

## PRESSEMITTEILUNG

### The Phone House setzt bei Expansion auf neues Storekonzept

- Unternehmen wird bis zu drei neue Standorte pro Woche eröffnen
- 10 Prozent Marktanteil am Neugeschäft im Mobil- und Festnetzbereich angestrebt
- Zeitgemäßes PoS-Konzept schafft Einkaufserlebnis für Kunden

Münster, 4. Oktober 2007 – The Phone House verstärkt im Zuge seiner Expansionsstrategie die Vertriebsaktivitäten im deutschen Markt. Das Unternehmen wird in den kommenden Jahren bis zu drei Standorte pro Woche eröffnen. Darunter sind eigene Stores, Stores für Franchisenehmer und T-Punkte. Dies gab die Geschäftsführung des Unternehmens im Vorfeld der EXPO REAL, der internationalen Fachmesse für Gewerbe-Immobilien in München (8. – 10. Oktober 2007), bekannt.

Ziel von The Phone House ist es, bis zum Jahr 2010 die Zahl der Stores von derzeit über 180 auf mehr als 500 nahezu zu verdreifachen. Rund 200 dieser Stores sollen im Franchise-System betrieben werden. Darüber hinaus will das Unternehmen die Zahl der T-Punkte, die es für die Deutsche Telekom eröffnet und mit eigenem Personal betreibt, von derzeit knapp über 30 auf bis zu 100 erhöhen.

Bei der Standortsuche für seine eigenen und Franchise-Stores kommt dem Unternehmen laut Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, seine Positionierung als unabhängiger Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment zugute. „Als Multimarkenanbieter bietet The Phone House nahezu alle bekannten Marken aus Mobilfunk, Festnetz, DSL, Multimedia, Navigation und Entertainment an. Im Gegensatz zu Monomarken mit ihrem eingeschränkten Produktportfolio decken wir damit de facto 100 Prozent der Kundenbedürfnisse ab. Das ist für Vermieter von Standorten, die eine breite Kundenbasis ansprechen wollen, ein wichtiges Argument.“

Der Expansionskurs von The Phone House in Deutschland wird von der Muttergesellschaft The Carphone Warehouse plc. unterstützt. Der Konzern ist der weltweit größte unabhängige Telekommunikationsfilialist mit über 2.300 Stores in zehn europäischen Ländern und den USA und sieht Deutschland als einen Schlüsselmarkt für sein Wachstum. „Wir wollen unseren Marktanteil am Neugeschäft im Mobil- und Festnetzbereich in Deutschland mittelfristig auf zehn Prozent verdoppeln“, so Simon.

Flankiert wird der Wachstumskurs durch ein PoS-Konzept, das durch sein den Zeitgeist treffendes Möbel- und Farbkonzept Akzente setzen und von warmen Holztönen, Pastellfarben und weißen Elementen dominiert wird. Details dazu wird The Phone House der Immobilienbranche auf der EXPO REAL in Halle B2 / Stand 242 vorstellen.

In das neue PoS-Konzept sind viele Elemente aus unterschiedlichen und außergewöhnlichen Konzept-Stores eingeflossen, die The Phone House seit dem Sommer 2006 im Sinne seiner Kunden getestet und mit denen das Unternehmen in der deutschen Telekommunikationsbranche eine Vorreiterrolle besetzt hat. Dazu zählen Projekte wie der The Phone House-Store in der Filiale „Q110 – Die Deutsche Bank der Zukunft“ in der Berliner Friedrichstraße, der Pop Up-Store in der Hohe Straße in Köln und natürlich der bundesweit erste Flagship Store von The Phone House auf der Frankfurter Zeil.

Diese Vorreiterrolle von The Phone House bei der Gestaltung außergewöhnlicher Storekonzepte wird von Experten bestätigt. Im April 2007 hat der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels das Frankfurter Flagship Store-Konzept als eines der innovativsten Storekonzepte des Jahres in Deutschland ausgezeichnet. Darüber hinaus ist The Phone House aufgrund seiner Expansionsbestrebungen und einzigartigen Storekonzepte für die MAPIC AWARDS 2007 in Cannes nominiert. Für Dr. Ralf-Peter Simon ist die PoS-Strategie ein zentraler Erfolgsfaktor: „Viele Wettbewerber begnügen sich mit dem Ansatz, ihren Kunden lediglich Technik zu verkaufen. Unser Ziel ist, in unseren Stores Einkaufserlebnisse für Kunden zu schaffen und sie durch gute Beratung und einen guten Service an das Unternehmen zu binden.“

Weitere Infos unter: [www.phonehouse.de](http://www.phonehouse.de)

**Rückfragen richten Sie bitte an:**

The Phone House Telecom GmbH  
Markus Gehmeyr  
Leiter Unternehmenskommunikation

Münsterstraße 109  
48155 Münster

Tel: 0 25 06 / 922- 5150  
Fax: 0 25 06 / 922- 1515  
[markus.gehmeyr@phonehouse.de](mailto:markus.gehmeyr@phonehouse.de)  
[www.phonehouse.de](http://www.phonehouse.de)

## **The Phone House**

The Phone House mit Sitz in Münster ist eine 100%ige Tochtergesellschaft von The Carphone Warehouse plc, London, dem weltweit größten unabhängigen Filialisten für Telekommunikation. Als unabhängiger Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment bietet The Phone House in Deutschland die gesamte Produktpalette aus den Bereichen Mobilfunk, Festnetz, DSL und Multimedia an. Bei The Phone House finden Kunden die Angebote der großen und bekannten Telekommunikationsmarken unter einem Dach. Im Mobilfunkbereich sind es T-Mobile, Vodafone, E-Plus und O<sub>2</sub>, im Festnetz- und DSL-Bereich unter anderem Angebote der Deutschen Telekom, von Arcor, Versatel und 1&1.

The Phone House betreibt in Deutschland über 180 Stores im Eigen- und Franchisebetrieb und verfolgt eine konsequente Wachstumsstrategie. Im Jahr 2010 will das Unternehmen mit 500 Stores in Deutschland vertreten sein. Mit über 500 aktiven Fachhändlern verfügt das Unternehmen außerdem über eine der größten Fachhandelsplattformen für Telekommunikation in Deutschland. Das Unternehmen beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter und hat mehr als 1,5 Millionen Mobilfunkkunden.