



# Neueste Rewheel-Studie zeigt: Weiterhin geringe Wettbewerbsintensität im deutschen Mobilfunkmarkt

- Deutschland zählt zu den teuersten Mobilfunkmärkten
- Preis pro Gigabyte rund dreimal so hoch wie im EU-Durchschnitt

Montabaur, 03. Mai 2024. Rewheel Research erhebt seit vielen Jahren regelmäßig Vergleichsdaten von 50 Mobilfunkmärkten in Europa, USA und weiteren Regionen. Eine [aktuelle Studie des renommierten Marktforschungsunternehmens](#) belegt, dass Deutschland weltweit zu den teuersten Mobilfunkmärkten zählt: Verbraucherinnen und Verbraucher zahlen rund dreimal so viel für ein Gigabyte Datennutzung wie im europäischen Durchschnitt.

Außerdem zeigt die Studie im Vergleich zwischen 3- und 4-Player-Märkten, dass es in Ländern mit vier etablierten Anbietern deutlich attraktivere Mobilfunktarife gibt als in Märkten mit nur drei Netzen.

„1&1 ist als vierter Netzbetreiber angetreten, um den deutschen Markt zu beleben. Wir machen einen Unterschied und bieten attraktive Tarife auf Basis der neuartigen OpenRAN-Technologie. Für einen lebendigeren Wettbewerb, zum Nutzen der Verbraucher“, so Ralph Dommermuth, CEO der 1&1 AG. „Wir investieren Milliarden in die digitale Infrastruktur Deutschlands und setzen von Beginn an ohne Kompromisse auf die neueste Technologie. Unser Netz wächst Tag für Tag und wird bereits von über einer Million Kundinnen und Kunden genutzt. Wir sind froh und stolz, einen wichtigen Beitrag zu leisten, Deutschland im Mobilfunk nach vorne zu bringen.“

## Über die 1&1 AG

Die 1&1 AG ist ein börsennotierter Telekommunikationsanbieter mit Sitz in Montabaur. Das Unternehmen gehört zum Konzernverbund der United Internet AG.

1&1 betreibt als erster Netzbetreiber Europas ein vollständig virtualisiertes Mobilfunknetz auf Basis der innovativen OpenRAN-Technologie. Neben einem umfassenden Mobilfunkportfolio werden Breitbandanschlüsse angeboten, die zumeist auf dem deutschlandweiten Glasfaser-Transportnetz von 1&1 Versatel sowie auf regionalen Netzen von City Carriern und der Deutschen Telekom basieren.

Während die Marke 1&1 Value- und Premiumsegmente adressiert, sprechen die Discount-Marken des Konzerns preisbewusste Zielgruppen an.