

### **voestalpine startet neuen Werbe- und Webauftritt**

- **voestalpine erstmalig mit Kampagne in Österreich und Deutschland präsent**
- **Kampagne zeigt Bedeutung von Entwicklungen und Breite des Konzerns**
- **Mitarbeiter und ihre Ideen stehen im Zentrum**
- **Zielgruppe breite Öffentlichkeit und Meinungsbildner**
- **voestalpine erschließt im Web weitere Social Media Kanäle**

**Unter dem Motto „Ideen klopfen an viele Türen. Aber man muss sie auch hereinlassen.“ startet die voestalpine diesen Freitag erstmalig eine klassische Werbekampagne in Print, Online und TV. Mit diesem Schritt lässt der Konzern eine breite Öffentlichkeit einen Blick in seine Welt werfen, zeigt die Bedeutung von Entwicklungen und rückt seine Mitarbeiter und ihre Ideen in den Mittelpunkt. Die Kampagne wird über mehrere Wellen in Österreich und Deutschland geschaltet und wurde gemeinsam mit der Werbeagentur Jung von Matt/Donau entwickelt.**

Österreichs forschungsintensivster Industriekonzern mit rund 40.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird Zeitungslesern, TV-Konsumenten und Online-Usern in Zukunft vermehrt begegnen. Die Unternehmensgruppe, die in 60 Ländern hochwertige Stahlprodukte fertigt, verarbeitet und weiterentwickelt, überrascht mit dieser – für einen B2B-Konzern außergewöhnlichen – Inszenierung. Im Mittelpunkt steht die Haltung: Mitarbeiter und ihre Ideen. Denn jede Entwicklung beginnt mit einem Menschen und seiner Idee. Offen gegenüber Neuem zu sein, zeichnet die Mitarbeiter der voestalpine aus. „Wenn eine Idee an die Tür klopft, braucht es einen Menschen, der sie auch hereinlässt und etwas daraus macht. Unsere Mitarbeiter glauben daran, dass es nichts gibt, das sie nicht noch verbessern könnten. Sie sind die Basis unseres Erfolgs“, erklärt Wolfgang Eder, Vorsitzender des Vorstands der voestalpine AG.

Die Kampagne „Ideen klopfen an viele Türen. Aber man muss sie auch hereinlassen.“ wurde gemeinsam mit der Werbeagentur Jung von Matt/Donau entwickelt und zeigt genau diesen entscheidenden Moment der Inspiration. Die Printsujets spiegeln dabei die Breite des Konzerns mit seinen Produkten und Leistungen wider. Die Kampagne zeigt, dass Mitarbeiter mit Ideen den Unterschied machen und dafür sorgen, dass die voestalpine auch in Zukunft einen Schritt voraus ist.

„Nicht nur in der Werbung, sondern auch in der Industrie sind gute Ideen heute wichtiger denn je“, meint auch Josef Koinig, Geschäftsführer bei Jung von Matt/Donau. „Mit einem Kunden zusammenzuarbeiten, der das genauso sieht, macht uns allen sehr viel Spaß.“

Die voestalpine Kampagne wird in mehreren Wellen in österreichischen und deutschen Medien geschaltet. Sujets und TV Spot sind zusätzlich auch auf der Website des Konzerns abrufbar ([www.voestalpine.com](http://www.voestalpine.com)).

### **Neue Website für voestalpine AG**

Parallel zum Start der ersten Werbewelle präsentiert sich auch die Website der voestalpine AG neu ([www.voestalpine.com](http://www.voestalpine.com)). Zielsetzung der Weiterentwicklung war es, unter anderem Aktionären, Analysten, Investoren, Medienvertretern und der breiten Öffentlichkeit die zentralen Informationen der voestalpine AG noch rascher und übersichtlicher zur Verfügung zu stellen.

Schon jetzt besuchen im Schnitt 100.000 User pro Monat die Website des Konzerns. Die Seiten präsentieren sich ihnen in Zukunft mit einer flacheren Struktur, noch übersichtlicheren und strafferen Themenblöcken und einer durchgehenden Integration der Social-Media-Plattformen.

„Die neue Corporate Website schärft das Profil der voestalpine AG als Dach der erfolgreichen Geschäftsfelder. Die optimierten Suchfunktionen und umfangreichen Vernetzungen auf unterschiedlichen Plattformen im Social Web lassen die voestalpine auch in diesem Bereich

wieder einen Schritt voraus sein“, fasst Gerhard Kürner, Leiter der Konzernkommunikation und mit seinem Team sowohl für den neuen Werbe- als auch Webauftritt verantwortlich, zusammen.

### **Der voestalpine-Konzern**

*Die voestalpine ist ein weltweit führender Anbieter von anspruchsvollen, kundenspezifischen Produkten und Produktlösungen rund um den Werkstoff Stahl im obersten Qualitäts- und Technologiesegment. Die Unternehmensgruppe ist mit 360 Produktions- und Vertriebsgesellschaften in über 60 Ländern vertreten. Der Konzern ist weltweite Nummer eins in der Weichentechnologie und bei speziellen Edelstählen, etwa bei Werkzeugstahl, führender Partner der Energieindustrie, z.B. bei anspruchsvollsten Grobblechen und Nahtlosrohren. Die voestalpine ist darüber hinaus europäische Nummer eins bei höchstwertigem Stahlband, Schienen, Spezialrohren und -profilen, veredeltem Draht sowie einer der führenden europäischen Anbieter von automotiven Komponenten.*

*Der voestalpine-Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2009/10 einen Umsatz von 8,6 Mrd. Euro, einen EBITDA von 1 Mrd. Euro und einen EBIT von 352 Mio. Euro. In der Gruppe sind weltweit rund 39.500 Mitarbeiter beschäftigt.*

### **Rückfragehinweis**

voestalpine AG  
Konzernkommunikation  
Nick Donig  
voestalpine Straße 1  
4020 Linz  
T. +43/50304/15-2397  
[Nick.Donig@voestalpine.com](mailto:Nick.Donig@voestalpine.com)  
[www.voestalpine.com](http://www.voestalpine.com)