



KUNDEN NEWSLETTER

Welcome to Caverion!

Name und Logo

Börsenstart

Änderungen durch
Umfirmierung

Außenauftritt

Working for
better buildings



Welcome to Caverion!



Liebe Leserin, lieber Leser,

es ist geschafft! Seit dem 1. Juli ist Caverion am Start. In nur vier Monaten haben wir die Ausgliederung aus dem YIT-Konzern erreicht und ein neues Unternehmen erschaffen: mit neuer Identität, neuem Marktauftritt und neuem Elan. Caverion ist da. Sehr vieles ist in dieser kurzen und intensiven Zeit gut gelaufen, manches aber leider auch etwas zu kurz gekommen. So wollten wir Sie neben unseren regelmäßigen Informationen im Internet und in der Presse auch über diesen Newsletter zum Ausgliederungsprozess stets auf dem Laufenden halten. Das haben wir versäumt.

Umso mehr möchten wir Ihnen heute mit unserem Caverion-Premieren-Newsletter jetzt nach dem geglückten Start noch einmal alle wichtigen Informationen zusammenfassen. Auf Anregungen und Ihr Feedback bin ich gespannt. Viel Freude beim Lesen.

Mit freundlichem Gruß

Ralf Lutz
CEO Caverion Deutschland



Name und Logo



„Caverion“ kommt Ihnen irgendwie bekannt vor? Das hat einen guten Grund, denn vor drei Jahren hat YIT ein Unternehmen in Deutschland mit diesem Namen gekauft und seitdem alle Namensrechte inne. Als es jetzt im Zuge der Ausgliederung darum ging, eine neue Gesellschaft aus der Taufe zu heben, lag es nahe, auf einen rechtlich gesicherten Namen zurückzugreifen, für den zudem alle wesentlichen Internet-Domains auf Anhieb verfügbar sind. Aber auch wenn der Name vertraut scheint, mit dem Neustart zum 1. Juli ist bei Caverion auch vieles neu: an erster Stelle das neue Logo und der neue Außenauftritt. Aber auch die neue Gesell-

schaft, die heute in 13 Ländern vertreten und in Helsinki an der Börse notiert ist. Kurs: weiteres Wachstum.

Wir wollen uns stetig verbessern und fit sein für neue und veränderte Rahmenbedingungen – mit dem klaren Ziel, die Erwartungen unserer Kunden dabei zu übertreffen.

Auch unser neues Symbol, das C in Form eines „Erneuerungs-Pfeils“ bringt es auf den Punkt: Sich nicht auf Bestehendem ausruhen, sondern Augen und Ohren offen halten, zuhören und kontinuierlich nach noch besseren Lösungen suchen. Dokumentiert in unserem neuen Slogan – „Working for better buildings“.

Änderungen durch Umfirmierung

Für die deutsche Gesellschaft sind die Veränderungen im kaufmännischen Bereich nicht sehr groß. Im Wesentlichen wurde aus YIT Germany jetzt Caverion Deutschland.

Zum Abgleich finden Sie hier noch einmal alle wichtigen Rahmendaten, um eine korrekte Rechnung auszustellen:

- Handelsregisternummer Caverion Deutschland: 189657
- Steuernummer Caverion Deutschland: 143/194/10873
- Umsatzsteuer-ID Caverion Deutschland: DE 815012867

Die Angaben finden Sie übrigens auch im Impressum unserer neuen Homepage www.caverion.de. Schauen Sie doch gleich mal vorbei.

Alle postalischen Rechnungen senden Sie bitte ausschließlich an folgende Adresse:

Caverion Deutschland GmbH
Abteilung FI / RP
Roßbachstraße 38
70499 Stuttgart



Börsenstart

Seit 01.07. sind wir eigenständig in Helsinki an der Börse im NASDAQ OMX notiert. Aus der bisherigen alleinigen YIT-Aktie wurden zwei. Jeder YIT-Aktionär hat zusätzlich noch eine Caverion-Aktie in sein Depot bekommen. Besonders erfreulich dabei: Schon in der ersten Woche ist der Unternehmenswert leicht gestiegen. Letzten Freitag lag die YIT-Aktie im Schnitt bei 13,19 EUR. Heute sind YIT und Caverion zwar getrennt notiert, aber der Aktionär hat sogar einen Gegenwert von 14,45 EUR.

Jetzt gilt es, die neuen Freiräume, Chancen und Möglichkeiten zu nutzen. Unserem Ziel, auch kurzfristig weiter zu wachsen, haben wir mit den Akquisebemühungen um Hochtief Service Solutions Ausdruck verliehen. Leider kam ein anderes Unternehmen zum Zug. Aber auch hier bleiben wir auf dem eingeschlagenen Weg eines konsequenten Wachstumskurses und werden unserer Strategie Taten folgen lassen.

Außenauftritt



Am 1. Juli konnten Sie es bereits im Online-Auftritt der FAZ sehen und wenige Tage später auch im Wirtschaftsteil der Printausgabe – Caverion präsentiert sich im neuen Gewand: In blau und weiß oder nach bayerischer Lesart in weiß-blau, wie wir am Hauptsitz in München sagen.

Unseren Mehrwert bringen wir auch durch klare, einfache Symbole zum Ausdruck und zeigen in unserem Marktauftritt auch die Kunden unserer Kunden. So zum Beispiel einen Dirigenten in der Oper oder Ärzte im Krankenhaus. Die eigentlichen Nutzer der Gebäude können sich auf das Wesentliche konzentrieren, Caverion kümmert sich im Hintergrund um die Technik, damit alles reibungslos funktioniert.

Unser Start war erfolgreich – aber wir sind erst am Anfang. Seien Sie gespannt, womit Caverion Sie noch überraschen wird...



Michael Giffels

Leiter Marketing und Kommunikation
Caverion Central Europe GmbH
michael.giffels@caverion.com
Tel: +49 89 374288-113



www.caverion.de