

Case Study

Corporate Communication Technology

AIT – Austrian Institute of Technology. Die Austrian Research Centers (ARC) verfolgten 2009 eine neue Unternehmensstrategie. Im Zuge dessen wurde nach einer 50-jährigen Geschichte ein allumfassender Markenwechsel und Change-Prozess hin zum „AIT – Austrian Institute of Technology“ vollzogen. Gemeinsam mit Industriepartnern und internen Entscheidungsträgern wurden neue Wege erarbeitet.

Durch eine spezielle interne und externe, integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation wurden die neue Marke sowie die neue Unternehmensstrategie nach innen und außen erfolgreich vermittelt, und das AIT als österreichisches Forschungsunternehmen mit europäischem Format positioniert.

Komplexe Themen einfach und verständlich vermitteln steht seither im Mittelpunkt der aktiven Breitenkommunikation: Vom Smart Grid Labor über den eBus bis zur selbst-fahrenden Straßenbahn. bettertogether bespielt dabei die gesamte Medienpalette, von digitalen Magazinen und Video-Blogs über die klassische Medienarbeit bis hin zur direkten Stakeholder-Kommunikation. Negative Konnotationen der früheren Marke ARC konnten dadurch beseitigt werden.

