



Kurzinterview

Drei Fragen an Torsten Brodt, Leiter Mobilfunk Telekom Deutschland GmbH

Warum sind Sie neue Wege bei der Ausgestaltung der Tarife gegangen?

Unser Wunsch war es, mit unseren neuen Mobilfunktarifen etwas Neues, Revolutionäres zu bieten, womit wir die Kundinnen und Kunden zu unseren Fans machen können. Dafür haben wir nicht nur klassisch mit unseren Kundinnen und Kunden gesprochen, sondern auch direkt mit ihnen zusammengearbeitet und datengetrieben mehrere Tausend Feedbacks ausgewertet. Wir sind sogar so weit gegangen, dass wir unser Angebot in einem Testlauf bereits einmal vier Wochen in den Verkauf gebracht haben. So gestalten wir nicht nur dieses Angebot, sondern auch neue Prozesse und Wege im gesamten Einkaufs- und Kundenerlebnis.

Was heißt das konkret?

Unsere Kernaussage lautet: Für alle, die Familie sind. Wir machen unser Angebot attraktiver und einfacher für jeden Menschen und seine Liebsten. Menschen leben heute nicht nur in der klassischen Familie. Menschen leben in Patchwork-Familie, in gleichgeschlechtlichen Partnerschaften, mit Kind oder ohne. Aber nicht nur die Personen im eigenen Haushalt können die Familie sein, sondern auch eine Tante im Nachbarort, die Großeltern oder beste Freunde, denen man alles anvertrauen würde. Für diese Verbindungen haben wir das perfekte Angebot geschaffen. Denn alle, die für die Kundinnen und Kunden Familie sind, können von unseren Angeboten profitieren.

Warum gerade jetzt dieses Angebot?

Ganz einfach: Die Zeit ist reif für neue Angebote. In einer Zeit, in der vieles im täglichen Leben teurer wird, setzen wir ein großes Statement für Familien. Wir können nicht immer nur etwas an den kleinen Schraubchen drehen. Ich bin der Überzeugung, dass wir jetzt den richtigen Schritt gemacht und den Nerv der Zeit getroffen haben. Diesen Weg werden wir weiter beschreiten. Ich bin mir sehr sicher, dass unser Ansatz mit Erfolg belohnt werden wird.