

WHITEPAPER

TAKE-UP ENTSTEHT ZWISCHEN VERFÜGBARKEIT UND NUTZUNG

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können



INHALTS- VERZEICHNIS

1. WARUM AUSBAU ALLEIN NICHT REICHT	5
2. DAS TAKE-UP-MODELL	7
3. PHASE 1: INFORMATION	9
4. PHASE 2: ENTSCHEIDUNG	12
5. PHASE 3: AKTIVIERUNG	15
6. PHASE 4: NUTZUNG	18
7. DIE HÄUFIGSTEN FEHLER	21
8. OPERATIVE CHECKLISTE FÜR NETZBETREIBER	23
FAZIT	25

EINLEITUNG

Der Glasfaserausbau in Deutschland kommt sichtbar voran. Immer mehr Haushalte und Unternehmen können grundsätzlich mit Glasfaser erreicht werden. Gleichzeitig zeigt sich eine zweite, wirtschaftlich entscheidende Aufgabe: Aus Verfügbarkeit muss aktive Nutzung werden. Für Netzbetreiber, Stadtwerke und Internetanbieter reicht es deshalb nicht aus, nur auf Ausbauquoten zu blicken. Entscheidend ist, wie viele erreichbare Anschlüsse tatsächlich bestellt, aktiviert und dauerhaft genutzt werden. Genau an dieser Stelle entsteht die Take-up-Rate.

Die zentralen Reibungsverluste liegen häufig zwischen Anschlussverfügbarkeit und stabiler Nutzung: KundInnen verstehen den nächsten Schritt nicht, zögern bei der Bestellung, brechen im Aktivierungsprozess ab oder melden sich kurz nach der Schaltung beim Support. Jeder dieser Punkte beeinflusst Netzauslastung, Servicekosten, Kundenzufriedenheit und Time-to-Revenue.

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

Dieses Whitepaper zeigt ein Modell mit vier steuerbaren Phasen:

Information schafft Orientierung und Vertrauen.

Entscheidung reduziert Wechselbarrieren und macht Bestellung einfacher.

Aktivierung sorgt dafür, dass ein Anschluss schnell nutzbar wird.

Nutzung stabilisiert die Kundenerfahrung nach der Schaltung.

Die Kernthese: Take-up ist kein einzelner KPI am Ende eines Ausbauprojekts. Take-up ist das Ergebnis vieler operativer Entscheidungen entlang des Kundenpfads.

KEY TAKEAWAYS

1. Ausbau bleibt Voraussetzung

Ohne Netzverfügbarkeit gibt es keine wirtschaftliche Nutzung.

2. Verfügbarkeit allein erzeugt keinen Umsatz

Homes Passed zeigen Potenzial, aber noch keine aktive Nutzung.

3. Die entscheidende Lücke liegt im Prozess

Zwischen Verfügbarkeit, Bestellung, Aktivierung und stabiler Nutzung entstehen Reibungsverluste.

4. Aktivierung ist der kritische Abschnitt

Hier treffen technische Komplexität, Erwartung und Serviceaufwand direkt zusammen.

5. Take-up braucht eigene Steuerungslogik

Netzbetreiber benötigen KPIs je Phase, nicht nur aggregierte Ausbau- und Vertriebszahlen.

Homes Passed → Homes Connected → Homes Activated → stabile Nutzung

1. WARUM AUSBAU ALLEIN NICHT REICHT

DER ENGPASS VERSCHIEBT SICH: VOM BAU ZUR NUTZUNG

Der deutsche Glasfasermarkt hat in den vergangenen Jahren vor allem eine Frage gestellt: Wie schnell lassen sich neue Netze bauen?

Diese Frage bleibt wichtig. Glasfaser ist die infrastrukturelle Grundlage für leistungsfähige digitale Dienste, stabile Unternehmensstandorte, moderne Wohnquartiere und zukunftsfähige Kommunen. Ohne Ausbau gibt es keine Glasfasernutzung.

Doch mit wachsender Netzverfügbarkeit entsteht eine zweite Aufgabe. Sie ist weniger sichtbar als Tiefbau, Genehmigungen und Trassenplanung, aber für den Business Case genauso entscheidend: **Wie wird aus einem verfügbaren Anschluss ein aktiv genutzter Anschluss?**

Genau hier verschiebt sich der Fokus. Der Markt bewegt sich von einer Ausbauperspektive zu einer Nutzungslogik. BREKO weist für Juni 2025 eine Glasfaserausbauquote von 52,8 Prozent aus. VATM/DIALOG CONSULT erwartet für Ende 2026 rund 32,0 Millionen mit Glasfaser erreichbare Haushalte und KMU.



© Jane_S / Adobe Stock

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

Gleichzeitig prognostiziert die VATM-Analyse für Ende 2026 7,8 Millionen aktiv genutzte Glasfaseranschlüsse. Zwischen Reichweite und Nutzung bleibt damit eine deutliche wirtschaftliche Lücke. Diese Lücke ist für Netzbetreiber relevant, weil sie direkt auf zentrale Steuerungsgrößen wirkt:



Homes Passed beschreiben, welche Anschlüsse technisch erreichbar sind. **Homes Connected** zeigen, welche Anschlüsse hergestellt wurden. **Homes Activated** zeigen, welche Anschlüsse tatsächlich genutzt werden. Diese Unterscheidung ist zentral, weil jeder Schritt eigene Risiken, Kosten und operative Anforderungen enthält. Die Bundesnetzagentur nutzt diese Trennung ebenfalls in ihrer Darstellung zum Glasfaserausbau.

Die zentrale Frage lautet deshalb nicht mehr allein: Wie viele Anschlüsse können wir versorgen? Die wichtigere Management-Frage lautet: **Wo verlieren wir zwischen Verfügbarkeit und Nutzung potenzielle KundInnen?**

Ein gebautes Netz ist ein Marktpotenzial. Wirtschaftliche Wirkung entsteht erst durch Bestellung, Aktivierung und stabile Nutzung.

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

2. DAS TAKE-UP-MODELL

TAKE-UP IST DAS ERGEBNIS VON VIER STEUERBAREN PHASEN

Take-up wird häufig als Ergebniskennzahl betrachtet: **Wie viele erreichbare Anschlüsse werden tatsächlich genutzt?**

Diese Sicht ist richtig, aber zu spät im Prozess. Wer Take-up erst am Ende misst, erkennt zwar das Ergebnis, aber nicht die Ursache.

Für eine aktive Steuerung muss die Take-up-Rate entlang der Schritte betrachtet werden, die KundInnen vom ersten Kontakt bis zur stabilen Nutzung durchlaufen.

FÜR DIESES WHITEPAPER BETRACHTEN WIR DEN WEG ENTLANG VON VIER PHASEN:



1. INFORMATION

KundInnen müssen verstehen, ob Glasfaser verfügbar ist, was der Ausbaufortschritt bedeutet und welcher nächste Schritt für sie relevant ist.

2. ENTSCHEIDUNG

KundInnen müssen eine Bestellung abschließen. Dafür brauchen sie Klarheit zu Anbieterwechsel, Kosten, Installation, Router, Vertrag und Zeitplan.

3. AKTIVIERUNG

Der Anschluss muss technisch und praktisch nutzbar werden. Hier entscheidet sich, ob die Inbetriebnahme reibungslos gelingt oder in Supportaufwand übergeht.

4. NUTZUNG

Der Anschluss muss im Alltag stabil funktionieren. WLAN, Routerplatzierung, Heimnetzwerk, Erwartungsmanagement und schnelle Hilfe prägen die tatsächliche Erfahrung.

Das Modell macht sichtbar: Take-up entsteht nicht an einem einzelnen Kontaktpunkt. Take-up entsteht durch Prozessqualität über mehrere Phasen hinweg.

Die Take-up-Rate wird zwischen Anschlussverfügbarkeit und stabiler Nutzung entschieden.

3. PHASE 1: INFORMATION

INFORMATION ENTSCHIEDET, OB NACHFRAGE ÜBERHAUPT ENTSTEHT

Leitfrage: Verstehen potenzielle KundInnen, ob Glasfaser für sie relevant ist und was als Nächstes passiert?

Die Informationsphase beginnt lange vor der Bestellung. Für Netzbetreiber ist sie entscheidend, weil hier aus technischer Verfügbarkeit überhaupt erst konkrete Nachfrage wird. Viele KundInnen erleben Glasfaserausbau nicht als klaren Prozess. Sie sehen Baustellen, erhalten Briefe, lesen lokale Meldungen oder hören Aussagen von NachbarInnen. Daraus entsteht oft kein klares Bild. Ist mein Haus bereits versorgbar? Muss ich aktiv werden? Gibt es eine Frist? Was passiert mit meinem bestehenden Vertrag? Welche Kosten entstehen? Wann kommt die Installation? Wenn diese Fragen unbeantwortet bleiben, entsteht keine klare Handlungsbereitschaft. Verfügbarkeit bleibt dann passiv. **Der Anschluss ist technisch möglich, aber aus Kundensicht fehlt Orientierung.**



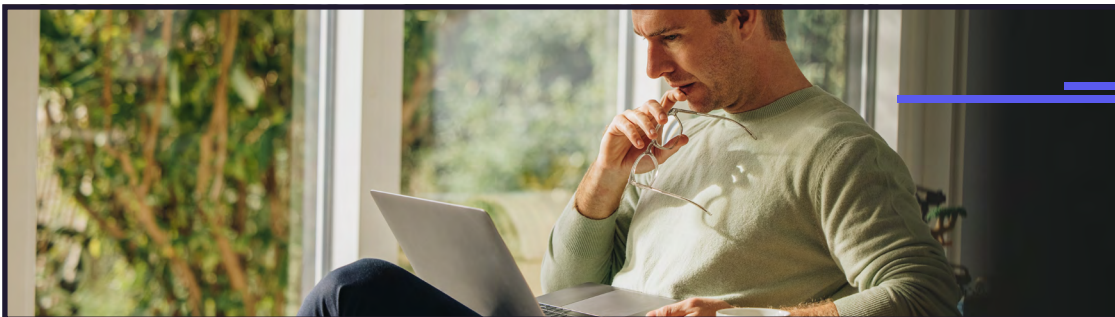
© Liubomir / Adobe Stock

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

TYPISCHE PROBLEME IN DIESER PHASE SIND:

- unklare Ausbaukommunikation
- unterschiedliche Aussagen in Vertrieb, Website und Hotline
- schwer auffindbare Verfügbarkeitsprüfung
- fehlende Statusinformationen
- unklare Fristen
- keine verständliche Erklärung der nächsten Schritte
- zu wenig Kommunikation nach der Vorvermarktung

Die Folge ist häufig eine schwache Nachfrage. KundInnen warten ab, verschieben Entscheidungen oder bleiben beim bestehenden Anschluss. Für Netzbetreiber entsteht dadurch ein Problem: **Das Netzpotenzial steigt, aber die Aktivierung kommt langsamer voran.** Die Informationsphase braucht deshalb eine klare Informationsarchitektur.



© Lund / Adobe Stock

KUNDINNEN SOLLTEN AN WENIGEN ZENTRALEN STELLEN VERSTEHEN:

- Ist Glasfaser für meine Adresse verfügbar?
- In welchem Status befindet sich mein Anschluss?
- Was muss ich tun?
- Welche Frist oder welcher nächste Schritt ist relevant?
- Wo bekomme ich Hilfe, falls etwas unklar ist?

OPERATIVE HEBEL

Verfügbarkeitsprüfung verbessern

Die Abfrage muss leicht auffindbar, verständlich und anschlussgenau sein.

Statuskommunikation vereinheitlichen

Website, App, Kundenportal, Mailings, Hotline und Außendienst sollten dieselbe Logik verwenden.

Nächste Schritte konkret benennen

Jede Kommunikation sollte sagen, was KundInnen jetzt tun können.

Lokale Ausbaukommunikation strukturieren

Kommunale Kommunikation, Baustelleninformationen und Vertriebsmaßnahmen sollten zusammenpassen. tung und Serviceaufwand direkt zusammen.

Erwartungen früh klären

KundInnen müssen verstehen, was „verfügbar“, „bestellt“, „angeschlossen“ und „aktiviert“ bedeutet.

KPIS

- Verfügbarkeitsabfragen
- Informationsseiten-Aufrufe
- Klickrate auf Bestellstrecken
- Lead-zu-Bestellung-Quote
- Anfragen zum Ausbaustatus
- Anteil unklarer oder wiederholter Statusanfragen

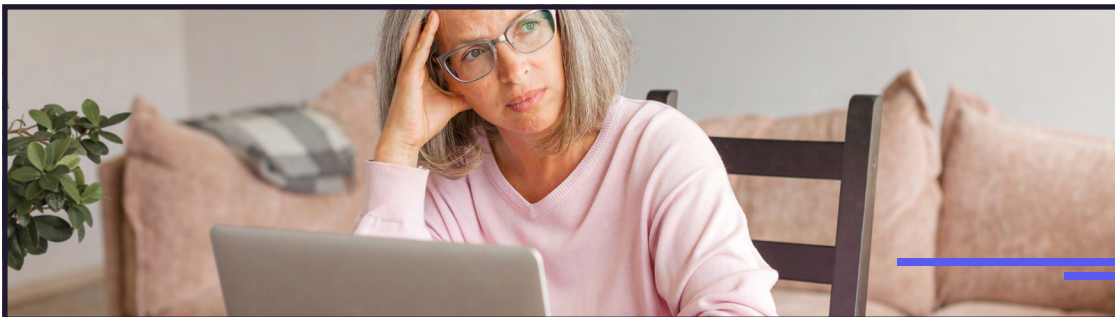
Praxisfrage für Netzbetreiber: Können KundInnen jederzeit erkennen, welchen Status ihr Anschluss hat und welcher nächste Schritt von ihnen erwartet wird?

4. PHASE 2: ENTSCHEIDUNG

ENTSCHEIDUNG IST MEHR ALS VERTRIEB

Leitfrage: Wie einfach ist der Weg von Interesse zur Bestellung?

Wenn KundInnen verstanden haben, dass Glasfaser verfügbar ist, beginnt die nächste Hürde im Prozess: die Entscheidung. In dieser Phase geht es nicht allein um Produktkommunikation oder Preis. **Viele KundInnen entscheiden nicht sofort, weil der Wechsel komplex wirkt.** Sie fragen sich, ob der bestehende Vertrag gekündigt werden muss, ob die Rufnummer erhalten bleibt, ob ein neuer Router notwendig ist, wann ein Technikertermin stattfindet oder ob während der Umstellung eine Unterbrechung droht.



© Gladskih / Adobe Stock

Diese Unsicherheiten wirken direkt auf die Bestellabschlussrate. Je mehr offene Fragen im Entscheidungsprozess entstehen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass KundInnen abbrechen oder die Entscheidung vertagen. Für Netzbetreiber ist diese Phase besonders relevant, weil sie oft zwischen Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Kundenservice liegt. Der Bestellprozess wird zwar meist als Vertriebsprozess betrachtet, **die eigentlichen Gründe für Abbrüche entstehen jedoch häufig durch fehlende Klarheit.**

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

TYPISCHE PROBLEME IN DIESER PHASE SIND:

- Wechselangst
- unklare Installationsanforderungen
- Unsicherheit zu Router und Endgeräten
- offene Fragen zur Vertragslaufzeit
- Medienbrüche zwischen Website, Telefonvertrieb und Kundenportal
- komplizierte Bestellstrecken
- unklare Terminlogik
- fehlende Bestätigung des nächsten Schritts

Die Entscheidung wird einfacher, wenn KundInnen den Prozess verstehen. Dazu gehört eine klare Darstellung der Bestellung, der Installation, der Aktivierung und der ersten Nutzungstage.

OPERATIVE HEBEL

Bestellprozess vereinfachen

Formulare, Auswahlmöglichkeiten und Zwischenschritte sollten reduziert und klar erklärt werden.

Wechselbarrieren sichtbar machen

Häufige Einwände sollten systematisch erfasst und in Kommunikation, FAQ und Beratung aufgenommen werden.

Erwartungsmanagement stärken

KundInnen müssen wissen, was nach der Bestellung passiert.

Termin- und Installationslogik erklären

Unklarheit über Termine verursacht Unsicherheit und zusätzliche Kontakte.

Bestätigungskommunikation verbessern

Nach der Bestellung sollten Status, nächster Schritt und benötigte KundInnenaktion eindeutig kommuniziert werden.

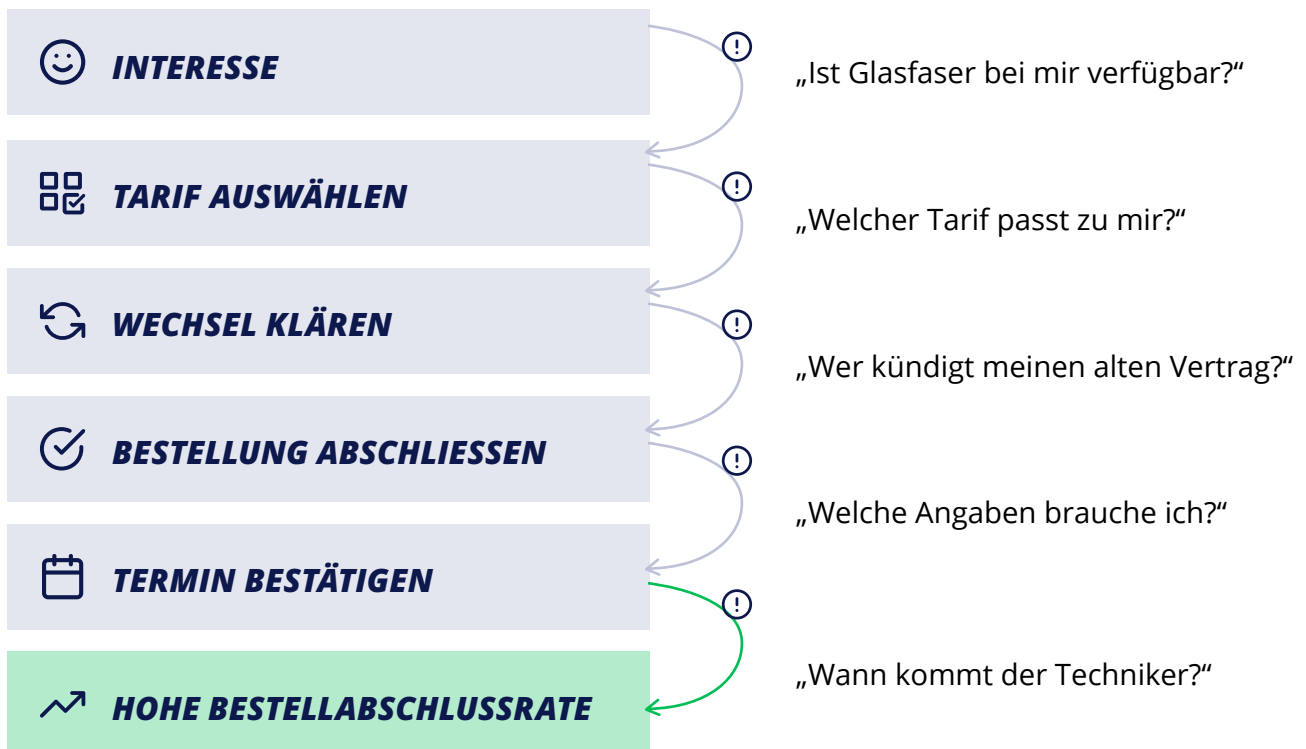
Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

KPIS

- Bestellabschlussrate
- Conversion Rate
- Abbruchquote im Bestellprozess
- Rückfragen vor Bestellung
- Terminbezogene Rückfragen
- Anteil unvollständiger Bestellungen

Praxisfrage für Netzbetreiber: Welche Fragen halten KundInnen aktuell davon ab, den Glasfaseranschluss verbindlich zu bestellen?

TYPISCHE ENTSCHEIDUNGSSTRECKE VOR DER GLASFASERBESTELLUNG



5. PHASE 3: AKTIVIERUNG

AKTIVIERUNG IST DER STRESSTEST FÜR DEN KUNDENSERVICE

Leitfrage: Wie schnell wird ein bestellter Anschluss tatsächlich nutzbar?

Die Aktivierung ist häufig der kritischste Abschnitt zwischen Anschlussverfügbarkeit und wirtschaftlicher Nutzung. In dieser Phase wird aus einem bestellten Anschluss ein nutzbarer Anschluss. Gleichzeitig treffen hier technische Komplexität, Kundenerwartungen und Serviceaufwand direkt aufeinander. Für KundInnen ist die Erwartung einfach: Der Anschluss soll funktionieren. Für Netzbetreiber ist der Prozess deutlich komplexer. Router, ONT, Zugangsdaten, Heimnetzwerk, Terminstatus, Leitungsaktivierung und erste Diagnose müssen zusammenspielen. **Schon kleine Unklarheiten können dazu führen, dass KundInnen die Einrichtung abbrechen oder die Hotline kontaktieren.**



© BritCats Studio / Adobe Stock

Das macht Aktivierung zu einem wirtschaftlich relevanten Prozess. Jeder nicht aktivierte Anschluss verzögert Umsatz. Jeder vermeidbare Supportkontakt erhöht Kosten. Jede schlechte erste Erfahrung kann die Wahrnehmung des neuen Anschlusses prägen.

TYPISCHE PROBLEME IN DIESER PHASE SIND:

- KundInnen wissen nicht, wann der Anschluss nutzbar ist
- Routereinrichtung ist unklar
- ONT oder Endgerät wird falsch verstanden
- Zugangsdaten werden nicht gefunden
- Statusinformationen fehlen
- Fehlermeldungen sind zu technisch
- Hotline wird bei einfachen Einrichtungsschritten kontaktiert
- Probleme werden nicht sauber vorqualifiziert

Die Aktivierung braucht daher mehr als eine technische Schaltung. Sie braucht geführte Prozesslogik. **KundInnen müssen Schritt für Schritt verstehen, was zu tun ist, woran sie einen Fehler erkennen und wann ein Supportkontakt sinnvoll ist.**

OPERATIVE HEBEL

Geführte Aktivierung einführen

Digitale Schritt-für-Schritt-Prozesse helfen KundInnen durch Einrichtung, Routerverbindung und erste Prüfung.

Statuskommunikation eng führen

KundInnen sollten jederzeit sehen, ob sie warten müssen oder selbst handeln können.

Digitale Einrichtungshilfe bereitstellen

Router, WLAN, Zugangsdaten und Anschlussprüfung sollten verständlich geführt werden.

Fehler vorqualifizieren

Wenn Support notwendig wird, sollten technische Informationen bereits strukturiert vorliegen.

Aktivierungsabbrüche messen

Abbrüche müssen als eigener KPI sichtbar werden, nicht im allgemeinen Supportvolumen verschwinden.

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

KPIS

- Time-to-Activation
- Aktivierungsabbrüche
- Supportkontakte nach Schaltung
- First Contact Resolution
- Anteil erfolgreich abgeschlossener Self-Service-Aktivierungen
- Wiederholkontakte in der Aktivierungsphase

Praxisfrage für Netzbetreiber: Wie viele KundInnen benötigen nach der Schaltung Hilfe, obwohl der Anschluss technisch grundsätzlich nutzbar wäre?

IDEALER AKTIVIERUNGSVERLAUF



6. PHASE 4: NUTZUNG

NUTZUNG BEGINNT NACH DER SCHALTUNG

Leitfrage: Funktioniert der Anschluss im Alltag stabil genug, um Vertrauen aufzubauen?

Nach der Aktivierung ist der Prozess nicht abgeschlossen. Für KundInnen beginnt jetzt die eigentliche Bewertung: **Funktioniert der Anschluss im Alltag so, wie erwartet?** Viele Probleme entstehen nicht im Glasfasernetz selbst, sondern im Heimnetzwerk. WLAN-Reichweite, Routerplatzierung, Endgeräte, Gebäudestruktur und Nutzungssituationen beeinflussen die wahrgenommene Qualität stark. Aus Kundensicht ist die Unterscheidung jedoch selten relevant. Wenn Videocalls stocken oder das WLAN im Arbeitszimmer schwach ist, wird der Anschluss als Problem wahrgenommen.



© Baba Images / Adobe Stock

Damit wird die Nutzungsphase zu einem wichtigen Bestandteil der Take-up-Logik. Ein aktivierter Anschluss ist wirtschaftlich wertvoller, wenn er stabil genutzt wird, wenig Supportaufwand verursacht und eine positive Kundenerfahrung erzeugt.

TYPISCHE PROBLEME IN DIESER PHASE SIND:

- WLAN-Probleme kurz nach Aktivierung
- unrealistische Geschwindigkeitserwartungen
- schlechte Routerplatzierung
- fehlende Erklärung zu Heimnetzwerk und Endgeräten
- wiederholte Supportkontakte
- geringe Problemlösungskompetenz im Self-Service
- frühe Unzufriedenheit trotz funktionierendem Anschluss

Die Nutzungsphase braucht deshalb proaktive Hilfestellung. Netzbetreiber sollten nicht erst reagieren, wenn KundInnen frustriert sind. Sie sollten frühe Nutzungssignale, Supportgründe und typische WLAN-Probleme systematisch auswerten.

OPERATIVE HEBEL**WLAN-Optimierung
anbieten**

KundInnen brauchen einfache Hilfen zur Platzierung, Signalprüfung und Verbesserung der Heimnetzabdeckung.

**Netzdiagnose
verständlich machen**

Diagnoseergebnisse sollten konkrete Handlungsempfehlungen geben.

**Self-Service-Strukturen
ausbauen**

Häufige Probleme sollten digital lösbar sein, bevor ein Hotline-Kontakt entsteht.

Frühe Supportkontakte auswerten

Die ersten 30 Tage zeigen, ob Aktivierung und Nutzung sauber funktionieren.

Customer Effort messen

Der Aufwand aus Kundensicht ist besonders relevant, weil hohe Anstrengung Frustration erzeugt.

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

KPIS

- Supportfälle in den ersten 30 Tagen
- Wiederholkontakte
- Customer Effort Score
- Kundenzufriedenheit
- Weiterempfehlungsrate
- Self-Service-Erfolgsquote
- Störungsquote nach Aktivierung

Praxisfrage für Netzbetreiber: Welche Probleme treten in den ersten 30 Tagen nach Aktivierung am häufigsten auf?

DIE ERSTEN 30 TAGE



Tag 0
AKTIVIERUNG



Tag 1
EINRICHTUNG



Tag 7
ERSTE NUTZUNGSROUTINE



Tag 14
WLAN-OPTIMIERUNG



Tag 30
STABILITÄTSEWERTUNG

Die meisten vermeidbaren Supportkontakte entstehen nicht durch das Glasfasernetz selbst, sondern durch Einrichtung, WLAN oder fehlende Orientierung. Wer diese Phase aktiv begleitet, senkt Supportkosten und stärkt die Kundenzufriedenheit.

7. DIE HÄUFIGSTEN FEHLER

WO NETZBETREIBER TAKE-UP VERLIEREN

Viele Take-up-Verluste entstehen nicht durch einen einzelnen großen Fehler.

Häufig sind es kleine Brüche im Prozess, die sich über mehrere Phasen hinweg verstärken. Eine unklare Statusinformation führt zu Rückfragen. Eine komplizierte Bestellung führt zu Abbrüchen. Eine schlecht geführte Aktivierung führt zu Hotline-Kontakten. Ein ungelöstes WLAN-Problem führt zu Unzufriedenheit. Die folgenden Fehler treten besonders häufig auf.

FEHLER 1: TAKE-UP ALS REINES MARKETING-THEMA BETRACHTEN

Marketing kann Nachfrage erzeugen. Take-up entsteht jedoch erst, wenn Information, Bestellung, Aktivierung und Nutzung zusammen funktionieren. Wenn Service, Operations und Produktmanagement zu spät eingebunden werden, bleiben wichtige Reibungspunkte unsichtbar.

Bessere Alternative: Take-up als bereichsübergreifende Steuerungsaufgabe definieren.

FEHLER 2: HOMES PASSED MIT ERFOLG GLEICHSETZEN

Homes Passed zeigen Marktpotenzial. Sie zeigen noch nicht, ob KundInnen bestellen, ob Anschlüsse aktiviert werden und ob Nutzung stabil funktioniert.

Bessere Alternative: Homes Passed, Homes Connected und Homes Activated getrennt betrachten und mit Prozess-KPIs verbinden.

FEHLER 3: AKTIVIERUNG ZU WENIG STEUERN

Die Aktivierung entscheidet, ob der Anschluss schnell wirtschaftlich wirksam wird. Wenn diese Phase nur technisch betrachtet wird, bleiben Kundenerwartung, Einrichtungshilfe und Supportlast zu wenig berücksichtigt.

Wie Netzbetreiber die entscheidenden Hebel vom Glasfaserausbau bis zur stabilen Nutzung steuern können

Bessere Alternative: Time-to-Activation, Aktivierungsabbrüche und Supportkontakte nach Schaltung als eigene Kennzahlen führen.

FEHLER 4: SERVICE ERST NACH PROBLEMEN EINBINDEN

Servicekontakte zeigen, wo Prozesse unklar sind. Wenn diese Informationen erst nach Beschwerden ausgewertet werden, gehen wichtige Frühindikatoren verloren.

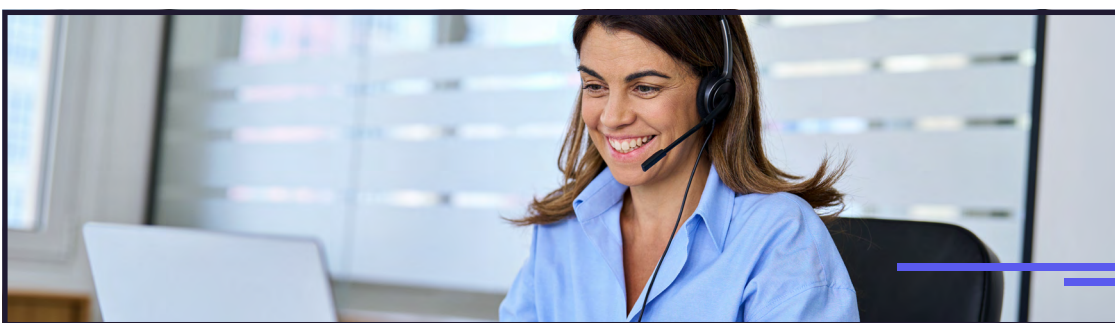
Bessere Alternative: Supportdaten systematisch in Produkt-, Kommunikations- und Aktivierungsprozesse zurückspielen.

FEHLER 5: KEINE KPIS JE PHASE DEFINIEREN

Eine aggregierte Take-up-Rate zeigt nur das Endergebnis. Sie erklärt nicht, an welcher Stelle KundInnen verloren gehen.

Bessere Alternative: Jede Phase erhält eigene Ziele, Kennzahlen und Verantwortlichkeiten.

Typischer Fehler: Take-up nur am Endergebnis messen – Bessere Steuerung: KPIs für Information, Entscheidung, Aktivierung und Nutzung definieren.



© insta_photos / Adobe Stock

8. OPERATIVE CHECKLISTE FÜR NETZBETREIBER

WIE REIF IST IHRE TAKE-UP-STEUERUNG?

Die folgende Checkliste hilft, Take-up nicht nur als Ergebniskennzahl zu betrachten, sondern entlang der wichtigsten Prozessphasen zu prüfen.

Sie eignet sich für Geschäftsführung, Kundenservice, Operations, Produktmanagement und Ausbauverantwortliche.

INFORMATION

- ☐ Ist der Ausbaufortschritt adressgenau und verständlich kommuniziert?
- ☐ Gibt es eine zentrale, aktuelle Informationsquelle für KundInnen?
- ☐ Sind Website, Mailings, App, Kundenportal und Hotline inhaltlich konsistent?
- ☐ Ist klar, welcher nächste Schritt für KundInnen relevant ist?
- ☐ Werden Verfügbarkeitsabfragen und Informationsseiten-Aufrufe ausgewertet?
- ☐ Werden häufige Statusfragen systematisch erfasst?

ENTSCHEIDUNG

- ☐ Sind die wichtigsten Wechselbarrieren bekannt?
- ☐ Ist der Bestellprozess einfach nachvollziehbar?
- ☐ Werden Installation, Router, Vertragswechsel, Terminlogik verständlich erklärt?
- ☐ Gibt es klare Bestätigungen nach jedem Prozessschritt?
- ☐ Werden Bestellabbrüche analysiert?
- ☐ Werden Rückfragen vor Bestellung als Signal für Prozessprobleme genutzt?

AKTIVIERUNG

- ☐ Ist die Time-to-Activation messbar?
- ☐ Gibt es digitale Hilfen für Einrichtung und Inbetriebnahme?
- ☐ Können KundInnen erkennen, ob sie warten müssen oder selbst aktiv werden sollen?
- ☐ Werden Aktivierungsabbrüche als eigener KPI geführt?
- ☐ Werden Supportkontakte nach Schaltung separat ausgewertet?
- ☐ Werden technische Informationen vor einem Supportkontakt strukturiert erfasst?

NUTZUNG

- ☐ Werden Supportfälle in den ersten 30 Tagen nach Aktivierung analysiert?
- ☐ Gibt es Self-Service-Angebote für häufige WLAN- und Heimnetzwerkprobleme?
- ☐ Werden Wiederholkontakte ausgewertet?
- ☐ Wird Customer Effort gemessen?
- ☐ Gibt es proaktive Hilfestellung zur WLAN-Optimierung?
- ☐ Fließen Nutzungserkenntnisse zurück in Aktivierung und Kommunikation?

ÜBERGREIFEND

- ☐ Gibt es eine verantwortliche Stelle für Take-up-Steuerung?
- ☐ Sind Marketing, Vertrieb, Service, Operations, Produktmanagement eingebunden?
- ☐ Gibt es ein gemeinsames KPI-Set?
- ☐ Werden Reibungsverluste regelmäßig ausgewertet?
- ☐ Werden Maßnahmen nach Phase priorisiert?
- ☐ Gibt es ein Management-Reporting entlang des gesamten Kundenpfads?

AUSWERTUNGSVORSCHLAG

0–10 Punkte: Take-up wird vor allem reaktiv betrachtet.

11–20 Punkte: Erste Steuerungsansätze sind vorhanden, aber noch nicht durchgängig verbunden.

21–30 Punkte: Gute Grundlage für systematische Take-up-Optimierung

31–36 Punkte: Reife Steuerung mit klaren Verantwortlichkeiten und Prozess-KPIs.

FAZIT**TAKE-UP WIRD ZUR WIRTSCHAFTLICHEN SCHLÜSSELGRÖSSE IM GLASFASERMARKT**

Der Glasfaserausbau bleibt eine zentrale Voraussetzung für die digitale Infrastruktur. Doch mit steigender Verfügbarkeit verschiebt sich die wirtschaftliche Fragestellung. **Entscheidend ist, wie schnell und zuverlässig aus erreichbaren Anschlüssen aktiv genutzte Anschlüsse werden.** Die Take-up-Rate entsteht entlang von vier steuerbaren Phasen: Information, Entscheidung, Aktivierung und Nutzung. Jede Phase hat eigene Reibungsverluste, eigene Hebel und eigene Kennzahlen. Für Netzbetreiber bedeutet das: Take-up darf nicht erst am Ende eines Ausbauprojekts bewertet werden.

Die entscheidenden Signale entstehen früher. Sie zeigen sich in Verfügbarkeitsabfragen, Bestellabbrüchen, Aktivierungsdauer, Supportkontakten nach Schaltung und der Stabilität der ersten Nutzungstage.

Wer diese Signale systematisch auswertet, kann gezielter steuern: Kommunikation wird klarer, Bestellprozesse werden einfacher, Aktivierung wird führbarer und Nutzung wird stabiler. **Der wirtschaftliche Erfolg eines Glasfasernetzes entscheidet sich damit zwischen Anschlussverfügbarkeit und stabiler Nutzung.**

WO VERLIERT IHR UNTERNEHMEN HEUTE TAKE-UP?

Die größten Potenziale liegen häufig nicht im Ausbau selbst. Sie entstehen in den Prozessen zwischen Netzverfügbarkeit, Bestellung, Aktivierung und stabiler Nutzung. Wenn KundInnen den nächsten Schritt nicht verstehen, Bestellungen abbrechen, Aktivierungen zu lange dauern oder kurz nach der Schaltung Supportbedarf entsteht, wirkt sich das direkt auf Netzauslastung, Servicekosten und Wirtschaftlichkeit aus.

Wo verliert Ihr Unternehmen heute Take-up?

[Take-up-Framework entdecken](#)

Über Conntac

Conntac entwickelt digitale Self-Service Lösungen für Internetanbieter, Netzbetreiber und Stadtwerke. Ziel ist es, Kundenservice effizienter zu gestalten und gleichzeitig die Kundenerfahrung nachhaltig zu verbessern.

© Conntac GmbH, 2026 | Autorin: Johanna Kugler