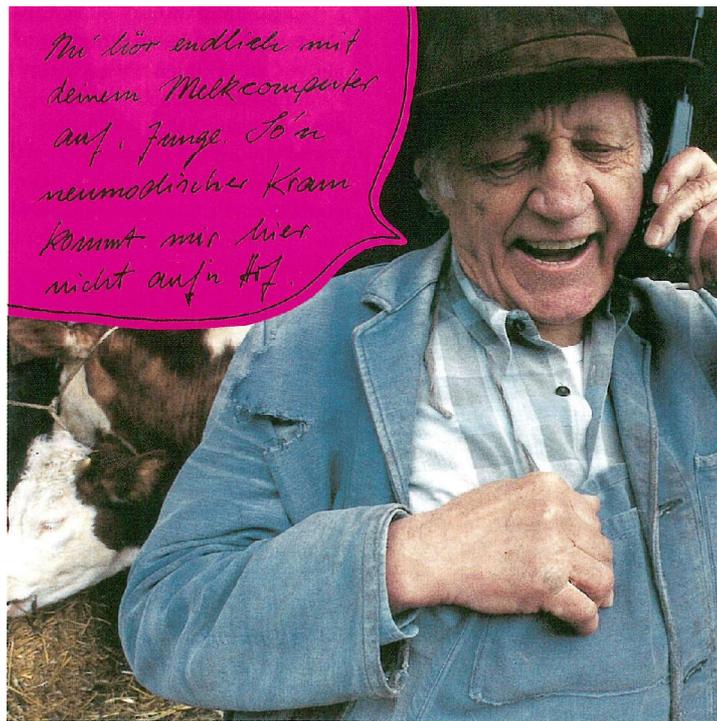


*Kategorie*  
**DIENSTLEISTUNGEN**

# TELEKOM- MOBILFUNK- KAMPAGNE

**Kunde: DeTe Mobil Deutsche Telekom Mobilfunk GmbH, Bonn**  
**Agentur: Springer & Jacoby 5. Werbeagentur, Hamburg**

## TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)



### Die Marketing-Situation

Telekom Mobilfunk gehört mit circa 2,7 Millionen Teilnehmern zu den 5 größten Mobillfunkanbietern in Europa – ist aber einziger „Vollsortimenter“. Das heißt, neben dem Leadprodukt D1 gibt es noch die Dienste C-TEL (analoges Mobilfunknetz), Scall und Cityruf (Funkrufdienste), Modacom (Datenfunk), Chekker (Bündelfunk) und Inmarsat (Satellitenfunk).

Die Absendermarke Telekom Mobilfunk war bis Mitte '94 als Anbieter von Mobilfunkdiensten in der Bevölkerung nicht hinreichend bekannt und mit unbefriedigenden Imagewerten belastet.

Das Leadprodukt von Telekom Mobilfunk ist das digitale Mobilfunknetz D1, das 1992 an den Start

ging. Zeitgleich startete Mannesmann mit D2.

Beide Netze sind technisch homogen. 1994 kam der dritte digitale Mobilfunkanbieter E-Plus in den oligopolistischen Markt.

Sowohl in den wichtigen Image-Dimensionen als auch beim Mengen-Marktanteil (60 Prozent) lag D2 '92 und '93 deutlich vorne.

Ende 1994 wurde im Rahmen des Telekom-Mobilfunk-Auftrittes der Funkrufdienst Scall eingeführt, um den jüngeren Zielgruppen einen preisgünstigen Einstieg in die Mobilfunkwelt zu ermöglichen.

Telekom Mobilfunk als Absendermarke.

### Die Werbeziele

## TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

1. Taktisch:  
Bekanntheit von Telekom Mobilfunk verbessern

2. Strategisch:  
■ Telekom Mobilfunk als demokratisches Volksprodukt positionieren und damit breiteste Zielgruppen erschließen  
■ Korrektur der Imagedefizite

*D1 als Leadprodukt.*

1. Steigerung der Bekanntheit  
2. Durchsetzung des Vollsortimenterkonzeptes unterstützen  
3. Korrektur der Imagedefizite gegenüber D2

*Scall – die Neueinführung.*

1. Schneller Aufbau der Produktmarkenbekanntheit  
2. Erklärung des neuen Nutzens  
3. Unterstützung beim Erreichen der geplanten Teilnehmerzahl

### Die Kreativ-Strategie

Die drei Grundgedanken für die Strategie:

1. Mobilfunk wird vom Spezialistenprodukt zum Volksprodukt. Die Kommunikation beziehungsweise die Tonalität muß einfach, menschlich, populär und sympathisch sein. Es gibt keine gestellten, klassischen Werbefotos oder Einstellungen. Der Fotostil ist natürlich, originell und redaktionell.

2. Es werden viele neue Anbieter von Mobilfunkdiensten auf den Markt drängen. Telekom Mobilfunk ist und bleibt aber der einzige Mobilfunk-Vollsortimenter. Deshalb müssen alle Mobilfunkdienste von Telekom Mobilfunk in die Werbung kommen, damit das Vollsortimenterbild entsteht. (Als Leadprodukt erhält D1 den Fokus über die Mediagewichtung.)

3. Telekom Mobilfunk hat als Vollsortimenter eine Menge Produkte und viel zu erzählen. Es muß ein kommunikatives Dach geben, das alles zusammenhält.

Das wird durch die Magenta-Sprechblase als Symbol für Kommunikation, die Grundtonalität und eine einheitliche Gestaltung in Print erreicht.

Die Anzeige oder der Film beschreibt jeweils auf humorvolle Weise eine kleine Geschichte oder Situation des täglichen Lebens. Darin ist die Kernbotschaft, welchen Nutzen der Betroffene von dem jeweiligen Mobilfunkdienst hat, enthalten.

1. Ein breiter, öffentlicher Auftritt mit allen Produkten, um Telekom Mobilfunk als Vollsortimenter durchzusetzen.

2. Eine hohe Reichweite bei hoher Kontaktzahl.

3. Begegnung und Abwehr des Wettbewerbers-Werbedrucks.

1. Der Werbedruck wurde in zwei Intervallen gebündelt. Der Kampagnenstart wurde mit einer TV-Teaser-Kampagne gesetzt. Das Jahr '94 wurde mit einer Weihnachts-Jahresendoffensive in Print und TV beendet. Während dieser Aktionskampagne wurde keine Markenwerbung geschaltet.

Unterschieden wurde in:

■ Markenwerbung: Durchsetzung von Telekom Mobilfunk als Vollsortimenter in der breiten Öffentlichkeit  
■ Taktische Werbung: Unterstützung der Ziele der einzelnen Produkte (Kernzielgruppen-Ansprache)

### Die Media-Ziele

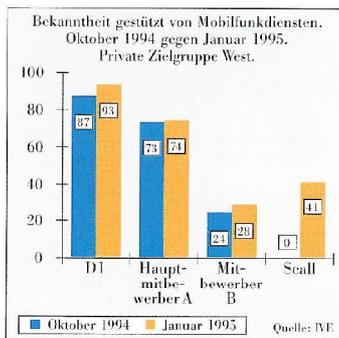
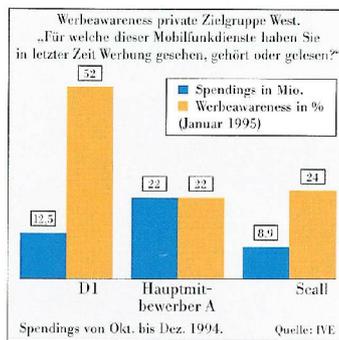
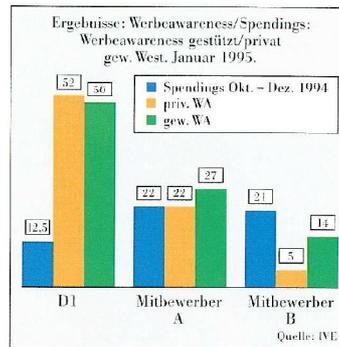
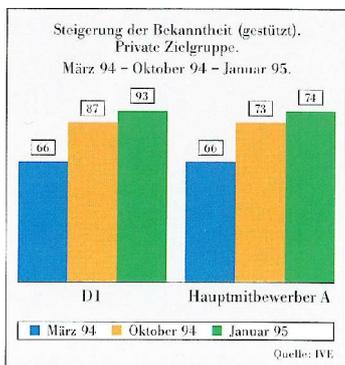
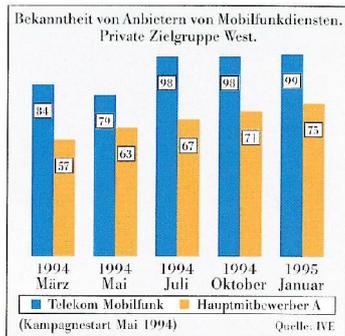
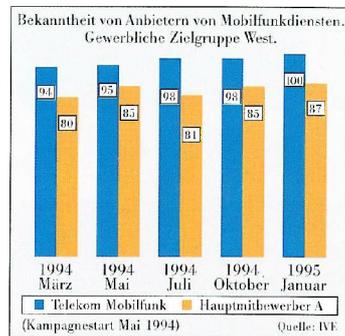
### Die Media-Strategie

## TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

2. Qualität vor Quantität. Jede Anzeige und jeder Spot muß ins Umfeld passen.

3. Konzentration und Konsequenz. Die Schaltungen wurden konsequent auf die eng ausgewählten Medien konzentriert. Der Schwerpunkt lag auf TV.

Ergebnisse  
Telekom  
Mobilfunk



Ergebnisse  
Telekom  
Mobilfunk Scall

Ergebnisse  
Telekom  
Mobilfunk D1

## TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

### Publikums- Anzeigen

*Ich bin endlich mit meinem  
Milkcomputer auf. Jungs.  
So ein neuemodisches Kraam kommt  
mir hier nicht auf'n Hof.*

■ ■ ■ Mit einem D1-Mobiltelefon sind Sie erreichbar, wann immer und wo immer Sie wollen. Auf dem Land wie in der D42, in Deutschland wie im Ausland. Mit der Digital und akustischer. Aber ein Mobiltelefon, in dem eine D1-Telefonkarte steckt, kann auch mehr. Zum Beispiel Anrufe zu einem

weiteren Anschluss machen. Falls Sie erst nicht erreichbar sind oder erst erreichbar sein wollen. Erst, wenn Sie gerade beim Mähen sind. Was ein Mobiltelefon mit der D1-Telefonkarte noch alles kann, erfahren Sie persönlich unter 3123-3174. ■ ■ ■

**D1**  
Telekom Mobilfunk

*Du bist nicht zu Hause.  
Du bist nicht im Büro.  
Aber eins weiß ich:  
Du bist jetzt Single.*

■ ■ ■ D1 sorgt dafür, daß man mit Ihnen sprechen kann, solange man noch mit Ihnen sprechen will. Ob Sie gerade im Zoo stehen, Ihre Mutter besuchen oder gerade Ihren Wochenauftrag beim Park gefahren sind: Mit einem Mobiltelefon, in dem die D1-Telefonkarte steckt, sind Sie immer erreichbar. Digital und akustisch. ■ ■ ■

Telefonieren sind im Ausland. Und wenn Ihr Telefon mit eingeschaltet ist, geht ein Mobilfunk für Sie ran - Ihr persönlicher Anrufkennzeichen ist D1-Hier. Also, was auch immer Sie ebenfalls haben Sie kostenlos das Telekom-BeraterTeam an: 3123-3174. ■ ■ ■

**D1**  
Telekom Mobilfunk

*Mit dem Cityruf  
erreicht ihn seine  
Frau, geht immer  
und überall.*

*Ich bin gepannd,  
ob er irgendwann  
auch mal  
zurückruft.*

■ ■ ■ Ein Cityruf-Empfänger ist nicht nur geschickter, er ist auch intelligenter. Zu händlichen als eine Handfläche. Er ist so klein wie Sie sind, daß er überall drinstecken kann, ohne zu stören. Bei 24 Markt in Mecklenburg oder überall mit einem Handgeführten PAB, wenn jemand auf Ihren Anruf wartet.

Wenn Sie den Cityruf mehr brauchen als nur für den privaten Gebrauch, wenden Sie sich an den Cityruf-Service. Er ist immer erreichbar. Ob und wann Sie erreichbar sind, müssen Sie natürlich selbst wissen. Auf jeden Fall sollten Sie bald mit bei uns. Gerneher unter 0120-2174. ■ ■ ■

**Cityruf**  
Telekom Mobilfunk

TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

*„Alex! Soll ich hier 'ne Würstchenbude aufmachen, mit der ganzen Wurst hier?“*

*„Du! Wir waren doch zum Grillen verabredet. Fünf Minuten, dann bin ich weg hier...“*

*„... da kannst du aber Gift drauf nehmen, Mann!“*

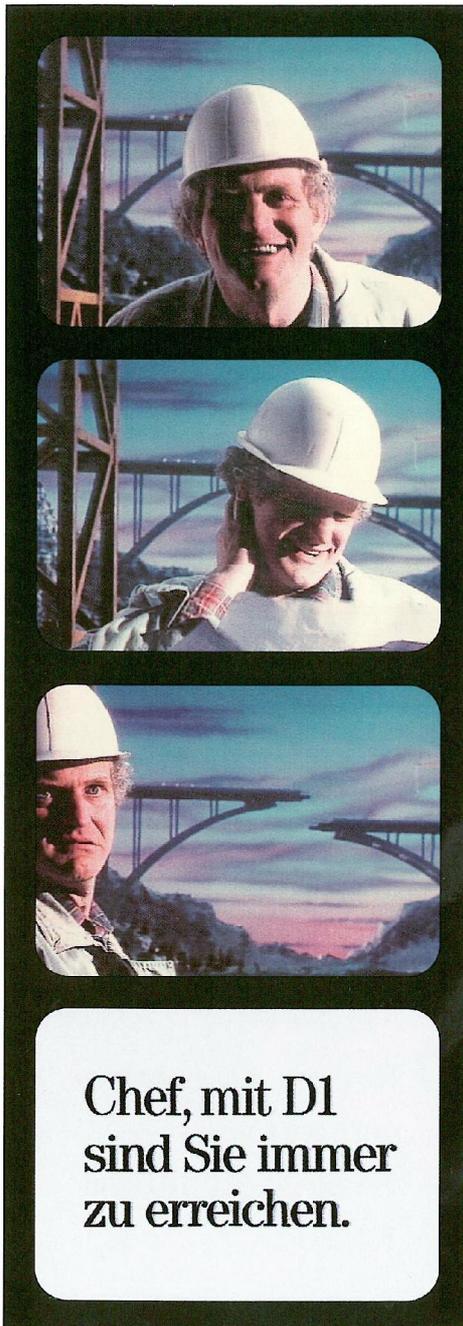
*Textchart und OFF:  
„Mensch, Alex, schon mal was von Telekom Mobilfunk gehört?“  
Telekom Mobilfunk  
Info: 01 30 / 01 74*



**Mensch Alex, schon mal was von Telekom Mobilfunk gehört?**

Der Teaserfilm „Würstchenbude“.

TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)



*Ein Polier versucht  
vergeblich, seinen Chef  
zu erreichen:  
Chef!? Cheeef! ...“*

*Auf dem Bauplan  
scheint etwas nicht zu  
stimmen ...*

*... und das sollte sich  
der Chef lieber noch-  
mal selbst angucken.*

**Chef, mit D1  
sind Sie immer  
zu erreichen.**

*Off: Chef, mit D1 sind  
Sie immer zu erreichen.  
D1 von Telekom Mobil-  
funk.*

Der Film „Brücke“.

TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

*Ein Mädchen singt ein  
Lied für ihren Papa,  
der wieder mal nicht  
zu Hause ist, und spielt  
dazu auf der Ukulele.*



*„Kleine Möve, flieg’ nach  
Helgoland...“*



*„... ich bin einsam, und  
verlassen...“*

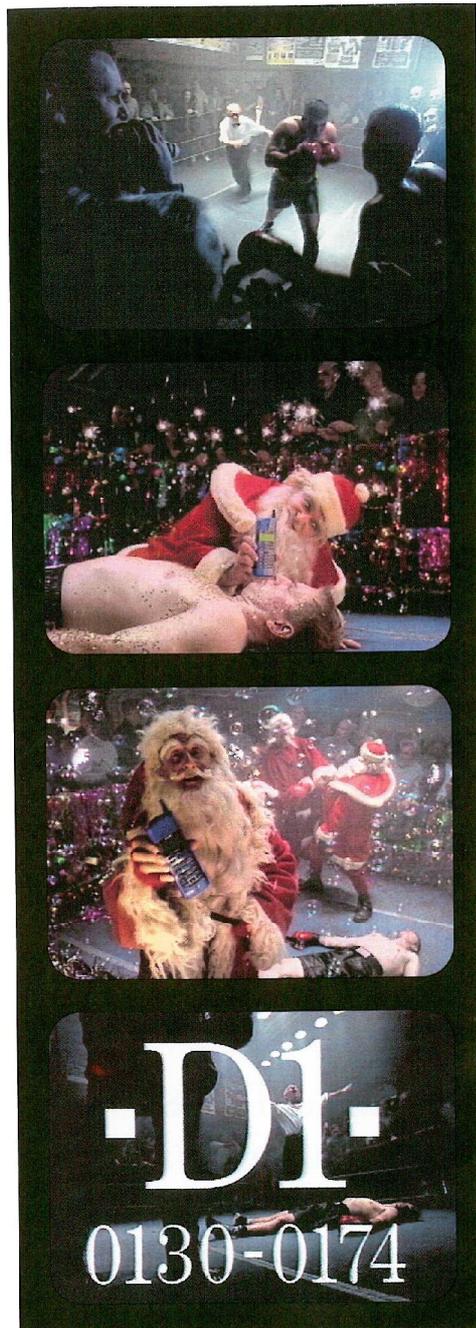


*Off: Papa, mit D1  
bist Du da, wenn man  
Dich braucht.  
D1 von Telekom Mobil-  
funk.*

**Papa, mit D1 bist  
Du da, wenn  
man Dich braucht.**

Der Film „Ukulele“

TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)



*Während eines Boxkampfes geht einer der Gegner zu Boden.*

*Auf einmal glitzert es weihnachtlich um ihn herum, und die drei Weihnachtsmänner erscheinen. „Scheiß Deckung!“, lautet ihr Urteil.*

*Prompt überbringen sie dem Sportsfreund ihre Botschaft: „Wünsch Dir wenigstens ein D1-Handy...!“ Die Weihnachtsvision verschwindet wieder und der Boxer wird ausgezählt.*

*Off: „Schenk' D1.  
Von Telekom Mobilfunk.“*

Der Film „Boxen“.

TELEKOM MOBILFUNK (SILBER-EFFIE 1995)

*Ein Mädchen sitzt in  
einer Blumenwiese und  
fragt sich, ob ihr Freund  
wohl anruft. Sie spielt das  
alte Spiel mit der Blume:  
„Er ruft an...“*



*„... er ruft nicht an,  
er ruft an, er ruft nicht  
an...“*



*Und während sich der  
Zuschauer noch fragt,  
wie man mitten auf einer  
Wiese jemand anrufen  
kann, piept ihr Scall und  
zeigt an, wo sie zurück-  
rufen soll:  
„... er ruft an!!!“*



*Off: „Der neue Scall.  
Von Telekom Mobilfunk.“*



Der Film „Blume“