



Tele2 steigt mit Allnet Flat in Mobilfunkmarkt ein

Tele2 steigt mit Allnet Flat in Mobilfunkmarkt ein
Die E-Plus Gruppe begrüßt mit Tele2 einen neuen Partner im E-Plus Netz. Das zur schwedischen Tele2 Gruppe gehörende Telekommunikationsunternehmen steigt mit Allnet Flats in den deutschen Mobilfunkmarkt ein. "Allnet Flat" heißt dann auch der neue Mobilfunktarif, mit dem Tele2 nach eigenen Angaben vor allem die Verbraucher adressiert, die am sorglosen Telefonieren per Handy in alle deutschen Netze zum günstigen Preis interessiert sind und weniger am mobilen Internet.
Allnet Flat von Tele2 stellt das Telefonieren in den Mittelpunkt
"Fast alle Mobilfunkanbieter setzen auf das mobile Internet, kaum jemand hat die vielen Menschen im Blick, die hauptsächlich mobil telefonieren wollen" sagt Oliver Rockstein, Geschäftsführer von Tele2 Deutschland. "Sie sitzen nicht selten auf alten, häufig teuren Tarifen und finden nur schwer eine Alternative in den vielen Kombi-Angeboten."
Tele2 will den Voice-Only-Markt im Mobilfunkbereich neu beleben. Mit dem Mobilfunktarif Allnet Flat telefonieren Kunden im ersten Jahr für 9,95 Euro pro Monat, danach für 14,95 Euro pro Monat per Flatrate in alle deutschen Netze. Wer möchte, kann für 5 Euro mehr pro Monat die Tele2 Allnet Flat inkl. Internet Flat mit 500 MB Highspeed-Datenvolumen wählen. "Unser Ziel ist es, nicht nur einen ganz einfach zu verstehenden, transparenten und fairen Mobilfunktarif anzubieten. Wir wollten den über 40 Millionen Menschen in Deutschland, die vor allem am mobilen Telefonieren interessiert sind, eine günstige Alternative anbieten. Ganz getreu unserem Motto 'Warum mehr bezahlen?', kommentiert Oliver Rockstein das neue Allnet Flat-Angebot.
Das Gesicht der Allnet Flat-Kampagne: Lothar Matthäus
Nahezu alle Deutschen kennen Lothar Matthäus. Die meisten schätzen ihn - vor allem für seine herausragenden sportlichen Leistungen: Als Rekordnationalspieler mit 150 Länderspielen, Fußball-Weltmeister, zweimaliger Fußballer des Jahres in Deutschland, Europa- und Weltfußballer des Jahres sowie Weltsportler ist Matthäus nie von der Bildschirmfläche verschwunden und hat immer wieder von sich reden gemacht. Jetzt ist Lothar Matthäus auch in der TV-Werbung zurück. Als Hauptdarsteller eines TV-Spots des Telekommunikationsanbieters Tele2 präsentiert er die Tele2 Allnet Flat.
Tele2 Geschäftsführer Oliver Rockstein zu Lothar Matthäus als Markenbotschafter. "Wir haben jemanden gesucht, der viel und gern telefoniert, immer im Gespräch bleibt und gleichzeitig für Gesprächsstoff sorgt. Diese Kombination finden wir sehr spannend. Lothar Matthäus ist ein solcher Mensch. Er ist aber auch ehrlich, authentisch und bodenständig und schaut ganz normal wie jeder andere auf die Kosten. Das macht ihn so interessant für uns"
Zahlen, die eine klare Sprache für die Tele 2 Allnet Flat sprechen
Der deutsche Mobilfunkmarkt ist nach wie vor ein interessanter Markt. 2012 betrug das Marktvolumen für den deutschen Mobilfunkmarkt über 19 Milliarden Euro (Quellen: BNetzA, Analysys Mason). Bis 2016 soll dieser Status gemäß international anerkannter Studien so gut wie konstant bleiben, die Zahl der SIM-Karten dabei von gut 110 Millionen auf nahezu 130 Millionen ansteigen (Quelle: Analysys Mason). Hinzu kommt: Die meisten Anbieter auf dem deutschen Markt setzen auf das stark wachsende Segment "mobiles Internet". Der Bereich "Voice" spielt in den wahrnehmbaren Kommunikationsmaßnahmen eine untergeordnete Rolle. Es gibt nur wenige attraktive Voice-Only-Angebote. Dabei macht dieses Segment heute knapp 60 Prozent des Mobilfunkmarktes aus. 2016 sollen es immerhin noch gut 40 Prozent sein (Quelle: Analysys Mason). Das bedeutet: Der Bedarf ist da. Denn der Großteil der Menschen über 30 Jahre nutzt Mobilfunkangebote im Voice-only-Bereich - und nicht das mobile Internet, so das Ergebnis verschiedener Untersuchungen. Der Anteil liegt bei über 70 Prozent schon bei den 30 bis 39-jährigen (Quelle: Tele2 Berechnung auf Basis von ARD/ZDF Onlinestudie 2012 und infas geodaten Telekommunikationsmonitor). Und je älter die Zielgruppe, desto höher der Anteil.
Erstmals mit Allnet Flats: Tele2 auf dem deutschen Markt
Seit der Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes 1998 ist Tele2 auf dem deutschen Markt aktiv. Den Einstieg hat Tele2 mit Call-by-Call gemacht. Die 0 10 13 ist nach wie vor eine der bekanntesten Sparvorwahlen - mit einem nicht unerheblichen Umsatzbeitrag für Tele2. Mit Call-by-Call kam auch das Pre-Selection nach Deutschland, ein Segment, das auch heute noch eine wichtige Rolle im Markt spielt und in dem Tele2 lange Jahre Marktführer war - und nach wie vor ist. Tele2 hat stets sehr nah am Markt agiert und hat die echten Bedürfnisse bestehender und potenzieller neuer Zielgruppen immer im Fokus. Auf dieser Basis führte Tele2 2005 auch DSL Tarife ein, 2007 folgte das Angebot eines eigenen Vollanschlusses - um alles aus einer Hand anbieten zu können. Mit dem 2011 gelaunchten, sehr erfolgreichen mobilfunkbasierten Telefonanschluss für Zuhause tat Tele2 den ersten Schritt in Richtung Mobilfunk. 2013 steigt Tele2 jetzt in die "echte mobile Welt" ein.
E-Plus Mobilfunk GmbH
Co. KG
E-Plus-Platz
40468 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (211) 448-0
Telefax: +49 (211) 448-2222
Mail: info@eplus.de
URL: <http://www.eplus-unternehmen.de/>
 http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pirn_538045 width="1" height="1">

Pressekontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Firmenkontakt

E-Plus

40468 Düsseldorf

eplus-unternehmen.de/
info@eplus.de

Kommunikation ist ein Grundbedürfnis der Menschen. Wir wollen zu jeder Zeit und an jedem Ort unsere Emotionen mit der Familie und Freunden teilen können, wir müssen immer und überall in der Lage sein, von unterwegs Geschäftliches abzuwickeln. Der Boom des Mobilfunks spiegelt diesen Trend eindrucksvoll wider. E-Plus hat sich auf die Fahnen geschrieben, mobile Kommunikation für seine Kunden einfach und unterhaltsam zu gestalten. Unser Slogan "Ein Plus verbindet" steht dabei für unsere Rolle, Menschen durch mobile Kommunikation miteinander zu vernetzen und ihr Leben damit zu bereichern, sprich wertvoller zu machen. Damit verbunden sind klare Markenwerte, an denen wir uns messen lassen: Wir bieten unseren Kunden Produkte an, die einfach zu verstehen sind. Wir versuchen, immer ein wenig mehr für's Geld zu bieten und liefern, was wir versprechen. Wir wollen menschlicher, sprich näher am Kunden sein und erfahren, was unsere Kunden wünschen. Und wir suchen die Herausforderung, indem wir den Markt und unsere Kunden mit innovativen Produkten überraschen. All das macht E-Plus als Marke einzigartig und erfrischend anders.