

# MARKE UND UNTERNEHMEN ALS ALLUMFASSENDE EINHEIT

*Mit rund 160 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ist Brandnamic eine der derzeit größten und angesagtesten Agenturen des Alpenraums. Angefangen haben die Spezialisten für Hotel und Destinationsmarketing 1997 allerdings ganz klein – in einem zehnköpfigen Brixner Beratungsunternehmen.*



**ECO.NOVA: Wie kam es zu diesem erstaunlichen Wachstum?** MICHAEL OBERHOFER: Als meine Partner Hannes Gasser, Matthias Prader und ich das Unternehmen, für das wir arbeiteten und in dem wir uns kennengelernt hatten, 2009 mit 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übernahmen, waren wir in unseren Zwanzigern und äußerst motiviert, unsere Visionen in die Tat umzusetzen. Wir wollten eine Marketingagentur für Hotels und Destinationen schaffen, die nicht nur mit Full Service punktete – eine damals in Südtirol einzigartige Ausrichtung –, wir wollten vor allem unserer Klientel allerhöchste Qualität und wirkliche Innovationskraft in allen Bereichen bieten. Ein Konzept, das aufging, denn den Kundinnen und Kunden kam

es sehr gelegen, sich mit allen Belangen an eine einzige Agentur wenden zu können – noch dazu eine Agentur, die von Menschen geführt wurde, die eigene Erfahrung aus der Hotellerie mitbrachten und somit die Anliegen der Branche genauestens kannten. Das war und ist – denke ich – der Grund für unseren Erfolg. Und natürlich die Tatsache, dass wir immer am Puls der Zeit sind, die aktuellsten Entwicklungen und Lösungen kennen, ohne deshalb notgedrungen auf jeden Trend aufzuspringen.

**Was ist heute Ihr Kerngeschäft?** Die Tatsache, dass wir von vorneherein Dienstleistungen aus einer Hand anbieten, zog natürlich immer schon nach sich, dass wir

im Bereich Branding – also etwa in der Etablierung der Corporate Identity eines Hotels – saubere Marketinglösungen aus einem Guss anbieten konnten. Das ist für eine reine Grafik- oder Webagentur nicht im selben Maße möglich. Im Lauf der Jahre etablierten wir uns schließlich immer mehr als Anlaufstelle für Unternehmen mit hohem Anspruch und Visionen, die vorwiegend ihre Marke und Marktposition stärken wollen – und zwar mit innovativen, zielgerichteten Lösungen und guten Ideen für die Zukunft. Es geht bei Brandnamic um die konsequente Schaffung bzw. Etablierung einer starken Marke, denn heute hat ein Hotelbetrieb, wie jedes andere Unternehmen auch, die besten Chancen,

auf dem Markt zu bestehen, wenn er nicht nur ein Dienstleister, sondern tatsächlich ein Brand ist. Um diese konsequente Markenführung zu realisieren, setzen wir ganz vorne bei der Beratung an. Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Kundinnen einen unverkennbaren, individuellen roten Faden, der sich durch die gesamte Kommunikation nach außen wie auch nach innen zieht. Wobei die interne Kommunikation ebenso wichtig ist wie jene nach außen, denn jeder und jede, die zum Betrieb gehört, muss die Markenbotschaft verinnerlicht haben und selbst zum Markenbotschafter oder zur Markenbotschafterin werden. Ein Rezeptionsverantwortlicher zum Beispiel kann nur dann die Positionierung und die Anliegen seines Hotels gebühlich repräsentieren, wenn er dessen Werte zutiefst verinnerlicht hat und sie täglich lebt und umsetzt.

**Also arbeiten alle Teams bei Brandnamic auf dieses Ziel hin, die Etablierung von Hotels und Destinationen als Marke?** Genau, das kann man so sagen. All unsere Spezialistenteams arbeiten im Dienst dieser Markenführung, um den Bedürfnissen unserer Kunden und Kundinnen und des Markts Rechnung zu tragen: Im Rahmen von Unternehmensberatung und Hotelcoaching etwa werden zukunftsweisende Marken- und Positionierungskonzepte sowie Employer-Branding-Strategien erarbeitet, während unsere kreativen Teams im Anschluss die passenden Kommunikationskonzepte und -strategien definieren und entwickeln. Zu diesen Teams gehören unsere Schaffenden in den Bereichen Mediendesign, Texting, Visuals für Fotografie und Videografie, Advertising, aber natürlich auch Web und Social Media. Die Teams Beratung, Projektmanagement und Kundenservice sorgen für einen optimalen internen Ablauf und die reibungslose Kommunikation zwischen Kunden und Kundinnen und unseren Kreativen. Unverzichtbar sind natürlich auch unsere Expertinnen und Experten, die für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen zuständig sind, sowie der gesamte Bereich Brandnamic Academy, der für die Wissensvermittlung nach außen – aber auch hier genauso nach innen – sorgt.

**Wesentlich für die Philosophie von Brandnamic ist auch die Location, der Brandnamic Campus?** Das ist richtig. Obwohl unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen auch die Freiheit haben, einige Tage im Homeoffice zu arbeiten, ist der Brandnamic

Campus sozusagen unser Kreativdschungel; er ist unser inspirierender Raum für die Entwicklung neuer Ideen. Die Neugestaltung der Innenräume 2019 und 2021 hat auch architektonisch die innovative Kommunikationskultur verstärkt, die wir anstreben. Hier steht der Mensch mit seinen Bedürfnissen im Vordergrund, denn mit einem optimalen Arbeitsmilieu sollen die Voraussetzungen nicht nur für angenehme, sondern möglichst ideale Arbeitsbedingungen geschaffen werden, in denen Konzentration, reger Austausch, Kreativität, Innehalten, Ruhepause, Lernen, Verwirklichung ihren Platz finden. Zudem ist der Campus – wie es der Name nahelegt – ein Ort für produktiven Wissenstransfer. Dieser Aspekt unserer Arbeit – das mittlerweile wirklich große Angebot an Schulungen und Weiterbildungen – ist uns enorm wichtig. Die Masterclasses, die Begegnungen mit den Teilnehmern und Teilnehmerinnen führen zu einem regen Austausch an Wissen und Erfahrung, der für uns ebenso wichtig ist wie für die Hoteliers bzw. Hotelierinnen und Unternehmer bzw. Unternehmerinnen, denen unser Angebot gilt: Wir lernen näm-

lich genauso viel von ihnen wie sie von uns. Das ist eine weitere Erkenntnis, die wir aus unserer Unternehmensgeschichte und den Entwicklungen der letzten Jahre gewinnen durften: Kommunikation geht immer in alle Richtungen, Marke ist eine allumfassende Einheit. So wie Hotels und Destinationen nicht nur allein um Gäste werben, sondern auch um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, da sie essenzieller Bestandteil der Marke sind, wissen wir, dass unser Team genauso unverzichtbar für den Bestand und den Erfolg der Agentur ist wie es unsere Kunden und Kundinnen sind.

## ZUR PERSON

Michael Oberhofer ist zusammen mit seinen Partnern Hannes Gasser und Matthias Prader teilhabender Geschäftsführer der Unternehmensgruppe für Tourismus HMM mit den Agenturen Brandnamic und MTS Austria GmbH, der Immobilienwerkstatt sowie der Softwarefirma Yanovis. Die Unternehmen haben insgesamt über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.  
[www.brandnamic.com](http://www.brandnamic.com)



**„Es geht bei Brandnamic um die konsequente Schaffung bzw. Etablierung einer starken Marke, denn heute hat ein Hotelbetrieb, wie jedes andere Unternehmen auch, die besten Chancen, auf dem Markt zu bestehen, wenn er nicht nur ein Dienstleister, sondern tatsächlich ein Brand ist.“**

MICHAEL OBERHOFER