



NEWS ABONNIEREN



foto: Barbara Kastlunger, Anja Tretbar-Bustorf und Bernadette Kamleitner © leadersnet.at/Auer

## T-Mobile ließ Studierende am Marken-Relaunch teilhaben

Praxisdialog „Marketing Insights“ gewährte exklusiven Einblick ins Mobilfunkgeschäft.

Studierende verschiedener Studienrichtungen und Interessierte erhielten einen exklusiven Einblick in das Mobilfunkgeschäft sowie die Details zur neuen T-Mobile mit der neuen markanten Werbelinie, die Mitte September startete.

Im Rahmen des Praxisdialogs „Marketing Insights“, der gemeinsam von m.core (Institute for Marketing and Consumer Research, WU Wien), den Lehrgängen der Executive Academy und der Werbewissenschaftlichen Gesellschaft veranstaltet wurde, präsentierten Anja Tretbar-Bustorf und Barbara Kastlunger von T-Mobile anhand von Marktforschungsmethoden und -erkenntnissen den Weg zur neuen erfolgreichen Kommunikation von T-Mobile.

Intensiv diskutiert wurden die Ausrichtung und Eigenschaften der neuen Marke T-Mobile, die auf dem „Wie-ich-will-Prinzip“ basiert: Mit einer völlig neuen Tarifstruktur nach dem Baukastenprinzip, bei der die Tarifwahl vom Kauf des Smartphones getrennt wird und jährliche Upgrades möglich sind, breche T-Mobile mit bestehenden Spielregeln am Mobilfunkmarkt. (as)

[www.t-mobile.at](http://www.t-mobile.at)

[www.wu.ac.at](http://www.wu.ac.at)



[Marketing Insights Praxisdialog - T-Mobile - Fotos H.Auer](#)  
[2014-10-23](#)  
[\(26 Fotos\)](#)

diese Story versenden