

Ein-Marken-Strategie

Österreichische Marke A1 wird internationaler und stärkt Positionierung am europäischen Markt.

WIEN. Die A1 Telekom Austria Group war bisher als einer von wenigen Playern mit verschiedenen Marken in Europa präsent. Mit der Ein-Marken-Strategie wird nun auch die Größe des Konzerns deutlich. 2017 beschloss man, die Marke A1 konzernweit für ihr gesamtes operatives Geschäft schrittweise auszurollen.

Alejandro Plater, CEO und COO der A1 Telekom Austria Group: „Wir werden unsere erfolgreiche österreichische Marke A1 für das gesamte gruppenweite operative Geschäft anwenden. Damit setzen wir einen weiteren wichtigen Schritt zur Schärfung unseres Profils innerhalb des

hochkompetitiven europäischen Telekommunikationsmarkts. Im digitalen Zeitalter sind Wiedererkennbarkeit und vertraute Marken essenzielle Wettbewerbsfaktoren. Auf dem Weg zum einheitlichen Auftritt haben wir einen weiteren Meilenstein erreicht: Wir haben unsere bulgarische Tochtergesellschaft einem Rebranding auf A1 unterzogen“, so Plater.

Effizienz soll erhöht werden

Die Ein-Marken-Strategie soll gleichermaßen die regionalen Unternehmen stärken sowie die Effizienz innerhalb der Gruppe bei Produktentwicklungen und Services erhöhen.



„Dass wir A1 als Konzernmarke verwenden werden, freut mich. Mit Rot, das bereits bei anderen Schwestergesellschaften etabliert ist, schaffen wir ein verbindendes Element im Konzern und visualisieren so unsere One-Company-Strategie. Unsere Marke steht in Österreich für Qualität und alle konvergenten Angebote – Mobil, Festnetz, TV, Data & Cloud Solutions, Content sowie OTT-Services“, erläutert

Umstellung

Umsetzung der stufenweisen optischen Implementierung in Österreich wird zwei bis drei Jahre dauern.

A1 Österreich CEO und CTO Marcus Grausam die Neuerungen. In Österreich wird sich der Auftritt in das gemeinsame Markenbild einfügen und einem Marken-Refresh unterzogen.

Dreidimensionales A

A1 ist der bekannteste Anbieter von Telekommunikationslösungen in Österreich. Das typische dreidimensionale A mit flexibler Markenidentität hat einen hohen Wiedererkennungswert und ist einzigartig in Europa. Die bisherige Akzentfarbe Grün wird in Übereinstimmung mit der A1 Telekom Austria Group auf Rot geändert. Die „1“ wird dreidimensional. (red)

Upgrade-Studium Diplom BetriebswirtIn^{WU}

WU
EXECUTIVE
ACADEMY

Upgrade your Career

- › 4 Semester akademische Managementausbildung
- › Berufsbegleitend – geblockte Module
Freitag Nachmittag und Samstag
- › Job-Familie-Studium vereinbaren > es ist möglich!
- › Infoabend: Mittwoch, 6. Juni 2018, 18.00 Uhr

Weitere Informationen

www.diplombetriebswirt.at | +43-1-313 36-4816

