

# Telekom mit neuen Angeboten für Partner



Beim neu gestalteten IFA-Auftritt der Telekom standen MagentaEins und neue Angebote für junge Zielgruppen im Mittelpunkt.



## Wachstum mit Content

Mit einem neu gestalteten, frischen Messestand nutzte die Telekom die IFA als Auftakt zum Jahresendgeschäft. Für die Partner im Einzelhandel ergeben sich durch zahlreiche Neuheiten umfangreiche Wachstumschancen. Denn die Telekom schreibt nicht nur neue Kapitel in den Erfolgsgeschichten MagentaEins und EntertainTV, sondern spricht mit maßgeschneiderten Angeboten auch junge Zielgruppen und Familien stärker an.

„Auf unserem neu gestalteten Messestand machen wir deutlich, mit welcher Dynamik sich die Telekom vom

Netz- zum Content-Anbieter entwickelt, um den digitalen Lifestyle der Kunden aufzugreifen“, erklärte Marcus

Epple, Leiter Operatives Geschäft der Deutschen Telekom Privatkunden GmbH. „Damit bieten wir unseren Handelspartnern die Möglichkeit, durch konvergente Vermarktung von Mobilfunk, Breitband und Entertain bis zum Smart Home Wachstum mit hervorragender Wertschöpfung zu erzielen. Als Marktführer haben wir dafür ein Produkt-Portfolio, das bestens dazu geeignet ist, unsere Führungsposition weiter zu entwickeln.“ Dabei

können die Telekom Partner an die bisher sehr positive Entwicklung in diesem Jahr anknüpfen. „Wir haben uns für dieses Jahr ehrgeizige Ziele gesetzt und diese gemeinsam mit unseren Handelspartnern auch erreicht“, betonte Bijan Esfahani, Leiter Telekom Partner. „Dabei hat EntertainTV unsere Erwartungen sogar deutlich übertroffen, denn das Plus im Handel liegt bei über 80 Prozent. Unsere Partner haben verstanden, wie margenträchtig dieses Geschäft ist.“ Auch im Breitband-Markt und im Mobilfunk-Neugeschäft konnten die Telekom Partner in diesem Jahr erfreuliche Zuwächse erzielen. „Der Einzelhandel hat hier hervorragende Arbeit geleistet und durch sein erfolgreiches Engagement für höherwertige Tarife für Wachstum in Menge und Wert gesorgt“, sagte Esfahani.

## Neue Young-Tarife

Besonders deutlich hat die Telekom ihr Angebot für junge Leute erweitert. Seit dem 1. September sind aus den Friends-Tarifen die Young-Tarife für Kunden unter 27 Jahren geworden. Sie können bis zu 6 GB mehr Datenvolumen für unbeschwertes Surfen erhalten. Dabei kann bereits ab dem MagentaMobil S Young-Tarif (29,95 Euro monatlich) die Option StreamOn Music kostenlos zugebucht werden. Ab MagentaMobil M Young können die jungen Kunden unterwegs sogar StreamOn Music&Video nutzen, ohne ihr Highspeed-Datenvolumen zu belasten.

Erstmals bietet die Telekom den jungen Zielgruppen einen exklusiven MagentaEins Vorteil: Junge Leute unter 27 Jahren, die neben ihrem Mobilfunk-Vertrag zu Hause zwar kein Festnetz, aber eine leistungsstarke DSL-Verbindung benötigen, können diese als MagentaZuhause Surf günstig



Marcus Epple, Leiter Operatives Geschäft der Deutschen Telekom Privatkunden GmbH: „Wir bieten unseren Handelspartnern die Möglichkeit, durch konvergente Vermarktung von Mobilfunk, Breitband und Entertain bis zum Smart Home Wachstum mit hervorragender Wertschöpfung zu erzielen.“

dazubuchen. Damit erhalten sie das Paket aus Internet im eigenen Zuhause und Mobilfunk bereits ab 34,99 Euro im Monat. „Über ein Drittel unserer Absätze stammen schon heute aus dem Young-Segment“, erklärte Esfahani. „Durch den neuen MagentaEins Vorteil bieten wir unseren Handelspartnern nun neue Chancen, um diese junge Zielgruppe als integrierte Kunden zu gewinnen.“ Auch bei MagentaEins gibt es Neues: Familien können jetzt bis zu vier Family Cards dazubuchen und damit Festnetz und Mobilfunk besonders flexibel kombinieren. Je mehr Karten eine Familie nutzt, umso höher fällt der Rabatt aus – so lassen sich bis zu 40 Euro im Monat sparen. Das gibt es exklusiv nur bei MagentaEins.

## Neue Argumente für EntertainTV

Bereits im Frühjahr hatte die Telekom das Premium-Angebot EntertainTV um neue Sport-Angebote erweitert. Zum Jahresende wird das Produkt noch attraktiver: Der Media Receiver wird UHD-fähig, es gibt einen direkten

Zugang zu Netflix, und als neue Partner steuern die UFA und Fox+ eine große Auswahl von Filmen und Serien bei. EntertainTV bietet bereits UHD-Inhalte von Videoload, Netflix, YouTube und Sky an. Mit Insight TV gibt es einen neuen 24/7-Kanal mit UHD-Inhalten aus Technik, Abenteuer, Reisen und Extremsportarten. Ab der kommenden Saison sollen zudem die Spiele der Deutschen Eishockey-Liga ohne Mehrkosten in UHD gezeigt werden. Für Live-TV in UHD ist ein MagentaZuhause L-Tarif mit bis zu 100 MBit/s im Download nötig.

Zudem hat sich die Telekom exklusiv für EntertainTV die Premierrechte für drei internationale Top-Serien gesichert. Ab dem 4. Oktober sind die Krimiserie „Cardinal“, die Comedy-Serie „Better Things“ und der 13fach für den Emmy nominierte US-Hit „The Handmaid’s Tale“ ohne Aufpreis verfügbar. „In der Entertain-Vermarktung sind unsere Partner schon heute besonders erfolgreich“, erklärte Esfahani. „Nun liefern wir mit UHD, einem umfangreichen Serien-Sortiment und drei exklusiven Premieres weitere wichtige Verkaufsargumente für unser Produkt. Wir sind sicher, mit einem starken Content-Angebot die Kunden langfristig binden zu können und uns vom Wettbewerb abzusetzen.“

## Unterstützung für Partner

Das vor einem Jahr gestartete Konzept für Exklusiv-Partner hat die Telekom inzwischen in 33 Shops umgesetzt, bis Ende des Jahres sollen es 60 werden. Zum Konzept gehören original Telekom Ladenbau-Elemente, Vorführgeräte sowie Trainings und Coaching-Maßnahmen. In diesem Jahr kommen noch Kundenfrequenz-Messanlagen und die Möglichkeit zur Online-Terminvereinbarung dazu. Die

im Frühjahr angekündigte Unterstützung der Fachmärkte kommt noch in diesem Herbst auf die Straße. Gemeinsam mit den Partnern und den Kooperationszentralen hat die Telekom ein erlebnisorientiertes Ladenbau-Konzept erarbeitet, das mit zielgruppen-spezifischen Qualifizierungsangeboten sowie beratungsunterstützenden und verkaufsfördernden Tools ergänzt wird. Mit Zweitplatzierungen in der TV-Abteilung soll zudem eine Brücke zwischen der

Telekommunikation und Unterhaltungselektronik geschaffen werden. „Diese Aktivitäten zeigen, dass unsere Handelspartner langfristig ein wichtiger Vertriebskanal der Telekom bleiben“, betonte Marcus Epple. „Als Marktführer und Partner Nummer 1 für den Handel investieren wir massiv in unsere Partner.“ Das gilt übrigens auch für den Geschäftskunden-Bereich. Ein bedarfsgerechtes Konzept für Geschäftskunden-Vermarkter befindet sich bereits in der Konzeption.

*Bijan  
Esfahani,  
Leiter  
Telekom  
Partner: „Wir  
haben uns für  
dieses Jahr  
ehrgeizige  
Ziele gesetzt  
und diese  
gemeinsam  
mit unseren  
Handels-  
partnern  
auch  
erreicht.“*

