



## **Buongiorno startet sein Marketingprogramm „Recharge and Win“ (RAW) jetzt auch bei Telefonica O<sub>2</sub> in Deutschland**

***Bei der Aktion „Prepaid Überraschung – Aufladen und Gewinnen“ bekommen O<sub>2</sub>Prepaid-Kunden in Deutschland bei jeder Aufladung ab 20€ Preise und Überraschungen***

5. August 2010 – Buongiorno (FTSE Italy STAR: BNG), weltweit führend im Bereich der mobilen Unterhaltung, freut sich die Partnerschaft mit Telefónica O<sub>2</sub> Deutschland bekannt zu geben, um den neuen O<sub>2</sub>-Service „Prepaid Überraschung – Aufladen und Gewinnen“ für Prepaidkunden zu lancieren. Der Startschuss für das Angebot fällt am 9. August 2010.

O<sub>2</sub> macht sich Buongiornos Erfahrung zunutze und deren gegenwärtig weltweit erfolgreich durchgeführten „Recharge and Win“-Programmen (RAW). Im Rahmen der Kampagne „Prepaid Überraschung – Aufladen und Gewinnen“ bekommt jeder Kunde, der seine Prepaidkarte mit einem Betrag von mindestens 20 € auflädt, einen Code, den er auf der Website [www.o2.de/ueberraschung](http://www.o2.de/ueberraschung) einlösen kann. Je nach Betrag kann der Kunde verschiedene Arten von Preisen gewinnen die in Silber und Gold unterteilt sind. Außerdem hat er die Chance an einer regelmäßigen, großen Preisverlosung teilzunehmen, deren Hauptgewinn bei der ersten Kampagne z. B. ein spannender VIP- Wochenendtrip durch drei europäische Städte ist.

Buongiorno war nicht nur der Erfinder des Konzepts, sondern wird O<sub>2</sub> auch beim Management, der technischen Infrastruktur, der Durchführung der Kampagnen, der Datenanalysen, dem Einkauf der Preise und der Logistik unterstützen.

Die Partnerschaft mit O<sub>2</sub> in Deutschland ist eine logische Konsequenz des internationalen Erfolgs der RAW-Programme. Bereits seit 2007 betreibt Buongiorno mit „Win every time“ einen innovativen, auf CRM basierenden Service bei OPTUS in Australien. Aufgrund des großen Erfolges in Australien hat Buongiorno ähnliche Programme in Europa initiiert wie z. B. O<sub>2</sub> UK mit der Kampagne „Top-Up Surprises“ (seit November 2008), „Ricarica e Vinci“ bei Telecom Italia Mobile (TIM) seit November 2009 und die im Februar 2010 gestartete Promotion „Play&Gold“ von Belgacom (Proximus) in Belgien.

Als ein weltweit führender und etablierter Anbieter von mobilen Entertainmentangeboten verfügt Buongiorno über die Technologie und das Know-how, um die Mobilfunkanbieter mit innovativen Marketinglösungen zu unterstützen. Mithilfe des RAW (Recharge and Win) Ansatzes bietet Buongiorno diesen eine interessante Möglichkeit, um ihre Kunden besser kennenzulernen, die Loyalität mit zielgerichteten Incentives zu erhöhen und dadurch Kundentreue und ARPU zu erhöhen.

RAW spielt wie andere innovative CRM-Ansätze eine zunehmend wichtige Rolle im Angebotsportfolio der Mobilfunkunternehmen. Wegen des scharfen Wettbewerbs im Markt und der schwierigen wirtschaftlichen Lage bemühen sich Betreiber zunehmend ihre Kunden noch stärker an sich zu binden.

Jürgen Reutter, MD Buongiorno Deutschland, kommentiert: „Wir freuen uns außerordentlich über unsere Partnerschaft mit O<sub>2</sub> in Deutschland und über unsere wachsende Liste an RAW-Partnern in Europa. Wir haben erkannt, dass es bei unseren Partnern in Europa einen großen Bedarf gibt nach neuen Lösungen, wie man sich vom Wettbewerb differenzieren kann indem man seine Kunden durch eine clevere Incentivierung entsprechen motiviert. Buongiorno hat deshalb in eine einzigartige CRM-Plattform investiert die es uns heute ermöglicht, als kompetenter Partner für Mobilfunkunternehmen optimale Loyalitäts-Programme aufzusetzen und zu betreiben und damit den ARPU zu steigern und gleichzeitig die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen.“

„Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Partnerschaft mit Buongiorno“, erklärt Peter Rampling, MD Marketing Telefónica O<sub>2</sub> Germany, „„Prepaid Überraschung“ ist eine Premiere für den deutschen Markt und ein weiterer Beweis dafür, dass O<sub>2</sub> seinen Kunden innovative und herausragende Serviceleistungen bietet.“



### **Über Buongiorno**

Buongiorno (Italien, FTSE STAR: BNG) ist das führende multinationale Medienunternehmen im Bereich des digitalen und mobilen Entertainments. Mit 24 Büros in 57 Ländern auf 5 Kontinenten sowie 200 direkten Verbindungen mit mehr als 130 Mobilfunkunternehmen und Zugriff auf 2 Milliarden Mobilfunkkunden, bietet Buongiorno eine einmalige internationale Präsenz. Das Unternehmen arbeitet in zwei Geschäftsbereichen: direkter Vertrieb von mobilen Mehrwertdiensten durch Marken wie Blinko Gold für Mobile Content Services und der Social Network Aggregator Hellotxt sowie durch Partnerschaften mit führenden Mobilfunkunternehmen und Mediagruppen (Consumer Services) und digitalen Marketing Services (Buongiorno!Digital).