

Vom Mega-Aufreger zum Marktingerfolg

Bei seiner Präsentation war das neue Ski Austria-Logo in aller Munde. Nun holte der neue Markenauftritt einen goldenen IAA Effie und auch den Audience Award.



© Katharina Schiffl

Als der neue Ski Austria-Markenauftritt, kreiert von der Agentur Scholz & Friends, dieses Frühjahr präsentiert wurde, ließ vor allem das neue Logo niemanden kalt. Es gab neben positivem Feedback auch viel Kritik – man hatte Namen wie „Schneeflocke“, „Ski-ständer“ bis „Mikado“ für das neue Logo parat.

Jetzt wurde der neue Markenauftritt bei der Effie-Gala vergangene Woche mit einem

Doppelsieg

Scholz & Friends holt den Effie in Gold sowie den Audience Award.

goldenen IAA Effie und sogar dem Audience Award ausgezeichnet.

Und trotz der damaligen Kritik und der kontroversiellen Diskussion um den neuen Markenauftritt: Schon damals zeigte eine Umfrage des ORF mit über 30.000 Teilnehmenden: 52% fanden den neuen Auftritt unmittelbar besser als das alte Logo.

Das Design selbst war Top-Thema in der „Zeit im Bild“, auf dem Cover praktisch jeder Tageszeitung und wurde vor allem



Ski Austria

Interpretations-spielraum

Von „Ski-ständer“ über „Schneeflocke“, „Anarchie“ bis „Mikado“ – es gab viele Interpretationen des neuen Logos.