

#OurFavoriteThings: Neue voestalpine-Imagekampagne mit Mitarbeiter:innen in der Hauptrolle

Ende September startete die voestalpine ihre neue Marken- und Imagekampagne. Die Botschafter:innen sind die Mitarbeiter:innen selbst, die in einer voestalpine-Version des internationalen Hits „My Favorite Things“ aus dem Film „The Sound of Music“ darüber singen, was sie gerne mögen und tun. So erzählt die Kampagne vom Beitrag des Technologie- und Stahlkonzerns für ein modernes, nachhaltiges Leben aus der Perspektive der Menschen. Die Bewerbung erfolgt national im TV sowie in Österreich und Deutschland auf Online- und Social-Media-Kanälen.

Die neue Kampagne ist keine Leistungsschau, sondern lässt die Menschen sprechen und gibt einen Einblick in die Welt und Haltung der voestalpine zu Themen wie Innovation und Nachhaltigkeit. „Da wir als B2B-Unternehmen nicht täglich in Kontakt mit unserem Umfeld kommen, möchten wir ein Bewusstsein dafür schaffen, wie voestalpine-Produkte die Grundlage des modernen Lebens bilden, etwa für die nachhaltige Energieerzeugung, die Sicherheit im Individualverkehr oder das komfortable Reisen mit Flugzeugen oder auf Schienen. Gleichzeitig wollen wir uns gegenüber der Öffentlichkeit sowohl als nachhaltiger und zukunftsfähiger Konzern, als auch als attraktiver Arbeitgeber präsentieren. Daher spielen die Mitarbeiter:innen auch eine tragende Rolle in unserer Kampagne – sie sind die Basis unseres Erfolges“, erklärt Peter Felsbach, Kommunikationschef des voestalpine-Konzerns, der gemeinsam mit einem Team von 18 Mitarbeiter:innen die weltweiten Kommunikationsaktivitäten und das konzernale Marketing verantwortet. Innerhalb des voestalpine-Teams koordinierte Brandmanager Michael Sterrer-Ebenführer alle Aktivitäten rund um die Kampagne.

Ein weiteres Ziel ist es, die Leistungsfähigkeit und Bedeutung der Industrie – insbesondere der voestalpine – für die zentralen Fragen der heutigen Zeit auch einer interessierten Öffentlichkeit und der nächsten Generation näher zu bringen. „Wir sehen uns als Teil der Lösung für hochkomplexe Herausforderungen wie die weitere Dekarbonisierung der Stahlproduktion. Und wir wollen diesen Wandel in engem Austausch und gemeinsam mit unserem Umfeld gestalten“, so Felsbach.

Media-Mix: Fokus auf TV und Online

Die voestalpine setzt bei der Kampagne auf Bewegtbild und bewirbt diese auf österreichischen TV-Sendern sowie digital auf Nachrichten- und Newsportalen und im Umfeld von Themen wie Innovation und Nachhaltigkeit. Unter dem Hashtag #OurFavoriteThings werden auch die Social-Media-Kanäle des Konzerns breit bespielt. Ein besonderes Highlight im Media-Mix ist eine gebrandete voestalpine-Lok. Der erste Durchgang der Kampagne läuft bis Anfang November, weitere Schaltungen sind im ersten Halbjahr 2024 geplant. Zusätzlich wird es eine umfassende interne Kommunikation, etwa im konzernweiten Intranet, im Mitarbeiter:innenmagazin oder der Mitarbeiter:innen-App geben. Die Kampagne wird auch im Rahmen von Events und Messen eingesetzt. Für die internationalen voestalpine-Standorte wurde zu diesem Zweck auch eine rein englische Version des Image-Spots für die eigenen Plattformen umgesetzt.

50.000 hochqualifizierte Mitarbeiter:innen als Erfolgsgarant

Die Entwicklung und Umsetzung der Kreativ-Kampagne erfolgten in intensiver Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Scholz & Friends. „Die Kampagne orchestriert das ganze Spektrum der Werkstoff- und Technologie-Kompetenz der voestalpine. Vor allem aber zeigt sie die menschliche Seite des Global Players, bei dem mehr als 50.000 Menschen täglich ihren Beitrag für höchste Qualität, technische Innovationen und mehr Nachhaltigkeit leisten“, so Klaus Dittko, Partner und Geschäftsführer von Scholz & Friends Berlin GmbH. Gemeinsam wurde in den vergangenen Monaten intensiv an der Kampagne gearbeitet. Die Analyse- und Strategieweise startete bereits im Herbst 2022, ab Jänner 2023 wurde an der konkreten Idee gefeilt.

Der voestalpine-Konzern

Die voestalpine ist ein weltweit führender Stahl- und Technologiekonzern mit kombinierter Werkstoff- und Verarbeitungs-kompetenz. Die global tätige Unternehmensgruppe verfügt über rund 500 Konzerngesellschaften und -standorte in mehr als 50 Ländern auf allen fünf Kontinenten. Sie notiert seit 1995 an der Wiener Börse. Mit ihren Premium-Produkt- und Systemlösungen zählt sie zu den führenden Partnern der Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie der Luftfahrt- und Öl- & Gasindustrie und ist darüber hinaus Weltmarktführer bei Bahninfrastruktursystemen, bei Werkzeugstahl und Spezialprofilen. Die voestalpine bekennt sich zu den globalen Klimazielen und verfolgt mit greentec steel einen klaren Plan zur Dekarbonisierung der Stahlproduktion. Im Geschäftsjahr 2022/23 erzielte der Konzern bei einem Umsatz von 18,2 Milliarden Euro ein operatives Ergebnis (EBITDA) von 2,5 Milliarden Euro und beschäftigte weltweit rund 51.200 Mitarbeitende.

Rückfragehinweis

voestalpine AG
Mag. Peter Felsbach, MAS
Head of Group Communications | Konzernsprecher

voestalpine-Straße 1
4020 Linz, Austria
T. +43/50304/15-2090
peter.felsbach@voestalpine.com
www.voestalpine.com