

# „FÜR UNS EINE WICHTIGE MARKETING-PLATTFORM“

*Christian Buchbauer, Leitung Marketing und Produktmanagement, Geberit Österreich*



Die Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte und Komplettanbieter im Bad. BAUDATENBANK.AT bietet die besten Voraussetzungen, um das breite Leistungsspektrum darzustellen. Marketingleiter DI (FH) Christian Buchbauer, MBA: „BAUDATENBANK.AT ist eine wichtige Plattform in der Branche, an der man einfach nicht vorbeikommt.“

**Das Portal von BAUDATENBANK.AT richtet sich gezielt an den Profi. Sie nutzen die Plattform für verschiedene Marken. Worin liegen aus Ihrer Sicht die Stärken von BAUDATENBANK.AT?**

Die Marke Keramag wurde inzwischen in die Marke Geberit integriert und tritt nicht mehr am Markt auf. Damit wurde Geberit zum Komplettanbieter im Bad. Geberit Huter deckt den Bereich Montageelemente, vorgefertigte Installationsschächte und Fertigbäder ab. BAUDATENBANK.AT bietet einen guten Überblick über den Markt und stellt eine breite Informationspalette zum Thema Bauen & Wohnen bereit.

Wir können hier die umfangreiche Breite des Geberit Sortiments sehr gut transportieren und dem Kunden zudem wichtige Detailinformationen zu Produkten und Dienstleistungen zugänglich machen. Der strategische Ansatz des Komplettanbieters im Bad wird hier via Mausclick erlebbar.

**Aus Ihrer Erfahrung heraus: Welche Themen finden bei Ihrer Zielgruppe besonders starkes Interesse und womit erzielen Sie den größten Response?**

Bewegtbild-Information funktioniert gut. Nützliche Erklärvideos werden als besonders hilfreich empfunden und kommen sehr gut an.

**Mehrmals im Jahr schalten Sie Beiträge in den Newslettern von BAUDATENBANK.AT – oft in Kombination mit Banner-Werbung. Warum sind diese Newsletter von BAUDATENBANK.AT für Sie genau die richtigen Kommunikationsmedien? Erreichen Sie damit andere Zielgruppen als mit klassischen Medien?**

Via digitalem Newsletter können Botschaften schneller und zielgruppenspezifischer transportiert werden.

Auch Verlinkungen zu weiterführenden Informationen sind möglich. Das kommt speziell in der jüngeren Kundengeneration gut an bzw. ist inzwischen fast schon ein Must-have. Nichts desto trotz haben gerade im B2B-Bereich auch Print-Publikationen noch immer ihren Stellenwert.

**Die Newsletter-Beiträge von BAUDATENBANK.AT sind mit Social Media Kanälen wie Facebook oder Twitter verknüpft. Welche Erfahrungen haben Sie damit?**

Plattformen wie BAUDATENBANK.AT helfen natürlich, den Traffic zu erhöhen. Die Kommunikation via Twitter spielt bei uns (noch) keine große Rolle. Facebook und Instagram sind bei den meisten Endkunden Standard und gewinnen auch im Geschäftsleben von Architekten, Planern und Bauausführenden an Bedeutung. Weiterführende Links sind also sicher hilfreich.

„Die Baudatenbank zeigt die Welt von Geberit auf einen Klick und ist für uns eine sehr gute sowie strategisch wichtige Marketing-Plattform.“

**Die Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Inzwischen tritt das Unternehmen unter der Marke Geberit als Komplettanbieter am Markt auf. Das Portfolio reicht von der Hinterwandtechnik bis hin zu hochwertigen Sanitärkeramiken. Welche Philosophie steht hinter dieser international erfolgreichen Firmenentwicklung?**

Die erfolgreiche Firmenentwicklung von Geberit basiert auf der klar definierten und konsequent verfolgten Mission, mit innovativen Sanitärprodukten die Lebensqualität der Menschen nachhaltig zu verbessern.

**Wo liegen die ganz besonderen Stärken?**

Wir stellen stets den Kunden und seine Bedürfnisse ins Zentrum unseres Handelns. Neben der geradezu kompromisslosen Kundenorientierung punktet Geberit mit Innovationskraft und den umfassenden Leistungen eines Komplettanbieters im Sanitärbereich.

**Geberit wird heuer 145 Jahre alt (gegründet 1874 in Rapperswil, CH). Sind dazu spezielle Aktionen und Aktivitäten geplant?**

Pünktlich zum 145-Jahr-Jubiläum erreicht das Unternehmen mit der gelungenen Markenintegration und dem innovativen Badraumkonzept Geberit ONE echte Meilensteine. Groß gefeiert wird dann wahrscheinlich zum 150-Jahr-Jubiläum im Jahr 2024.

**Und nun ein Blick auf die österreichische Niederlassung: Welchen Stellenwert hat der heimische Standort im weltweit agierenden Konzern?**

Wir sind im Konzern ein wichtiges Standbein in der DACH-Region. Der Reifegrad des Marktes Österreich ist hoch, die Kunden sind anspruchsvoll und fortschrittlich.

**Wie ist Ihr Vertrieb strukturiert?**

Wir haben einen klassischen dreistufigen Vertrieb über den Sanitär Großhandel.

**Welche speziellen Services können Sie Ihren heimischen Partnern zur Verfügung stellen?**

Geberit stellt seinen Kunden neben kompetenter Beratung zu Top-Produkten sehr umfangreiche und nützliche Informationen zur Verfügung – etwa in Form von Katalogen, Berechnungstools, Apps und Videos.

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

Unser größtes Potenzial sind unsere engagierten Mitarbeitenden, die einen ausgezeichneten Job machen. Sie sorgen für die hohe Innovationskraft des Unternehmens.

Viel Potenzial birgt für uns auch die Digitalisierung. Wir arbeiten kontinuierlich und intensiv an digitalen Lösungen für Endkunden oder dem digitalisierten Bauen für Architekten, Installateure und Planer.

Die nunmehr fokussierte Strategie – „Alles aus einer Hand“

unter der starken Marke Geberit – wird zudem dazu beitragen, dass das vorhandene Potenzial auch voll ausgeschöpft wird.

**Das Badezimmer hat in den letzten Jahrzehnten einen starken Wandel erlebt. Aus einem reinen Funktionsraum wurde ein Ort, der Wellness und Erholung verspricht. Welche Trends sind es, die Ihre Neu- und Weiterentwicklungen prägen?**

Unsere Neu- und Weiterentwicklungen berücksichtigen genau diese veränderten Nutzerbedürfnisse: Zur erwiesenen Geberit Funktionalität gesellt sich daher anspruchsvolles Design mit hohem Wohlfühlfaktor und gleichzeitig einfacher Handhabung.

Denn die Nutzer wünschen sich ein attraktives Wohlfühl-Bad, das gleichzeitig möglichst wartungsarm und leicht zu reinigen ist.

Komfort umfasst also alle Bereiche. Mit dem neuen, vollintegrierten Badkonzept Geberit ONE setzen wir gerade in dieser Hinsicht neue Standards im Bad.



**■ GEBERIT**

Die weltweit tätige Geberit Gruppe ist europäischer Marktführer für Sanitärprodukte. Geberit verfügt in den meisten Ländern Europas über eine starke lokale Präsenz und kann dadurch sowohl auf dem Gebiet der Sanitärtechnik als auch im Bereich der Badezimmerkeramiken einzigartige Mehrwerte bieten. Die Fertigungskapazitäten umfassen 29 Produktionswerke, davon 6 in Übersee. Der Konzern Hauptsitz befindet sich in Rapperswil-Jona in der Schweiz. Mit rund 12 000 Mitarbeitenden in rund 50 Ländern erzielte Geberit 2018 einen Umsatz von CHF 3,1 Milliarden. Geberit ist an der SIX Swiss Exchange kotiert und seit 2012 Bestandteil des SMI (Swiss Market Index).