

Corporate Messaging für Versatel Neupositionierung



„Nach der Fusion von Versatel und TROPOLYS unterstützte das Messaging die Neuausrichtung der Versatel und sicherte eine einheitliche Außendarstellung des Unternehmens durch alle Mitarbeiter aller Abteilungen und aller Partner.“

Marion Krause,
Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation der Versatel AG

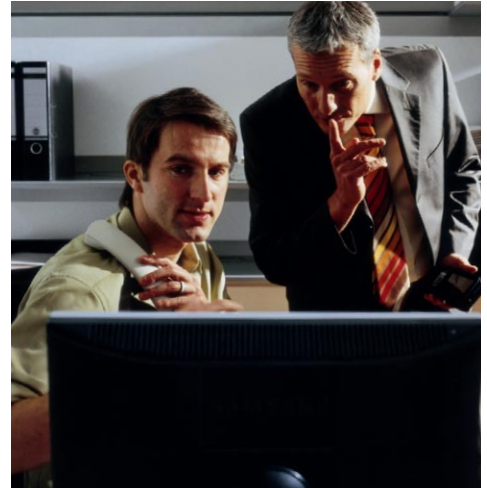
Ähnlich wie Individuen brauchen auch Unternehmen eine Definition ihrer Identität, wollen sie im Wettbewerb um Partner und Kunden bestehen. Versatel, einer der größten deutschen Telekommunikationsanbieter, beauftragte vibrio mit der Moderation und Formulierung der Versatel Neupositionierung im Rahmen ihrer Corporate Identity-Strategie.

Nach der Verschmelzung mit TROPOLYS, einer bis 2006 eigenständigen Telefongesellschaft, befanden sich bei Versatel zwei Marken unter einem Dach. „Von beidem das Beste“, lautete das Motto. Doch was genau das „Beste“ ist und wie es überzeugend kommuniziert werden kann, war nach dem Merger nicht klar definiert. Es fehlte an konsistenten Aussagen, die vom Geschäftsführer bis zur Sekretärin alle Mitarbeiter kannten und in der Außenkommunikation nutzten. Ein Messaging-Booklet sollte Abhilfe schaffen.

COPORATE-MESSAGING-WORKSHOPS

Den Anfang bildeten persönliche Gespräche mit dem Versatel Management. Sowohl Unternehmensführung, Finanz- und Vertriebsverantwortliche als auch Vertreter der Pressestelle wurden hierfür intensiv befragt. In den folgenden Workshops diskutierten ausgewählte Teams unter der Moderation von vibrio beispielsweise Fragen wie:

- Welche Trends sind relevant für unser Business? (*Corporate Vision*)
- Warum gibt es uns? (*Mission Statement*)
- Wie definiert sich die Marke Versatel rational und emotional?
- Was ist die Kernbeschreibung des Unternehmens? (*Elevator Pitch*)
- Wer sind die Zielgruppen?
- Was sind die zielgruppenspezifischen Nutzenversprechen?



Die Ergebnisse der Workshops wurden in einem Messaging-Handbuch konsolidiert und in einem Foliensatz für Firmenvorträge visualisiert. Die interne Verbreitung und Erläuterung des Corporate Messaging – eine zentrale Phase des Projektes – wurde von der Abteilung „Unternehmenskommunikation“ ausgesteuert.

UMSETZUNG

Mit den Ergebnissen gelang es vibrio, die Grundlage des internen Selbstverständnisses von Versatel zu definieren und die Neuausrichtung zu unterstützen. Das Unternehmen konnte sich stringent nach außen und innen präsentieren und adäquat mit Partnern und Kunden kommunizieren.



Kontakt:

Dr. Michael Kausch,
Geschäftsführer,
vibrio Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH,
Edisonpark Haus C, Ohmstraße 4,
D-85716 Unterschleißheim,
Phone +49 (0) 89 3215170

michael.kausch@vibrio.de
www.vibrio.de

versatel