

INFO-TECHNO.AT

# ÖSTERREICHS BAU-DATEN UND BUSINESS PROVIDER

Unter der Dachmarke INFO-TECHNO bieten wir webbasierte Informations- und Entscheidungssysteme für Österreichs Bauwirtschaft. Unsere Online-Plattformen ermöglichen Anbietern und Nachfragern den effizienten Austausch von Produkt-Informationen, die Präsentation von Referenzprojekten und den Ausbau der Geschäftstätigkeit.

- ▶ **BAUDATENBANK.AT**  
Österreichs größter Online-Baustoffkatalog mit mehr als 1.500.000 Besuchern pro Jahr.
- ▶ **BAUDATENBANK NEWS**  
Österreichs auflagenstärkster Newsletter für die Bauwirtschaft. Hier erreichen Sie wöchentlich 27.500 Top-Adressaten.
- ▶ **BAUDATENBANK PROJEKTE**  
Der Online-Showroom für Ihre Referenzen. Hier präsentieren Sie Ihren Beitrag an attraktiven Bauprojekten vor 1,5 Mio Besuchern pro Jahr.
- ▶ **AUSSCHREIBUNG.AT**  
Österreichs Portal für öffentliche und beschränkte Bau-Ausschreibungen mit über 92.000 abgewickelten Projekten.



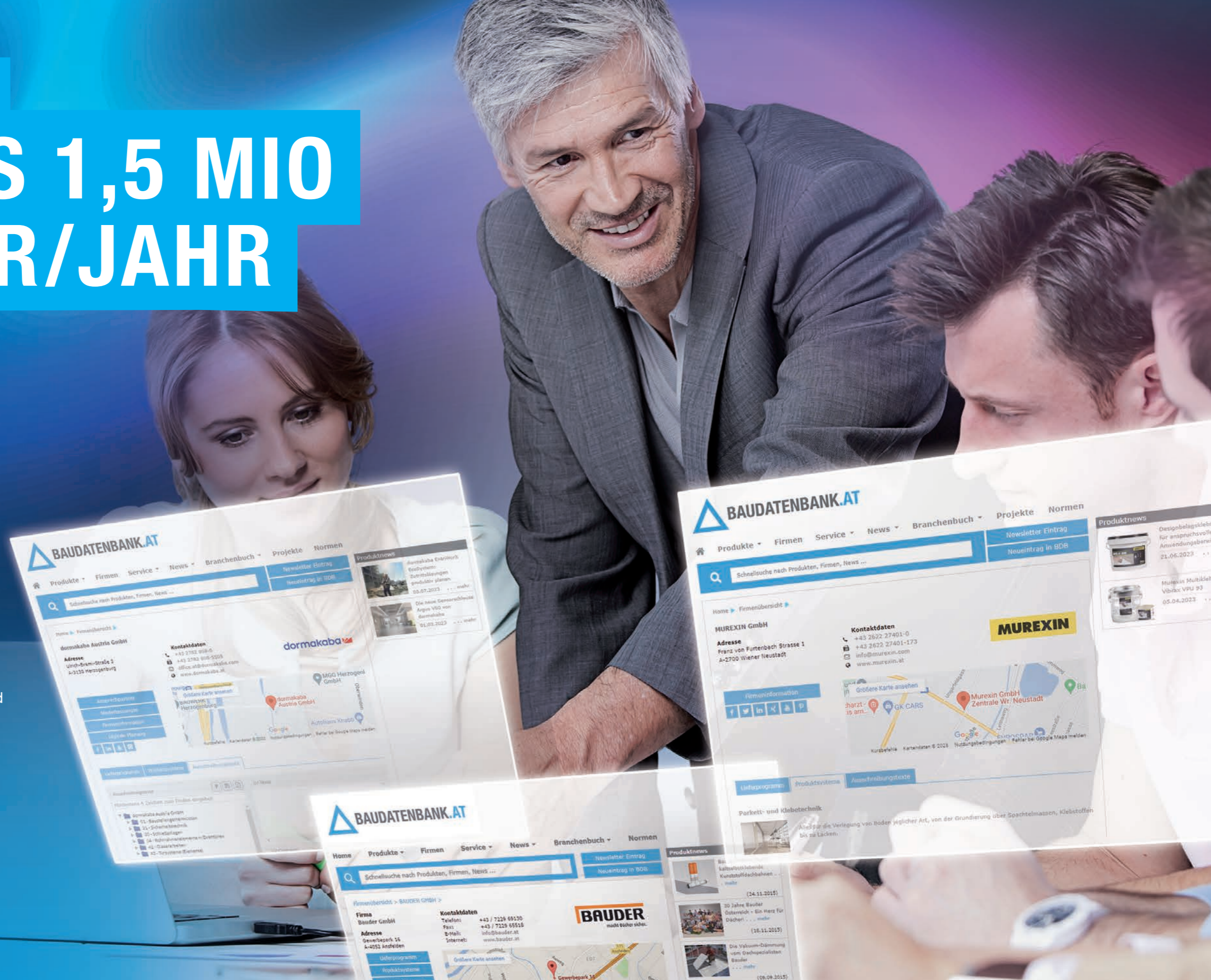
BAUDATENBANK.AT

# MEHR ALS 1,5 MIO BESUCHER/JAHR

BAUDATENBANK.AT ist Österreichs größter Online-Baustoffkatalog mit mehr als 1.500.000 Besuchern pro Jahr.\* Hier finden Entscheider alle Informationen für ihre tägliche Arbeit auf einen Klick: Baustoffe sowie Bau- und Ausstattungsprodukte für Planung, Kalkulation, Ausschreibung und Anwendung.

- ▶ Aktuelle Fachinformationen zu Baustoffen, Bau- und Ausstattungsprodukten.
- ▶ Marktführende Hersteller und Lieferanten auf einen Klick.
- ▶ Individuelle Präsentation von Produkten und Leistungen – ganz nach Ihren Bedürfnissen.
- ▶ Interaktive Darstellung von crossmedialen Inhalten.

\* Quelle: ÖWA Juli 2022 - Juni 2023



BAUDATENBANK.AT

# BEST PRACTICE BEI EFFIZIENZ & WIRKUNG!

## SUPERBANNER 1

Startseite und alle Folgeseiten  
Format: 728 x 90 pxl (B x H)

## SUPERBANNER XL 1

Startseite und alle Folgeseiten  
Format: 960 x 100 pxl (B x H)

## SKYSCRAPER 2

Startseite und alle Folgeseiten  
Format: 160 x 600 pxl (B x H)

## L-AD 1 2

Startseite und alle Folgeseiten  
Format: 728 x 90 pxl (B x H)  
und 160 x 600 pxl (B x H)

## L-AD XL 1 2

Startseite und alle Folgeseiten  
Format: 960 x 100 pxl (B x H)  
und 160 x 600 pxl (B x H)

## HEADER-BANNER 3

Newsletter  
Format: 115 x 51 pxl (B x H)

## PREMIUM-BEITRAG 4

Newsletter  
Bildformat: 335 x 168 pxl (B x H)

## STANDARD-BEITRAG 5

Newsletter  
Bildformat: 100 x 78 pxl (B x H)

## HAUPT-BANNER 6

Startseite  
Format: 758 x 70 pxl (B x H)

## SLIDER 7

Startseite  
Format: 758 x 190 pxl (B x H)

## PRODUKT DER WOCHE 8

Startseite  
Format: 355 x 195 pxl (B x H)

## BANNER RECHTS 9

Startseite  
Format: 160 x 70 pxl (B x H)

## FIRMENNEWS 10

Startseite

## NAVIGATIONS-BANNER 11

Navigationssseite

## WECHSEL-BANNER 12

Navigationssseite

## KEYWORD-BANNER 13

Navigationssseite

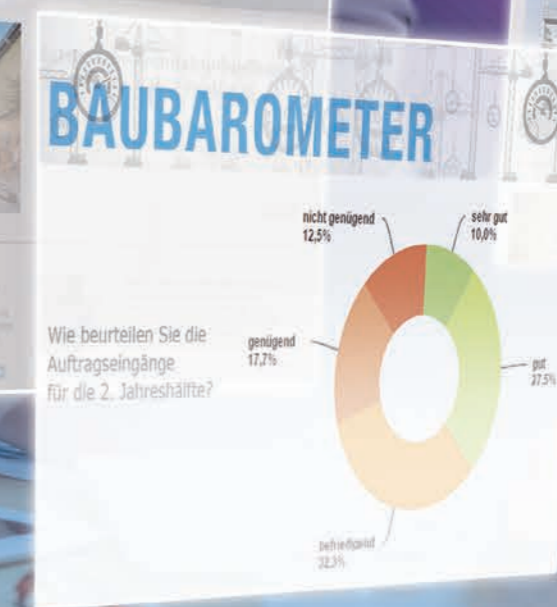


BAUDATENBANK NEWS

# HIER ERREICHEN SIE 27.500 ENTSCHEIDER

BAUDATENBANK NEWS ist Österreichs auflagenstärkster Newsletter für die Bauwirtschaft. Hier erreichen Sie wöchentlich 27.500 Top-Adressaten aus den Bereichen Architekten, Planer, Bauunternehmen, Handwerks- und Gewerbebetriebe, Bau-träger, Wohnbaugesellschaften, öffentliche Institutionen, Ausschreiber, Anbieter.

- ▶ Zielgruppe: 27.500 Entscheidungsträger aus Österreichs Bauwirtschaft.
- ▶ Reichweite: 1,9 Mio Leser p. A.
- ▶ Öffnungsrate: Im Durchschnitt öffnen 35% der Empfänger den Newsletter.
- ▶ Leser-Struktur: 52% sind Mitglieder der Geschäftsleitung.
- ▶ Einzel-Newsletter: Exklusiv für einen Kunden gestaltet.
- ▶ Themen-Newsletter zu speziellen Fachbereichen (5 Mal pro Jahr).
- ▶ Baubarometer: Online-Umfrage zu aktuellen Themen der Bauwirtschaft.



BAUDATENBANK PROJEKTE

# DAS IST IHR SHOWROOM MIT 1,5 MIO BESUCHERN

BAUDATENBANK PROJEKTE ist der Online-Showroom für Ihre Referenzen. Hier präsentieren Sie Ihren Beitrag an einem attraktiven Bauprojekt vor 1,5 Mio Besuchern/Jahr.\* Egal, ob Architekt, Fachplaner, Hersteller oder ausführende Firma – zeigen Sie potentiellen Kunden und Business-Partnern, was Sie zu bieten haben und gewinnen Sie neue Aufträge.

- ▶ Die gesamte Baufachwelt Österreichs ohne Streuverluste erreichen.
- ▶ Pläne, Fotos, Videos, Renderings, Animationen – hier können Sie alles hochladen.
- ▶ Leistungsstarke Suchfunktionen führen Interessenten schnell zu den relevanten Projekten.
- ▶ Projekt-Newsletter mit aktuellen Success-Stories (4 Mal pro Jahr).



\* Quelle: ÖWA Juli 2022 - Juni 2023

# AUSSCHREIBUNG.AT FÜR HERSTELLER RAN AN DIE LEADS, HIER WIRD VERGEBEN

AUSSCHREIBUNG.AT ist Österreichs Portal für öffentliche und beschränkte Bau-Ausschreibungen mit über 92.000 abgewickelten Projekten. Hier können Sie sich tagesaktuell und lückenlos über Ausschreibungen in Ihrem Fachbereich und in Ihrer Region informieren lassen. Wer benötigt was, wann, wo? Die Leistungsverzeichnisse sind eine wahre Fundgrube für Ihren Vertrieb und Ihr Projektgeschäft. Einfach mittels Schlagworten oder Positionsnummern suchen und sofort eine Fülle an relevanten Leads erhalten!

- ▶ Uneingeschränkter Zugriff auf alle verfügbaren offenen Ausschreibungen.
- ▶ Suche in allen Dateien wie z.B. Leistungsverzeichnissen, PDFs und Plänen.
- ▶ Download Ausschreibungsunterlagen.
- ▶ E-Mail Lieferservice für mehrere Suchprofile.
- ▶ Unternehmenseintrag in Anbieterdatenbank.
- ▶ Einbindung in Baudatenbank.

Platznr.	Titel	Plz./Ort	Abgabe
08.08.2023	Baumesterarbeiten für Rinderstallgebäude in 7300	7500 Großpetersdorf	25.08.2023
08.08.2023	Planung und Bau (Roh- und Ausbau exkl. TGA) in	Wien	01.09.2023
08.08.2023	Baumesterarbeiten, Stahlbau, Trockenbau für die	1090 Wien	29.08.2023
07.08.2023	Dacharbeiten Salzburg und Villach	Salzburg und Villach	



**„FÜR UNS UNVERZICHTBAR“**

Stefan Dobretzberger, BAUDER DACHSYSTEME

[MEHR LESEN >](#)



**„HIER ERREICHEN WIR ALLE AUSFÜHRENDEN“**

Mag. Wilfried Lechner, WIENERBERGER

[MEHR LESEN >](#)



**„FIXER BESTANDTEIL UNSERER STRATEGIE“**

Bernd Hörbinger, LIAS ÖSTERREICH

[MEHR LESEN >](#)

**„EIN FIXPUNKT UNSERER WERBESTRATEGIE“**

Susanna Franner, FRANNER LÄRMSCHUTZ

[MEHR LESEN >](#)



**„IDEALE PLATTFORM FÜR AUSSCHREIBUNGEN“**

Ing. Karl Hofer, TRIFLEX

[MEHR LESEN >](#)



**„FÜR UNSERE MARKE IM WEB EIN MUST HAVE“**

Herbert Maté, EVVA SICHERHEITSTECHNOLOGIE

[MEHR LESEN >](#)



**„IHRE KUNDEN SIND SCHON DA. UND WANN STARTEN SIE?“**

ERFOLGREICHES ONLINE-MARKETING beginnt hier:

[GO BAUDATENBANK.AT >](#)



# „FÜR UNS UNVERZICHTBAR“

Stefan Dobretzberger, Marketing bei Bauder Dachsysteme in Ansfelden



Bauder, ein höchst erfolgreiches Familienunternehmen und als solches europäischer Marktführer für Dachsysteme, geht bei der Vermarktung seiner Produkte und bei seinem Außenauftritt sehr innovative Wege. Im Interview erklärt Stefan Dobretzberger, warum BAUDATENBANK.AT bei der Entwicklung und Umsetzung dieser modernen Kommunikationsstrategie der genau richtige Partner ist.

## Wie wurden Sie auf BAUDATENBANK.AT aufmerksam?

Die Baudatenbank hat uns mit Reichweite und Publikum und der Professionalität im Auftreten überzeugt.

## Welche Dienste und Services nutzen Sie? Und wie unterstützt BAUDATENBANK.AT Sie bei Ihrer erfolgreichen Unternehmensentwicklung?

Das Internet ist mittlerweile ein unverzichtbares Medium geworden. Immer mehr Architekten/Planner sowie Verarbeiter oder aber auch private Bauherren nutzen die Möglichkeiten, die das Netz bietet, um bestmöglich informiert zu sein. Wir nutzen bei der Baudatenbank zurzeit die Möglichkeit der Versendung des Business-Newsletters, um unser neues Medium „BauderKOMPAKT – der neue Informationskanal“ bekannt zu machen. Ebenso platzieren wir Ausschreibungstexte und Systemaufbauten für das Gewerk Dach via BAUDATENBANK.AT.

**Newsletter spielen demnach in Ihrer Kommunikationsstrategie eine wichtige Rolle. In der Flut der täglichen Informationen nicht unterzugehen, ist eine Herausforderung. Ihr Informationskanal BauderKOMPAKT scheint das richtige Mittel zu sein. Was verbirgt sich hinter dem Medium BauderKOMPAKT im Detail?**

„Die Baudatenbank hat uns mit Reichweite, Publikum und Professionalität überzeugt.“

Viele Menschen stört die Überflutung durch Newsletter. Deshalb haben wir eine Möglichkeit gesucht, uns aus dieser Flut abzuheben. BauderKOMPAKT wird als eine Art Fernseh-Nachrichtensendung dargestellt. So gelingt es uns, den Zuseher mit Animationen, Filmausschnitten, Bildern und einer gewissen Lebendigkeit für uns zu interessieren. Nachrichten kurz und KOMPAKT zu vermitteln ohne dabei zu langweilen, das möchten wir mit unserem neuen Medium erreichen.

Gemeinsam mit der Baudatenbank haben wir jede Ausgabe auch per Newsletter kommuniziert, sodass wir von Anfang an sehr erfolgreich waren und gute Zugriffszahlen erreicht haben.

## An wen richten Sie sich mit dieser Kampagne – wie wird sie angenommen?

BauderKOMPAKT richten wir nicht speziell an eine bestimmte Zielgruppe. Die Themen sind sehr unterschiedlich gestaltet, sodass sich dabei immer jemand angesprochen fühlt. Mal liegt der Fokus etwas mehr im technischen Bereich, was natürlich immer eine große und wesentliche Rolle spielt. Es gibt aber auch Hintergrundgeschichten wie z.B. über den Generationswechsel von der dritten auf die vierte Generation im Hause Bauder. BauderKOMPAKT wird auch auf sozialen Medien wie z.B. Facebook kommuniziert. Auch hier stelle ich fest, dass diese Art der Kommunikation gut angenommen wird und zu vielen Interaktionen führt.

## Bei BauderKOMPAKT arbeiten Sie erfolgreich mit BAUDATENBANK.AT zusammen – Ihre Erfahrungen dabei?

Wir schätzen die Flexibilität der Baudatenbank.at in allen Bereichen. Egal ob bei BauderKOMPAKT oder in andern Belangen – man versucht grundsätzlich immer unsere Wünsche zu erfüllen, was bis dato eigentlich immer sehr gut gelungen ist.

## Sie nutzen das Internet und Ihren online Auftritt aktiv auch als Verkaufsinstrument. Eine Besonderheit ist in diesem Zusammenhang der Bauder Flachdach-Navigator. Welche Idee steht hinter diesem Tool? Wen konkret erreichen Sie mit diesem Angebot? Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht?

Der Flachdachnavigator steht jedem offen, der ihn nutzen möchte. So kann jeder den für sich passenden Dachaufbau konfigurieren. Das Besondere daran ist, dass zu jedem generierten Dachaufbau auch alternative Aufbauten mit den dazugehörigen Vorteilen und den passenden Ausschreibungstexten ausgeliefert werden. Den Flachdachnavigator nutzen wir bei jeder Gelegenheit und erhalten ein sehr gutes Feedback und sehr gute Zugriffszahlen. Der Flachdachnavigator ist in der direkten Beratung beim Kunden ein wesentliches Instrument, da hier Schicht für Schicht ausgewählt und bis zum fertigen System alles besprochen wird.

## Bei der Umsetzung dieses Beratungstools stand Ihnen BAUDATENBANK.AT als Partner zur Seite. Auf welche Angebote konnten Sie dabei zurückgreifen?

Gemeinsam mit der Baudatenbank haben wir nach einer Möglichkeit gesucht, um die Ausschreibungstexte so einfach und so bedienerfreundlich wie möglich in den Navigator zu integrieren. Aufgrund der positiven Resonanzen gehe ich davon aus, dass uns das sehr gut gelungen ist.

## Bauder ist ein familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen, als solches europäischer Marktführer für Dachsysteme! Welche Philosophie steht hinter Ihrer erfolgreichen Firmenentwicklung? Was macht Bauder aus? Wo liegen die ganz besonderen Stärken?

Mehr als 160 Jahre ist es her, seit in unserem Unternehmen die ersten Produkte rund ums Dach entstanden sind. Heute steht Bauder für besonders hochwertige und sichere Dächer – langlebig, wirtschaftlich und nachhaltig, mit dem Anspruch, in allen Bereichen Spitzenleistungen zu erbringen. Als eigen- tümergeführtes Unternehmen stehen wir dabei nicht



Produktionswerk in Bruck a.d.Leitha

## BAUDERKOMPAKT Der neue Informationskanal

BAUDER-KOMPAKT informiert Sie regelmäßig und kompakt zu aktuellen Themen „Rund ums Dach“.

Hochwertige Abdichtungsbahnen von Bauder erhöhen die Lebensdauer von Flachdächern erheblich. Das ist bedeutend nachhaltiger und kostengünstiger als der Einsatz von Billiglösungen. Dauerhaftigkeit ist auch einer der wesentlichen Gründe, weshalb der Dachespezialist Bauder das Konzept des Sicherheitsdaches eingeführt hat.



unter dem Zwang der kurzfristigen Gewinnmaximierung, sondern entwickeln unser Unternehmen stetig und langfristig weiter. Die Nähe zu unseren Kunden und Mitarbeitern zeichnet uns aus und ist wesentlich für unseren langfristigen Erfolg.

## Bauder beweist am österreichischen Markt mit einer eigenen Niederlassung und einem eigenen Werk starke Marktpräsenz. Welche Bedeutung hat Österreich für das Unternehmen?

Österreich hat für das Unternehmen eine sehr große Bedeutung. Österreich war die erste „ausländische“ Tochtergesellschaft. Sie wurde 1985 gegründet und weist bis heute eine äußerst erfolgreiche Unternehmensentwicklung auf.

## Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Wo liegt das Potenzial für die weitere erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens?

Nachhaltigkeit ist das große Thema und steht bei Bauder immer im Mittelpunkt. Unsere langlebigen Abdichtungssysteme erhalten Bauwerke dauerhaft. Unsere hochwertigen Wärmedämmsysteme tragen entscheidend zur Lösung des Klimaproblems bei. Unsere Dachbegrünungen sind umweltfreundlich und schaffen Lebensraum. Und mit den Bauder Photovoltaikanlagen lässt sich auf Dachflächen zusätzlich erneuerbare Energie erzeugen. Darüber hinaus bringen wir durch eine nachhaltige Unternehmensführung ökonomische, ökologische und soziale Belange so in Einklang, dass einer erfolgreichen und nachhaltigen Zukunft nichts im Wege steht.

## BAUDER

572 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2017 · 42% Exportanteil · 13 Tochtergesellschaften  
8 Produktionswerke für Bitumen-, Kunststoffbahnen und PU-Dämmstoffe  
Über 1.000 Mitarbeiter weltweit · Davon 180 Berater und 80 Techniker in Europa



# „FIXER BESTANDTEIL UNSERER STRATEGIE“

Bernd Hörbinger, Vertriebsleiter LIAS Österreich



„Es gibt eigentlich kein Haus, in dem Liapor nicht drinnen ist“ – bringt es Bernd Hörbinger, Vertriebsleiter LIAS Österreich, im Interview auf den Punkt. Das Unternehmen verfolgt seit Jahren national wie auch international einen konsequenten Erfolgsweg. Mit dem Newsletter Tool von BAUDATENBANK.AT kann LIAS nicht nur wirtschaftlich und rechtlich gesichert arbeiten, sondern erreicht auch die richtige Zielgruppe.

**Sie arbeiten bereits seit über 20 Jahren mit BAUDATENBANK.AT zusammen. Wie wurden Sie auf BAUDATENBANK.AT aufmerksam?**

Da ich den Vertriebsbereich vor rund zwei Jahren bei LIAS Österreich übernommen habe, habe ich auch die „Baudatenbank“ übernommen. Zuvor habe ich diese aber schon in anderen Unternehmen genutzt und somit war die weitere Zusammenarbeit klar.

**Sie nutzen insbesondere den Newsletter-Service und bewerben damit das Dämmstoffprogramm Liapor in der Zielgruppe Bauprofis. Warum sind die Newsletter von BAUDATENBANK.AT für Sie das genau richtige Kommunikationsmedium?**

Newsletter sind aufgrund der DSGVO ein sehr schwieriges Thema. Mit dem Newsletter-Tool der Baudatenbank kann unser Unternehmen nicht nur wirtschaftlich und rechtlich gesichert arbeiten, sondern erreicht auch die richtige Zielgruppe.

**Welche Zielgruppen meinen Sie damit konkret?**

Architekten und Planer, aber auch Ausführende können hier durch unser Unternehmen erreicht werden.

**Sie setzen bei den Inhalten Ihrer Beiträge gezielt auf den Faktor „Wiederholung“. Welche Überlegungen stehen hinter dieser Strategie?**

Je dichter die Frequenz, umso sicherer die Trefferquote – eine Strategie, die sich 2018 immer wieder bestätigt hat. Wir verzeichnen zweistellige Zuwachsraten im Liapor Ground Bereich.

**Wie häufig wechseln die Inhalte Ihrer Beiträge?**

Wir setzen in unserer Kommunikation auf Schwerpunkte. Je intensiver und zielorientierter die Kommunikation, umso messbarer und erfolgreicher ist diese.

**Ist es geplant, neben dem Newsletter-Service, künftig auch noch auf andere Leistungen von BAUDATENBANK.AT zurückzugreifen?**

Die Baudatenbank ist ein Marketing Tool mit fixer Verankerung in unserer Marktbearbeitung und Strategie.

**Die LIAS Österreich GmbH ist Teil der deutschen Liapor-Gruppe. Wenn Sie bitte kurz die Historie des Unternehmens skizzieren würden.**

Blähton der Marke Liapor wird in mehreren europäischen Ländern produziert, Bauortfeld in Deutschland, Vintirov in Tschechien und Fehring in Österreich. Der Vertrieb erfolgt im gesamten Europa. Per Lkw, Bahn und Schiff versorgen die drei Werke den jeweiligen Markt mit hochwertigem Blähton. Liapor verfügt über

Verkaufsbüros in der Schweiz und in den Niederlanden. Mit der Produktionsstätte in Fehring bei Graz hat sich das Unternehmen im Baustoffmarkt Österreichs hervorragend positioniert und beliefert verstärkt auch südosteuropäische Länder wie Ungarn, Slowenien, Bosnien-Herzogowina und Kroatien mit Blähton.

**Welche Philosophie steht hinter Ihrer erfolgreichen Firmenentwicklung?**

Der Umweltschutz hat bei LIAS einen besonders hohen Stellenwert. Wir schonen die Rohstoffquellen so weit wie irgendwie möglich. Das Produktionsverfahren ist äußerst effizient. Aus einem Kubikmeter Rohton machen wir fünf Kubikmeter Liapor. Modernste Rauchgasreinigungsanlagen sorgen für einen sauberen Brennprozesses. Die Renaturierung abgebauter Flächen entspricht den neuesten Erkenntnissen. Die Natur erhält ihre Leihgabe in ökologisch sinnvoller Form zurück.

**Wie ist Ihr Vertrieb strukturiert? Und: Inwieweit können Kommunikationsmaßnahmen wie der Newsletter von BAUDATENBANK.AT Ihren Vertrieb unterstützen?**

Die Liapor-Werke unterhalten eigene Labors und Entwicklungsabteilungen, die eng zusammenarbeiten und die Expertise von Fachinstituten aus vielen Bereichen einbinden. Wir fertigen nicht nur den Grundstoff Liapor, sondern liefern auch das Know-how, um Liapor-Blähton zu Liapor-Mauersteinen, Liapor-Fertigteilen, Leichtmörtel und Leichtbeton weiterzuverarbeiten. Und genau aus diesem Grund ist Kommunikation mit dem richtigen Instrument an die richtige Zielgruppe notwendig. Denn nur so ist gesichert, dass die „Leut drüber Bescheid“ wissen.

**Ein Blick auf die Produktion: Sie fertigen in vier Ländern, darunter auch in Österreich. Welchen Stellenwert hat Ihr Standort in Österreich für die Gesamt-Gruppe?**

LIAS Österreich ist nicht nur für den heimischen Markt verantwortlich, sondern bildet den Brückenkopf in den Süden, welcher einen immer größer werdenden Anteil am Absatz darstellt. Somit ist LIAS Österreich ein extrem wichtiger Standort für die LIAS Gruppe.

**Wo liegen die zentralen Stärken des Unternehmens LIAS – hinsichtlich der strategischen Ausrichtung, aber auch in Bezug auf das Produktportfolio?**

Es wird immer mehr Aufmerksamkeit auf biologische Werte und Nachhaltigkeit gelegt, ebenso auf urbane Themen wie Überhitzung und Kühlung, aber auch Rückführung von Grünflächen. Und hier ist Liapor, der natürliche Baustoff auf dem Plan.

**Liapor ist europaweit für Blähton bekannt. Blähton findet in der Bauwirtschaft die unterschiedlichsten Einsatzmöglichkeiten. Wenn Sie Ihr Produktportfolio bitte kurz beschreiben würden.**

Es gibt eigentlich kein Haus, wo nicht Liapor drinnen ist: Vom Fundament bis zum Dach. Beginnend mit der Geoschüttung, um instabile Untergründe zu stabilisieren, oder als Perimeterdämmung. Aber auch als Wandbaustoff in Form von Mauerwerkssteinen oder Fertigteilwänden bis hin zum Kamin und den Dachsteinen. Im Geschossausgleich als Schüttung oder in der Dachbegrünung. Kurzum: Liapor ist ein natürlicher Baustoff, den schon die Römer zu schätzen wussten.

**Ihre Referenzliste ist beeindruckend. Unter anderem findet sich darin der Wiener Austria Campus. Die Wiener U-Bahn fährt auf Liapor, auch bei der Schiffsanlegestelle Wien City sind Ihre Baustoffe zum Einsatz gekommen – zwei weitere Beispiele. Welches Ihrer Projekte war/ist für Sie besonders herausfordernd?**

Für uns sind alle Projekte, unabhängig der Größe oder Anforderungen wichtig. Die Kundenzufriedenheit ist ein „Dauerprojekt“, dem wir uns gerne und jeden Tag stellen. Ein anderes Beispiel ist unser jüngstes Großprojekt, eine Wellness Hotel Anlage in Großarl, wo es nicht nur galt die technische Herausforderung anzunehmen, sondern auch den logistischen Part wirtschaftlich und zeitgerecht zu erfüllen.

**Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Wo liegt das Potenzial für die weitere erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens?**

Das größte Potenzial liegt für LIAS Österreich im Handel und im Schüttungsbereich. Ergänzt durch den Leichtbeton- und den Begrünungsbereich.

**In welche Richtung gehen Ihre Forschungen?**

Unsere Forschungen zielen einerseits auf Verbesserungen im bestehenden Produktionsablauf und andererseits auf Produktinnovationen. Besonders wichtig ist uns dabei die Schonung der Umwelt und die Renaturierung. Und natürlich wollen wir auch in der Kommunikation mit den Kunden immer am Puls der Zeit sein.

Für gute Ideen zur Dämmung



**Liapor**

Lias International: 45 Mio Jahresumsatz mit 280 Mitarbeitern in vier Tochtergesellschaften und drei Produktionswerken.

# „FÜR UNSERE MARKE IM WEB EIN MUST HAVE“

Herbert Maté, Leitung Business Solution Management EVVA Sicherheitstechnologie



Das österreichische Familienunternehmen EVVA feiert heuer sein 100-jähriges Jubiläum. Große Tradition trifft auf ausgeprägten Innovationsgeist – diese perfekte Symbiose macht das Unternehmen zu einem Top-Player am globalen Sicherheitsmarkt. Wenn es um den digitalen Marktauftritt geht, setzt EVVA seit fast 20 Jahren auf das Know-how von BAUDATENBANK.AT, wie Herbert Maté, Leitung Business Solution Management EVVA Sicherheitstechnologie im Interview erklärt.

## Wie wurden Sie auf BAUDATENBANK.AT aufmerksam?

EVVA hat vor Jahren unterschiedliche Plattformen für Bauprodukte evaluiert. Dabei haben sich die BAUDATENBANK.AT und die ABK (IB-Data) als die mehrheitlich am österreichischen Markt verwendeten Plattformen herausgestellt.

## Mehrmals im Jahr schalten Sie Premium Beiträge in den Newslettern von BAUDATENBANK.AT. Erreichen Sie damit andere Zielgruppen als mit klassischen Medien?

Print hat in den letzten Jahren zwar nicht an Relevanz verloren, unsere Partner recherchieren aber immer mehr digital. Wir nutzen den BDB-Newsletter gezielt um unsere Zielgruppen mit Neuheiten und Updates aus der EVVA-Welt zu versorgen.

## Welche Themen finden bei Ihrer Zielgruppe besonders starkes Interesse?

Content, der einen konkreten Nutzen bringt, führt zu einer höheren Öffnungsrate. Auch lösungsorientierte News sind für die Kunden attraktiv.

## EVVA feiert in diesem Jahr das 100-jährige Jubiläum. Planen Sie dazu auf BAUDATENBANK.AT besondere Aktionen?

Wir haben mit April unsere EVVA Jubiläumswebsite „evva.com/seit1919“ gestartet. Dort sind viele Infos und lustige Anekdoten von EVVA-Mitarbeitern und Wegbegleitern zu finden. Einiges davon wird sicher auch auf BAUDATENBANK.AT veröffentlicht.

## Welche Bedeutung haben Social Media Kanäle Ihrer Ansicht nach in der B2B Kommunikation?

Eine immer größere. Social Media ist – anders als noch vor einigen Jahren – ein fixer Bestandteil der EVVA B2B-Kommunikation geworden. Gerade das 100-jährige Firmenjubiläum bietet einen reichen Fundus dafür.

## Können Sie sich vorstellen, neben dem Newsletter-Service künftig auch noch andere Leistungen von BAUDATENBANK.AT zu nutzen?

Ja, zum Beispiel das Modul der LV/Ausschreibungstexte in unsere Website zu integrieren.

Auch BIM – Building Information Modeling – wird immer wichtiger. Ziel ist es hier, mit CAD/CAFM Softwaretools auf Basis von elektronischen Gebäudemodellen zu kommunizieren.

In diesem gesamtheitlichen Prozess arbeiten alle Beteiligten – von der der Planung über die Ausschreibung bis hin zur Ausführung – mit dem selben Datenmodell.

„EVVA setzt seit fast 20 Jahren auf Beiträge im Newsletter von BAUDATENBANK.AT, um die Kunden mit News und Updates zu versorgen.“

## EVVA ist ein seit genau 100 Jahren familiengeführtes, österreichisches Unternehmen, mit weltweiter Präsenz. Welche Philosophie steht hinter dieser erfolgreichen Firmenentwicklung?

Wir leben – auch 100 Jahre nach Gründung als „Erfindungs-, Versuchs- und Verwertungs-Anstalt“ – weiterhin täglich den Anspruch, Innovation als Teil der Unternehmens-DNA zu sehen und immer wieder Pionier in der Entwicklung innovativer Sicherheitslösungen zu sein. Höchste Qualität, langlebige Produkte, selbst erfinden und weiterentwickeln – mit diesem Leitsatz will EVVA den Erfolgsweg weitergehen.

## Wo liegen die ganz besonderen Stärken?

Wir vereinen die beiden Welten Mechanik und Elektronik kreativ und intelligent. Wir haben hervorragend ausgebildete Mitarbeiter, zehn Niederlassungen in Europa, 65 Distributoren weltweit und über 1.000 Vertriebspartner. Und nicht zuletzt legen wir großen Wert auf Corporate Social Responsibility.

## Wenn Sie auf die letzten 100 Jahre zurückblicken – können Sie fünf ganz besondere Highlights in der Historie nennen?

1937 geht ein von EVVA völlig neu konstruiertes Vorhangschloss in den Verkauf. Es ist das erste dokumentierte Sicherheits-Patent des EVVA-Werks.

In den 70er Jahren reicht EVVA nach langer Forschungsarbeit den Patentschutz für das mechanische System GPI ein. Diese Innovation ist eine echte Revolution am Sicherheitsmarkt und wird ein großer internationaler Erfolg.

1979 bringt EVVA die nächste Revolution am Sicherheitsmarkt: MCS, eines der berühmtesten Sicherheitsprodukte der Welt – und bis heute, 40 Jahre später, ohne Nachahmer und nicht kopierbar.

1992 bringt EVVA EMZY auf den Markt – eine der ersten eigenen elektronischen Schließlösungen von EVVA, die international großen Anklang finden.



2014 kommen die Innovationen Xesar – für größere – und AirKey – für kleinere, auch per Smartphone steuerbare Schließanlagen – auf den Markt.

## Wo liegt das Potenzial für die weitere erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens?

Konvergenz, also Integration ist und bleibt das große Thema. Dafür gehen wir Kooperationen wie mit dem Fraunhofer Forschungsinstitut und anderen externen Partnern in der angewandten Entwicklungsarbeit ein. Wir werden die mechanischen und elektronischen Zutrittssysteme noch stärker integrieren, um optimale Lösungen aus beiden Welten zu schaffen. Wir werden die kundenorientierten Möglichkeiten der Projektierung und Bestellung, also die Integration auf der Prozessebene vorantreiben. Letztlich werden Gebäudemanagement- und HR-Systeme nahtlos eingebunden sein.

## Die Digitalisierung ist auch im Sicherheitsbereich eines der treibenden Themen. Wo sieht EVVA die Zukunft?

Ein großes Potenzial liegt in Systemen, die die Daten unseren Kunden integrieren und einen Mehrwert liefern. So bietet unser AirKey schon heute die Möglichkeit, Ortsdaten zu erfassen. Dies ist ein signifikanter Mehrwert, weil eben gerade AirKey als äußerst flexibler Schlüssel sehr gut für stark verteilte Anlagen geeignet ist.

Immer wichtiger wird auch die Einbindung von externen Datenquellen – wie zum Beispiel Airbnb – oder auch die Integration von Wetter- und Bewegungsdaten mit Zutrittsdaten.

## Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in zehn Jahren?

Wir wollen uns den ganz speziellen EVVA-Pioniergeist auch weiterhin bewahren und technisch hochwertige und smarte Produkte auf den Markt bringen.

Auch das Thema Nachhaltigkeit ist uns wichtig: Wir wollen unsere Produkte effizient und umweltschonend herstellen. Damit sollte auch das 110-Jahres-Jubiläum ein Würdiges sein.



Firmengründung:	1919
Mitarbeiter:	750 europaweit, davon über 460 in Österreich
Unternehmensstruktur:	10 Niederlassungen in Europa sowie Distributoren in über 35 Ländern
Produktionsstätte in Wien:	2 Mio Sicherheitszylinder und über 600 Mio Einzelteile pro Jahr



# „HIER ERREICHEN WIR ALLE AUSFÜHRENDE“

Mag. Wilfried Lechner, Leitung Marketing und Kommunikation Wienerberger



Wienerberger – das Unternehmen steht als Synonym für hochwertige Ziegel. Ganz zu Recht ist die vor 200 Jahren gegründete Firma doch Weltmarktführer bei Hintermauerziegeln und Nummer 1 bei Tondachziegeln in Europa. Visionäre Denkansätze und die Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Technologien haben das Unternehmen groß gemacht und prägen auch heute die Strategie. Mag. Wilfried Lechner, Leitung Marketing und Kommunikation: „Bei der Online-Kommunikation setzen wir auf die Stärken von BAUDATENBANK.AT.“

**Seit über zwanzig Jahren bauen Sie in der Online-Kommunikation auf BAUDATENBANK.AT. Wie wurden Sie darauf aufmerksam? Worin liegen für Sie die Stärken von BAUDATENBANK.AT?**

Bereits mein Vorgänger hat mit Baudatenbank gearbeitet und hat mir das Medium als wichtiges Kommunikationstool in der Baubranche ans Herz gelegt. Die Baudatenbank ist für uns eine optimale Online-Plattform, um einerseits unsere Produkte an die Zielgruppe zu transportieren, andererseits nutzen wir natürlich auch die Möglichkeit, Ausschreibungstexte zu platzieren und darüber unser Geschäft breiter aufzustellen. Die Baudatenbank verschafft uns die Möglichkeit, wirklich alle relevanten Ausführenden der Branchen zu erreichen.

**Welche Botschaften transportieren Sie über BAUDATENBANK.AT?**

Bei uns, als Innovations- und Marktführer, geht es vor allem darum, dass wir unsere Produkte rasch und zielgerichtet an die Verarbeiter und Planer kommunizieren. Themen wie Nachhaltigkeit, Wärme- und Schallschutz, Energieeffizienz, Wertbeständigkeit und Ökologie stehen in die Prioritätenliste ganz oben. Natürlich ist auch die Serviceleistung und die hohe Produktqualität, die Wienerberger seit 200 Jahren liefert, eines der Kernthemen, die wir trans-

portieren. Die Einführung neuer, innovativer Produkte ist natürlich das Thema Nummer 1. Wenn wir Referenzen und tolle Projekte präsentieren, bemerken wir auch eine stärkere Nachfrage.

**Mehrmals im Jahr schalten Sie Beiträge in den Newslettern von BAUDATENBANK.AT. Sie informieren über Ihre Premium-Produkte und präsentieren Innovationen wie die Wienerberger VR-Brille. Welchen konkreten Nutzen können Ihre Partner aus diesem neuen Tool ziehen?**

Anhand von Bauplänen kann man sich oft nicht so richtig vorstellen, wie man sich im fertigen Traumhaus oder in einzelnen Räumen fühlen wird. Hier hilft unsere App. Schon in der Planungsphase können individuelle Bau- und Einrichtungspläne virtuell dargestellt und mittels VR-Brille erlebbar gemacht werden. Das geht ganz einfach. Nach Einreichung der individuellen Bau- und Einrichtungspläne durch den Baumeister wird der Link zum

virtuellen Rundgang durch das geplante Haus innerhalb von 48 Stunden bereitgestellt. Wir wollen mit innovativen Tools wie diesem einen Beitrag leisten, um Planungsprozesse effizienter zu gestalten und Kunden- und Baumeisterbedürfnisse noch besser zu erfüllen. Kurzum: Digitalisierung und Kundennutzen stehen bei Wienerberger ganz oben auf der Agenda.

„BAUDATENBANK.AT verschafft uns die Möglichkeit, unsere Kernthemen zu transportieren und wirklich alle relevanten Ausführenden zu erreichen.“

**Der Wienerberger Konzern ist heute der größte Ziegelproduzent weltweit. Welche Philosophie steht hinter dieser international erfolgreichen Firmenentwicklung?**

Der kontinuierliche Kulturwandel – heute verknüpft mit einer umfassenden Digitalisierungsstrategie, die unsere Prozesse in den kommenden Jahren noch effizienter machen wird. Wichtige Bausteine dafür sind unsere Planungs-Apps sowie die Virtual Reality-Lösungen. Wir verwirklichen im 21. Jahrhundert genau denselben kundenorientierten, nachhaltigen und zukunftsgerichteten Management-Ansatz, den auch die Gründerväter unseres Unternehmens im 19. Jahrhundert verfolgt haben.

**Wienerberger feiert genau dieser Tage seinen 200. Geburtstag. Welche waren die ganz besonderen Highlights in diesen zwei Jahrhunderten?**

1819 begründete der visionäre Unternehmer Alois Miesbach das Wienerberger Ziegelimperium. Innerhalb einer Generation gelang es ihm, aus einem lokalen Familienbetrieb das größte Ziegelwerk Europas aufzubauen und bereits 1845 wurden jährlich 50 Millionen Stück Ziegel hergestellt. Miesbachs Neffe Heinrich Drasche übernahm das Imperium seines Onkels im Jahr 1857. Er wurde einer der einflussreichsten und wohlhabendsten Industriemagnaten der Österreichisch-Ungarischen Monarchie. Die Nachkriegsjahre ab 1945 waren von Rekordinvestitionen und einer Rekordproduktion für den Wiederaufbau Wiens geprägt.

Ab Ende der 80er-Jahre startete mit der Übernahme der deutschen Oltmanns Gruppe die Internationalisierung. In den 90er-Jahren folgte die erfolgreiche Expansion nach Zentral-Osteuropa, Süd- und Westeuropa. In diese Zeit fielen auch die Gründung des Joint Ventures Pipelife für die Kunststoffrohr-Sparte, der Ausbau des Geschäfts mit keramischen Rohren, der Aufbau des Bereichs Fassadenziegel sowie der Einstieg ins Betonpflastersteingeschäft. 1999 ent-

wickelte sich Wienerberger durch die Akquisition von General Shale in den USA zum Global Player. Der Markteintritt in Kanada folgte ein paar Jahre später. Ein strategisch wichtiger Schritt wurde 2003 mit dem Aufbau des Geschäftsbereichs Dachsysteme durch die Übernahme von Koramic vollzogen. Anfang der 2000er Jahre wurde Wienerberger zum Weltmarktführer auf dem Ziegelsektor und die Nummer zwei bei Dachziegeln. 2012 übernahm Wienerberger zur Gänze den Kunststoffrohrspezialisten Pipelife. Zwei Jahre später den Dachziegelhersteller Tondach Gleinstätten, womit die Präsenz in Zentral-Osteuropa gefestigt werden konnte.

Der Ausbau der Aktivitäten in wachstumsstarken Märkten ist ein klares Ziel. Deshalb wurden im Jahr 2018 der niederländische Ziegelproduzent Daas Baksteen, der norwegische Rohrspezialist Isoterm und das rumänische Pflasterwerk Nadab erworben. Aktuelle Joint Ventures mit Startups wie Interbran und Fastbrick Robotics zeigen, wie das bestehende Produktportfolio innovativ und mit großem Potential erweitert werden kann.

**Zum Schluss ein Blick in die Zukunft: Wo liegt das Potenzial für die weitere erfolgreiche Entwicklung Ihres Unternehmens?**

Wir bauen unsere bestehenden Plattformen durch die Akquisition von marga-starken, wachstumsorientierten Unternehmen weiter aus. Um nachhaltig zu

wachsen, stellen wir laufend alle Unternehmensbereiche auf den Prüfstand und analysieren die strategische Ausrichtung und das Wachstumspotenzial. Wir haben uns das Ziel gesetzt, bis Ende 2020 aus dem Verkauf von Geschäftsaktivitäten und von nicht betriebsnotwendigem Vermögen 150 Mio. Euro zu generieren. Diese Mittel stehen dann für die weitere Expansion und für Investitionen in marga-starke Wachstumsbereiche zur Verfügung.



16.596 Mitarbeiter  
3,31 Mrd. Euro Umsatz  
195 Produktionsstandorte  
In 30 Ländern  
Weltmarktführer bei Hintermauerziegeln

Nr. 1 bei Tondachziegeln in Europa  
Führende Position bei Rohrsystemen in Europa  
Nr. 1 bei Flächenbefestigungen aus Beton in Zentral-Osteuropa

# „EIN FIXPUNKT UNSERER WERBESTRATEGIE“

Susanna Franner, Geschäftsführerin FRANNER Lärmschutz



Überall wo Menschen konzentriert arbeiten, ist eine lärmfreie Arbeitsumgebung besonders wichtig. Auch in unseren Wohnungen wollen wir vor störendem Lärm geschützt werden – meint Susanna Franner von FRANNER Lärmschutz im Interview. Mit den Informationen in der BAUDATENBANK.AT erreicht FRANNER die wichtigsten Zielgruppen für die Planung und Umsetzung von baulichen Lärmschutzmaßnahmen.

**Sie arbeiten bereits seit über 10 Jahren mit BAUDATENBANK.AT zusammen. Wie wurden Sie auf BAUDATENBANK.AT aufmerksam?**

Ein Großkunde aus der Baubranche hat uns die BAUDATENBANK als gute Informationsplattform empfohlen. Wir haben daraufhin gemeinsam mit unserer Werbeagentur die Mediadaten genau überprüft und uns für eine Zusammenarbeit entschieden.

**Sie nutzen insbesondere den Newsletter-Service und bewerben damit Akustik-Systeme und Trittschalldämmungen bei Architekten, Planern und Bauprofis. Warum sind die Newsletter von BAUDATENBANK.AT für Sie genau das richtige Kommunikationsmedium?**

Der BAUDATENBANK-Newsletter hat eine große Reichweite in der Bauwirtschaft und ermöglicht uns durch die wöchentliche Aussendung eine aktuelle und saisonal passende Information über neue Produkte und Projekte im Bereich der Raumakustik und Schalldämmung.

**Sie setzen bei den Inhalten Ihrer Beiträge gezielt auf den Faktor „Wiederholung“. Welche Überlegungen stehen hinter dieser Strategie? Wie häufig wechseln die Inhalte Ihrer Beiträge?**

Mit der kontinuierlichen Information, sei es durch Newsletter-Beiträge oder Banner-Werbungen auf der

Startseite der BAUDATENBANK, können wir uns als Kompetenzpartner für Lärmschutz-Produkte immer wieder in Erinnerung rufen und damit unsere Bekanntheit bei den Nutzern der BAUDATENBANK steigern. Die Themenschwerpunkte wechseln monatlich, um die Vielfalt der Lärmschutzprodukte aufzuzeigen.

**Nutzen Sie neben dem Newsletter-Service auch noch andere Leistungen der BAUDATENBANK?**

BAUDATENBANK.AT ist für uns eine wichtige Plattform. Neben dem regulären Newsletter-Service nutzen wir auch Spezial-Newsletter, die Standard-Integration, das Produkt der Woche und die Produktmarkenverknüpfung.

**Die FRANNER Handelsges. m.b.H. gibt es schon über 50 Jahre in Österreich. Können Sie bitte kurz die Historie des Unternehmens skizzieren.**

Unser Familienunternehmen wurde 1964 von Anna und Stefan FRANNER als Handelsfirma für EDV-Zubehör gegründet und hat sich inzwischen zum Spezialisten für professionellen Lärmschutz in Büros, Wohnungen und Produktionsbetrieben entwickelt. Vor 30 Jahren wurde mit dem Vertrieb von Schallschluckhauben und schallabsorbierenden Wandverkleidungen begonnen. Bald kamen weitere Schallschutzmaterialien hinzu, die in sämtlichen Baubereichen Anwendung finden – von Produkten zur Verbesserung der

„Mit den Services der BAUDATENBANK können wir uns als Akustik- und Lärmschutzspezialist sehr auffällig und werbewirksam präsentieren.“

Raumakustik bis zur Schwingungsisolierung bzw. Körperschallentkoppelung. 1989 starteten meine Eltern zusammen mit einem österreichischen Partner die Produktion des Acoustic-Block-Betonstein. Heute liegt der Hauptschwerpunkt in der Beratung, Planung und Ausführung mit Lärmschutzprodukten von namhaften Produzenten wie BSW, Pinta Acoustic, Liaver, RingAbsorber, Zedphone, uva.

**Wo liegen die zentralen Stärken von FRANNER Lärmschutz – hinsichtlich der strategischen Ausrichtung, aber auch in Bezug auf das Produktportfolio?**

Als Spezialist mit jahrzehntelanger Erfahrung bieten wir unseren Kunden nur die besten Lärmschutzprodukte an. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Forschungsabteilungen der Herstellerfirmen stellen wir Bauphysikern und Architekten auch die aktuellsten Prüfprotokolle und schalltechnischen Messergebnisse für ihre Planung zur Verfügung. Baulicher Lärmschutz ist ein sehr heikles Thema, das bei vielen Bauvorhaben öfter von nichtqualifizierten Firmen übernommen wird, was aber vielfach zu späteren Reklamationen der Gebäudenutzer führt, wenn die Produkte oder die Montage nicht passen.

**Wie ist Ihr Vertrieb strukturiert? Wie kann der Newsletter von BAUDATENBANK.AT Ihren Vertrieb unterstützen?**

Als Kleinunternehmen liegt die Vertriebsverantwortung bei mir als Geschäftsführerin und die Kundenberatung, Technik und Montage bei meinem Mann, Martin Kormout. Das Online-Marketing spielt auch eine wichtige Rolle bei der Neukundengewinnung. Die BAUDATENBANK ist dabei ein wertvoller Kanal zur Zielgruppe der Architekten, Bauphysiker, Planer und Professionisten.

**Ein Blick auf die Beschaffung: Sie importieren Ihre Produkte vor allem aus Europa, darunter auch Deutschland. Welchen Stellenwert hat Ihr Standort in Österreich für die Zulieferfirmen?**

FRANNER Lärmschutz ist vor allem für BSW/Regupol® zu einem starken lokalen Vertriebs- und Logistikpartner in Österreich geworden, wo schon viele renommierte Großprojekte realisiert werden konnten, wie z.B. Star 22, Trienna, Musiktheater Linz, Silvretta Seilbahnen Stanz, Österreichische Nationalbank, Krankenhaus Wien Nord, Med Campus Graz, Philips Haus Wien, IKEA CDC Vienna, The Embassy – Parkside Living, ÖAMTC Zentrale Wien, Smart Campus Wien uvm.

**Lärmschutzprodukte gibt es für die unterschiedlichsten Einsatzmöglichkeiten. Wenn Sie Ihr Produktportfolio bitte kurz beschreiben würden.**

Unser Produktportfolio umfasst 5 große Bereiche:

- \* Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung/ Körperschallentkopplung von BSW / Regupol® und Regufoam®
- \* Akustik-Elemente wie z.B. Schaumstoff-Absorber von Pinta Acoustics® und FRANNER Zellulose-Spritzputz
- \* Lärmschutzplatten für den Innen- und Außenbereich von Liaver/ Reapor®, RingAbsorber®, BAB
- \* Lochblechpaneele aus Metall für Geräte-Einhausungen von Zedphone®
- \* Acoustic-Block Betonkammerstein Made in Austria



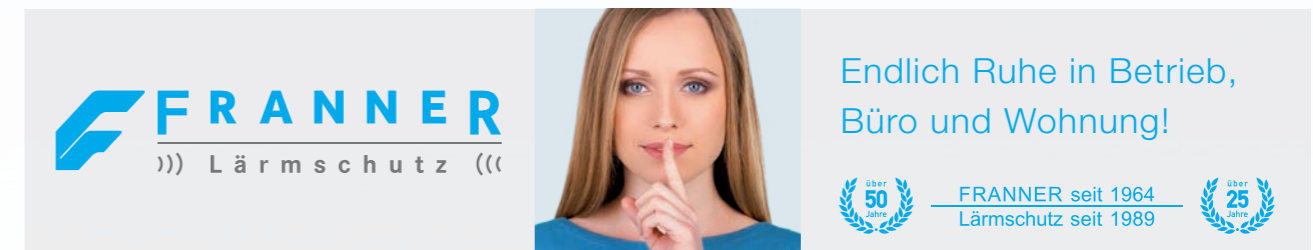
Trittschalldämmung mit Regupol® Sound 47 für ÖAMTC-Zentrale Wien



Trittschalldämmung mit Regupol® Sound 17 für Wiener Netze, Smart Campus

**Ihre Referenzliste ist beeindruckend. Unter anderem findet sich neben großen Baufirmen auch große Industriebetriebe, Banken und Handelsketten wie Hofer, Merkur, Billa, Lidl, Spar, Penny und Zielpunkt. Welches Ihrer Projekte war bzw. ist für Sie besonders herausfordernd?**

Da gibt es viele Projekte, wie z.B. Umdasch, ÖBB Kraftwerke, Wiener Linien, FH Campus Wien, Dom im Berg Graz, Swarovski Kristallwelten, Bank Austria Gasometer-Halle, Wiener Philharmoniker – Probe-raum für die Schlagwerkgruppe, Radio Energy Studio, WKO Wien – Radio + Fernsehstudio, uvm.



**FRANNER** Lärmschutz

Endlich Ruhe in Betrieb, Büro und Wohnung!

50 Jahre FRANNER seit 1964 Lärmschutz seit 1989 25 Jahre

# „IDEALE PLATTFORM FÜR AUSSCHREIBUNGEN“

Ing. Karl Hofer, Geschäftsführer Triflex GmbH



Seit fast zehn Jahren arbeitet Triflex in der Zwischenzeit mit BAUDATENBANK.AT zusammen. „Die Plattform wurde uns von Netzwerkpartnern empfohlen“, erinnert sich Geschäftsführer Ing. Karl Hofer im Interview, der in der Zusammenarbeit mit der Branchenplattform noch viel Potenzial sieht. Denn gerade für die für Triflex so wichtige Zielgruppe der Architekten bietet BAUDATENBANK.AT überzeugende Features.

**Das Portal von BAUDATENBANK.AT richtet sich ganz vorrangig an den Profi. Sie nutzen die verschiedensten Angebote und Leistungen von BAUDATENBANK.AT, so zum Beispiel das INFO-TECHNO ÖNorm Plug-In für Ausschreibungstexte. Welche Features dieses Tools sind für Sie besonders überzeugend? Welchen Nutzen bietet es Ihnen und Ihren Partnern im Konkreten?**

Für Architekten wird das Internet immer mehr zum Informationsmedium Nr. 1. Dies gilt auch für Ausschreibungen. Dabei ist es für die Planer teilweise sehr schwierig und undurchsichtig, die richtigen Positionen und Abläufe zu finden bzw. diese richtig in ein Leistungsverzeichnis zu verpacken. Da hier teils anonym und selbstständig gearbeitet wird, kann man als Hersteller oft gar nicht oder erst zu einem zu späten Zeitpunkt, z.B. bei der Angebotslegung der Verarbeiter, Fehler in der Ausschreibung entdecken und gegebenenfalls korrigieren. Mit dem Ausschreibungstool von INFO-TECHNO kann hier Abhilfe geleistet werden. Es ist sehr einfach, die richtigen Positionen zum richtigen Zeitpunkt in das LV zu übernehmen. Wir haben das Ausschreibungstool auch auf unserer Homepage verankert. Somit kann der Planer via BAUDATENBANK.AT oder über die TRIFLEX Website auf die LV-Texte zugreifen. Die im Tool verwendeten LV-Texte sind alle nach der Ö-Norm A2063 gestaltet und somit problemlos

„Das BAUDATENBANK Tool für Ausschreibungen hilft, Fehler und Korrekturläufe zu vermeiden und macht den Ausschreibungsprozess effizient.“

in ganz Österreich einsetzbar. Diese Tools werden von unseren Kunden sehr gerne angenommen.

**Daneben veröffentlichen Sie in den Newslettern der BAUDATENBANK.AT News zu Ihren Produktinnovationen in den Bereichen Abdichtungen an Dach, Wand und Böden. Warum sind diese Newsletter für Sie das genau richtige Kommunikationsmedium?**

Da die Kunden diese Newsletter ganz bewusst abonniert haben, erreichen wir genau die richtige Zielgruppe ohne Streuverluste.

**Welche Botschaften transportieren Sie online? Aus Ihrer Erfahrung heraus: Welche Themen finden bei Ihrer Zielgruppe besonders starkes Interesse?**

Bei den Planern sind es die Detailanschlüsse und bei den Hausgenossenschaften vor allem die Balkonsanierungen.

Seit Ende des letzten Jahres registrieren wir auch ein vermehrtes Interesse an Garagen- und Parkhausbeschichtungen. Hier werden vor allem Informationen über die leichte Sanierbarkeit und die schnellen Aushärtezeiten angefragt.

**Ist es geplant – neben den bereits erwähnten Leistungen – künftig auch noch auf andere Services von BAUDATENBANK.AT zurückzugreifen?**

Bei interessanten Vorträgen und Seminaren immer sehr gerne (in der Vergangenheit z.B. die Ö-Norm konformen Ausschreibungen). Wir sind für weitere Services immer offen und werden auch immer gerne auf die BAUDATENBANK.AT zurückgreifen, da das Team unser Unternehmen sehr gut kennt und uns immer wieder passende Lösungen anbietet.

**Triflex ist ein führender Spezialist für PMMA-Flüssigkunststoffe in Europa. Der Name steht für höchste technologische Kompetenz in den Bereichen Abdichtungen, Beschichtungen und Markierungen. Welche Philosophie steht hinter Ihrer erfolgreichen Firmenentwicklung?**

Triflex ist der führende europäische Spezialist für Flüssigabdichtungen und Kaltplastiken. Mit unseren hochwertigen Systemen dichten wir Dächer, Balkone und Parkdecks dauerhaft und sicher ab.

Darüber hinaus stellen wir unsere Technologieführerschaft in zahlreichen Speziallösungen kontinuierlich unter Beweis. Die Triflex-Markierungen setzen Maßstäbe auf Straßen und Radwegen, in Hallen und Parkhäusern.

Von unserem Produktionsstandort in Minden/Westfalen liefern wir weltweit individuelle Lösungen. Dabei helfen uns über 40 Jahre Erfahrung, mit der wir unser marktspezifisches Know-how umsetzen.

Zuverlässigkeit, Serviceorientierung und Innovation sind Werte, die wir täglich für unsere Kunden leben und umsetzen. Im Bereich der Ausbildung können unsere Verarbeiter von Modul 1 bis hin zu einer TÜV-Zertifizierten Ausbildung alle Stufen einer qualitativen Weiterentwicklung absolvieren.

**Wo liegen die Kernkompetenzen von Triflex?**

Triflex ist als führender Spezialist für PMMA Flüssigkunststoffe im Bereich Know-how und Service bestens aufgestellt. Die tägliche Präsenz am Markt bei

unseren Kunden wie Verarbeitern, Architekten, Planern und Genossenschaften machen diesen hohen Servicegrad möglich.

**Welchen Stellenwert hat der Standort in Österreich für die Gesamt-Gruppe?**

Der österreichische Markt ist ein wichtiger Bestandteil für den Gesamterfolg der Triflex Gruppe. Ende Mai ist der Spatenstich für den Bau unseres neuen Kompetenzcenters in St. Georgen im Attergau erfolgt. Auf einer Fläche von rund 640 m<sup>2</sup> werden moderne Büros und Seminarräume für praktische und theoretische Schulungen entstehen. In unserem neuen Kompetenzcenter werden alle Schulungsaktivitäten innerhalb Österreichs zentral an einem Ort gebündelt. Die ersten Seminare sind für Jänner 2020 geplant. Damit bauen wir unsere technische Kompetenz in Beratung und Ausbildung aus. Auf diese Weise können wir unsere Position am Markt weiter festigen.



**Wo liegt das Potenzial für die erfolgreiche Weiterentwicklung des Unternehmens?**

Unsere langlebigen Abdichtungssysteme sind nach den höchsten Nutzungskategorien der ETAG geprüft und bieten so dem Bauwerk einen hochwertigen, dauerhaften Schutz, gegen unser immer extremer werdendes Klima. Aus- und Weiterbildung der Verarbeiter

in allen Bereichen der Flachdachabdichtung in Kooperation mit dem IFB, Berufsschulen usw. sind uns ein großes Anliegen.

**Triflex ist für seinen Innovationsgeist bekannt, in welche Richtung gehen Ihre aktuellen Forschungen und Entwicklungen?**

Im Bereich der Produktforschung werden ständig bestehende Technologien hinterfragt, damit neue Produkte entstehen.

**Triflex**  
Gemeinsam gelöst.

Triflex GesmbH  
Gessenschwandt 39  
4882 Oberwang  
Österreich

Telefon: 06233-20089  
Telefax: 06233-20089-10  
E-Mail: info@triflex.at  
Internet: www.triflex.at

INFO-TECHNO.AT

# IHR ERFOLG IM ONLINE-MARKETING BEGINNT HIER

Nehmen Sie gleich mit uns Kontakt auf. Wir beraten Sie gerne und zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Werbeziele auf BAUDATENBANK.AT effizient realisieren können.



06232/5051-0



office@baudatenbank.at



[www.baudatenbank.at/neueintrag](http://www.baudatenbank.at/neueintrag)



**BAUDATENBANK.AT**