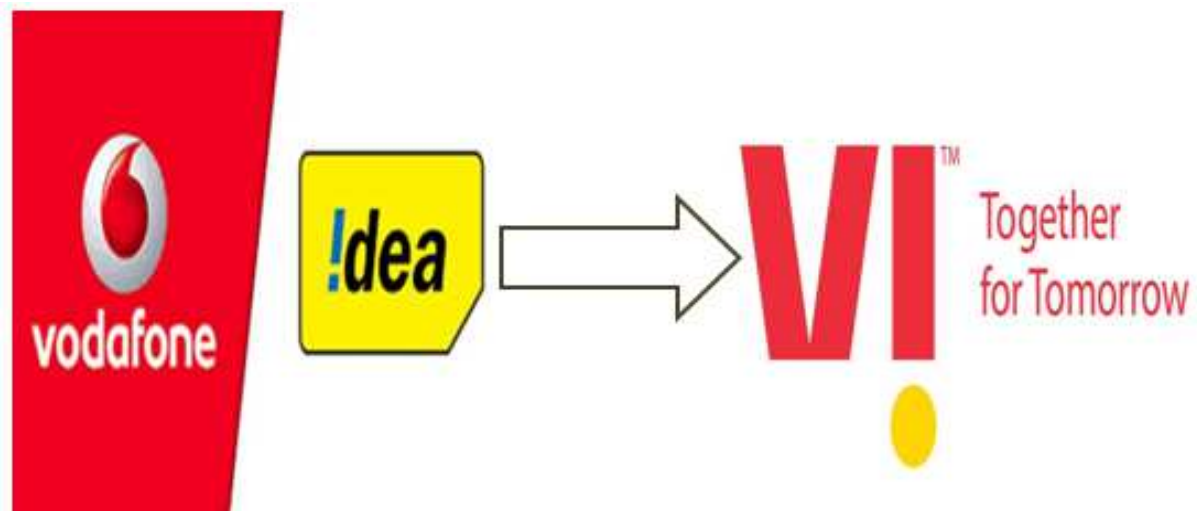


## Vom Überleben zum Revival –Vodafone-Idea

Am 7. September 2020 gab Vodafone-Idea eine strategische Ankündigung des Rebrandings bekannt. Das Unternehmen beschloss, sich mit der Tag-Zeile "Together for Tomorrow" in Vi (gelesen als "Wir") umzubenennen, um an Boden zu gewinnen und 3 Milliarden Dollar zu sammeln. Laut ceo- Ravinder Takkar ist das Unternehmen bereit, Schritte in Richtung der Erhöhung der Service-Tarife zu gehen. Auch Unternehmen erwähnt, dass es sein Netzwerk mit 5G-Technologie umgestaltet und die Datenkapazität seit der Fusion verdoppelt hat. Werfen wir einen Blick auf seine Reise.....



### Über das Unternehmen

Vodafone als eigenständige Marke wurde 1991 in Berkshire, Großbritannien gegründet. Vodafone trat 2007 in Indien ein und erwarb bis 2011 eine Mehrheitsbeteiligung an Vodafone India. Am 31. August 2018 fusionierte Vodafone India mit Idea Cellular zu einer neuen Einheit namens Vodafone Idea Limited.

Vodafone Idea Limited ist eine Partnerschaft zwischen der Aditya Birla Group und der Vodafone Group. Das Unternehmen bietet pan India Voice- und Data-Dienste auf 2G-, 3G- und 4G-Plattformen mit der Vision, ein erstklassiges

digitales Erlebnis zu schaffen, um jeden Inder zu verbinden und zu inspirieren, eine bessere Zukunft aufzubauen. Das Unternehmen bietet Mehrwertdienste wie GPRS, Telefonkonferenz, GSM, GPS und maßgeschneiderte Geschäftslösungen.

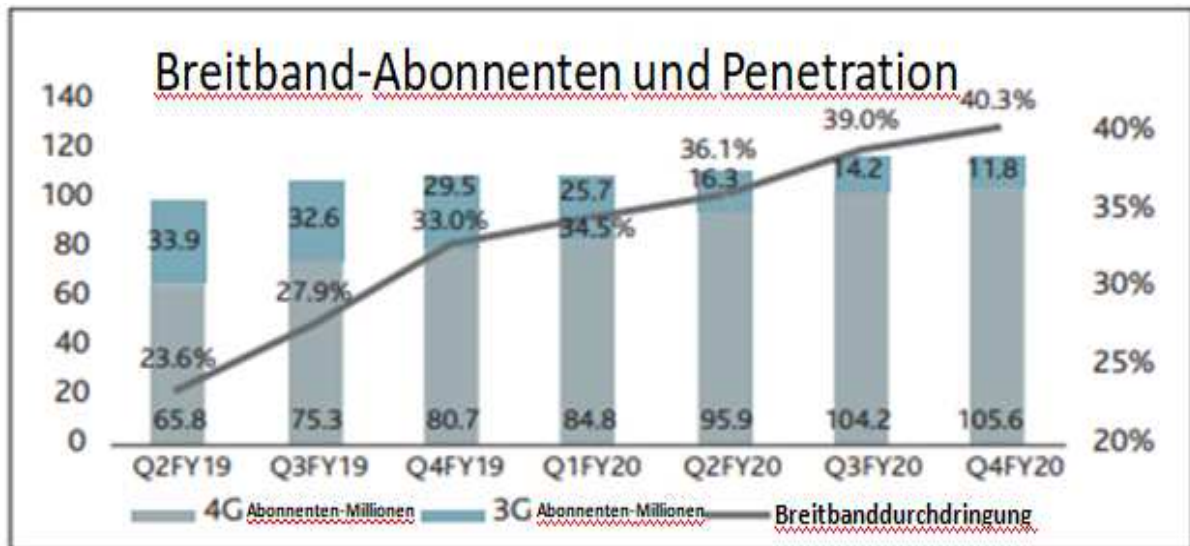
### Abonnenten bis April 2020

Das Unternehmen bietet Dienstleistungen in allen 22 Kreisen an. Die Breitbandversorgung des Unternehmens ist in über 325.000 Census-Städten und -Dörfern verfügbar, die mehr als eine Milliarde der indischen Bevölkerung abdecken. Die 4G-Bevölkerung beträgt zum 31. März 2020 992 Millionen. Die folgende Tabelle enthält wichtige Datenmetriken im Laufe des Jahres:

Beschreibung	Einheit	Q4-2019	Q1-2020	Q2-2020	Q3-2020	Q4-2020
Daten insgesamt Abonnenten (2G +3G+ 4G)	Millionen	146.3	143.3	140.3	142.0	139.5
Breitband-Abonnenten (3G+ 4G)	Millionen	110.2	110.5	112.2	118.4	117.4
4G-Abonnenten	Millionen	80.7	84.8	95.9	104.2	105.6
Monatliche Datennutzung durch Breitband- Abonnenten (3G+ 4G)	Megabyte	8,815	9,657	10,350	10,700	11,462
Datenvolumen insgesamt (2G+ 3G +4G)	Milliarden Megabyte	2,947	3,222	3,492	3,790	4,090
Breitband- Bevölkerungsabdeckung	Millionen	922	943	993	998	1,010
4G Bevölkerungsabdeckung	Millionen	871	916	962	974	992

(\* umfasst VoLTE-Abonnenten ab Q2FY20, also nicht vergleichbar mit früheren Quartalen.) Quelle : Jahresbericht 2019- 20)

Das Unternehmen verzeichnete einen stetigen Anstieg der Breitband-Abonnentendurchdringung (in Prozent der gemeldeten Abonnenten) von 23,6 % im Q2FY19 auf 40,3 % im Q4FY20 und 4G-Penetration von 15,6 % auf 36,3 % im gleichen Zeitraum.



(\* umfasst VoLTE-Abonnenten ab Q2FY20, also nicht vergleichbar mit früheren Quartalen.) Quelle : Jahresbericht 2019- 20)

### Finanzentwicklung bis Juni 2020

Das Unternehmen erzielte für das am 31.03.2020 abgelaufene Quartal einen konsolidierten Nettoumsatz von 11735,6 crore Rs. und damit ein Plus von 0,04 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal von 11740,6 crore. Der Nettoverlust für das letzte Quartal lag bei 11643,5 crore, 138,5 Prozent mehr als im Vorjahresquartal.

### Advance Gross Einnahmen (AGR) Ärger

Es handelt sich um die Nutzungs- und Lizenzgebühr, die die Telekommunikationsbetreiber an das Department of Telecommunication (DOT) zahlen. Genau im Rahmen dieses Modells teilen sich

Telekommunikationsbetreiber einen Prozentsatz ihrer AGR mit der Regierung in Form von Lizenzgebühren und Frequenzgebühren.

### **Worum geht es bei dem Streit?**

Gemäß dem Department of Telecommunication (DOT) werden die Gebühren auf der Grundlage aller Einnahmen berechnet, die von Betreibern erzielt werden, einschließlich nicht-telekombezogener Quellen wie Einlagenbeteiligungen, Anlagenverkäufe, Installationsgebühren, Mehrwertdienste, Versicherungsanspruch, Devisengewinn, Dividende. Gemäß den Telekommunikationsbetreibern sollte AGR nur die Einnahmen aus Telekommunikationsdiensten umfassen. Seit 2005 Lobby-Gruppe für Spieler viz. Airtel und Vodafone-Idea stellen die Definition der AGR-Berechnung durch die DOT in Frage.

Laut DOT belaufen sich die Gesamten der AGR-Gebühren von Vodafone-Idea auf 53.000 Rs. crore. Wie am Aug 2020 hat das Unternehmen 6854 Kronen für sein Überleben bezahlt und der Restbetrag wird von der Gesellschaft gemäß der Anordnung des Obersten Gerichtshofs über einen Zeitraum von 10 Jahren bezahlt. Aus diesem Grund hat das Unternehmen eine enorme Schuldenlast angehäuft.

### **Rebranding für Revival**

Rebranding- Wie der Begriff selbst sagt, verändert das Image eines Unternehmens. Es ist eine Marketingstrategie der Wirtschaft, um eine neue Perspektive zu schaffen. Es kann eine Änderung des Logos, des Namens, des Symbols oder der Kombination von allen sein. Strategie kann dazu beitragen, die Wahrnehmung der Kunden über Produkte oder Dienstleistungen oder Das Unternehmen insgesamt zu beeinflussen.

Laut Branding-Experte Seth Godin ist eine Marke eine Reihe von Erwartungen, Erinnerungen, Geschichten und Beziehungen, die zusammengenommen werden und die Entscheidung eines Verbrauchers berücksichtigen, ein Produkt oder eine Dienstleistung über ein anderes zu wählen."

Viele Top-Unternehmen haben sich für ein Rebranding entschieden, wie z. –

- **Microsoft** - ein amerikanisches Unternehmen änderte sein Logo im Jahr 2012. Das neue Logo enthält mehrfarbiges, leuchtendes Symbol, das auf dem Windows-Produkt des Unternehmens gefunden wird. In der ersten Version wurde die "Wortmarke" von einem Bild begleitet. Laut Jeff Hansen soll das neue Logo "das Erbe signalisieren, aber auch die Zukunftsneuheit und Frische".
- **Titan** - ein indisches Konsumgüterunternehmen, änderte sein Logo im Jahr 2013 und änderte auch seinen Namen in Titan Co. Ltd. (alter Name war Titan Industries). Nach Angaben des Unternehmens unterstreicht das neue Logo das Engagement des Unternehmens, Wert zu schaffen, Innovationen zu entwickeln und höchste globale Standards aufrechtzuerhalten.
- **Satyam Computer Services** – ein indisches Tech-Unternehmen wurde an ein anderes indisches Unternehmen, Tech Mahindra, verkauft und änderte 2013 seinen Namen in Mahendra Satyam. Im Jahr 2009 trat der Vorsitzende von Satyam, Byrraju Ramalinga Raju, zurück und gestand, dass er die Konten von Rs 14.162 crore in verschiedenen Formen manipuliert hatte. Satyam war einer der schlimmsten Unternehmensbetrugsskandale. Mit der Umbenennung in Mahendra Satyam will das Unternehmen das Vertrauen der Stakeholder wieder beleben und gewinnen.

In ähnlichen Linien entschied sich Vodafone-idea auch für eine Rebranding-Option, um das Unternehmen wiederzubeleben. Mit diesem Rebranding will sich das Unternehmen darauf konzentrieren, die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, damit diese gedeihen können. Das Unternehmen leidet unter einer großen Finanzkrise, aber es hat notwendige Schritte unternommen, um die Herausforderungen zu bewältigen, wie – Erhöhung von Rs. 25.000 crore durch Eigenkapital, bieten Weltklasse-Digital-Services, um die Kundenbedürfnisse in der sich verändernden Umgebung zu erfüllen und die Tarife zu erhöhen.

*Laut dem Top-Management steht die neue Markeneinführung für den Wunsch des Unternehmens, nicht nur Dienstleistungen zu erbringen, sondern seine Kunden, Stakeholder, Gemeinschaften, Mitarbeiter zu begeistern und signalisiert die Leidenschaft und das Engagement des Unternehmens, ein Champion für Digital India zu sein."*



Quellen verwiesen : [www.moneycontrol.com](http://www.moneycontrol.com), [www.vodafoneidea.com](http://www.vodafoneidea.com), [www.thehindu.com](http://www.thehindu.com)