

Gewinner und Verlierer: Diese Verträge kündigten die Deutschen im Corona-Jahr 2020

München, 17. Februar 2021 - Das Kündigungsverhalten der Deutschen hat sich durch Corona deutlich verändert. Im letzten Jahr kündigten Verbraucher massenhaft Zeitkarten für den Nahverkehr und Mitgliedschaften für Fitnessstudios. Stattdessen verblieben sie in Verträgen für Kabelfernsehen und Streaming sowie Lese-Abos. Das zeigt eine Analyse von über einer Million Kündigungen, die über den größten deutschen Kündigungsdienst Aboalarm versendet wurden.

Verlierer 2020: Kunden meiden Nahverkehr und Fitnessstudios

Zu den Verlierer-Branchen des letzten Jahres gehören der Nahverkehr sowie Fitness- und Sonnenstudios. ÖPNV-Tickets wurden 2020 74 Prozent häufiger gekündigt als 2019. Eine starke Kundenflucht erlebten auch Fitness- und Sonnenstudios, bei denen Abonnements 16 Prozent häufiger beendet wurden. „Einschränkungen des öffentlichen Lebens, Schließungen von Sporteinrichtungen, Arbeit im Homeoffice, der Umstieg auf Auto oder Fahrrad für den Arbeitsweg: Corona war das beherrschende Thema 2020 und schlägt sich auch deutlich in den Trends unserer Kündigungszahlen nieder“, sagt Thilo Knaupp, Geschäftsführer von Aboalarm.

Corona-Kündigungswelle: Pendler kündigen drei Mal so oft wie 2019

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie zeigen sich auch in den zeitlichen Verläufen der Kündigungen: Beim Nahverkehr belegt die Aboalarm-Auswertung für März und April 2020 – also in der Folge des ersten Teil-Lockdowns – eine regelrechte Kündigungswelle. Pendler kündigten in diesem Zeitraum rund drei Mal so häufig (+199 % im März, +240 % im April) wie im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch im Rest des Jahres lagen die Kündigungszahlen mit Ausnahme des Monats Juli mindestens 50 Prozent über den jeweiligen Vorjahreswerten.

Für Fitnessstudios lassen sich zwei Peaks erkennen: Im April stieg das Kündigungsvolumen auf 40 Prozent über dem Vorjahr – im Oktober erneut auf 41 Prozent über dem 2019er-Wert. Ab März kündigten Kunden kontinuierlich häufiger als im entsprechenden Vorjahresmonat.

Bundesliga-Stopp und TV-Rechte: Auch Pay-TV betroffen

Weiterer Verlierer 2020 war die Kategorie Pay-TV. Zuschauer kündigten verstärkt in den Monaten März und April (+53 bzw. 54 %) sowie im Juni (+57 %). Das Gesamtvolumen 2020 lag 8 Prozent über dem Vorjahrswert. „Ein großer Anteil des Pay-TV-Segments besteht aus Sky-Kunden. Der Bundesliga-Stopp im Frühjahr hat zeitweise für mehr Kündigungen vor allem von Sportfans gesorgt“, erklärt Thilo Knaupp.

aboalarm

Einfach kündigen!

Gewinner 2020: Home-Entertainment und Lese-Abos

2020 verbrachten die Menschen mehr Zeit zu Hause – laut der Zahlen von Aboalarm offenbar, um zu lesen, zu streamen und fernzusehen. Verträge für Kabelfernsehen, Video- und Musik-Streaming wurden 34 Prozent seltener gekündigt als im Vorjahr. Die Zahlen für Zeitungen, Zeitschriften und Buch-Downloads liegen 11 Prozent unter dem Niveau von 2019.

Belegt die Aboalarm-Analyse für die Verliererbranchen klare Kündigungswellen, zeigt sie für die Gewinnerbranchen rund um Informations- und Unterhaltungsangebote ein anderes Bild: „Je länger das Jahr andauerte, desto mehr wussten Kunden diese Abos offenbar zu schätzen“, so Thilo Knaupp. Die Kündigungszahlen liegen die meiste Zeit des Jahres unterhalb der Werte von 2019, pendeln sich gegen Jahresende aber immer weiter nach unten ein. „Wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend auch im neuen Jahr erst einmal weiter fortsetzen wird“, meint der Kündigungsexperte.

Internet und Telefon: Anschluss halten trotz Isolation

Monatelanges Homeoffice oder Videocalls mit Freunden und Familie erfordern Internet in den eigenen vier Wänden. Das schlägt sich auch in den Ergebnissen der Aboalarm-Auswertung nieder: Diese verzeichnet für Internet- und Telefonverträge eine Abnahme des Kündigungsvolumens um 10 Prozent. „Viele Menschen setzten 2020 auf elektronische Kommunikation, um ihre sozialen Kontakte zu pflegen“, weiß Thilo Knaupp. So hat eine Studie des Vergleichsportals Verivox bereits im März 2020 festgestellt, dass die Nutzung der Festnetztelefonie erstmals seit 13 Jahren wieder angestiegen ist.

Hinweis zur Methodik

Untersucht wurde das Kündigungsaufkommen in der jeweiligen Vertragskategorie, im Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2020, für das gesamte Jahr sowie einzelne Monate, verglichen mit der Nachfrage im gleichen Untersuchungszeitraum 2019.

Über die Aboalarm GmbH

Die Aboalarm GmbH wurde 2008 gegründet und bündelt den gleichnamigen Kündigungsdienst aboalarm, die Multibanking-App Outbank sowie das B2B-Fintech Finlytics. Mit aboalarm (aboalarm.de) kündigen, widerrufen und verwalten Verbraucher schnell, einfach und rechtssicher ihre Verträge bei über 25.000 Anbietern – von Mobilfunk, Internet bis hin zu Kfz-Versicherung. Seit der Gründung verschickte der Kündigungsdienst bereits über 8,5 Millionen erfolgreiche Kündigungen und bietet ein geräteübergreifendes Vertragsmanagement. Outbank (outbankapp.com) ist die sichere Banking-App für persönliches Finanzmanagement und bietet seinen Nutzern die Möglichkeit, Konten von über 4.000 Banken bequem an einem Ort zu verwalten. Die B2B-Software Finlytics (finlytics.de) hilft Banken und Versicherern bei der Analyse von Transaktionsdaten im Bereich Vertragsmanagement und übersetzt für sie Kontobewegungen in qualifizierte Echtzeit-Leads. Heute widmen sich über 50 Mitarbeiter ganz der Entwicklung der mehrfach ausgezeichneten Services und dem Ziel, dass jeder Verbraucher seine Finanzen immer im Griff und nur die richtigen Verträge hat. Die Aboalarm GmbH ist ein Unternehmen der Verivox-Gruppe, die wiederum zur NuCom Group, der Commerce-Säule der ProSiebenSat.1 Media SE und gemeinsamen Investmentholding mit General Atlantic, gehört.

Pressekontakt

Felix Riesenberg

aboalarm

Telefon: +49 89 25557540

E-Mail: felix.riesenberg@aboalarm.de

Aboalarm GmbH | Buttermelcherstraße 16 | D-80469 München | www.aboalarm.de