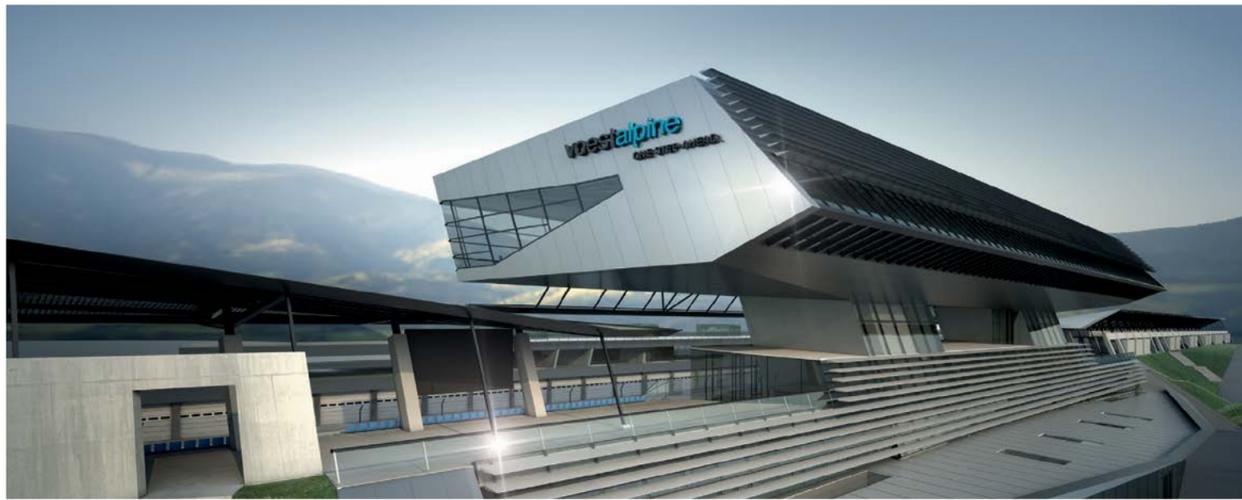




voestalpine

EINEN SCHRITT VORAUS.



MARKT

Die weltweit tätige voestalpine-Gruppe ist ein stahlbasierter Technologie- und Industriegüterkonzern. Er ist mit seinen qualitativ hochwertigsten Produkten einer der führenden Partner der europäischen Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie der Öl- und Gasindustrie weltweit.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Die Marke voestalpine ermöglicht ein direktes, hautnahes Erleben des Konzerns im Sinne des Markenclaims „Einen Schritt voraus.“ in allen kommunikativen Bereichen. Hierbei werden beispielsweise im Sponsoring bewusst Kooperationen abseits klassischer „Standards“ eingegangen, um so einen klaren Bezug zur Marke zu ermöglichen. Auch durch die starke Einbeziehung von Online- und Social-Media-Kanälen werden die Zielgruppen enger an das Unternehmen gebunden. Events für unterschiedliche Anspruchsgruppen vermitteln die Markendefinition im persönlichen Kontakt. Image- und Kontaktpunktanalysen zeigen, dass diese außergewöhnlichen Aktivitäten auch entsprechend dem Markenclaim sehr positiv von den verschiedenen Personengruppen aufgenommen werden

und klar und stark in Erinnerung bleiben. Sie wirken wie ein persönliches Kennenlernen der Marke und passen damit auch in die restliche Kommunikationsstrategie des Konzerns.

Zum Beispiel ist das „voestalpine skygate“ das Wahrzeichen von Schladming und war das Symbol der FIS Alpinen Ski WM 2013. Insgesamt wurden 130 t Stahl für den 35 Meter hohen Bogen verarbeitet. Die Konstruktion ist damit auch ein eindrucksvolles Beispiel für die Möglichkeiten des Werkstoffs Stahl. Die voestalpine und der ÖSV haben dieses außergewöhnliche Bauwerk in der Zielarena des Planai-Stadions anlässlich der FIS Alpinen Skiweltmeisterschaft 2013 in Schladming errichtet. 890 Meter Stahlrohr geben der Konstruktion Halt, damit der einseitig verankerte Bogen 35 Meter über den Zielhang der Planai ragen kann. Die Ausmaße der Konstruktion sind beeindruckend. Sogar ein Airbus A340-600 hätte unter dem gigantischen Bogen Platz. Zweites Highlight-Projekt ist der „voestalpine wing“, das Wahrzeichen des steirischen Red Bull Rings, mit dem der Technologie- und Industriegüterkonzern voestalpine und das Projekt Spielberg eine mehrjährige enge Zusammenarbeit fixieren. Anlässlich der Rückkehr der Formel 1 nach Österreich

entstand am Ring ein topmodernes Welcome Center, das in der Form eines Heckspoilers die Brücke zwischen der Emotion des Rennsports und der Faszination für Technik und Innovation darstellt. Der Gebäudekomplex, für den 900 Tonnen Stahl verbaut wurden, prägt die Start-Ziel-Gerade.

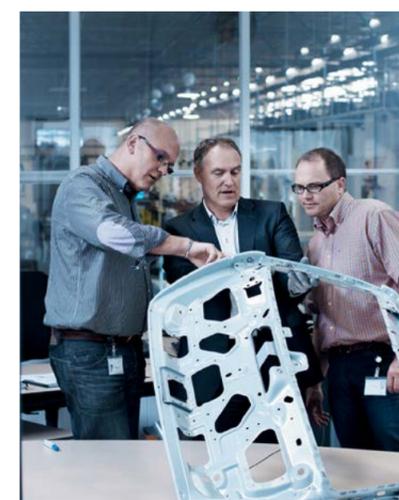
GESCHICHTE

Die Marke voestalpine hat eine sehr lange und auch oftmals bewegte Geschichte hinter sich, hat aber innovativ und zukunftsorientiert jede Herausforderung erfolgreich gemeistert. Das aktuelle Logo ist seit 2001 im Einsatz und wurde 2005 mit dem konzernweiten Markenclaim „Einen Schritt voraus.“ bzw. international „One step ahead.“ inhaltlich aufgeladen. Unabhängig von kleinen grafischen Anpassungen ist das Logo stabil seit 2001 im Einsatz. Die stärkste inhaltliche Neuausrichtung hat die Marke voestalpine 2008 erfahren, als sie inhaltlich komplett neu definiert und positioniert wurde. Seit diesem Zeitpunkt steht sie für die Markenwerte: beweglich, spezialisiert und entwicklungstreibend. Es gibt nicht ein Gesicht der Marke voestalpine – die Marke wird durch alle Mitarbeiter vertreten, und trotz der sehr unterschiedlichen Bereiche und

Produkte – vom klassischen Stahlband über pressgehärtete Stähle für die Automobilindustrie, über Rohre und Spezialprofile bis hin zur Schienen- und Weichtechnologie und auch geschmiedeten Bauteilen für die Flugzeug- oder Energieindustrie – verkörpert die Gruppe doch einen gemeinsamen Spirit. Als weltweiter Verbund unabhängiger Spezialisten bringt man für jedes Projekt die richtigen Köpfe und Kompetenzen an einen Tisch und bietet ein Maximum an Erfahrung und Know-how. Offen gegenüber Neuem und mit der Neugier des Forschenden denkt voestalpine visionär und weit über das Bestehende hinaus, Einfallsreichtum prägt die Produkte und Prozesse des Unternehmens genauso wie die Beziehungen zu ihren Kunden. Dies sichert die Position des voestalpine-Konzerns im internationalen und nationalen Vergleich.

PRODUKT

Die voestalpine fertigt qualitativ äußerst hochwertige Produkte für die europäische Automobil- und Hausgeräteindustrie, sowie die Öl- und Gasindustrie weltweit. Zudem hat das Segment Mobilität mit den Bereichen Automotive, Nutzfahrzeuge, Bahninfrastruktur und Luftfahrt höchste Priorität. Der Motorsport ist dabei ein außerordentlich anspruchsvolles Experimentierfeld und ein bedeutender Innovationstreiber. Das Ausreizen physikalischer Grenzen, kombiniert mit höchsten Qualitäts- und Belastungsanforderungen an Materialien, Werkstoffe und Bauteile, ist eine Herausforderung, der sich der Konzern erfolgreich stellt. Im Rennsport – zwar nicht im Karosserie- und Strukturteilessegment, – dafür aber in den höchstbelasteten Motor- und Getriebebereichen – kein in geht es vor allem um Festigkeit, Zähigkeit und



Hochtemperaturresistenz. Gerade dort kommen Teile aus den derzeit innovativsten Stahlgütern zum Einsatz. Sie zeichnen sich durch exzellente mechanische Eigenschaften und höchste Reinheit aus. Werkstoffe für Zahnräder, Kugellager oder Antriebswellen liefert die voestalpine für die weltweit bedeutendsten Motorsportserien, allen voran die Formel 1. Zentrale Themen im Rennsport sind aber genauso wie bei Serienfahrzeugen der Leichtbau mit der Verringerung von Gewicht und Verbrauch sowie die Verbindung unterschiedlicher Materialien zu Hybridbauteilen – Bereiche, in denen die voestalpine mit der Entwicklung entsprechender Werkstoffkonzepte und Verarbeitungsverfahren einen signifikanten Beitrag zur Mobilität der Zukunft leistet.

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN

Der börsennotierte voestalpine-Konzern setzt sich bis 2020 ehrgeizige Ziele. Mit einer klaren Fokussierung auf die Kundensegmente Mobilität und Energie und die außereuropäischen Wachstumsmärkte soll der Umsatz gegenüber den letzten Jahren bei zumindest gleichbleibender Profitabilität auf rund 20 Milliarden Euro erhöht werden. Investiert wird in neue Standorte und Akquisitionen, aber auch den technologischen Ausbau bestehender Anlagen sowie in die konsequente Verlängerung der Wertschöpfungskette bis hin zum Endkonsumenten. Die Top-Position in Europa und die Standorte in Österreich sollen damit langfristig abgesichert werden. „Jene Unternehmen sind über lange Zeit erfolgreich, die sich durch Technologie, Qualität und Spezialisierung differenzieren. Bis 2020 werden wir diese Ausrichtung noch mehr forcieren, das heißt, wir werden alles

daransetzen, unsere führende Position in Bezug auf Markt, Technologie, Qualität und Ergebnis weiter auszubauen“, so Wolfgang Eder, Vorstandsvorsitzender der voestalpine AG.

MARKETING UND UNTERNEHMENSIDENTITÄT

Im Zentrum der aktuellen voestalpine-Image- und Markenkampagne steht der Mensch. Man präsentiert sich dabei am Beispiel von fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus internationalen Standorten einfühlsam und anschaulich. Diese zeigen sich mit ihren ganz persönlichen Stärken, ihren beruflichen und privaten Seiten. voestalpine vertraut dabei auf die eigenen Mitarbeiter und setzt diese auch perfekt in Szene.

„Wir nehmen die Zukunft in die Hand.“ ist das Motto der Kampagne und die gelebte Philosophie im Konzern. Die Protagonisten der aktuellen Markenkampagne zeigen, dass ihr täglicher Einsatz, ihre Liebe zum Detail und ihre Freude an der Herausforderung, ganz gleich ob im beruflichen oder privaten Umfeld, die voestalpine ausmachen. Dabei sind sie nicht nur Garant für die Qualität und Innovationskraft, sondern wirken auch prägend für die Welt von morgen.

MARKENWERT

Die Unternehmensgruppe ist auf allen fünf Kontinenten in über 50 Ländern mit mehr als 500 Konzerngesellschaften und -standorten vertreten und beschäftigt weltweit in etwa 48.000 Mitarbeiter, davon mehr als die Hälfte außerhalb Österreichs. Im Geschäftsjahr 2013/14 erzielte die voestalpine einen Umsatz von 11,2 Milliarden Euro. Das Unternehmen notiert seit 1995 an der Wiener Börse und ist eines der bestperformenden ATX-Unternehmen.

WAS SIE NOCH NICHT WUSSTEN ...

- DAS UNTERNEHMEN TREIBT MIT DER ENTWICKLUNG NEUER WERKSTOFFE AUCH DEN FLUGZEUGBAU VORAN. DAS ZIEL SIND GRÖßERE REICHWEITEN UND GERINGERER TREIBSTOFFVERBRAUCH.
- DIE VOESTALPINE UNTERSTÜTZT MIT HOCHLEISTUNGSKOMPONENTEN IM KRAFTWERKSBAU DIE ENERGIEWENDE.
- DIE MITARBEITER BESTIMMEN IM UNTERNEHMEN MIT, DA SIE ZIRKA 14 PROZENT DER VOESTALPINE-AKTIEN HALTEN.