

Medieninformation
Wien, Österreich | 28. März, 2014

Keep Discovering: Borealis feiert 20-jähriges Bestehen

Borealis' neue Markenstrategie spiegelt die Veränderung des Unternehmens wider

Borealis, ein führender Anbieter innovativer Lösungen in den Bereichen Polyolefine (Kunststoff-Rohstoffe), Basischemikalien und Pflanzennährstoffe, gibt eine Reihe von Maßnahmen zur Änderung seiner Markenpolitik bekannt, die zeitlich mit dem 20-jährigen Jubiläum des Unternehmens im März 2014 zusammenfallen. Borealis hat sich im Laufe der Jahre grundlegend verändert und von seinen nordischen Wurzeln als Kunststoff-Rohstoffproduzent zu einem globalen Anbieter chemischer Produktlösungen entwickelt. Aufbauend auf einem soliden Fundament, das sich aus Polyolefinen, Basischemikalien, Pflanzennährstoffen und dem Joint Venture Borouge zusammensetzt, aktualisiert Borealis nun seine Markenstrategie, um diese bedeutende Veränderung auch nach außen hin zu zeigen. Zu den damit verbundenen Maßnahmen zählen ein völlig neuer „Look & Feel“ des Corporate Designs, die Einführung des neuen Borealis-Slogans, „Keep Discovering“, sowie die völlige Neugestaltung der Konzern-Website (www.borealisgroup.com), die ab heute online ist. Das Ziel dieser Aktivitäten besteht darin, die grundlegende strategische Veränderung von Borealis sowohl auf optischer als auch auf Erlebnisebene darzustellen.

20 Jahre lang hat Borealis unter dem Motto „Shaping the Future with Plastics“ die Zukunft durch seine Kunststoffe mitgestaltet. Im Mittelpunkt der neuen Positionierung steht nun der Slogan „Keep Discovering“. Keep Discovering betont Borealis' kontinuierliches Streben nach Innovation, das immer schon einer der Eckpfeiler des Unternehmens war.

„„Keep Discovering“ fasst kurz und bündig zusammen, wofür Borealis steht und was das Unternehmen tut. „Keep“ steht in diesem Zusammenhang für die Erfolge der Vergangenheit und die Erfahrung, auf denen das Unternehmen aufbaut. „Discovering“ reflektiert die Ambition des Unternehmens und seiner Mitarbeiter, sich zukünftigen Herausforderungen zu stellen und stets mit Begeisterung neues zu entdecken,“ erklärt Andreas Hummel, Borealis Marketing Communications Manager. „Zu den wichtigsten Facetten von „Keep Discovering“ zählt der Glaube an das Konzept kontinuierlicher Verbesserungen. Borealis denkt stets voraus und versucht, innovative Lösungen für seine Partner und Kunden zu finden.“ Der bewährte Borealis-Ansatz „Value Creation through Innovation“ (Mehrwert schaffen durch Innovation) ermöglicht dem Unternehmen, Kunden in all seinen Märkten zum Erfolg zu verhelfen. Durch seine Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Denkweisen und sein leidenschaftliches Streben nach Spitzenleistungen treibt Borealis gemeinsam mit seinen Kunden Ideen voran. „Keep Discovering“ ist daher die logische Fortsetzung von allem, was Borealis in den ersten 20 Jahren seines

Bestehens geschaffen hat und wird nun die Aktivitäten des Unternehmens in die Zukunft führen. Im Laufe des Jahres 2014 wird das Jubiläum intern mit einer Reihe von Aktivitäten gefeiert.

„Borealis hat seit seinen Anfängen vieles erreicht. Wir haben immer schon auf unsere Erfahrungen gesetzt um unsere Zukunft noch erfolgreicher zu gestalten. Die Fusion von Statoil und Neste im Jahr 1994, aus der Borealis hervorging, war der größte jemals durchgeführte industrielle Zusammenschluss in Nordeuropa. Viele talentierte Menschen – einige mit Jahrzehnten an Erfahrung in der Branche – brachen damals gemeinsam als Borealis zu einer neuen Reise auf“, erklärt Mark Garrett, Vorstandsvorsitzender von Borealis. „20 Jahre später setzen wir diese Reise fort. Besonders im Laufe der letzten paar Jahre haben wir Borealis maßgeblich entwickelt. Während 2013 ein Jahr des Wandels war, wird 2014 ein Jahr der Integration, Konsolidierung und des Feierns sein. Das Jubiläum unseres 20-jährigen Bestehens ist die ideale Gelegenheit, diese Veränderung unseren Partnern und der Industrie zu kommunizieren. Unser neuer Slogan, „Keep Discovering“, drückt exakt aus, was wir als Unternehmen bereits ausgezeichnet beherrschen: uns selbst immer wieder an neue Grenzen und auch darüber hinaus zu bringen, um einen noch größeren Nutzen und Mehrwert für Borealis' Partner und Kunden zu schaffen.“

ENDE

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an

Kerstin Meckler
Director Communications
Tel. +43 (0)1 22 400 389 (Wien, Österreich)
e-mail: kerstin.meckler@borealisgroup.com

Borealis ist ein führender Anbieter innovativer Lösungen in den Bereichen Polyolefine, Basischemikalien und Pflanzennährstoffe. Heuer feiert das Unternehmen bereits sein 20-jähriges Bestehen. Mit einem Umsatz von 8,1 Mrd. Euro im Jahr 2013, Kunden in über 120 Ländern und einem aktuellen Mitarbeiterstand von rund 6.400 weltweit, steht Borealis zu 64% im Eigentum der International Petroleum Investment Company (IPIC), Abu Dhabi, sowie zu 36% der OMV, dem führenden Energiekonzern im europäischen Wachstumsgürtel. Borealis hat seine Konzernzentrale in Wien, Österreich. Gemeinsam mit Borouge, einem Joint Venture mit der Abu Dhabi National Oil Company (ADNOC), erstellt Borealis Produkte und Dienstleistungen für Kunden auf der ganzen Welt.

Unter Nutzung der unternehmenseigenen Borstar®- und Borlink™-Technologien und mit 50 Jahren Erfahrung im Bereich Polyolefine (Polyethylen und Polypropylen) beliefern Borealis und Borouge Schlüsselindustrien im Bereich Infrastruktur, Automobile und anspruchsvolle Verpackungen.

Die Borouge 3 Anlagenerweiterung in Abu Dhabi wird 2014 voll betriebsfähig sein. Borouge 3 wird bei vollem Betrieb eine zusätzliche Produktionskapazität von 2,5 Millionen Tonnen liefern und die Gesamtproduktionskapazität von Borouge somit auf 4,5 Millionen Tonnen erhöhen. Damit werden Borealis und Borouge über eine Polyolefin-Produktionskapazität von insgesamt rund 8 Millionen Tonnen verfügen.

Borealis bietet eine breite Palette an Basischemikalien wie Melamin, Phenol, Aceton, Ethylen und Propylen, die in zahlreichen Branchen Verwendung finden. Gemeinsam mit Borouge werden die beiden Unternehmen im Jahr 2014 rund 6 Millionen Tonnen Basischemikalien produzieren.

Mit seinem umfangreichen Pflanzennährstoffe-Portfolio generiert Borealis echte Wertschöpfung für die Agrarindustrie. Das Unternehmen produziert und vermarktet rund 2,1 Millionen Tonnen Pflanzennährstoffe pro Jahr. Dieses Volumen wird bis Ende 2014 auf über 5 Millionen Tonnen ansteigen.

Borealis und Borouge haben zum Ziel, wertvolle Leistungen für die Gesellschaft zu erbringen, indem sie echte Lösungen für echte gesellschaftliche Herausforderungen liefern. Beide Unternehmen haben sich den Prinzipien von Responsible Care® verpflichtet, einer Initiative zur Verbesserung der Sicherheitsperformance in der chemischen Industrie. Mit innovativen Produkten und ihrem Water for the World™-Programm leisten sie einen Beitrag zur Lösung der weltweiten Herausforderungen im Bereich Wasser und sanitäre Versorgung.

Weiterführende Links:

www.borealisgroup.com
www.borouge.com
www.waterfortheworld.net

Borstar ist eine eingetragene Handelsmarke der Borealis Gruppe.
Borlink und Water for the World sind Handelsmarken der Borealis Gruppe.