



# HYDRO

## Markedet

Hydro er et energi- og aluminiumselskap etablert i 1905. Med 33.000 medarbeidere og virksomhet i nær 40 land er selskapet en ledende produsent av olje og gass til havs, verdens tredje største integrerte leverandør av aluminium og en pioner i fornybar energi og energieffektive løsninger.

Som en av verdens største produsenter av olje og gass til havs opererer Hydro blant annet 13 olje- og gassinntallasjoner på norsk kontinentalsokkel. Selskapet har de senere årene ekspandert vesentlig internasjonalt, blant annet med stor aktivitet og egne forretningsenheter i Angola, Libya, Russland, Canada, Brasil og USA/ Mexicogulven. Hydro har hatt en ledende rolle i utviklingen av norsk petroleumsindustri siden starten for 40 år siden. Selskapets kompetanse på prosjektgjennomføring og ekspertise på dypt vann og i grov sjø er i verdensklasse og bidrar til resultater både i Nordsjøen og ellers i verden. Hydro har en framtrædende rolle også i utvikling av vindkraft og produksjon av hydrogen til energiformål.

Hydro er verdens tredje største integrerte leverandør av aluminium med virksomhet på alle kontinenter. Med utgangspunkt i et naturlig forretningsinstinkt skapes verdier gjennom nyskaping og effektive løsninger. Kundene omfatter bil-, emballasje- og byggeindustrien. Produktene gjør bilene lettere og tryggere og bygningene til bedre miljøer å bo og arbeide i. Hydro er verdens tredje største integrerte aluminiumselskap, med produkter og virksomhet innen så vel råvareproduksjon som videreforedling og sluttprodukter. Selskapet kan tilby den aller beste kvalitet og høyeste renhet, utvikler de mest kompliserte profiler og bistår kundene i alle faser fra design til ferdig produkt. Hydro er svært opptatt av resirkulering og var det første selskapet som kunne tilby førsteklasses aluminium framstilt av resirkulert skrap. Andre store aktører innen denne industrien er blant annet Alcan, Alcoa, Elkem, Hindalco, Novelis og SAPA. Hydro har i en årrekke levert store utbyggingsprosjekter innen avtalte tids- og kostnadsrammer. Selskapet er operatør for Norges største

industriprosjekt – utbyggingen av Ormen Lange-feltet utenfor kysten av Møre og Romsdal. Prosjektet har en kostnadsramme på 66 milliarder kroner, og er ferdig i oktober 2007. Feltet vil forsyne Storbritannia med opp mot 20 prosent av deres gassbehov i opptil 40 år.

## Resultater

Hydro har de siste to årene jobbet målbevisst med og brukt mye ressurser på merkevarebygging i eksterne kanaler, noe som i Hydro har vært en liten revolusjon.

Sammen med reklamebyrået DDB Oslo, er det lagt ned et systematisk og målrettet arbeid for å komme fram til denne kommunikasjonsplattformen: "Det går an å tenke stort i et lite land". Gjennom sin massekommunikasjon ønsker Hydro å styrke kunnskapen om Hydros innovasjonskraft og prosjektkompetanse, å skape stolthet og å vise at norsk kompetanse skaper store resultater over hele verden. Dette målbevisste arbeidet har gitt resultater, og selskapet kan notere at de så langt har nådd målene de satte seg for utviklingen av merkevaren Hydro.

Hydro synes det er veldig hyggelig å få stor anerkjennelse i fagkretser – med blant annet gull, sølv og bronse i det som regnes å være kåringen av verdens beste konsernfilmer (The U. S. International Film And Video Festival), fire napp i Aftenposten BEST de siste to årene, samt tre såkalte Sølvmikker (på tre forsøk) for god radioreklame. Hydro fikk også en rekke utmerkelse i årets Gullblyant:

- sølv i kategorien 'Radio'
- sølv i kategorien 'utendørs'
- diplom i kategorien 'Annonse'
- diplom i kategorien 'Art Direction'

## Historien

Den 2. desember 1905 var en viktig dag: Da ble Norsk Hydro grunnlagt. Likevel begynte historien noen år tidligere. Vi må gå tilbake til forrige århundreskifte for å finne kilden til den oppgaven Hydro har gjort til sin, for å finne verdiene i Hydro og røttene til den kulturen som er Hydro. Det er blitt sagt at historien er selve grunnlaget



for Hydros bedriftskultur.

I årene fra 1900 til 1917 legges fundamentet for Norsk Hydro. Et av tidens problem finner sin løsning med Hydro; industriell framstilling av næringsstoffer til jordbruket gjør det mulig å øke matproduksjonen i verden. Norsk fossekraft, vitenskapelig og teknologisk nybrottsarbeid, svensk, fransk og tysk kapital og gründerånd av uvanlig format går sammen med framveksten og moderniseringen av Norge etter 1905. Et internasjonalt industriselskap blir til.

De neste årene preges av kriser og omstilling. Revolusjon i Russland, nedgangstider, vanskelige markeder og skjerpet konkurranse. Selskapet utvikler ny gjødsel-teknologi og tar vanskelige veivalg. I samarbeid med IG Farben tas den tyske, mer effektive Haber-Bosch-teknologien for framstilling av ammoniakk i bruk.

1929–1945 er preget av børskrakk, vedvarende svake konjunkturer, krigsforberedelser og en

verdenskrig som tar millioner av liv og ødelegger verdier. Hydro trekkes inn i alvorlige arbeidskonflikter og stilles overfor en helt ny virkelighet med okkupasjonen av Norge. Fabrikkanlegg bombes og hjemseskes av sabotører.

Etterkrigstiden skaper stor etterspørsel og gir mulighet for ny ekspansjon. Hydro blir en enda større produsent av plantenæring. Planene om å produsere lettmetaller hentes fram igjen, og elskapet går inn i petroleum- og petrokjemisk industri. Omstillingen sikrer lønnsomhet og åpner for kraftfull ekspansjon.

På 1980-tallet skyter internasjonaliseringen fart, og Hydro foretar en rekke store oppkjøp, bygger nye anlegg for plantenæring og inntar lederposisjonen blant Europas leverandører av gjødsel. Med operatøransvaret på Osebergfeltet går Hydro inn i en ny epoke som oljeselskap. Hydro overtar ÅSV og danner Hydro Aluminium. Mens tre av fire Hydro-ansatte arbeidet i Norge ved inngangen til 1980-årene, er andelen under 50 prosent 10 år seinere. Omsetningen femdobles - til nær 70 milliarder kroner.

Fram til i dag har Hydro fortsatt utviklingen som internasjonalt selskap. Europa er fortsatt det største markedet, men veksten er sterk i Asia og Amerika. En rekke fullførte olje- og gassprosjekter gir inntekter, og Hydro har engasjert seg i petroleum, blant annet i Russland, Canada og Angola. Virksomheten i selskapet konsentreres om forretningsområdene Olje og Energi, Aluminium og Agri. Etter overtakelsen av metallselskapet VAW er Aluminium det største forretningsområdet. Samlet antall ansatte når en topp på 50.000.

## Produktet

Hovedproduktene til Hydro er Olje & Energi og aluminiumsvirksomhet.

Hydro er et av verdens ledende oljeselskaper offshore, med operatøransvaret for 13 olje- og gassinntallasjoner på norsk kontinentalsokkel. Den gjennomsnittlige produksjonen av olje og gass var for 2006 573.000 fat oljeequivalenter i døgn.

Med 26.000 ansatte i 28 land driver Hydro en integrert aluminiumsvirksomhet med ledende posisjoner på en rekke områder. Egenproduksjonen av primæraluminium var på 1,8 millioner tonn i 2005, og i tillegg er det en omfattende handelsaktivitet. Hydro driver også andre virksomheter: Hydro Polymers er en ledende produsent av PVC med hovedvirksomhet i Europa og partnersamarbeid i Norge, Kina, Qatar og Portugal.

Hydro IS Partner AS er en profesjonell tilbyder av komplette IS-tjenester. Hydro Production Partner er Hydros kompetansesenter og ledende leverandør innenfor produksjonsstøtte.

Hydro Other Businesses omfatter for øvrig service- og støttefunksjoner innenfor områdene drift av industriparke, næringsparker, personalrelaterte tjenester, regnskap- og innkjøpstjenester og forpleining offshore, samt kommunikasjon.

## Seneste utvikling

På terskelen til de neste 100 år bygger Hydro videre på sin evne til å skape livskraft for kunder, partnere og samfunnet som helhet.

Som et globalt selskap møter Hydro en rekke utfordringer i form av ulike krav og forventninger, ulike kulturer og ulik praksis. Konsernet har et ansvar i forhold til samfunnet, ansatte og miljøet. Utviklingen akkurat nå preges av verdens økende behov for energi. Det gir opphav til utfordringer og dilemmaer på mange områder. Som en leverandør av både energi og aluminium forsøker Hydro å finne løsninger på disse spørsmålene – løsninger som oppfyller Hydros forretningsmål samt visjonen om å skape et livskraftig samfunn.

## Markedsføring

Hydro har tradisjonelt vært en nøktern B2B aktør og en betydelig sponsor. Selskapets logo er over tid blitt et symbol som kjennes av de fleste. Den første logoen var kornakset, men Vikingskipet – tegnet av Holmboe ca. 1910, dannet grunnlaget for Hydros logo. Vikingskiplogoen har utviklet seg med selskapet: Rundt 1950 kom den i forenklet utgave, og enda en forenklet utgave kom i 1960. I 1972 redesignet og moderniserte Leif Anisdal Vikingskipet, og fra 1990 ble navnet Hydro lagt til i selve logoen. Fra 2004 har Hydro igjen fått ny logo, mens vikingskip-elementet følger den utskilte Agri-virksomheten.

I det siste har Hydro brukt mer ressurser enn tidligere på massekommunikasjon og betalt plass til profilering i form av annonsering i dags- og ukepresse, TV- og radio-annonsering. Hydros massekommunikasjon har beveget seg et langt steg fra den mer tradisjonelle, produktorienterte måten å kommunisere på til kreative og oppsiktsvekkende løsninger som får mottaker til å stoppe opp og reflektere over budskapet.

Sponsorater:

Hydros mål er å skape et mer livskraftig samfunn. Alle Hydros sponsoraktiviteter er valgt fordi de bidrar til å fremme dette målet. Hydro er stolt over å samarbeide med disse institusjonene og arrangementene.

Kultur:

Oslo Filharmoniske Orkester, Nobels Fredspris-konsert. Stiklestad Nasjonale Kultursenter, Festspillene i Nord-Norge, Peer Gynt-spelet, The Almeida Theatre, London, Festspillene i Bergen, Moldejazz.

Humanitært arbeid:

Redd Barna. Forskning & utvikling og utdanning European Aluminium Award, Nobels Fredssenter, Bergen Vitensenter, London Design Week, den norske paviljongen

Miljøvern:

Blekkulf, Barnas miljøvernorganisasjon.

## Merkeverdi

I forbindelse med Hydros 100-års jubileum ble det i 2003/2004 utarbeidet en ny masterbrand-strategi for selskapet. En av grunnstenene i dette arbeidet er definert som "The Hydro Way" – som beskriver en tenkning og en holdning blant Hydros ansatte verden over, og en måte å drive forretninger på som har preget selskapet siden opprinnelsen i 1905. The Hydro Way har tre hovedkomponenter som er bærende i så vel kommunikasjon som forretningsdrift:

Hydros formål:

Hydros formål er å skape et mer livskraftig samfunn gjennom nyskapende og effektivt utvikling av naturressurser og produkter.

Hydros verdier:

- Mot
- Respekt
- Samarbeid
- Måltrettethet
- Framsyn

Hydros talenter:

- Evne til å skape viktige produkter av naturressurser
- Iver etter å nå optimalt resultat
- Et naturlig forretningsinstinkt
- Samfunnsbevisst forretningsdrift

Basert på The Hydro Way ble det sammen med reklamebyrået DDB Oslo i 2004/2005 utviklet en budskapsplattform som ble oppsummert i slagordet "Det går an å tenke stort i et lite



land". Konseptet beskriver en mentalitet og en tenkemåte, og i eksterne kommunikasjon betydde det et viktig skifte. For Hydro er det å tenke stort mer enn bare smarte nye idéer og innovativ teknologi – det er en fundamental del av hvordan selskapet bidrar til et mer livskraftig samfunn.



## Ting du ikke visste om Hydro

På den lille øya Utsira står et stykke verdenshistorie. I Norges minste kommune med under 300 innbyggere har Hydro har utviklet verdens første fullskala uavhengige energisystem, som kun baserer seg på fornybar energi og hydrogen.

Din neste bil er kanskje laget av gamle brus-bokser.

Ved å resirkulere aluminium brukes kun 5 % av den energien det tar å produsere aluminium fra råstoff.

Ved bruk av Hydros aluminums-systemer i en bygning kan bygningen produsere mer energi enn den bruker.

Olje- og gassbrønner bores ikke bare rett ned i oljereservoaret. Dagens teknologi gjør det mulig å bore først rett ned, så horisontalt inn i reservoaret – og deretter til og med bore flere grener på samme brønnen nesten som et edderkopnett. Hydro er verdensledene på dette området, og boret i 2005 verdens første 6-grens horisontalbrønn.

Olje ligger ikke i lommer i reservoaret men i forskjellige typer stein – som kaffe i en sukkerbit.

Olje pumpes ikke opp fra reservoaret men er avhengig av stort trykk for å bli presset til overflaten.

Noen av Hydros ansatte spiller spill hele dagen – og får betalt for det.

