

voestalpine startet mit neuer Image- und Markenkampagne

Im Zentrum der neuen voestalpine Image- und Markenkampagne steht der Mensch. Der global agierende Technologie- und Stahlverarbeitungskonzern präsentiert sich dabei einfühlsam und anschaulich am Beispiel von fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus internationalen Standorten, die sich mit ihren ganz persönlichen Stärken, ihren beruflichen und privaten Seiten zeigen. voestalpine vertraut auch dabei auf die eigenen Mitarbeiter und versucht diese auch perfekt in Szene zu setzen. „Wir nehmen die Zukunft in die Hand“ ist das Motto der Kampagne und die gelebte Philosophie im Konzern.

Die neue Image- und Markenkampagne startet ab 8. Oktober 2012 in ganz Österreich. Die Schaltungen erfolgen in den nächsten Monaten in TV, Tageszeitungen, Magazinen, Online-Medien und im Hörfunk in Österreich. Die Ausgaben für Print- und Online werden dabei erstmals gleich hoch sein. Parallel dazu verfügt der voestalpine-Konzern über zahlreiche Online und Social Media Kanäle mit mehr als 286.000 Kontakten, die ebenfalls massiv in die Kampagne einbezogen und von diesen begleitet werden.

Die Kampagne gibt allen Interessierten die Möglichkeit den verschiedenen Mitarbeitern über die Schulter zu blicken, beruflich und privat für einen Moment Teil ihres Lebens zu werden, und zu erkennen, dass sich auch überraschende und unerwartete Themen hinter dem voestalpine-Konzern verstecken. Der tägliche Einsatz der Mitarbeiter, ihre Liebe zum Detail und ihre Freude an der Herausforderung, egal ob im beruflichen oder privaten Umfeld, steht dabei für die Vielseitigkeit der voestalpine.

Nach dem Motto „Wir nehmen die Zukunft in die Hand“ zeigen sie, was die voestalpine, neben ihrer Qualität und Innovationskraft, ausmacht: die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Authentische und berührende Einblicke in das Leben dieser „Hauptdarsteller“ bieten die Chance den Konzern in den nächsten zwei Jahren besser kennenzulernen und dies in einer Form, die 2010 bereits national und international mehrfach preisgekrönt wurde.

Details/Highlights

- Markenkampagne wird intern und extern breit genutzt (Messen, Präsentationen, Intranet und Internet etc.)
- Kommunikation über die nächsten zwei Jahre sieht ergänzende Online- und Printmedien sowie Verbindungen zu Social Media vor
- Umsetzungen werden international in 12 Sprachen angeboten und konzernweit kommuniziert
- Jeder TV-Spot hat auch eine 2-minütige Langversion (gibt's ab 8. Oktober auch unter www.voestalpine.com)
- Start macht der TV-Spot zum Thema „Forschung und Entwicklung“ mit Thomas Kurz, Project Manager for Material Development der voestalpine Stahl GmbH in Österreich
- Weitere Themen sind u. a. Produktion, Logistik sowie Umwelt

Der voestalpine-Konzern

Die voestalpine-Gruppe ist ein weltweit tätiger Stahl-, Verarbeitungs- und Technologiekonzern, der hochwertige Stahlprodukte fertigt, verarbeitet und weiterentwickelt. Die Unternehmensgruppe ist mit 400 Produktions- und Vertriebsgesellschaften in mehr als 60 Ländern auf fünf Kontinenten vertreten, sie notiert seit 1995 an der Wiener Börse.

Der Konzern ist mit seinen qualitativ höchstwertigen Flachstahlprodukten einer der führenden Partner der europäischen Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie der Öl- und Gasindustrie weltweit. Die voestalpine-Gruppe ist darüber hinaus Weltmarktführer in der Weichentechnologie, bei Werkzeugstahl und Spezialprofilen. Der Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2011/12 bei einem Umsatz von mehr als zwölf Milliarden Euro ein operatives Ergebnis (EBIT) von 704 Millionen Euro und beschäftigt weltweit rund 46.500 Mitarbeiter.

Rückfragehinweis

voestalpine AG
Mag. Peter Felsbach
Pressesprecher

voestalpine-Straße 1
4020 Linz
T. +43/50304/15-2397
peter.felsbach@voestalpine.com
www.voestalpine.com

voestalpine

EINEN SCHRITT VORAUSS.