

Plenti runder 5.000 kunder

6. maj 2016

Med en kombination af fri tale & data på mobilen samt fri adgang til en række digitale underholdningstjenester har det nye danske telekoncept Plenti allerede trukket 5.000 kunder til.

14. marts gik den danske mobilsatsning Plenti i luften med en ambition om at flytte telebranchens fokus fra minutter og gigabytes til underholdning og digitalt indhold. Og tilbuddet om fri data på mobilen, fri tale og fri sms, kombineret med fri adgang til en række digitale underholdningstjenester har allerede fået 5.000 danskere til at købe abonnement hos den nye spiller på det konkurrenceprægede mobilmarked.

"Vi er glade for, at danskerne har taget så godt imod Plenti. Det viser, at vi ikke er de eneste, der synes, at et mobilabonnement skal kunne andet og mere end at tælle minutter og gigabytes," siger Peter Mægbæk, medstifter og direktør i Plenti.

Plentis målsætning er at runde 100.000 kunder inden for de første par år. Og ifølge Peter Mægbæk er man allerede godt på vej:

"Med 5.000 kunder i forretningen er vi dér, hvor vi håbede på, vi ville være på nuværende tidspunkt, og vi er godt i gang med at få opbygget kendskab til vores koncept. Vi har generelt mødt rigtig mange positive kunder og er ydmyge overfor den tillid, vi er blevet mødt med. Samlet betyder det, at vi er godt på vej til at indfri vores forventninger inden for de første par år," forklarer Peter Mægbæk.

Plenti, der samler mobilabonnement og fri adgang til underholdningstjenester som Allers og Egmonts magasiner, online-nyheder fra Berlingske og Ekstra Bladet, lyd- og e-bøger fra Mofibo samt fri entré til Tivoli, er stiftet af Morten Strunge og Peter Mægbæk, der tidligere har stået i spidsen for henholdsvis teleselskabet Onfone og bredbåndstjenesten Fullrate. Selskabet har på nuværende tidspunkt 22 medarbejdere og er i gang med at ekspandere yderligere.