

E-Plus führt erste Flatratemarke fürs Handy ein



Der Mobilfunkanbieter **E-Plus** forciert seine Mehrmarkenstrategie. Anfang August startet das Düsseldorfer Unternehmen unter der Bezeichnung **Base** eine weitere Mobilfunkmarke, die den deutschen Verbrauchern erstmals eine Flatrate fürs Handy bietet. Wie E-Plus-CEO **Uwe Bergheim** im Exklusiv-Interview mit HORIZONT erläutert, handelt es sich bei dem Angebot um die erste Sprach-Flatrate im deutschen

Base: Kampagne der Agentur Aufbruch zum Start

Mobilfunkmarkt. "Wer zu Hause oder unterwegs vorwiegend Sprachdienste nutzt, braucht keinen Festnetzanschluss mehr", so Bergheim.

Base ist bereits die zweite Submarke, die E-Plus in Deutschland einführt. Das Tochterunternehmen des niederländischen **KPN**-Konzerns, der in Belgien ebenfalls unter dem Markennamen Base vertreten ist, hatte bereits im Juni den Mobilfunkdiscounter **Simyo** aus der Taufe gehoben und plant offenbar weitere Schritte: "Ich sehe noch viel Potenzial - sowohl für Kooperationen als auch für weitere Brands. Die Zeit der Vier-Marken-Herrschaft ist vorbei", so Bergheim.

Mit der Mehrmarkenstrategie will E-Plus die Voraussetzungen für künftiges Wachstum schaffen: "Über Spezial-Marken können wir einzelne Zielgruppensegmente deutlich fokussierter ansprechen als über eine Mainstream-Marke", sagt Bergheim.

Um Base in Deutschland bekannt zu machen, startet E-Plus Anfang August eine breit angelegte Werbekampagne, die von der Düsseldorfer Agentur **Aufbruch** entwickelt wurde. Für die Schaltung der Printanzeigen und Großflächenposter mit dem Claim "Freedom of Speech" steht ein niedriges zweistelliges Millionenbudget zur Verfügung. *mas*

Das Interview mit Uwe Bergheim und weitere Details zur Markenstrategie, zur Kampagne und zur Handy-Flatrate veröffentlicht HORIZONT in der aktuellen Ausgabe (Horizont 30/2005).