungen beseitigt und höhere Bandbreiten erreicht. Ab der zweiten Jahreshälfte 2018 wird



Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner Telekom Deutschland Privatkunden GmbH: „Die Telekom-Partner können sich darauf verlassen, dass wir alle Vertriebsmaßnahmen in 2018 auf die Innovationsprodukte auslegen.“

die Telekom diese Technik nochmals verbessern: Mit Super-Vectoring werden dann Geschwindigkeiten von bis zu 250 MBit/s möglich.

Nachdem die Telekom allein im vergangenen Jahr in Deutschland 40.000 Kilometer (mehr als das Gesamtnetz von Bundesstraßen) Glasfaser verlegt hat, geht der Ausbau auch 2018 unvermindert weiter: Ende März startete im Landkreis Vorpommern-Rügen das derzeit größte Projekt dieser Art in Deutschland, das 40.000 Haushalten und Unternehmen Geschwindigkeiten

von bis zu 1 Gbit/s beim Herunterladen und 500 Mbit/s beim Hochladen ermöglichen wird.

Ende Februar unterstrich die Telekom auf dem Mobile World Congress ihren Anspruch, auch beim Zukunftsthema 5G ganz vorne dabei zu sein. Mit einer im Vergleich zum derzeitigen Standard viel höheren Datenkapazität ermöglicht 5G die Kommunikation über das Internet in Echtzeit. Gemeinsam mit künstlicher Intelligenz werden dadurch in Zukunft zahlreiche neue Anwendungen möglich, vor allem im Internet der Dinge, über den Wolken, beim autonomen Fahren und automatischen Energiemanagement hin zur innovativen Nutzung von Smartphones, neuartigen Brillengläsern und Sprachassistenten.

Mit dem Netzausbau will die Telekom noch bessere Voraussetzungen für die Vermarktungsaktivitäten der Handelspartner schaffen, die mit den Partner-



Mit 5G können auch große Datenmengen, z. B. Live-Bilder von 8K 360°-Kameras, in Echtzeit gestreamt werden.



Fachhändler, die im Rahmen des Exklusivpartner-Programms einen neuen Shop-in-Shop betreiben, erzielten in 2017 weitaus höhere Wachstumsraten als andere Exklusivpartner und Fachmärkte.

programmen eine hohe Wertschöpfung erzielen können: „Unsere starken Ergebnisse im Handel sind das Resultat einer konsequenten Ausrichtung auf die integrierte Vermarktung und die Ausgestaltung unserer Telekom Partnerprogramme, welche sich auf die veränderten Kundentrends ausrichtet“, erklärte Esfahani. „Die Kunden sind anspruchsvoller geworden, bestens über unsere Produkte informiert und wechseln zwischen den Vertriebskanälen. Mit unseren erfolgreichen Partnerprogrammen bieten wir dem Einzelhandel die Möglichkeit, unterschiedliche Zielgruppen gezielt anzusprechen und sie bedürfnisorientiert zu beraten. Partner, die diese Entwicklung mitgehen, konnten auch im vergangenen Jahr wieder signifikante Provisionssteigerungen realisieren.“

Argumente für Magenta

Auch im Jahr 2018 soll für die Telekom Partner das Wachstum im Vordergrund stehen. Da das klassische Telekommunikations-

geschäft stagniere, seien Steigerungsraten nur über Innovationsprodukte zu erzielen, betonte Esfahani: „Wir setzen alles auf Innovationen. Schon zu Jahresbeginn starteten wir mit den Innovationswochen 2018. Die Telekom-Partner können sich darauf verlassen, dass wir alle Vertriebsmaßnahmen in 2018 auf die Innovationsprodukte auslegen.“

Nach der Einführung von StreamOn im vergangenen Jahr hat die Telekom im März mit MagentaMobil XL für das klassische Mobilfunk-Geschäft eine weitere Innovation vorgestellt, die den Handelspartnern noch bessere Argumente an die Hand gibt. Denn mit diesem einzigartigen Tarif können die Kunden für monatlich 79,95 Euro ohne Limit in Deutschland surfen und streamen. Bei Auslandsaufenthalten in der EU sind 23 GB fürs Roaming inbegriffen.

„Unser neuer MagentaMobil XL Tarif ist die konsequente Fortführung unserer Unlimited-Strategie und der logische Schritt nach dem Launch unseres StreamOn Angebots, das nach weni-

ger als einem Jahr bereits eine Million aktive Nutzer hat“, erklärte Michael Hagspühl, Geschäftsführer Privatkunden der Telekom, bei der Vorstellung von MagentaMobil XL. „Dieses Nutzerverhalten und der generell steigende Datenverbrauch machen deutlich, was viele Kunden wünschen: absolute Sorgenfreiheit für alle Vieltelefonierer, Intensivstreamer und Dauersurfer. MagentaMobil XL wird diesen Bedürfnissen gerecht und rundet unser Mobilfunktarifportfolio nach oben ab.“

Auch für das untere Marktsegment hat die Telekom einen neuen Tarif entwickelt, der es den Partnern möglich macht, Kunden mit geringem Datenbedarf von Magenta zu überzeugen. Dafür gibt es den neuen Einstiegstarif MagentaMobil XS, der für monatlich 19,95 Euro 750 MB Datenvolumen sowie eine Telefon- und SMS- Flatrate beinhaltet. Die beiden neuen Tarife können natürlich auch im Paket mit attraktiven Smartphones an die Kunden gebracht werden, deren Interesse die Telekom mit einer

reichweitenstarken Online- und TV-Kampagne weckt.

Programme ausbauen

Auch in diesem Jahr will die Telekom die Entwicklung der Partnerprogramme weiter vorantreiben: Sowohl das neue Exklusivpartner-Konzept als auch das Fachmarkt-Konzept sollen kontinuierlich weiterentwickelt werden. Das dient allen Beteiligten: Fachhändler, die im Rahmen des Exklusivpartner-Programms einen neuen Shop-in-Shop betreiben, erzielten in 2017 weitaus höhere Wachstumsraten als andere Exklusivpartner und Fachmärkte. Eine Befragung von Exklusivpartnern im Herbst 2017 zeigte eine überaus hohe Zufriedenheit mit der Unterstützung durch die Telekom (siehe PoS-MAIL 2/2018, S. 6). Dabei lobten die Fachhändler vor allem die deutlich verbesserte Produktpräsentation am PoS, das Coaching der Mitarbeiter vor Ort und das integrierte Vermarktungskonzept, das es möglich macht, die Kunden auf das ganze Telekom-Portfolio zu beraten und dadurch die



Auf der Roadshow informierten sich zahlreiche Fachhändler über die Wachstumsmöglichkeiten mit der Telekom.

Wertschöpfung messbar zu steigern.

Bis Ende 2018 sollen die Zahl der Exklusivpartner, die an dem 2016 eingeführten Shopkonzept teilnehmen, auf 120 Standorte steigen; zudem sollen bis dahin im Rahmen des Fachmarkt-Konzeptes 30 Shop-in-Shops eröffnet worden sein. Darüber hinaus wird auch am Ausbau des Geschäftskunden-Partnerprogramms gearbeitet, welches u.a. das IT-Portfolio um relevante Produkte erweitert und ein Umsatzbeteiligungsmodell für IT-Produkte einführt. Jetzt soll für GK-Partner ebenfalls eine Shop-in-Shop Lösung bereitgestellt werden, um ihre Kompetenzen in diesem Segment noch einmal deutlich zu stärken.

„Es kommt im stationären Handel in Zukunft besonders auf Beratung, Markenauftritt, Produkterlebnis und OmniChannel an“, erklärte Esfahani. „Das differenziert ihn gegenüber den preisaggressiven Internetvermarktern. Hier setzen unsere Partnerprogramme an, mit denen wir schon heute starke Ergebnisse erzielen. Weiterentwicklung ist unser Erfolgskonzept. Neben der weiteren Ausgestaltung unserer Partnerprogramme ist die Qualifizierung ein entscheidender Bestandteil, der auch in 2018 wichtig bleibt. Wir entwickeln uns konsequent anhand der Kundenbedürfnisse weiter, bieten neue Wachstumschancen und zeigen so, dass wir auch in 2018 der Partner Nr. 1 für den Handel bleiben.“