



02.03.2020 15:00 CET

congstar startet neue Kampagne und präsentiert erstmals neues Soundbranding

TV- und Onlinespots „Probiert was geht“ zu Flexibilität und Entscheidungsfreiheit

Köln, 02.03.2020. Gleich in mehrfacher Hinsicht neue Impulse für den Markenauftritt enthält die jetzt gestartete neue TV- und Onlinekampagne von congstar. Neben einer neuen Story, die die besondere Flexibilität der congstar Tarife thematisiert, kommt erstmals ein neuer congstar Sound zum reichweitenstarken Einsatz. Die neue Kampagne umfasst gleich vier unterschiedliche und im Baukastenprinzip kombinierbare TV-Spots, die in der

bisher größten congstar TV-Produktion entstanden sind. Dabei funktioniert die Grundidee in unterschiedlichen Ausprägungen für verschiedene Produkte wie die congstar Fair Flat, die congstar Allnet Flat Tarife und den congstar Homespot. Gemeinsames Motiv ist „Probiert was geht“. Ziel ist, die Marke noch stärker zu emotionalisieren, congstar soll vom Kunden zudem mit Flexibilität und Entscheidungsfreiheit assoziiert werden.

Beispiel congstar Fair Flat: Flexibilität und Entscheidungsfreiheit auch beim Produkt

Von den congstar Tarifen steht beispielsweise die congstar Fair Flat im Fokus. Hier muss der Kunde nur das Datenvolumen bezahlen, das tatsächlich verbraucht wird. Zur Verfügung stehen fünf Datenstufen ab 2 GB für 15 Euro im Monat bis 12 GB für 30 Euro im Monat (statt bisher 10 GB), die monatlich neu ausgewählt werden können. Liegt der Verbrauch in einer niedrigeren Datenstufe, wird auch nur diese berechnet. Standardmäßig surfen Fair Flat Kunden mit max. 25 Mbit/s im LTE-Netz und erhalten zudem eine Telefon- und eine SMS-Flat in alle dt. Netze. Um noch schneller mit max. 50 Mbit/s im LTE-Netz zu surfen, kann die LTE 50 Option für 3 Euro pro Monat jederzeit flexibel hinzu- oder abgebucht werden. Bei Buchung der congstar Fair Flat bis Ende April erhalten Neukunden die LTE 50 Option ohne Aufpreis dazu. Die congstar Fair Flat ist zudem monatlich kündbar.

Im neuen TV- und Online-Spot werden die besonderen Vorteile dieses verbrauchsabhängigen Tarifmodells anhand eines lebensnahen Beispiels – einer Tüte Popcorn – verdeutlicht. Protagonistin Nele kauft eine volle Tüte, isst aber nur einen Teil und gibt den Rest zurück. Hierfür erhält sie dann auch Geld zurück. Der Spot zur congstar Fair Flat ist unter <https://youtu.be/f6VmR6x7okQ> abrufbar.

Die gesamte Kampagne läuft ab heute auf diversen On- und Offlinekanälen. Im TV werden die neuen Spots sieben Wochen zu sehen sein.

Neues congstar Soundbranding für ein neues akustisches Markenerlebnis

Zudem kommt in der neuen Kampagne erstmals der neuentwickelte congstar Markensound zum Einsatz, der ab sofort zu einer neuen akustischen Identität beitragen soll. Auch hier wird Flexibilität groß geschrieben – unterschiedliche Module ermöglichen es, immer neue Sounds zu produzieren, die dennoch einen hohen Wiedererkennungswert haben. „Sound wird im

digitalen Marketing immer wichtiger. Denn sehr viel Kommunikation findet künftig in Kanälen statt, wo wir unseren einmaligen visuellen congstar Look nicht abbilden können. Daher ist es jetzt Zeit für den nächsten Schritt in der Evolution unseres Markenauftritts. Mit dem unverwechselbaren ‚congstar Sound‘, der zukünftig auch in weiteren Kanälen zum Einsatz kommen wird, wollen wir die Emotionalität unserer Marke noch besser ausschöpfen. Außerdem schließen wir mit dem Thema Sound eine Lücke in unserer Markenpositionierung“, sagt congstar Geschäftsführer Dr. Peter Opdemom. Für congstar ist das Soundbranding eine mittel- bis langfristige Investition, um auch akustisch als Marke wahrgenommen zu werden und das nicht nur in der Werbung: „Vom Service-Erlebnis an der Kundenhotline bis hin zum musikalischen Intro bei Veranstaltungen – der neue Sound wird zum festen Bestandteil des Markenerlebnisses“, so Dr. Opdemom.

Erste gute Erfahrungen bei der Ansprache junger Zielgruppen mit TikTok

Ebenfalls Teil der Kampagne ist eine eigens konzipierte TikTok Challenge, mit der congstar die Generation Z ansprechen möchte. Sie läuft seit Ende Februar, auch hier ist der neue congstar Sound fester Bestandteil. Bereits im vergangenen Dezember sammelte congstar sehr erfolgreich Erfahrungen mit einer ersten eigenen TikTok Challenge und erzielte hier überdurchschnittliche Reichweiten in der jungen Zielgruppe.

Beteiligte Agenturen sind:

- DDB (Dachkonzept, Bewegtbild, Shooting Material)
- Mindshare (Entwicklung & Umsetzung Mediaplanung)
- B+D (Social Media Werbemittel)
- add2 (Online Werbemittel / Brand, Brandformance & Sales)
- Perfomics (Programmatische Werbemittel / Media)
- S12/Klangerfinder (Soundbranding)
- navos (PR Maßnahmen)

Weitere Informationen zu congstar sind online unter www.congstar.de zu finden.

Über congstar:

Der Kölner Telekommunikationsanbieter congstar bietet Mobilfunk-Produkte im Prepaid- und Postpaid-Bereich sowie DSL- und VDSL-Komplettanschlüsse an. Seinen Unternehmenserfolg seit dem Marktstart im Jahr 2007 verdankt congstar der Kombination aus hervorragender D-Netz-Qualität, günstigen Preisen und flexiblen Vertragslaufzeiten. Davon profitieren mittlerweile mehr als 5 Millionen Kunden. congstar Produkte und Services werden regelmäßig ausgezeichnet. Im Oktober 2019 erhielt congstar das Handelsblatt-Qualitätssiegel „Marke des Jahres 2019“ in der Kategorie Mobilfunk und Telekommunikation. Focus Money verlieh congstar in den Jahren 2012 bis 2020 das Siegel „Fairster Mobilfunkanbieter“. Die Leser von Europas führender Fachzeitschrift für Telekommunikation connect wählten congstar 2019 bereits zum achten Mal in Folge zum „Mobilfunkanbieter des Jahres“. congstar Produkte können über www.congstar.de oder die Bestell-Hotline unter 0221 79700700 (Montag bis Samstag von 08:00 Uhr bis 22:00 Uhr, Sonntag von 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr) sowie in den Telekom Shops und bei ausgewählten Handelspartnern bestellt werden. congstar ist seit 2012 Mobilfunkpartner der REWE Group und technischer Leistungserbringer von ja! mobil und Penny Mobil. Einen Beitrag zum Umweltschutz leistet congstar durch CO₂-neutrales Arbeiten am Unternehmensstandort. Seit Juli 2014 ist congstar als Hauptsponsor des FC St. Pauli zurück in der 2. Bundesliga. Damit wird eine gemeinsame Erfolgsgeschichte fortgesetzt, bereits 2007 bis 2009 war congstar Sponsor des FC St. Pauli.

Ansprechpartner für Journalisten:

congstar GmbH
Pressestelle
Bayenwerft 12-14, D-50678 Köln
Telefon: 0211 96081782
Telefax: 0211 96081791
E-Mail: congstar@navos.eu

www.congstar.de/newsroom

Sie wollen stets aktuelle Meldungen und Inhalte von congstar erhalten? Dann melden Sie sich jetzt bei Mynewsdesk an und verpassen keine relevanten Informationen mehr.

Ansprechpartner für Kunden:

congstar Kundenservice
www.congstar.de/kontakt

Telefon: 0221 79700700

(Montag bis Samstag von 08:00 Uhr bis 22:00 Uhr, Sonntag von 09:00 Uhr bis 18:00 Uhr)

Kontaktpersonen



congstar Pressestelle

Pressekontakt

Timo Wakulat

congstar@navos.eu

0211 960817-82