

voestalpine startet mit neuer Marken- und Imagekampagne

Die voestalpine startet ab 22. April ihre neue Imagekampagne *#FavoriteMoments*. In dieser zeigt der weltweit tätige Stahl- und Technologiekonzern auf, welche Rolle die hochqualitativen Produkte und vielfältigen Leistungen der voestalpine im Alltag der Menschen spielen, welche besonderen Momente die voestalpine damit ermöglicht und mit welchem hohem Engagement die Mitarbeitenden hinter dem Unternehmen stehen. Die Bewerbung erfolgt national im TV, sowie in Österreich und Deutschland mit einem besonderen Fokus auf Online- und Social-Media-Kanälen. Mit dem Start der Kampagne in einem aktuell sehr herausfordernden Umfeld setzt der Konzern ein klares Zeichen für die Zukunftsorientierung und Innovationskraft des Unternehmens und zeigt sehr deutlich, dass ein modernes Leben ohne voestalpine nahezu nicht denkbar wäre.

#FavoriteMoments folgt der voestalpine-Kampagne von 2023 („*#FavoriteThings*“). Mit *#FavoriteMoments* zeigt der Konzern nun die bedeutenden und besonderen Momente, die Produkte der voestalpine im Leben ermöglichen: vom Lehrabschluss bis zu sicheren Bahn- und Flugzeugverbindungen in den Urlaub oder höchstfesten Stählen für das eigene Auto. Auch dieses Jahr sind die Botschafter:innen die Mitarbeiter:innen der voestalpine – von Österreich, Deutschland und Belgien bis Brasilien oder China.

„Innovative Produkte, höchste Qualität, nachhaltiges Engagement – dafür steht die voestalpine. Um die Bedeutung unserer Produkte im Alltag der Menschen und unserer Kund:innen sichtbarer zu machen, haben wir bei *#FavoriteMoments* nun die Perspektive gewechselt. Neu ist, dass wir für unsere Kommunikation exklusiv den Song ‚All diese Momente‘ von renommierten Songwriter:innen großer deutschsprachiger Pop-Acts produzieren ließen. Wieder eine zentrale Rolle spielen unseren Mitarbeiter:innen - es war uns auch bei der aktuellen Kampagne wichtig zu zeigen, dass sie die Basis unseres Unternehmenserfolges bilden“, sagt Peter Felsbach, Head of Corporate Communications und Konzernsprecher der voestalpine AG.

Kampagnenstart in einem herausfordernden Umfeld

„Wir sind uns bewusst, dass der Startzeitpunkt der Werbelinie in wirtschaftlich sehr schwierigem Umfeld erfolgt. Doch als global führender Stahl- und Technologiekonzern müssen wir gerade in Zeiten wirtschaftlicher und technologischer Veränderungen Investitionen in die Zukunft vornehmen, um junge Fachkräfte zu gewinnen und Innovationen vorantreiben zu können. Eine starke Marke schafft das dafür notwendige Vertrauen“, so Felsbach. Peter Felsbach, Konzernsprecher der voestalpine AG, verantwortet gemeinsam mit einem Team von 16 Mitarbeiter:innen die weltweiten Kommunikationsaktivitäten und das konzernale Marketing. Innerhalb des voestalpine-Teams koordiniert Brandmanager Michael Sterrer-Ebenführer alle Aktivitäten rund um die *#FavoriteMoments*-Kampagne.

Medien-Mix mit Schwerpunkt TV und Online

Die voestalpine setzt bei der neuen Kampagne auf Bewegtbild und wirbt im österreichischen TV, in den digitalen Nachrichtenportalen sowie im Umfeld der Fachmedien zu Innovation und Nachhaltigkeit. Unter

voestalpine AG

dem Hashtag #FavoriteMoments wird die Kampagne auf allen Social-Media-Kanälen der voestalpine ausgespielt. Die Kampagne läuft von April 2025 bis Herbst 2026.

Die Marken- und Imagekampagne wird national wie international auf den Kanälen der Konzerngesellschaften, auf Messen und an den Standorten eingesetzt. Für die weltweiten voestalpine-Standorte wurde auch eine englische Version des Image-Spots erstellt. Um die Mitarbeiter:innen bereits vor Kampagnenstart über die nächsten Schritte zu informieren, ist ein umfassender Maßnahmenplan zur internen Kommunikation vorgesehen: Beiträge im konzernweiten Intranet, im Mitarbeiter:innen-Magazin oder der Mitarbeiter:innen-App und eine voestalpine myPODCAST-Folge.

Die Kampagne wurde abermals gemeinsam mit den Standorten Berlin und Stuttgart der Agentur Scholz & Friends umgesetzt. „Mit dem eigens komponierten Song setzen wir die Stilistik der bisherigen Kampagne fort und verstärken die emotionale Aufladung der Marke. In den neuen Spots stehen besondere Momente und Leistungen von voestalpine im Mittelpunkt. Sie verdeutlichen die umfassende Relevanz der Unternehmensprodukte im Alltag – und bilden so neues Vertrauenskapital bei internen und externen Zielgruppen“, erklärte Klaus Dittko, Partner und Geschäftsführer von Scholz & Friends.

Der voestalpine-Konzern

Die voestalpine ist ein weltweit führender Stahl- und Technologiekonzern mit kombinierter Werkstoff- und Verarbeitungskompetenz. Die global tätige Unternehmensgruppe verfügt über rund 500 Konzerngesellschaften und -standorte in mehr als 50 Ländern auf allen fünf Kontinenten. Der voestalpine-Konzern notiert seit 1995 an der Wiener Börse. Mit seinen Premium-Produkt- und Systemlösungen zählt er zu den führenden Partnern der Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie der Luftfahrt- und Energieindustrie 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 Transformation der Stahlproduktion. Im Geschäftsjahr 2023/24 erzielte der Konzern bei einem Umsatz von 16,7 Milliarden Euro ein operatives Ergebnis (EBITDA) von 1,7 Milliarden Euro und beschäftigte weltweit rund 51.600 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