|  |  |
| --- | --- |
|  | Steel Europe |
|  |  |
|  | 20.01.2016Seite 1/1 |

**Neuer Markenauftritt von thyssenkrupp: Blaues Logo als Blickfang an der A 40**

Weithin sichtbar ist das neue Markenzeichen von thyssenkrupp: Von der meist befahrenen Autobahn im Ruhrgebiet aus, der A 40, ist das blaue Logo mit dem neuen Schriftzug nicht zu übersehen. Es ist an einer markanten Stelle angebracht, der Außenwand der Feuerbeschichtungsanlage FBA 7 von thyssenkrupp Steel Europe in Bochum. In luftiger Höhe brachten Kletterer den Blickfang in den letzten Tagen an. Mit gut 70 Metern ist die Werkshalle eines der höchsten Gebäude der Stadt. Rund 30 mal 40 Meter misst das Großplakat mit dem neuen Erkennungszeichen von thyssenkrupp. Damit begleitet der Stahlbereich von thyssenkrupp den überarbeiteten Markenauftritt des Konzerns und macht diesen auch für Mitarbeiter und Bürger erkennbar. Um das neue Logo bekannt zu machen, wird das Banner bis auf Weiteres über Bochum flattern und den Pendlern ins Auge fallen.

Die neue Marke stellt die Kunden stärker in den Mittelpunkt und macht die Veränderung von thyssenkrupp sichtbar und erlebbar. Sie transportiert das Leitbild und die Aufstellung als diversifizierter Industriekonzern. Sowohl die neue Schreibweise des Namens als auch das gestalterisch und farblich neue Logo unterstreichen das. thyssenkrupp wird künftig klein und zusammengeschrieben. Die bis vor kurzem noch getrennten Signets von Thyssen und Krupp bilden nun eine Einheit.

Ansprechpartner:

thyssenkrupp Steel Europe AG

Erik Walner

Leiter Media Relations

T: +49 203 52 - 45130

erik.walner@thyssenkrupp.com

[www.thyssenkrupp-steel.com](http://www.thyssenkrupp-steel.com)

Company blog: <https://engineered.thyssenkrupp.com>