

VORTRAG Orange-Chef Michael Krammer beim Management Club Österreich

Zum Orange-Werden

Wien. Kann man aus der Not eine Tugend machen? Dieser Frage stellte sich **Michael Krammer** beim Get-Together des Marketing Clubs Österreich (MCÖ) und erzählte vom viel beachteten Markenwechsel, der in seinem Unternehmen erfolgreich über die Bühne gebracht wurde.

Von One zu Orange: Die Ausgangsbedingungen zu diesem Markenwechsel seien alles andere als leicht gewesen – „ein extrem kompetitiver Markt mit sehr hohen Werbespendings, teils aggressiven Rabattversprechen und einer 100-prozentigen Markenbekanntheit von One“. Die Kernfrage vor dem Launch lautete also: Wie kann man eine derart etablierte Marke ohne massive Enttäuschungen bei Kunden und Mitarbeitern in eine neue überführen?

Krammer sprach über die strategischen Schritte seines Führungsteams, über eine 360° Kommunikationsstrategie nach außen wie auch nach innen hin sowie über die Zufälle auf dem Weg von One zu Orange. Im gesamten Launch-Prozess seien neue Wege beschritten worden. Um die Haltungen der Kunden in allen relevanten bewussten wie unbewussten Dimensionen

kennen zu lernen, wurde u.a. ein tiefenpsychologisches Forschungskonzept zum Einsatz gebracht, mit dessen Hilfe sowohl im Vorfeld eine sehr realistische Einschätzung der Launch-Wirkung eruiert als auch einige Wochen nach dem Wechsel ein Abgleich mit der tatsächlich eingetretenen Wirkung rekonstruiert wurde, wie

Andreas Marlovits, Geschäftsführer der Akademie für Kultur Markt Medien, ausführte, der diesen Prozess begleitet hat. Unter den Zuhörern: MCÖ-Geschäftsführerin **Judith Löffler** und Vorstandsmitglied **Ingrid Krenn-Ditz**, **Elisabeth Kozel** (Google Austria), **Erich Mayer** (Bank Austria), **Damian Iz-**

debski (DiTech), **Georg Wiedenhofer** (bauMax), **Klaus Pichler-Szimak** (Schloss Schönbrunn), **Mark Hübl** (American Express), **Manfred Oschounig** (ÖBB Postbus) und **Michael Miskarik** (Allianz).

ALEXANDER PFEFFER

CHRISTOPH PRIDUN

christoph.pridun@wirtschaftsblatt.at



Ein Club sieht orange (v.li.): **Michael Krammer**, **Ingrid Krenn-Ditz** und **Andreas Marlovits**