

PRESSEMITTEILUNG

Kündigungs-Analyse: Deutschland, deine Verbraucher:innen während der Pandemie

- **Kündigungsdienst Volders analysiert über zwei Millionen anonymisierte Daten seiner Nutzer:innen sowie knapp eine Million Kündigungen während der Pandemie**
- **Finanzhauptstadt Frankfurt am Main weist die meisten Vertragsbeendigungen auf 100 Einwohner:innen auf**
- **Fitness- und Streaminganbieter liefern sich ein Kopf-an-Kopf-Rennen bei den Branchen, die am häufigsten während der Pandemie gekündigt wurden**

Berlin, 30. September 2021 – Die Bedürfnisse seiner Klientel zu kennen und zu verstehen, ist für jegliches Unternehmen die Grundlage seines Erfolgs. Sind die Produkte oder Services nicht auf ihre Nutzer:innen zugeschnitten, kann es im schlimmsten Fall zur Kündigung kommen. Der Kündigungsmanager Volders (www.volders.de) hat daher analysiert, wer genau die Verbraucher:innen sind, die die Verträge beenden. Dabei bezog das Unternehmen rund 993.000 Kündigungen, die über Volders vom 01. Januar 2020 bis zum 31. August 2021 getätigt wurden, sowie die anonymisierten Daten von circa 2.040.000 Nutzer:innen in die Untersuchung mit ein.

Der Durchschnittsverbraucher ist männlich, zwischen 26 und 39 Jahre alt, und wohnt in Nordrhein-Westfalen. Er kündigt im Schnitt 1,6 Verträge pro Jahr. Am häufigsten beendet er die Verträge aus finanziellen Gründen. Dabei trifft es am wahrscheinlichsten einen Telekommunikationsanbieter.

Millennials und Boomer sind Hauptnutzer:innen von Online-Kündigungsdiensten

Unter den Verbraucher:innen, die ihre Verträge online verwalten, ist die Mehrheit männlichen Geschlechts (rund 47 Prozent). Frauen nehmen 37,5 Prozent dieser Gruppe ein, 15,5 Prozent äußern sich hingegen nicht zu ihrem Geschlecht. In den Altersgruppen "unter 25" sowie "26 bis 39" geben sogar rund ein Drittel keine Geschlechtszugehörigkeit an. Zum Vergleich: In der Altersgruppe "80 Plus" sind es lediglich rund zwei Prozent.

Die 26- bis 39-Jährigen stellen mit mehr als ein Drittel prozentualen Anteils insgesamt die größte Gruppe unter den Verbraucher:innen, die die Online-Kündigung bevorzugen. Knapp jede:r Vierte ist 40 bis 55 Jahre alt. Die nächstgrößere Altersgruppe ist die der bis 25-Jährigen (rund 17 Prozent).

In Frankfurt am Main kommen die meisten Kündigungen auf 100 Einwohner:innen

Unter den zehn größten Städten Deutschlands weist Frankfurt am Main mit 1,34 die höchste Rate von Kündigungen pro 100 Einwohner:innen auf. Damit liegt die hessische Großstadt noch vor Hamburg (1,32 aufgekündigte Verträge pro 100 Einwohner:innen) und Essen (1,26 Vertragsbeendigungen). Die bevölkerungsreichste Stadt, Berlin, hingegen landet mit 1,2 Kündigungen auf 100 Verbraucher:innen auf dem fünften Platz nach Düsseldorf (1,24).

Telekommunikationsbranche bleibt die am häufigsten gekündigte Branche

Fast ein Viertel der Kündigungen während der Pandemie gingen bei Telekommunikationsanbietern ein, womit diese Branche sich mit Abstand als am häufigsten gekündigte hält. Versicherungsanbieter vereinen elf Prozent der Vertragsbeendigungen auf sich und bilden damit den Sektor mit den zweithäufigsten Kündigungen. Zwischen den Geschäftsbereichen Fitness (8,7 Prozent) und Streaming (8,4 Prozent) liegen jeweils nur knappe 0,3 Prozent Unterschied. Während die Kündigungen im Fitnessbereich von 2020 auf 2021 um etwa einen Prozent gesunken sind, blieben sie bei Streaminganbietern hingegen gleich.

Sparnation Deutschland: Die meisten Abos und Verträge werden aus finanziellen Gründen beendet

Knapp jeder dritte Vertrag wird nach wie vor aus finanziellen Gründen gekündigt. Damit ist dieser Grund der häufigste einer Vertragsbeendigung in Deutschland. Weitere zehn Prozent entfallen auf die Begründung, dass die Nutzer:innen entweder kein Interesse oder keinen Bedarf mehr am bestehenden Abonnement haben. Fast fünf Prozent der Kündigungen erfolgen wegen eines Umzugs, circa vier hingegen das schlechte Preis-Leistungs-Verhältnis. Bei drei Prozent der Vertragsbeendigungen war der Auslöser, dass der Service oder das Produkt nicht den Erwartungen entsprochen hat.

Mathias Rhode, Chief Marketing Officer von Volders, kommentiert:

“Seine Zielgruppen bzw. Kundinnen und Kunden zu kennen, ist einer der wichtigsten Aspekte jeglicher Unternehmen. Was die Verbraucher:innen am Produkt oder der Dienstleistung stört, wie alt und welchen Geschlechts sie sind, wo sie wohnen – all das sind wertvolle Daten, mithilfe derer Betriebe ihre Produkte bzw. Services verbessern und Verbraucher:innen-zentriert ausrichten können. Dann könnten auch die Kündigungen im nächsten Jahr sinken.”

Sämtliche Daten der Analyse stehen unter dem nachfolgenden Link bereit:

<https://www.volders.de/verbraucher-uebersicht>

Über Volders

Volders (www.volders.de) ist der führende Vertragsmanager in Deutschland. Egal ob Kund:innen ihre Verträge verwalten, kündigen oder sich alternative Angebote einholen möchten, Volders hilft bei jeglichen Services, Mitgliedschaften oder Dienstleistern – von Mobilfunk- über Stromanbietern bis hin zu Versicherungen. Die Vision dahinter: Ein gutes Gefühl bei Verträgen. Das Berliner Startup wurde 2014 von Jan Hendrik Ansink gegründet und der Service Volders im November 2015 gestartet. Heute beschäftigt Volders 35 Mitarbeiter:innen aus sechs Ländern und wird von mehr als 2.000.000 Nutzer:innen als digitaler Vertragsassistent genutzt.

Pressekontakt:

Hauke Trauernicht | hauke.trauernicht@tonka-pr.com | +49.179.6177852

Julia Trzinski | julia.trzinski@tonka-pr.com | +49.179.6178513