



LOGO LAUNCH EVENT
MEDIA KIT

PRESSEMITTEILUNG

MILESTONES

MENSCHEN HINTER DER MARKE

ZAHLEN UND FAKTEN 2014

ICON PRODUCTS



SALEWAS GLOBALER MARKENRELAUNCH RÜCKT MARKENWERTE UND BERGSTEIGERISCHEN SPIRIT IN DEN FOKUS

Ein neues Logo, ein globaler Markenrelaunch. Ein Meilenstein in SALEWAs Markengeschichte. Schon das 2011 eröffnete neue Headquarters läutete ein, was jetzt von einem neuen Markenauftritt gekrönt wird. Genau wie dieses futuristische Gebäude soll nun auch der weltweite Markenrelaunch die für das Unternehmen essenziellen Markenwerte nach außen tragen: das moderne, funktionale Design, die Leichtigkeit und Technizität der verwendeten Materialien, den Respekt für die Natur und ihre Ressourcen, den aufmerksamen Blick fürs Detail. „Südtirol ist mehr als nur Standort auch Heimat der Marke. Hier ist der Bergsport in all seinen Facetten erlebbar und damit ist es der ideale Ort für unsere Markenentwicklung,“ sagt CEO Massimo Baratto.

SALEWA: EINE BERGSPORTMARKE MIT GESCHICHTE

Seit der Gründung im Jahr 1935 war die Marke eng verwoben mit dem Alpinismus, seiner Entwicklung und seiner Geschichte. Von Anfang an war diese Leidenschaft für den Bergsport Antriebsfeder und Inspiration für die Entwicklung innovativer Produkte, die Bergsteiger sicher und effektiv an ihr Ziel führten. Daran hat sich bis heute nichts geändert. „Unser Anspruch ist es unsere Kraft und Erfahrung in innovativen Produkten umzusetzen, die Bergsportler weltweit begleiten. Wir stellen uns als Marke gerne, gut vorbereitet, den globalen Herausforderungen. Dazu zählt auch die sorgfältige und wertorientierte Wahl unserer Partner. Unsere starke alpine Heritage ist eine solide Basis und wir blicken heute in eine spannende Zukunft. Der Relaunch des Markenauftritts ist ein Schlüsselereignis auf diesem Weg,“ so Massimo Baratto. Getragen wird SALEWA's Erfolg von einem internationalen Team, das die Begeisterung für den Bergsport eint. „Wir möchten die Erfahrungen und die Freude, die wir in den Bergen finden teilen und Menschen zu alpinen Erlebnissen inspirieren, die ihren Alltag bereichern. Dabei stehen die Bedürfnisse unserer Kunden im Mittelpunkt. Wir wollen sie nicht nur mit den richtigen Tools für ihre Aktivitäten in den Bergen ausstatten, sondern auch dafür sorgen, dass sie unsere Produkte und Services einfach und unkompliziert finden,“ erklärt Massimo Baratto.

2014: NEUES LOGO FÜR DEN BERGSPORTSPEZIALISTEN

Er ist prägend für die Sportbranche: Der kraftvolle, majestätische Adler, untermalt mit dem markanten Schriftzug von SALEWA. Doch nun, im Jahr 2014, ist die Zeit reif für eine Evolution. SALEWA setzt einen bedeutenden Schritt und erneuert das bekannte Markenzeichen. Was vor viereinhalb Jahren mit einer Idee begann, resultierte in Zusammenarbeit mit internationalen Designern in einem modernen, attraktiven Logo. Nachdem es im Dezember 2012 registriert wurde, findet im Mai 2014 beim Launch Event am Wolfgangsee (A) die offizielle Präsentation statt. Anschließend wird es auf der OutDoor Messe in Friedrichshafen und der Outdoor Retailer in den USA der Branche vorgestellt.



ALPINE ERFAHRUNG TRIFFT ZEITGEIST: SALEWAS NEUES LOGO

Der globalen gesellschaftlichen Veränderung zollt das neue Markenzeichen hinlänglich Tribut. Komplexität, digitale Realität, globaler Zeitgeist – und die daraus resultierende Sehnsucht nach bodenständigen Werten. Das alles spiegelt die neue Identität der Marke wider: Das neue Logo soll in einer puristischen, minimalistischen Sprache kommuniziert werden. Ein eckiger, kantiger und facettierter, jedoch auf das Minimum reduzierter Auftritt, für eine globale Berg(sport)marke. „Mit dem Design unseres Logos bzw. der neuen Corporate Identity transportieren wir unsere Markenwerte. Wir haben uns intensiv Gedanken gemacht, was wir weglassen können und wie wir der elementaren Einfachheit, die wir in den Bergen vorfinden, optimal gerecht werden können. Dabei orientiert sich das Design auch an der Funktion, die der Sportler in den Bergen benötigt – immer ein Auge auf das Detail, das uns als Marke prägt und unterscheidet,“ beschreibt Group Brand und Marketing Director Reiner Gerstner das visuelle Konzept.

VERGANGENHEIT UND ZUKUNFT: BERGSTEIGER- SPIRIT UND EXPEDITIONSERFAHRUNG

Die enge Verbundenheit mit dem Alpinismus ist ein wesentlicher Baustein, der die Marke stützt und zugleich fest verankert. Für Präsident Heiner Oberrauch werden hier Fundament und Zukunftsfähigkeit gleichermaßen vereint. „SALEWA ist seit 80 Jahren eine vertikale Marke, eine Marke, die aus Liebe zum Bergsport entstanden ist. Bergsteiger wie Hermann Huber haben die Ausrüstung entwickelt, die sie für ihre Expeditionen brauchten. Nachfolgende Generationen setzen dies fort und diese Leidenschaft und Entschlossenheit ist auch heute überall im Unternehmen zu spüren. Wir empfinden es als unsere Verantwortung, unseren Mitarbeitern den Raum zu geben, ihre Begeisterung für den Bergsport zu leben. Ein neues Markenzeichen ist nur eine äußere Erscheinungsform, viel wichtiger ist die Kultur, die dahintersteht.“

NEUE MARKENIDENTITÄT INSPIRIERT: GET VERTICAL

„Unsere neue Markenidentität geht weit über ein neues Logo hinaus,“ so SALEWA Marketing Director Maurizio Priano. Die Markenkampagne, die mit der Sommerkollektion 2015 das neue Logo am Markt einführt, läuft unter dem Claim „get vertical“. „Die Kampagne soll unsere Kunden inspirieren, ihre Komfortzone zu verlassen, neue Herausforderungen anzunehmen, bewusster zu leben. Es ist ein neuer Weg zu kommunizieren, differenziert in Erscheinung zu treten und dabei konsequent zu vermitteln, für welche Werte wir stehen. Werte wie Leidenschaft, Vertrauen und Respekt, die uns die Liebe zum Berg(sport) lehrt. Dazu haben wir eine langfristige, global ausgerichtete Markenkampagne mit saisonalen, produktorientierten Maßnahmen konzipiert,“ erklärt Priano. Diese Kampagne ist ganzheitlich und durchgängig aufgebaut und setzt auf ein Multi-Channel-Konzept. Sie ist Kommunikationsplattform für unsere langjährige Zusammenarbeit mit namhaften, internationalen Bergsportinstitutionen und Bergführerverbänden und wird von starken Partnern wie BMW, PrimaLoft, Gore-Tex und Tourism Australia unterstützt, um den facettenhaften Reichtum des Bergsports für die jeweilige Zielgruppe mit allen Sinnen erlebbar zu machen. SALEWA wird zudem Partner wichtiger, internationaler Events, wie beispielsweise des Red Bull X-Alps, des spektakulären Abenteuer-Rennens durch die Alpen.





Lisa Sinnegger
Designer



Egon Resch
Technical Director
Technical Hardware



Manuel Schwitzer
Warehouse Manager



Klaus Strößenreuther
Customer Service



Roger Schaeli
Alpinist &
SALEWA Athlete



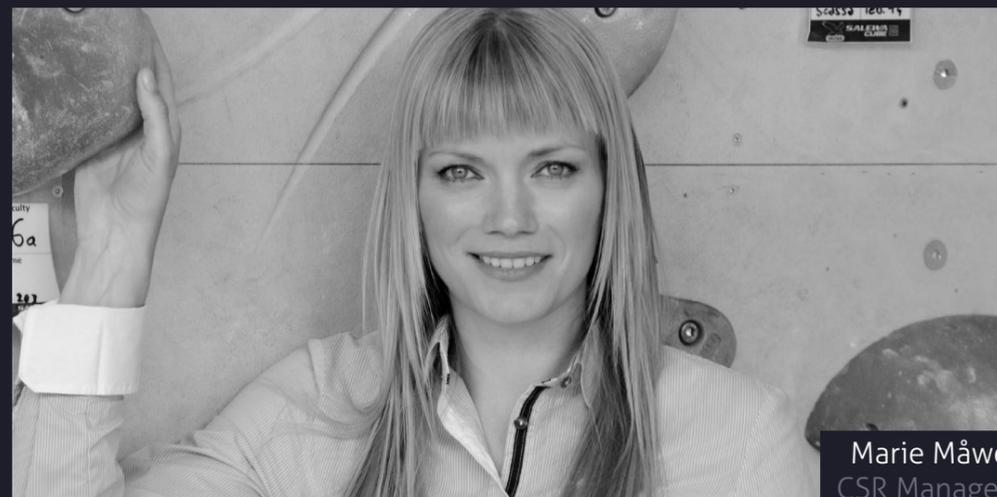
Alex Falser
Business
Development Director



Susanne Zieglauer
Marketing Manager



Benjamin Caraz
Marketing Manager
SALEWA France



Marie Måwe
CSR Manager



Hansjörg Pichler
Customer Service
Coordinator



Julia Baur
PR &
Marketing Manager



LISA SINNEGGER
DESIGNER, HEADQUARTERS
SEIT 2011 DABEL:

“Es inspiriert mich mit motivierten, authentischen Menschen zu arbeiten, die wie ich die Berge, Sport und die Natur lieben.

Die Tatsache Produkte zu designen, die andere Menschen für ihre Abenteuer in den Bergen brauchen, macht mich einfach glücklich.

Der Lifestyle, den wir hier haben – Leben & Arbeiten mitten in den Dolomiten – ist großartig und mit nichts zu vergleichen.“



ROGER SCHÄLI
ALPINIST UND SALEWA ATHLET, SCHWEIZ,
SEIT 2005 DABEL:

„Ein Teil von SALEWA zu sein, macht mich superstolz! Denn SALEWA ist nicht nur eine superauthentische Bergsport - Firma mit Hauptsitz mitten in den Alpen, sondern auch eine große Familie in der ich mich extrem wohl fühle. Die Menschen dahinter, die Philosophie und die stetige Bereitschaft sich zu verbessern und weiter zu entwickeln sind die Zutaten, welche SALEWA und mich als Profi-Alpinisten perfekt verbinden.“



EGON RESCH

TECHNICAL DIRECTOR TECHNICAL HARDWARE,
HEADQUARTERS, SEIT 2011 DABEL:

*„Ich bin Teil eines Unternehmens mit sehr positiver
Unternehmenskultur und ich kann meine Hobbys
Bergsteigen und Technik ideal in den Beruf
einbinden.“*

**MANUEL SCHWITZER**

WAREHOUSE MANAGER, HEADQUARTERS,
SEIT 1998 DABEL:

„Mir gefällt einfach alles an diesem familiären Betrieb und daran mit freundlichen Leuten zusammen zu arbeiten und diese zu führen, um gemeinsam Erfolge zu erzielen. Mein Ziel ist es Erfolge zu realisieren und gemeinsame Stärken auszuarbeiten und dabei die Kunden zufrieden zu stellen.“



KLAUS STRÖSSENREUTHER
CUSTOMER SERVICE, SALEWA DEUTSCHLAND,
SEIT 1996 DABEL:

„Für mich wären das zwei Dinge, zum einen die Begeisterung für den Outdoorsport der jeden Tag bei nahezu allen Mitarbeitern spürbar ist und zum anderen die menschliche Atmosphäre die in diesem Unternehmen herrscht.

So etwas zeigt sich eigentlich immer erst wenn es mal Schwierigkeiten gibt, gerade bei Problemen im privaten Bereich findet man immer ein offenes Ohr und praktische Unterstützung um im Rahmen der Möglichkeiten zu helfen. Genau diese unbürokratische Art schätze ich in unserem Unternehmen und freue mich auch weiterhin ein „Teil“ von SALEWA zu sein.“



ALEX FALSER
BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR,
HEADQUARTERS, SEIT 1983 DABEL:

*„Es ist ein tolles Gefühl Teil eines Teams zu sein
das mit Begeisterung und Professionalität arbeitet.
Dass dabei noch Berge, Natur, Lebensstil im Mittel-
punkt der Tätigkeit stehen macht das Arbeiten mit
diesem Team noch angenehmer.“*



SUSANNE ZIEGLAUER
MARKETING MANAGER, SALEWA ÖSTERREICH,
SEIT 2012 DABEL:

„Teil eines Teams zu sein, mit dem ich meine Leidenschaft für die Berge und Natur teilen kann, aber auch diese Leidenschaft in meiner Arbeit täglich erleben zu können, das macht SALEWA für mich besonders.“

**MARIE MÅWE**

CSR MANAGER, HEADQUARTERS,
SEIT 2014 DABEL:

„Ich genieße es Teil eines jungen, internationalen, engagierten Teams zu sein, das wahre Leidenschaft für die Berge und die Natur zeigt. Man kann jederzeit gemeinsam mit den Kollegen eine Skitour nach Feierabend machen oder eine Kletter-Session in der Mittagspause einlegen.“

Auch der tief empfundene Einsatz für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, den das Top Management zeigt, motiviert mich in meiner Arbeit und überzeugt mich, dass SALEWA für die Zukunft gut gerüstet ist.“



HANSJÖRG PICHLER
CUSTOMER SERVICE COORDINATOR,
HEADQUARTERS, SEIT 2010 DABEL:

“Mir gefällt es Teil von SALEWA zu sein, weil es jeden Tag spannend ist zur Arbeit zu gehen, weil es täglich Neues gibt. Ich eine Menge tolle Arbeitskollegen habe, aus fast allen Teilen der Welt. Das möchte ich auf keinen Fall missen. Es eine tolle Firma ist, wir ein tolles Headquarters haben das neben sehr schönen Büroräumen, auch eine super Mensa, Kletterhalle und einen Fitnessraum für die Mitarbeiter bietet.“



JULIA BAUR

PR UND MARKETING MANAGER,
SALEWA SCHWEIZ, SEIT 2011 DABEI:

*„Ich liebe es bei SALEWA zu arbeiten, weil ich hier
meine Leidenschaft für Berge, Schnee und innovative
Produkte zum Beruf machen kann.“*



BENJAMIN CARAZ
MARKETING MANAGER,
SALEWA FRANCE, SEIT 2010 DABEI:

“Es ist etwas besonderes für mich, weil meine Wurzeln, meine Geschichte und meine Leidenschaft mit den Bergen zu tun haben. In der Arbeit für einen Bergsportspezialisten kann ich all das einbringen.”

ICON PRODUCTS



APEX 22

WILDFIRE PRO

SPEED ASCENT

PEDROC HYBRID JACKET

ERGO BELAY SYSTEM

HAUPTMENÜ

SALEWA

Strong, but low weight due to smart use of fabrics.

Close Fit due to Contact Fit carrying system.

Easy ice-axe attachment.

Quick access to mountaineering equipment on your harness due to v-shape that follows the bodily form.

SPEED AND SIMPLICITY

APEX 22 BACKPACK
FOR SPEED MOUNTAINEERING ESSENTIALS

You're a no-compromise, speed-machine – and so is this backpack. With easy access to all your gear, space to carry everything you need, and a lightweight build, in a freedom-to-move design, the Apex 22 backpack will take you to the peak of your mountain ability.

Michi Wohlleben

Developed for light and fast mountaineering by Michi Wohlleben.

salewa.com

ERGO BELAY SYSTEM REIBUNGSLOS SICHER

Keine Armverrenkungen mehr beim Sichern, dank dem Ergo Belay.
Die einzigartige Form sorgt dafür, dass die Bremshand niemals das Seil verlassen muss - für mehr Effizienz, reibungsloses Handling und mehr Sicherheit.

salewa.com



Entwickelt von Chris Semmel, Leiter der
Geschäftsstelle VDBS, (Sachverständiger für
Alpin- und Kletterunfälle)

PEDROC HYBRID JACKET PROTECTED COMFORT

Leicht, schnell und frei – so fühlst du dich mit der Pedroc Hybrid-Jacke. Maximale Atmungsaktivität trotz optimalem Schutz vor Wind und Regen machen diese Jacke zum perfekten Begleiter für schnelle Hiker.

salewa.com



OFFICIAL JACKET OF THE



WILDFIRE PRO HIGH TECH APPROACH

Manchmal wird aus wandern klettern - und manchmal ist eine Wanderung nötig um die Klettertour zu starten. Mach beides mit dem neuen Wildfire Pro, einem Zustiegsschuh für den Weg hin - und rauf!

salewa.com



Ausgezeichnete Passform und Langlebigkeit dank einer Kombination aus Leder und Microfiber.

100% blister-free mit dem SALEWA Alpine Fit.

Hervorragende Präzision und fester Verschluss durch überlappende Zunge.

25% mehr Grip mit VIBRAM® Megagrip Sohle.



DOOR TO
SUMMIT



ZAHLEN & FAKTEN 2014

SALEWA ist eine authentische Bergsportmarke, die innovative Lösungen für ambitionierte Bergsportler und Menschen mit viel Leidenschaft und Affinität zu den Bergen bietet.

Dank langjähriger Expeditionserfahrung gilt das auch im hochalpinen Bereich. Bei der Produktentwicklung setzt der Multispezialist auf neueste Technologien, ressourcenschonende Material- und Produktionsprozesse sowie höchste Sicherheitsstandards – immer den optimalen Nutzen seiner Anwender fest im Blick.

Die kompromisslose Leidenschaft für den Berg(sport) treibt uns an in allen Aktivitäten mutig und entschlossen zu agieren. Als verlässlicher Seilpartner leben wir Partnern und Kunden beispielhaft den respektvollen Umgang mit dem alpinen Lebensraum vor.

HEADQUARTER	SALEWA International / Oberalp AG Via Waltraud-Gebert-Deeg Str. 4 / 39100 Bolzano Italien Tel: 0039 0471 242900 / Fax: 0039 0471 200701 / Mail: info@salewa.it
GEGRÜNDET	1935 von Josef Liebhart in München, Deutschland
PRÄSIDENT & EIGENTÜMER	Heiner Oberrauch (seit 1990)
CEO	Massimo Baratto
POSITIONIERUNG	Multispezialist im Bergsport
PRODUKTE	Funktionsbekleidung für den Bergsport, Outdoor-Schuhe, Ausrüstung (Rucksäcke, Zelte, Schlafsäcke), Technische Hartware (Karabiner, Steigeisen, Eispickel, Helme, Klettergurte, etc. ...)
ANGESTELLTE	550 Mitarbeiter weltweit
MARKEN	SALEWA, DYNAFIT, SILVRETTA, POMOCA, Wild Country
UMSATZ 2013	194 Mio. Euro
NIEDERLASSUNGEN	Deutschland, 85609 Aschheim / Italien, 39100 Bozen / Österreich, 5101 Bergheim / Schweiz, 9100 Herisau / Frankreich, 38190 Bernin / Spanien, 08192 Sant Quirze d. Valles / Polen, 31-135 Krakau / Tschechische Republik, Brno / Nord Amerika, Boulder, CO 80302-6352, USA / Asien, Hong Kong
MÄRKTE	Deutschland, Italien, Österreich, Schweiz, Frankreich, Polen, Spanien, Nord Amerika, Niederlande, Belgien, Tschechische Republik, Slowenien, Russland, Japan, Korea, Taiwan, China, Norwegen, Irland, UK, Zypern, Dänemark, Griechenland, Türkei, Bulgarien, Ungarn, Rumänien, Slowakei, Schweden, Kroatien, Ukraine, Iran, Israel, Chile.
SALEWA MOUNTAINSHOPS (EUROPA)	16
SALEWA STORES (EUROPA)	15
SALEWA OUTLETS (EUROPA)	11
SALEWA SHOP IN SHOP (EUROPA)	über 200
SALEWA POINT OF SALES/STORES (KOREA / CHINA)	78 / 38
SALEWA STORE (NEPAL)	1