

Münster, 9. März 2009

The Phone House Telecom GmbH
Carsten Titt
Leiter Unternehmenskommunikation
Münsterstraße 109, 48155 Münster
Tel: 0 25 06 / 922 - 5150
Fax: 0 25 06 / 922 - 1300
carsten.titt@phonehouse.de

The Phone House auf dem Weg zur “Wireless World”: Neues Konzept der Notebook Shops erfolgreich getestet

Münster, 9. März 2009. The Phone House erweitert ab sofort seine Expertise in Sachen Notebooks und mobiler Kommunikation. In einer ersten Testphase wurden die The Phone House Shops in Frankfurt, Hamm, Dortmund, Bremen, Köln und Münster schwerpunktmäßig auf die Themen Notebooks, mobile Internet-Flatrates und Smartphones ausgerichtet. Das Produkt-Portfolio wurde in den Notebook Test-Shops auf bis zu 20 verschiedene Marken-Notebooks aus den Produkt-Kategorien „Netbook“, „Allrounder“, „Multimedia“ und „Business“ plus dem passenden Zubehör erweitert. Durch WLAN-Hotspots können die Kunden zur Erleichterung der Kaufentscheidung die neuen Produkte auch live testen.

The Phone House kann bei seinen Notebook Shops auf die wichtigsten und größten Namen der ITK-Branche wie beispielsweise Fujitsu Siemens Computers und Blackberry zurückgreifen und bietet in Kooperation mit den Netzbetreibern spezielle Pakete aus Notebooks und mobilen Internet-Flatrates an. Kunden profitieren diesbezüglich beim Notebookkauf in Kombination mit einem mobilen Datenvertrag und können bis zu 400 Euro sparen.

Der unabhängige Komplettanbieter für Kommunikation zeigt sich nach einer dreimonatigen Testphase sehr zufrieden mit den Resultaten. „Die ersten Ergebnisse in Zahlen sowie die Kundenakzeptanz während der Testphase sind sehr vielversprechend. The Phone House hat sich bereits in der Vergangenheit einen sehr guten Namen als Händler für Notebooks in Kombination mit mobilen Daten-Kommunikationstarifen gemacht. Diesen Ansatz wollen wir mit den Notebook Shops konsequent weiter entwickeln. Für uns sind die gesammelten positiven Erfahrungen bezüglich der neuen spezialisierten Shops ein klares Zeichen, dass das Thema mobile Daten-Kommunikation nicht nur ein kurzlebiger Trend ist, sondern einer der Schwerpunkte des IT- und Telekommunikationshandels von morgen“, so Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House in Deutschland.

„Dieser Test mit den Notebook Shops bildet für uns thematisch einen sehr wichtigen Schritt auf dem Weg in unsere Vision einer „Wireless World“. „Wireless World“ bedeutet für The Phone House, alle wichtigen Produkte und Services der vernetzten Kommunikationsgesellschaft unseren Kunden aus Expertenhand anbieten zu können. Ohne großen Installations-Mehraufwand durch den Kunden, abgestimmt auf die Kommunikationsbedürfnisse jedes Einzelnen und zu einem optimalen Preis,“ so Dr. Ralf-Peter Simon zum Konzept der „Wireless World“.

Um die Kompetenz der Notebook Shops und des The Phone House „Wireless World“-Konzeptes zu unterstreichen, hat The Phone House auch sein Service-Angebot durch neue, auf das Produkt-Portfolio abgestimmte kostenfreie und kostenpflichtige Dienste erweitert. Zu den Services gehören beispielsweise die Installation und Konfiguration der erworbenen Notebooks, die Installation und das Update von Software sowie die Datenübertragung und Datensicherung von Mobiltelefonen und Smartphones. „Wir möchten, dass die Kunden unsere Shops verlassen und sofort Ihr bei uns gekauftes neues Notebook oder auch Smartphone nach Ihren individuellen Wünschen eingerichtet im vollem Umfang nutzen können“, so Dr. Ralf-Peter Simon. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter intensiv auf das erweiterte Produkt-Portfolio der Notebook Shops vorbereitet. Im Fokus stehen dabei mehrtägige Schulungen zu den neuen Services, den Produkten sowie am Point-of-Sale spezielle Weiterbildungs-Maßnahmen, die direkt von den Herstellern durchgeführt werden. „The Phone House will seinen Kunden nicht nur eine Auswahl an exzellenten Produkten präsentieren, sondern selbstverständlich auch kompetenter Ansprechpartner für alle Fragen rund um das erweiterte Portfolio sowie die daran gebundenen Services sein,“ kommentiert Dr. Ralf-Peter Simon die Service-Ambitionen von The Phone House.

The Phone House setzt auf neues Point-of-Sale-Konzept für die Notebook Shops

Unterstützt wird die Testphase an den einzelnen The Phone House Standorten durch umfassende Marketing- und PoS-Kommunikationsmaßnahmen. Bereits von außen kann man bei den Notebook Shops durch Banner, Leuchtsäulen und Fahnen klar die erweiterte Ausrichtung in Sachen Produkt-Portfolio erkennen. Key Visual ist in der Testphase das Notebook Shop Logo in den Farben rot und weiß, welches sich thematisch als roter Faden durch sämtlich PoS-Aktivitäten und Darstellungen zieht. In den Notebook Shops steht die Live-Demonstration der Produkte im Zentrum des Interesses und ist deshalb direkt im vorderen Teil der Verkaufsfläche platziert. Hier können die Kunden an einem Mittelraumpräsentier die Notebooks dank WLAN-Hotspot ausprobieren und einen wichtigen ersten Eindruck zur Kaufentscheidung gewinnen. Darüber hinaus werden Smartphones und Netbooks an Wand-Displays prominent dargestellt. Wichtig sind hierbei - wie auch bei der Präsentation der Notebooks - vor allem die übersichtlichen Produkt- und Preisinformationen,

sowie die verschiedenen Kombinationsmöglichkeiten mit mobilen Daten-Tarifen. Ergänzt wird die neue Darstellung des Produkt-Portfolios am PoS durch Printwerbemittel, wie einen speziellen Notebook Shop Katalog sowie Postwurfsendungen mit den jeweiligen Wochenangeboten und PoS-Promotions.

Über The Phone House

The Phone House Deutschland mit Sitz in Münster ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Best Buy Europe Ltd. Die in London ansässige Muttergesellschaft ist ein Gemeinschaftsunternehmen der britischen Carphone Warehouse Gruppe, dem weltweit größten unabhängigen Händler für Telekommunikation, und des US-amerikanischen Handelskonzerns Best Buy, dem weltweit größten Verkäufer für Unterhaltungselektronik. Die beiden börsennotierten Unternehmen bündeln mit dem Joint Venture ihre europäischen Vertriebsaktivitäten in den Bereichen Telekommunikation und Unterhaltungselektronik. Weltweit betreut die Marken-Familie bestehend aus „The Phone House“, „The Carphone Warehouse“ und dem amerikanischen Joint Venture „Best Buy Mobile“ über 100 Millionen Kunden in mehr als 3.400 Stores in neun Europäischen Ländern sowie in Nord-Amerika.

Bei The Phone House in Deutschland erhalten Kunden die umfassenden Produkte der großen und bekannten Telekommunikationsmarken unter einem Dach. Im Mobilfunkbereich ist dies der autorisierte Vertragsservice für T-Mobile, Vodafone, E-Plus und O2, sowie im Festnetz- und DSL-Bereich die Produkte der Deutschen Telekom, von Arcor, Versatel, O2, 1&1 und Alice. Eine objektive auf die Kundenwünsche zugeschnittene Beratung rundet das Portfolio ab.

The Phone House Deutschland wird sich in den nächsten Jahren vom reinen Kommunikationsanbieter zum unabhängigen Experten für Multimedia, Entertainment und mobiler Kommunikation weiterentwickeln. Zukünftig wird die Expertise um Produkte der „Wireless World“ wie Laptops, Mobile Data, Mobile Entertainment sowie dem passenden Zubehör ergänzt.

The Phone House betreibt in Deutschland über 215 Stores im Eigen- und Franchisebetrieb sowie rund 50 Telekom Shops für die Deutsche Telekom. Mit über 500 aktiven Fachhändlern verfügt das Unternehmen außerdem über eine der größten Fachhandelsplattformen für Telekommunikation in Deutschland. Die Zahl der The Phone House Stores und Fachhandelspartner wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Mittel- bis langfristig soll die Zahl der TPH-gebrandeten Stores auf 500 steigen. Das Unternehmen beschäftigt deutschlandweit über 900 Mitarbeiter.