

Rebranding von UMC

17.05.2007

Eine der größten ukrainischen Marken stellt ihre Existenz ein, berichtet der [Kommersant-Ukraine](#) in seiner heutigen Ausgabe. Ihre Stelle nimmt die russische MTS ein, wofür seit gestern Werbung in der Ukraine geschalten wurde. Die Erneuerung der Marke geht über drei Monate und kostet 20 Mio. Dollar. Das Unternehmen bestätigt, dass in erster Linie negative Assoziationen mit der alten Marke in Bezug auf Verbindungsqualität und Service aus der Welt geschafft werden sollen. Experten bezweifeln, dass es UMC/MTS möglich sein wird Marktanteile hinzuzugewinnen, jedoch wird davon ausgegangen, dass sich der Gesamtwert der Marke MTS aufgrund der internationalen Aufstellung erhöht.

Eine der größten ukrainischen Marken stellt ihre Existenz ein, berichtet der [Kommersant-Ukraine](#) in seiner heutigen Ausgabe. Ihre Stelle nimmt die russische MTS ein, wofür seit gestern Werbung in der Ukraine geschalten wurde. Die Erneuerung der Marke geht über drei Monate und kostet 20 Mio. Dollar. Das Unternehmen bestätigt, dass in erster Linie negative Assoziationen mit der alten Marke in Bezug auf Verbindungsqualität und Service aus der Welt geschafft werden sollen. Experten bezweifeln, dass es UMC/MTS möglich sein wird Marktanteile hinzuzugewinnen, jedoch wird davon ausgegangen, dass sich der Gesamtwert der Marke MTS aufgrund der internationalen Aufstellung erhöht.

Das Netz der Geschlossenen Aktiengesellschaft "Ukrainskaja Mobilnaja Swjas" (UMC) deckt 95% des ukrainischen Territoriums mit 88% der Bevölkerung ab. Die Firma hat 20,5 Mio Abonnenten. 100% der Aktien gehören der russischen Offenen Aktiengesellschaft "Mobilnye Telesistemy".

Gestern informierte der Präsident der Firma MTS, Leonid Melamed, auf einer Pressekonferenz in Moskau, über den Beginn des Rebrandings von UMC. Ab jetzt wird die Firma "Ukrainskaja Mobilnaja Swjas" unter der russischen Handelsmarke MTS firmieren. Als Grund für die Umbenennung nannte Melamed, den schlechten Ruf von UMC aufgrund schlechter Verbindungsqualität. "In 2003-2004 unterschätzten wir die Entwicklung des ukrainischen Marktes und deswegen investierten wir nicht in ausreichendem Maße in den Ausbau der Netze. Dies führte zu einer Verschlechterung der Verbindungsqualität in der genannten Periode und bei den Nutzern wurde der Eindruck erzeugt, dass die Qualität der Verbindung bei UMC schlechter ist als bei Kyivstar. Wir sind zu der Überzeugung gekommen, dass die Entwicklung einer neuen Marke günstiger ist, als die Renovation der alten.", sagte der Präsident von MTS. der [Kommersant-Ukraine](#) erinnert daran, dass es in 2005 erste Bemühungen gab die Marke zu stärken mit dem Slogan "Qualität über alles".

Der Generaldirektor von UMC Pawel Pawlowski teilte mit, das mit der Einführung der Marke MTS verschwinden lediglich die Tariflinien Sim-Sim und UMC und die bereits existierenden Tarife, wie der jugendliche "Jeans*" und der Billigtarif "Ekotel" bleiben erhalten. "Ein Eckstein der Strategie von MTS wird die Segmentierung. Jedem Segment des Auditoriums werden wir vorschlagen, was es möchte. "Jeans*" wird sich abgrenzen durch ein weites Angebot an Jugendcontent. Und "Ekotel" werden wir als Instrument für Preiskriege in der Ukraine benutzen – diese Handelsmarke wird nicht mit MTS assoziiert.", führte Pawlowski aus.

Wie der [Kommersant-Ukraine](#) gestern vom Direktor der Reklameagentur Maxim (gehört zur russischen Holding AFK Sistema, welche ein Kontrollpaket an MTS hält), Andre Klimenko, informiert wurde, sind bereits die ersten Werbetafeln von MTS auf dem internationalen Flughafen Boryspol installiert worden. Auf rotem Untergrund erscheint der Slogan: "Bald! Das wichtigste Ereignis auf dem ukrainischen Telekommunikationsmarkt.". Den Worten Klimenkos nach, beginnt die eigentliche Werbekampagne am 1. Juni und wird zwei bis drei Monate dauern.

Seit dem letzten Jahr erscheint als Logo von MTS ein weißes Ei auf rotem Quadrat. Seit dem Mai vergangenen Jahres erscheint dieses Logo als durchgängiges für alle Aktiva im Bereich der Telekommunikation der Holding AFK Sistema. Der Bewertung der internationalen Agentur Interbrand nach, ist der Wert der Marke MTS im Jahr 2006 mit 4,8 Mrd. Dollar anzusetzen gewesen.

Den Worten eines Informanten des „**Kommersant-Ukraine**“ nach, ist das Werbebudget für das Rebranding dreimal höher als das mittlere Werbebudget der Firma UMC. Den Daten von Marktteilnehmern nach, kostet die Umbenennung etwa 20 Mio. Dollar. Die Agentur Tabasco ist vor zwei Wochen mit der Ausarbeitung der Kampagne beauftragt worden, so Klimenko, und benutzt dabei den Namen der internationalen Kreativagentur JWT.

Mit dem Rebranding ändert sich die Stellung der Marke grundlegend. Nach Melamed die Marke unter der Devise „Mehr Dienstleistungen zu angemessenen Preisen“ existieren. Im Zuge der Umbenennung werden analog zu den russischen, neue Tarifpakete eingeführt. So beispielsweise einer der in Russland populärsten Tarife „Der Erste“, welcher mit der neuen Marke im Juni 2006 eingeführt wurde, was 1,5 Mio. Abonnenten nutzen, und im Dezember des gleichen Jahres bereits 6,7 Mio. Abonnenten vorweisen konnte. Genauso erfolgreich war der Tarif RED, mit besonders für Jugendliche attraktiven niedrigen Innenetztarifen. Im September 2006 wurde RED von 1,5 Mio. Abonnenten gewählt und im Dezember war es schon 3,1 Mio. Nutzer.

Der Meinung von Branchenkennern nach stellt eine Umbenennung ein gutes Mittel dar, um negative Assoziationen aus den Gedächtnissen der Nutzer zu löschen. Der Direktor für Marketing der Firma „Ukrainskije Radiosistemuj“ (Marke Beeline), Anton Wolodkin, geht davon aus, dass 20 Mio. Dollar für die Umbenennung von UMC reichen werden. „Die Marke UMC war stark und etabliert, doch gab es offensichtliche Probleme. Aus zwei Gründen – das sind die Qualität der Verbindung und die Qualität des Services. Außerdem brachte die Unterteilung der Tarife Sim-Sim und UMC einige Verwirrung in die Tarifpolitik des Unternehmens, aber die Einführung einiger verständlicher Tarife auf den Markt wirkt positiv auf die Annahme der Geschäftsangebote.“, so der Kommentar von Wolodkin.

Im Übrigen wird nach Expertenmeinung eine Ausweitung der Marktanteile erst in der zweiten Stufe des Rebrandings erfolgreich sein. Das erste Ziel stellt die Übertragung des Markennamens auf alle ausländischen Aktiva von MTS dar.

Marktanteile:

Operator	Dez. 2005	Dez. 2006
Kyivstar	12,532	19,066
Djuice	4,635	7,878
UMC	13,327	16,919
Jeans*	5,354	6,436
life:)	2,460	5,550
Beeline	-	1,595

Übersetzer: **Andreas Stein** — Wörter: 891

Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Sie dürfen:

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

Zu den folgenden Bedingungen:

Namensnennung. Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Keine kommerzielle Nutzung. Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Weitergabe unter gleichen Bedingungen. Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Haftungsausschluss

Die Commons Deed ist kein Lizenzvertrag. Sie ist lediglich ein Referenztext, der den zugrundeliegenden Lizenzvertrag übersichtlich und in allgemeinverständlicher Sprache wiedergibt. Die Deed selbst entfaltet keine juristische Wirkung und erscheint im eigentlichen Lizenzvertrag nicht.

Creative Commons ist keine Rechtsanwaltsgeellschaft und leistet keine Rechtsberatung. Die Weitergabe und Verlinkung des Commons Deeds führt zu keinem Mandatsverhältnis.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Die Commons Deed ist eine Zusammenfassung des Lizenzvertrags in allgemeinverständlicher Sprache.