



congstar

WIE FÜHREN WIR UNSERE MARKE IN DIE ZUKUNFT?

Der congstar Weg!

Daniela Süßenbach, Senior Manager Marke & Kommunikation, congstar
Cornelia Krebs, Head of Media & Analytics, September
27. Oktober 2022



LÄUFT!



**WENN'S LÄUFT,
GEH WEITER!**

#ZERSPLITTERT ZWISCHEN 1001 MÖGLICHKEITEN

„Unser Generations Lifestyle? Zersplittert! Kann man nicht vereinheitlichen! Irgendwie auch schade...“

OHH

Gen Z ist die **Generation der unbegrenzten Möglichkeiten**

aufgewachsen mit einem medialen Überangebot und allen Optionen → **Überforderung**

Denn während sie eigentlich nur zugreifen müsste, lässt dieses überwältigende **Überangebot zögern.**

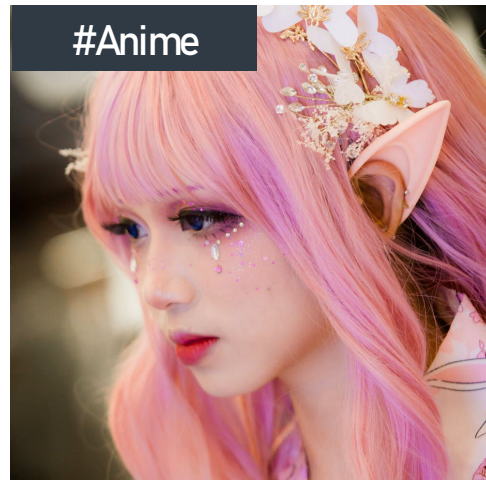
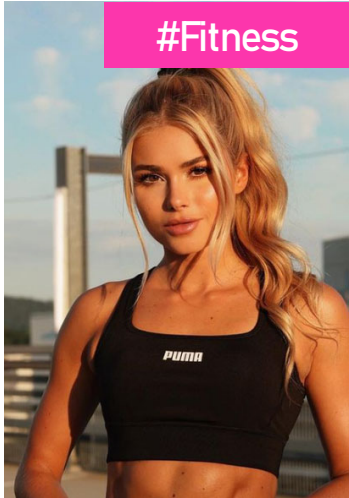
Denn es geht immer höher, weiter, besser.

RASTLOS: die ewige Jagd nach der besseren Option

OHH

We call it the

**SPECIAL
#SNOWFLAKE
SYNDROME**



» This is us! And this, and this...

Ein Leben in Interest-Bubbles

zig verschiedenen zur Verfügung stehenden „Sub-Kulturen“

Gemeinschaftsgefühl ??

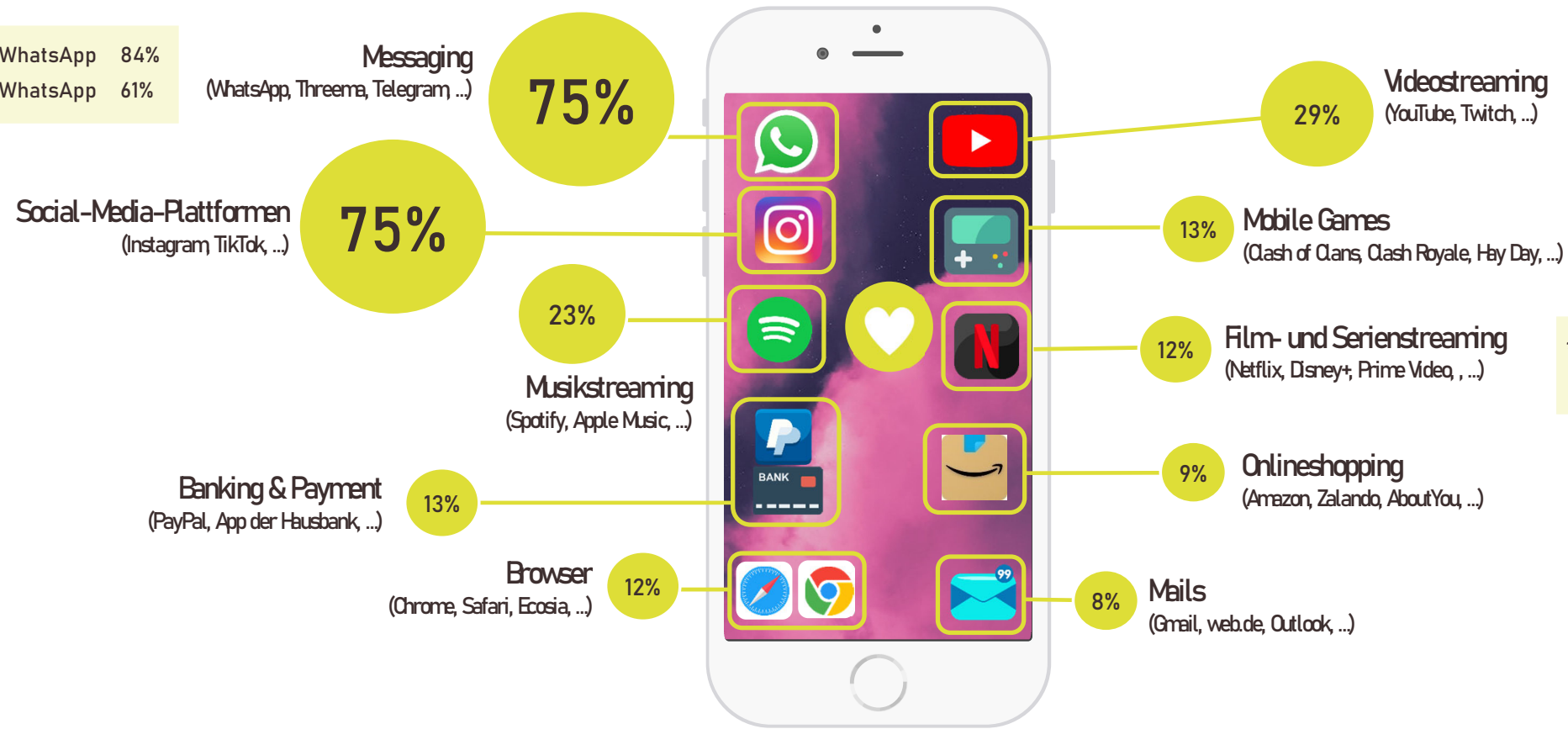
„Man merkt dann, da ist einer voll bekannt in meiner Generation, aber ich kenn den gar nicht.“

„Es gibt so viele Subkulturen in unserer Generation, da habe ich keinen Überblick mehr.“

» Social Media und Messaging sind für Gen Z lebenswichtig

5 Apps, ohne die ich nicht leben könnte... (offene Abfrage)

** ♀ WhatsApp 84%
♂ WhatsApp 61%

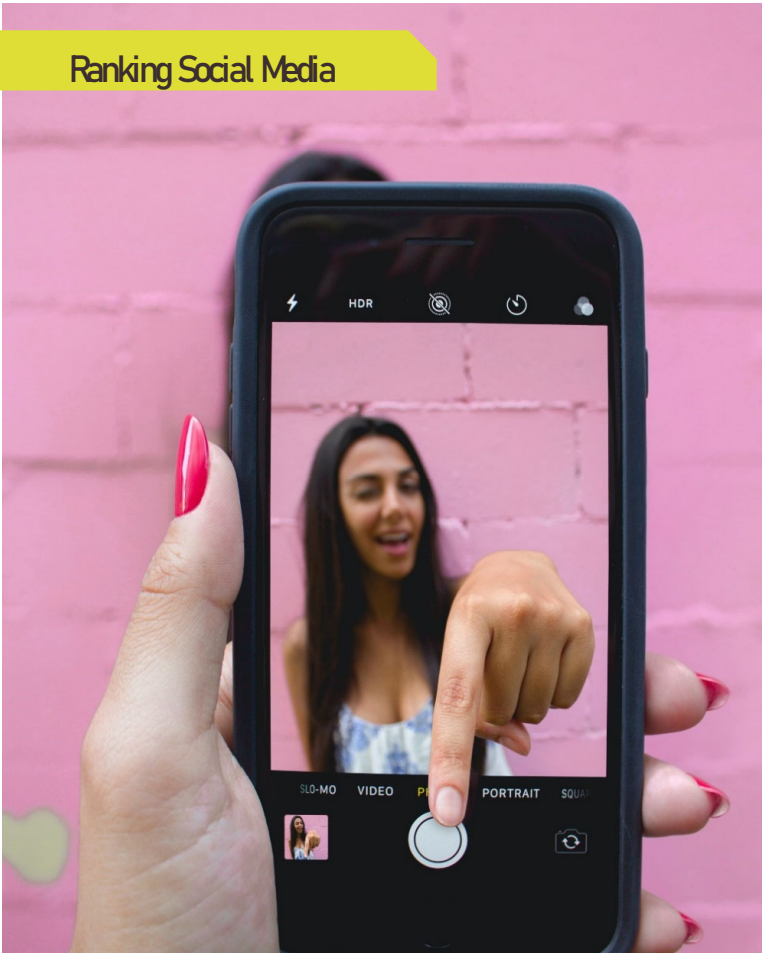


** 16-19 Jahre 21%
20-25 Jahre 9%

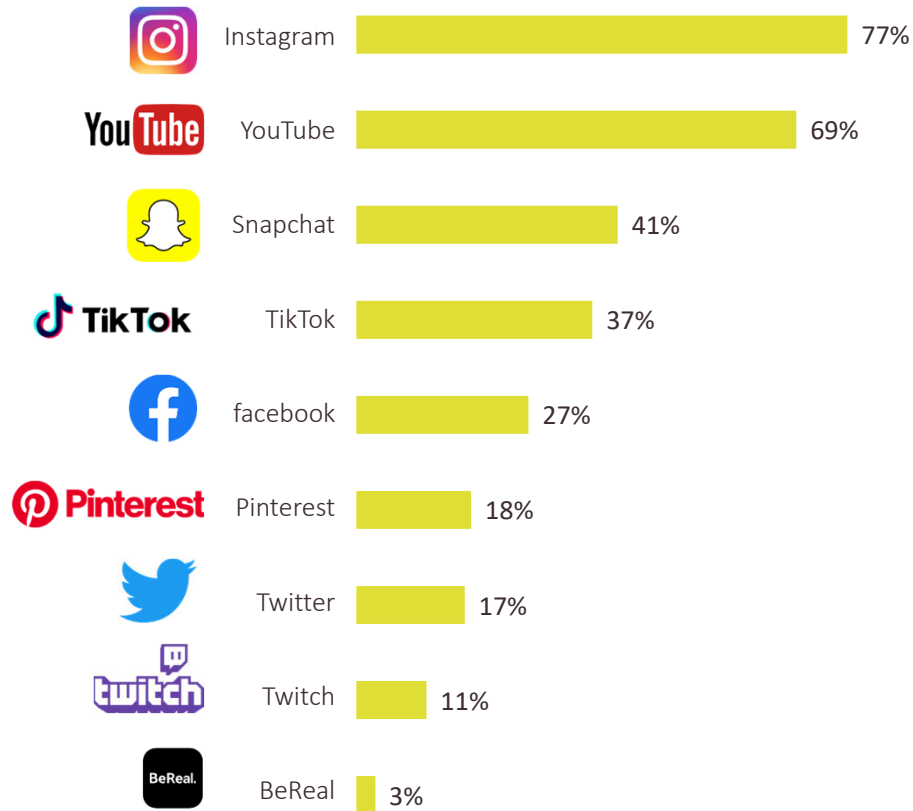
Quelle: GenZ Renaissance 09/2022. Frage: Stell Dir vor, die Anzahl der Apps, die Du auf Dein Smartphone herunterladen kannst, wäre auf nur 5 Apps begrenzt. Welches sind Deine 5 Lieblingsapps, ohne die Du nicht leben könntest? Damit meinen wir keine vorinstallierten Serviceapps wie z.B. Navigation, Wetter, Taschenlampe. Basis: Alle Befragten, die ein Smartphone besitzen, n = 995. Davon 16-19-Jährige n = 337 und 20-25-Jährige n = 658.





» Instagram und YouTube mit Abstand die relevantesten Social-Media-Plattformen

Ranking Social Media



Ranking (gestützte Abfrage, % Anteil unter den Top 3)



	16-19 Jährige [a]	20-25 Jährige [b]
Instagram	84% b 	74%
YouTube	66%	70% 
Snapchat	48% b	38% 
TikTok	 53% b	29%
facebook	8% b	36% a
Pinterest	16%	19%
Twitter	12%	19%
Twitch	11%	11%
BeReal	3%	4%

Frage: Bitte ranke folgende Social-Media-Plattformen nach der Wichtigkeit für Dich persönlich. Basis: Alle Befragten, n = 1.029. Dargestellt ist die Nennung der jeweiligen Plattform unter den Top-3. Basis: Alle Befragten, n = 1.029. Davon 16-19-Jährige n = 345 und 20-25-Jährige n = 684. [ab] signifikante Unterschiede zwischen den Subgruppen (Konfidenzniveau 95%).

CONGSTAR



FINDE NEUE WEGE!

GO, CONSTAR, GO!

FORSCHUNG

Qualitative & quantitative Markenstudien
Status Quo der Marke und perspektivische
Entwicklung der Markenwelten

STRATEGIESHIFT

Shift und Stärkung Social Media
Kommunikation und Content Creation

HALTUNG STATT PRODUKTBENEFIT



FUTURISIERUNG MARKE

Markenshift, Content-
und Socialstrategie

RELAUNCH
CONGSTAR
KOMMUNIKATION



2019

KICK-OFF

Zielsetzung,
Agendasetting
Definition way
forward



2021

ORGANISATION

Ausrichtung Teamstrukturen
auf neue Aufgabenstellungen

2022

NEUER KREATIONSPROZESS

Kollaborative Entwicklung für integrierte
Kommunikationsidee (klass./social),
basierend auf Markenstudien



2023

» AUFTRAG: Implizite Echtzeit-Wirkung von Botschaften frühzeitig zu verstehen



Implizite Emotionsmessung



Key Performance Indicators



Tiefenpsychologie



» Mutige Wege, die congstar geht – wie treffen wir den richtigen Ton in der jungen Zielgruppe?

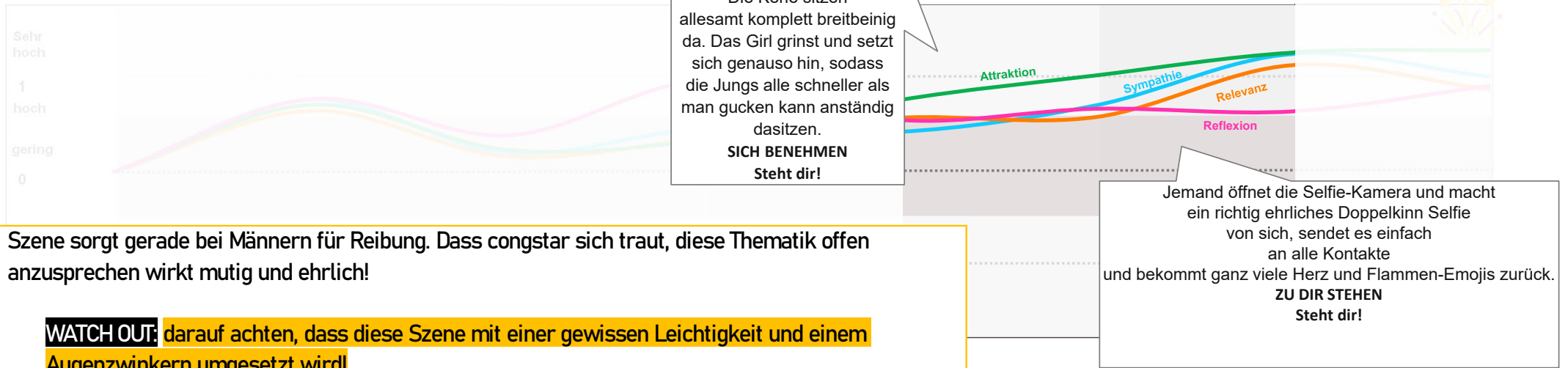
Botschaft zeigt eine negative Seite des „korrekt Seins“ = unattraktiv
congstar wird so nicht erlebt und nicht empfunden.

Botschaft schwer zu dekodieren. Wandeln, im Sinne von:
„Mach Dein Ding, wir supporten Euch!“

YES! psychologische congstar-Qualitäten

- ✓ cooles und offenes Image (Stichwort „congstar-WG“)
- ✓ Botschaft: Hier soll jeder so sein, wie er ist und auch sein möchte = als extrem passend zu congstar empfunden.
- ✓ wird congstar zugetraut, wird als Weiterentwicklung aus der congstar-WG erlebt.

» Nach dem Routen-Check ging es an die Verbalkonzepte / Scripten



Szene sorgt gerade bei Männern für Reibung. Dass Congstar sich traut, diese Thematik offen anzusprechen wirkt mutig und ehrlich!

WATCH OUT: darauf achten, dass diese Szene mit einer gewissen Leichtigkeit und einem Augenzwinkern umgesetzt wird!

Doppelkinn-Selfie rundet den Eindruck von „für sich einstehen“ ab
Ein krasses Selfie, das zu dir stehen verkörpert – guter Bezug zum Druck der sozialen Medien! Und klare Bestätigung von #nofilter

Beim Doppelkinn-Selfie nicht übertreiben, das Beispielbild wirkte schon fast zu viel und unrealistisch.



GO, CONSTAR, GO!

FORSCHUNG

Qualitative & quantitative Markenstudien
Status Quo der Marke und perspektivische
Entwicklung der Markenwelten

STRATEGIESHIFT

Shift und Stärkung Social Media
Kommunikation und Content Creation

HALTUNG STATT PRODUKTBENEFIT



FUTURISIERUNG MARKE

Markenshift, Content-
und Socialstrategie

RELAUNCH
CONGSTAR
KOMMUNIKATION



2019

KICK-OFF

Zielsetzung,
Agendasetting
Definition way
forward



2021

ORGANISATION

Ausrichtung Teamstrukturen
auf neue Aufgabenstellungen

2022

NEUER KREATIONSPROZESS

Kollaborative Entwicklung für integrierte
Kommunikationsidee (klass./social),
basierend auf Markenstudien



2023

FORTSCHRITT FOLGT...



* Bei Buchung der Tarife congstar Allnet Flat S/M/L mit GB+ über congstar.de erhöht sich das monatliche Datenvolumen alle 12 Monate automatisch um jeweils 1 GB bei der congstar Allnet Flat S mit GB+ sowie um jeweils 5 GB bei der congstar Allnet Flat M und L mit GB+. Bei Tarifwechsel entfällt die jährliche Erhöhung des Datenvolumens und das angesammelte, zusätzliche Datenvolumen wird nicht auf den neuen Tarif übertragen. Es gelten dann die Konditionen des neuen Tarifs.

congstar – eine Marke der Telekom Deutschland GmbH, Bayerwerft 12-14, 50678 Köln