

Pressemeldung

debitel Herbstkampagne 2005

Stuttgart, 31. August 2005. Die debitel Herbstkampagne, die am 1. September startet, hat neben den vier Top-Handys Nokia 6230i, Nokia 6101, dem Motorola V3 RAZR und dem Motorola C390 das Thema DSL und einen neuen Tarif - den Vario 25 - im Fokus. Aus den beiden Komponenten wurde ein DSL-Mobilfunk-Kombitarif konzipiert, der direkt auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten ist.

Die debitel AG zeigt deutlich Flagge auf dem Breitband-Markt: DSL ist ein Themenschwerpunkt der aktuellen debitel-Herbstkampagne, zeitgleich startet eine Vermarktungsoffensive von debitel-DSL-Produkten am POS.

Der debitel DSL flat kombi-Tarif ist das erste deutschlandweite Kombi-Angebot aus einer echten DSL-Flatrate und einem Mobilfunktarif - dem debitel Vario 25. Der Vario 25 hat sich aus dem erfolgreichen Vario-Tarif heraus entwickelt. Die neue Variante präsentiert sich noch übersichtlicher und ist mit seinen günstigen Gesprächsminuten und einer flacheren Tarifstruktur für weite Kundenkreise wesentlich attraktiver. Bei einem monatlichen Paketpreis von 9,95 Euro kostet die Gesprächsminute netzintern oder ins deutsche Festnetz 29 Cent, rund um die Uhr. Außerdem kann der Kunde jeden Monat zwischen 25 Inklusiv-Minuten ins deutsche Festnetz, 25 Inklusiv-Minuten netzintern und 25 Inklusiv-SMS oder 25 Inklusiv-MMS wählen.

Während der Herbstkampagne ist der debitel flat kombi-Tarif für günstige 15,90 Euro zu haben. Wer sich bis zum 31. Oktober für die DSL-Flattarif-Varianten 2000 und 6000 entscheidet, bekommt das Modem für 0 Euro und spart sich außerdem die Anschlussgebühr. Kunden, die bereits einen Mobilfunkvertrag haben, können die mit unterschiedlichen Bandbreiten verfügbare DSL-Flatrate selbstverständlich separat erstehen. Zum festen Kampagnen-Bestandteil wurde über die Jahre das Startgeschenk: Diesmal wird der Kunde bei Vertragsabschluss mit 3 x Monatspaketpreis frei belohnt.

Komplettiert wird die Herbstkampagne durch die Prepaid CallYa-Box mit dem Siemens A70 für 39,95 Euro.

Pressemeldung

Mit einer weitreichenden Anzeigenkampagne sorgt debitel für eine breite Wahrnehmung der Herbstaktion. Verstärkt wird der Werbedruck durch die Großflächenplakatierungen, die sich bereits bei den vorangegangenen Quartalsaktionen bewährt hat.