



Die Marketing-Situation

Nahezu fünf Millionen Teilnehmer nutzen Mobilfunk in Deutschland (Stand: Juli 1996). Marktprognosen sprechen von einer Steigerung auf 15 Millionen Teilnehmer bis zum Jahre 2000. Neben der Deutschen Telekom MobilNet mit ihrem Produkt D1 streiten noch Mannesmann mit dem D2-Netz sowie e-plus um die Gunst der Kunden.

Das Argument „Preis“ rückt dabei immer mehr in den Vordergrund. Um sich eindeutig vom Wettbewerb zu differenzieren, setzt D1 neben attraktiven Angeboten verstärkt auf die Vermittlung der Markenwerte Sympathie, Kontakt und menschliche Nähe.

Die Werbeziele

In ihrer D1-Markenkampagne verfolgt die Deutsche Telekom MobilNet drei Werbeziele:

- Positionierung von D1 als Mobilfunk-Marke für jedermann und damit Erschließung breiter Zielgruppen;
- Aufbau und Durchsetzung der Markenwerte Sympathie, Kontakt und menschliche Wärme;

- Steigerung des Kaufanreizes durch Netz-Präferenz.

Die D1-Kampagne erzählt auf emotionale Weise eine kleine Geschichte oder Situation des täglichen Lebens. Die Kernbotschaft enthält den Nutzen von D1: „Mit D1 kann ich immer und überall für andere da sein“.

Die Positionierung von D1 als Mobilfunk-Marke für jedermann führt zu einer einfachen, menschlichen und sympathischen Tonalität der Kampagne.

Die potentiellen Mobilfunk-Nutzer werden durch kontinuierlichen Einsatz von TV als Basismedium angesprochen.

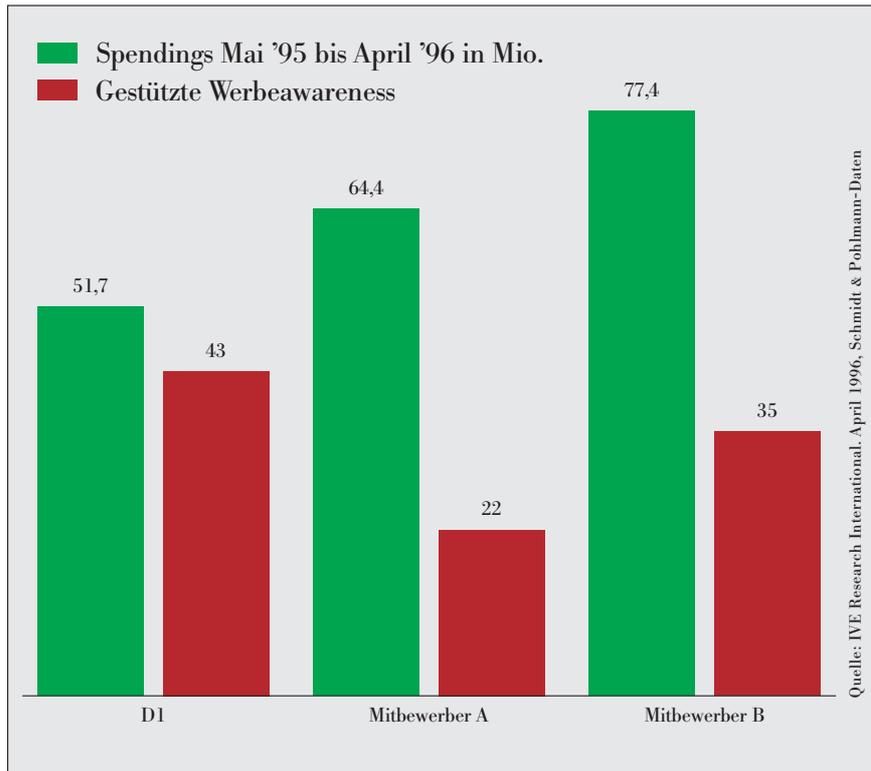
In leistungsstarken und zielgruppenadäquaten Sendern werden Umfelder wie Serien, Filme, Magazine und Sport belegt.

Zusätzlich werden Angebotsanzeigen in regionalen Tageszeitungen geschaltet.

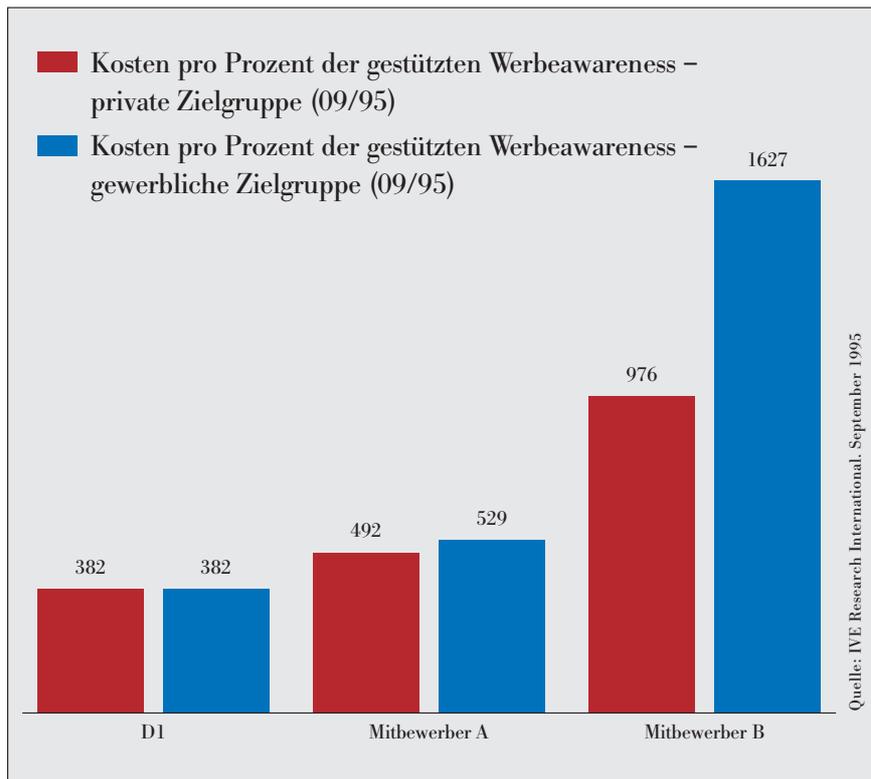
Die Kreativ-Strategie

Die Media-Strategie

Die Ergebnisse

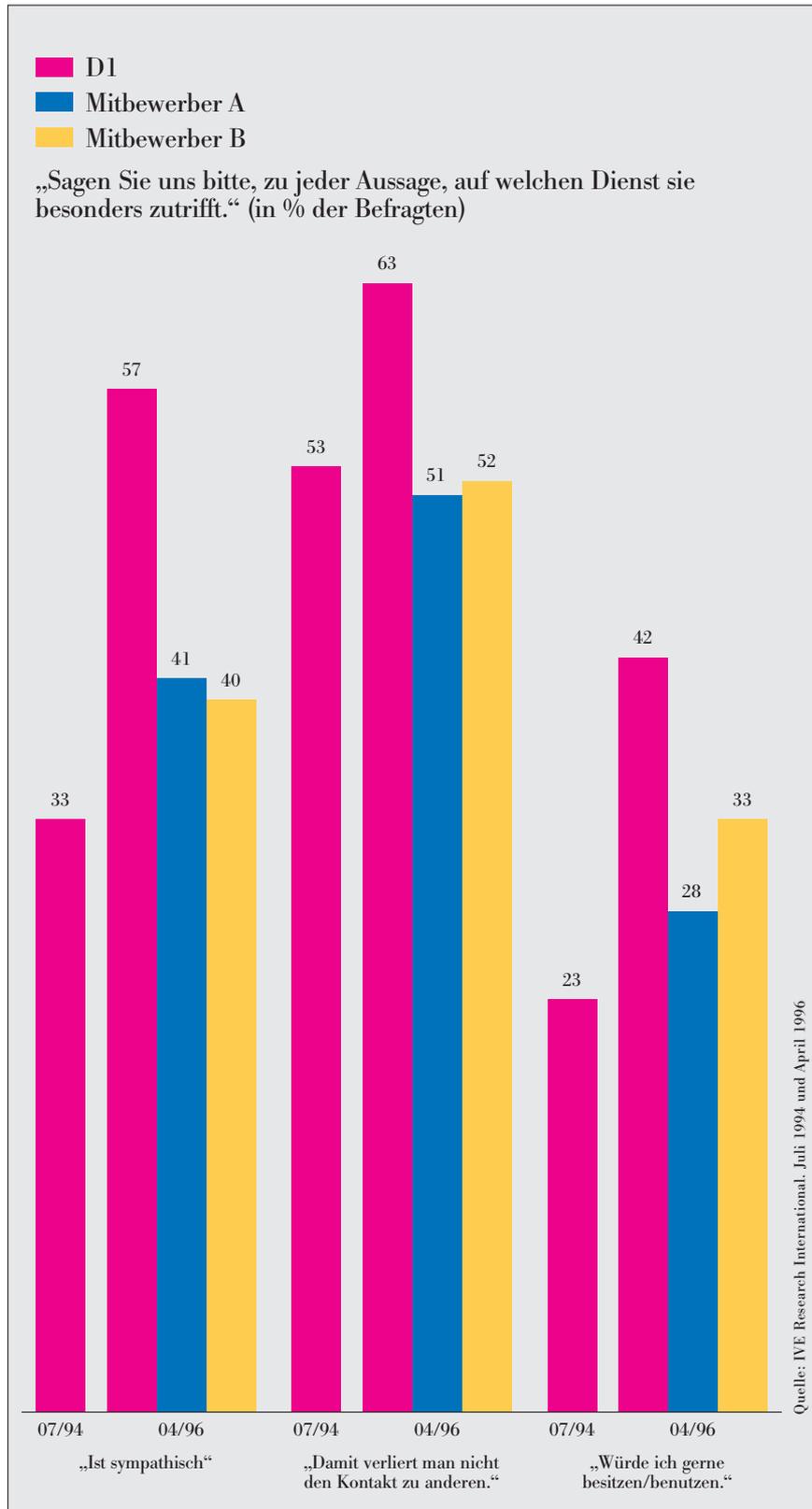


Verhältnis Werbeawareness zu Spendings.



Kosten pro Prozent Werbeawareness.

D1-MARKENKAMPAGNE (FINALIST 1996)



Ergebnis der Abfrage von Image-Werten.

D1-MARKENKAMPAGNE (FINALIST 1996)



*Ein Mann steigt mit
Koffern beladen aus einem
Taxi.*



*Er betritt eine ungemüt-
liche, offensichtlich noch
unbewohnte Wohnung.*



TV-Spot „London LoA“

*Unglücklich versucht er
sich mit seinem neuen
Domizil anzufreunden, als
ein Telefon klingelt.
Irritiert schaut er sich um,
woher das Klingeln kommt.*



*In seiner Reisetasche
findet er ein Päckchen, in
dem sich ein klingelndes
Handy befindet.*



*Zögernd nimmt er das
Gespräch an. Ein Strahlen
geht über sein Gesicht.
Er: „Hallo? – Kathrin!“*

