



congstar

Pressemitteilung

17. Juli 2007

Telekommunikation so einfach wie Fastfood

congstar startet mit außergewöhnlicher Launchkampagne

Köln, 17.7.2007. congstar, die neue Zweitmarke für Internet und Mobilfunk der Deutschen Telekom, geht mit einer so genannten „Out-of- category“-Marketingkampagne an den Start. Die einzelnen Maßnahmen stehen unter dem Motto „Telekommunikation so einfach wie Fastfood“, das das Produktkonzept des Telekommunikationsanbieters widerspiegelt.

„Das bedeutet, dass bei congstar jeder genau das DSL- und Mobilfunkangebot bekommt, das am besten zu seinem persönlichen Lebensstil passt – zu günstigen Preisen, mit hoher Qualität und ohne lange Vertragslaufzeiten“, erläutert Alexander Lautz, Geschäftsführer von congstar und zuständig für Marketing und Vertrieb. Bei der Positionierung der Marke stehen Individualität, Flexibilität und Einfachheit im Vordergrund. Jeder kann das für ihn passende Angebot frei wählen. Dem entspricht der Claim von congstar: „Du willst es. Du kriegst es.“

Das neue Corporate Design und insbesondere die neue Wort-Bild-Marke in schlichtem weiß auf schwarz wurde von der Agentur Interbrand Zintzmeyer & Lux entwickelt. Eine bunte Farbwelt und Illustrationen im Retro-Look komplettieren so den neuen Markenauftritt des Kölner Unternehmens.

So einfach wie Fastfood

Die Launch-Kampagne, die von der Hamburger Agentur Tribal DDB mit Unterstützung durch ihre Büros in Berlin und Düsseldorf realisiert wurde, setzt auf eine bunte, animierte congstar Welt. Damit will sich congstar von den eher technisch und männlich dominierten Marken im DSL- und



congstar

Mobilfunkmarkt positiv abgrenzen. Im Zentrum der Kampagne steht das Motto „Telekommunikation so einfach wie Fastfood“, das mit Bildern aus der Erfahrungswelt der Systemgastronomie veranschaulicht wird. „Es ging uns darum, eine für die Telekommunikationsbranche bis dato noch nie da gewesene Kampagnen-Mechanik zu wählen“, sagt Brand & Communication-Leiterin Tanja Goldbeck. „Die Kampagne zeigt farbenfroh und spielerisch das Bestellprinzip, das jeder aus Fastfood-Restaurants kennt. Genauso kann sich der Kunde im congstar-Webshop ganz einfach sein persönliches Telekommunikations-Menü zusammenstellen.“

Fokus auf audiovisuelle Werbeträger

Zum Markenstart setzt congstar auf einen umfangreichen Media-Mix. Der Fokus liegt dabei auf Werbe-Spots in reichweitenstarken TV- und Funkmedien sowie in zahlreichen Kinos. Ergänzt werden die Spots durch Outdoor- und Online-Werbemaßnahmen wie Bauzaunplakate in Städten und Communityaktionen im Internet.

Für die Kreation der Werbemaßnahmen zeichnen die Hamburger Werbespezialisten um DDB-Kreativchef Amir Kassaei verantwortlich. Die für Planung und Einkauf zuständige Agentur Mediacom in Düsseldorf hat sie geschaltet. Die Spots werden ab 20. Juli auf neun Sendern sowie in zahlreichen Kinos zu sehen sein.



congstar

Über congstar

congstar, ein Unternehmen der Deutschen Telekom AG, bietet seinen Kunden bundesweit breitbandige Internetzugänge und Mobilfunk. Günstige Basisangebote für DSL und Mobilfunk können flexibel durch weitere attraktive Optionen wie z. B. verschiedene Flatrates und DSL-Telefonie ergänzt werden. Alle Produkte und Tarife sind beliebig kombinierbar und zwei Wochen zum Monatsende kündbar. Die Bestellung erfolgt bequem über www.congstar.de oder die Bestell-Hotline von congstar unter 01805 50 75, Montag bis Samstag von 08:00 Uhr bis 20:00 Uhr (14 ct./min. aus dem deutschen Festnetz).

Kontakt:

Ramona Stahl

Pressesprecherin

congstar GmbH

Anna-Schneider-Steig 8, D-50678 Köln

Telefon: 02 21 / 57 77 1-3 22

Telefax: 02 21/ 57 77 1-13 22

eMail: ramona.stahl@congstar.net

Internetadresse: <http://presse.congstar.de>