

voestalpine macht mit Markenplattform „unexpected“ neugierig

Nach dem Launch der Image- und Markenkampagne im Oktober 2012 rückt voestalpine mit der neuen Markenplattform „voestalpine unexpected“ Menschen und Geschichten noch weiter in den Vordergrund.

In strukturierter Form und klarem Design gibt die Plattform „voestalpine unexpected“ (Link: <http://www.voestalpine.com/unexpected>) Außenstehenden die Möglichkeit, einen Blick in den voestalpine-Konzern zu werfen und das Unternehmen auf unerwartete Art und Weise besser kennenzulernen. Mit welchen Themen sich die Mitarbeiter des Konzerns beschäftigen und was sie am Werkstoff Stahl inspiriert und motiviert, soll durch verschiedene interaktive Elemente und viele Bilder zum Nachdenken einladen. Getreu dem Markenclaim „Einen Schritt voraus.“ ist es unerlässlich, sich mit Innovationen aus den verschiedensten Bereichen auseinanderzusetzen und sich selbst eine Meinung zur Zukunft zu bilden.

Die übersichtliche Gliederung in die drei Bereiche „Geschichten“, „Wissen“ und „Inspiration“ spiegelt die Unternehmenskultur der voestalpine als innovativer und internationaler Konzern wider. „Wer wir sind, was uns antreibt, woran wir glauben – auf dieser Plattform haben wir es zusammengetragen. Hier erzählen wir unsere Geschichten, teilen Wissen und Ideen zu unseren wichtigsten Themen wie Mobilität und Energie und sorgen für inspirierende Momente“, erklärt Maria Reibenberger, Corporate Brand Management.

Im Bereich „Geschichten“ können die User den fünf Marken-Heros über die Schulter blicken und beruflich sowie privat für einen Moment ein Teil ihres Lebens werden. Im Rahmen der Plattform werden die Mitarbeiter noch aktiver in die Kommunikation eingebunden und verleihen mit ihren Gesichtern und Geschichten der Marke voestalpine noch mehr Persönlichkeit.

Nach dem Motto „Wir nehmen die Zukunft in die Hand.“ ist es wichtig, sich ständig damit auseinanderzusetzen, was die Welt bewegt, Gedanken miteinander zu teilen und Neuem gegenüber aufgeschlossen zu sein. Und genau dieser Ansatz macht den Bereich „Wissen“ mit aktuellen Beiträgen zu unseren Schwerpunktthemen Mobilität und Energie von internationalen Medien wie „The Guardian“ oder „FAZ“ aus.

Vor jeder Innovation steht die „Inspiration“. Es gibt viele Dinge, die inspirierend sein können, sei es ein Gebäude, eine Brücke oder ein Kunstwerk. Als voestalpine suchen wir immer die Verbindung mit dem Werkstoff Stahl. Der Bereich „Inspiration“ zeigt, welche scheinbar unmöglichen Dinge aus dem Werkstoff Stahl gefertigt werden können.

Bei der Planung der Plattform wurde dem möglichst einfachen Teilen und Verbreiten der Beiträge sowie dem Teilen von persönlichen „Inspirationen“ viel Aufmerksamkeit gewidmet. „Interaktion und Inspiration auf unterschiedlichen Plattformen und Endgeräten zu ermöglichen, spiegelt auch technisch unsere Zukunftsausrichtung wider und zeigt in diesem Punkt die Grundeinstellung sich auf Trends und unser Umfeld einzustellen“, verdeutlicht Stephanie Bauer, Corporate Online und Social Media Management.

voestalpine AG

Die Konzeption und technische Umsetzung der Plattform wurden durch LHBS und LOOP verantwortet, die erstmals ein Projekt im Rahmen der Markenkampagne der voestalpine realisiert haben. Die übersichtlich strukturierte Plattform mit ihrem klaren Design ist mittels Responsive Technologie für alle Devices (Desktop, Tablet, Smartphone) optimiert.

Wir hoffen, auch Sie inspirieren zu können unter: www.voestalpine.com/unexpected

Der voestalpine-Konzern

Die weltweit tätige voestalpine-Gruppe ist ein stahlbasierter Technologie- und Industriegüter-konzern. Die Unternehmensgruppe ist mit rund 500 Konzerngesellschaften und -standorten in mehr als 50 Ländern auf allen fünf Kontinenten vertreten, sie notiert seit 1995 an der Wiener Börse. Der Konzern ist mit seinen qualitativ höchstwertigen Produkten einer der führenden Partner der europäischen Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie weltweit der Öl- und Gasindustrie. Die voestalpine ist darüber hinaus Weltmarktführer in der Weichentechnologie und im Spezielschienenbereich sowie bei Werkzeugstahl und Spezialprofilen. Der Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2012/13 bei einem Umsatz von 11,5 Milliarden Euro ein operatives Ergebnis (EBITDA) von 1,45 Mrd. Euro und beschäftigte weltweit rund 46.400 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