

Pressespiegel

Februar

2010

Pressespiegel VÖB (Februar 2010)

Inhalt

Aufbruch durch Markenbau [lead] – medianet online, 09. Februar 2010	3
Aufbruch durch Markenbau – medianet online, 09. Februar 2010	4
Aufbruch durch Markenbau – medianet print, 09. Februar 2010.....	5
Die Marke Beton mit neuem Gesicht – Pressemeldungen, 22. Februar 2010.....	6
Die Marke Beton mit neuem Gesicht – APA OTS, 22. Februar 2010.....	7
Das kleine grüne Buch vom Beton – BBB-Baumaschinen, Baustelle, Baugeräte , Februar 2010.....	8
VÖB Schulungsplattform ein voller Erfolg – BBB-Baumaschinen, Baustelle, Baugeräte , Februar 2010	9
Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Burgenland , 27. Februar 2010	10
Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Niederösterreich , 27. Februar 2010.....	11
Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Tirol , 27. Februar 2010.....	12
Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Wien , 27. Februar 2010.....	13

Aufbruch durch Markenbau [lead] – medianet online, 09. Februar 2010



big.news^e

- primenews
- marketing & medien
- retail
- career
- technology
- automotive business
- destination
- specials
- financenet
- financenet real:estate
- health:economy
- entertainment:biz
- medianet Vorteilszone



medianet - the opinion makers network
 Nach Firmen suchen

Erweiterte Firmensuche
 Nach Medien suchen

Erweiterte Mediensuche
 Alle Firmen des **medianet** - the opinion makers network finden Sie auch im Branchenverzeichnis

medianet ABOs und Produkte

Erfahren Sie mehr in unseren gedruckten Ausgaben:
 medianet Abo
 Golf Week Abo
 Vet Journal Abo



Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
 abo@medianet.at oder
 Tel. 01/91920-2117 zw. 9:00 und 14:00

medianet Archiv by APA DeFacto



09.02.10 | meining
Quergeschriebenes von Dinko Fejzuli

ORF - Gesetz: Ping Pong geht weiter
 weiter ...



09.02.10 | meining
Aufbruch durch Markenbau

Gastkommentar: Ein neues Bild der Baubranche durch gezielte Kommunikation
 weiter ...



09.02.10 | agenturen/marketing
Auch 2010 auf Wachstumskurs

Red Carpet: Die Wiener Agentur rund um die drei Gesellschafter Andreas Schneider, Stefan Krenn und Patrick Minar wird he...
 weiter ...



09.02.10 | agenturen/marketing
Junge Mediennutzer mit hoher Werbeakzeptanz

In - Game - Advertising: Die Werbenische Computer- und Videospiele ist oft entdeckt, selten genutzt worden
 weiter ...



09.02.10 | medien
User twittern sich an „alten“ Medien vorbei

Social Media, Blogs & Co: Online - Marketing - Expertin Melanie Tamblé sieht in der veränderten Medienla...
 weiter ...



08.02.10 | medien
vi knallgrau mit herzfimmern.at - Relaunch

Neues Design: Radio Arabella und vi knallgrau verpassen dem Singleportal herzfimmern.at ein neues Gewand.
 weiter ...

Aufbruch durch Markenbau – medianet online, 09. Februar 2010

09.02.10



Sabine Bretschneider:
Skandal? Welcher Skandal?
weiter ...

Die medianet B2B Online | Fotogalerie.
Immer tierisch gut im Bild.

In Kooperation mit



medianet opinion makers network

Login für registrierte Benutzer.
Nicht registrierte Kunden melden sich an und genießen folgende Vorteile:

- Ihre Firma präsentieren
- Aho verwalten

[anmelden!](#)

medianet - APA Archiv durchsuchen



medianet - the opinion makers network

Nach Firmen suchen

Erweiterte Firmensuche

Nach Medien suchen

Erweiterte Mediensuche

Alle Firmen des medianet - the opinion makers network finden Sie auch im [Branchenverzeichnis](#)

[medianet ABOs und Produkte](#)

Aufbruch durch Markenbau



Gernot Brandweiner, VÖB ©

Gastkommentar: Ein neues Bild der Baubranche durch gezielte Kommunikation

„Innovationskraft“, „Kreativität“ und „Wirtschaftsmotor“ sind Attribute, die momentan nicht automatisch mit Bau assoziiert werden. Unsere Branche ist dazu aufgerufen, sich verstärkt durch gezielte Marketingmaßnahmen zu positionieren. Denn selbstverständlich sind auch für ein Bauunternehmen eine klare Ausrichtung auf strategische Ziele und deren konsequente Umsetzung für den Unternehmenserfolg essenziell. Um im verschärften Wettbewerb überleben zu können, gelten für Unternehmen unserer Branche dieselben Spielregeln wie für jedes andere auch: Produkte anbieten, die einen höheren Nutzen stiften bzw. sich vom Wettbewerb abheben und neue Zielgruppen ansprechen. Erfolgreichen Unternehmen gelingt es mithilfe von Marketingmaßnahmen, ihre Botschaft zu verbreiten, sich im Wettbewerb zu differenzieren und sich dadurch von der Konkurrenz klar abzuheben. Erfolgversprechend ist eine solche Wettbewerbsdifferenzierung zum Beispiel über den Aufbau von Beton als unverwechselbare Marke, die für technologische und Know-how-Vorsprünge steht. Nicht zuletzt, um dem Konsumenten Sicherheit und Vertrauen in sinnvolle und nachhaltige Investitionen zu geben und ein Zeichen für eine funktionierende Wirtschaft zu setzen, sind professionelles Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für die Stärkung der Baubranche gefragt. Denn nur, wenn unsere Botschaft verstanden wird, werden wir aus der momentanen Flaute gestärkt herauswachsen.

Gernot Brandweiner ist Geschäftsführer Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB).

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

14

Gastkommentar Ein neues Bild der Baubranche durch gezielte Kommunikation

Aufbruch durch Markenbau



„Innovationskraft“, „Kreativität“ und „Wirtschaftsmotor“ sind Attribute, die momentan nicht automatisch mit Bau assoziiert werden. Unsere Branche ist dazu aufgerufen, sich verstärkt durch gezielte Marketingmaßnahmen zu positionieren. Denn selbstverständlich sind auch für ein Bauunternehmen eine klare Ausrichtung auf strategische Ziele und deren konsequente Umsetzung für den Unternehmenserfolg essenziell. Um im verschärften Wettbewerb überleben zu können, gelten für Unternehmen unserer Branche dieselben Spielregeln wie für jedes andere auch: Produkte anbieten, die einen höheren Nutzen stiften bzw. sich vom Wettbewerb abheben und neue Zielgruppen ansprechen. Erfolgreichen Unternehmen gelingt es mithilfe von Marketingmaßnahmen, ihre Botschaft zu verbreiten, sich im Wettbewerb zu differenzieren und sich dadurch von der Konkurrenz klar abzuheben. Erfolgversprechend ist eine solche Wettbewerbsdifferenzierung zum Beispiel über den Aufbau von Beton als unverwechselbare Marke, die für technologische und Know-how-Vorsprünge steht. Nicht zuletzt, um dem Konsumenten Sicherheit und Vertrauen in sinnvolle und nachhaltige Investitionen zu geben und ein Zeichen für eine funktionierende Wirtschaft zu setzen, sind professionelles Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für die Stärkung der Baubranche gefragt. Denn nur, wenn unsere Botschaft verstanden wird, werden wir aus der momentanen Flaute gestärkt herauswachsen.

Gernot Brandweiner ist Geschäftsführer Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB).

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

Die Marke Beton mit neuem Gesicht – Pressemeldungen, 22. Februar 2010

Die Marke Beton mit neuem Gesicht

Beton ist das weltweit meist verwendete Baumaterial. Die Informations- und Kommunikationsplattform „Betonmarketing Österreich“ (BMÖ) hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Wissenstransfer über Beton zu fördern. „Die Zeiten, wo Beton ein einfaches Gemisch aus Zement, Wasser und Zuschlagsstoffen war, sind längst vorbei, so DI Dr. Frank Huber, der die Zementindustrie im BMÖ vertritt. „Mit den neuen, modernen High Tech Betonen haben sich in den letzten Jahren eine Vielzahl neuer Anwendungsgebiete entwickelt, die wir öffentlich darstellen müssen. Unsere neuen Anzeigensujets transportieren die Anwendungsgebiete von Beton über Lebensgefühl und Philosophie“, erläutert Frank Huber „und führen direkt zu unserem Internetauftritt www.betonmarketing.at mit weiterführenden Informationen, Buchtipps und Anregungen für die Praxis und sind kompakte Infos für private Bauherren und Profis.“

Das breite Spektrum von Beton und dessen vielfältigen Möglichkeiten der Anwendung machen diesen fast allgegenwärtig. Das Wesentliche auf den ersten Blick erfassen ist daher das Fundament der neuen Imagekampagne. Im Mittelpunkt stehen diesmal Kinder, die sensibel den Nutzen des Baustoffes im privaten Haus und öffentlichen Räumen wiedergeben. Mit den Themen Heizen & Kühlen, Sichtbeton, Keller und Flächengestaltung werden die einzelnen Einsatzbereiche von Beton in ansprechender Aufmachung umrissen und argumentativ untermauert. „In den Sujets werden die Haupteinsatzgebiete von Beton beschrieben und emotional dargestellt. Der emotionale Zugang über Kinder war uns wichtig. Diese drücken mit ihrer Spontanität meist das Richtige am besten aus“, erklärt Frank Huber.

Kinderleichte Sujets

Mit sympathischen Situationen wird in den Anzeigensujets auf die Stärken hingewiesen, die Beton auszeichnen. Zum Beispiel als Gestaltungselement im Außenbereich mit einer großen Auswahl an Farben, Formen und Oberflächenstruktur, das obendrein leicht zu reinigen ist. Öffentliche Plätze und Anlagen profitieren von Beton als modernem, praktischem und günstigem Baustoff, der nicht nur nachhaltig ist, sondern auch durch Helligkeit sowie gestaltbare und strukturierte Oberflächen ein rundum angenehmes Ambiente bietet. Beton punktet nicht nur an öffentlichen Plätzen, sondern ganz besonders beim Eigenheimbau. Ein Sichtbetonhaus, das viel mehr als eine professionell designte, graue Fassade oder Innenwand sein kann, lässt sich in Form und Farbe fantasievoll gestalten – und ist dazu problemlos zu reinigen. Auch energietechnische Vorteile sprechen eindeutig für Beton: „Durch die Speichermasse des Betons wird ein angenehmes Raumklima im Haus ermöglicht. Der Keller spart Energie, ist wasserdicht und bietet hervorragende Nutzungsmöglichkeiten“, erklärt DI Gernot Brandweiner, Geschäftsführer des Verbandes der Österreichischen Beton- und Fertigteilwerke (VÖB). „Wir haben für unsere Kampagne Sujets gewählt, die in unserem Alltag eine Hauptrolle spielen. Über die Bildsprache der Kinder können wir den Nutzen von Beton in diesen Alltagssituationen einfach und simpel darstellen“, führt DI Christoph Ressler, Geschäftsführer des Güteverbandes Transportbeton, weiter aus.

Dachmarke Beton

Unter der Dachmarke „Beton“ präsentiert sich die Informations- und Kommunikationsplattform „Betonmarketing Österreich“ (BMÖ), eine Interessensgemeinschaft österreichischer Verbände und Hersteller der Zement- und Betonindustrie. Ziel der Gruppe ist es, die zahlreichen Vorteile des Baustoffes Beton und die nachhaltige Anwendung transparent und offen zu kommunizieren. Die Interessensgemeinschaft zeigt Lösungen für Profis sowie private Bauinteressierte auf und bündelt die Informationstätigkeit der Verbände und Hersteller. Die Trägerverbände des BMÖ sind das Forum Betonzusatzmittel, der Güteverband Transportbeton, der **Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke** sowie die Vereinigung der Österreichischen Zementindustrie.

Die Marke Beton mit neuem Gesicht – APA OTS, 22. Februar 2010

APA-OTS ORIGINALTEXT-SERVICE MESSAGE DELIVERED

SUCHE **STARTEN** » [Erweiterte Suche](#)

APA-OTS ORIGINALTEXT-SERVICE MESSAGE DELIVERED

Alle Aussendungen Politik Wirtschaft Finanzen Chronik Kultur Medien Karriere Aussender ^{beta}

Inhalte: **Alle** Meistgelesen Bilder Video Audio PDF Termine TM Pressestimmen

OTS0219 / 22.02.2010 / 14:59 / Channel: **Wirtschaft** / Aussender: **andrea.baidinger**
bauen|wohnen|immobilien|kommunikationsberatung GmbH
Stichworte: **Bau** / **gewerbe** / **Immobilien** / **Industrie** / **Konsumenten** / **Marketing**

Diese Aussendung: [drucken](#) [e-mailen](#) [herunterladen \(pdf\)](#) | [Twitter](#) [Facebook](#) [share](#) [mailabo](#)

Die Marke Beton mit neuem Gesicht =

Wien (OTS) – Beton ist das weltweit meist verwendete Baumaterial. Die Informations- und Kommunikationsplattform "Betonmarketing Österreich" (BMO) hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Wissenstransfer über Beton zu fördern. "Die Zeiten, wo Beton ein einfaches Gemisch aus Zement, Wasser und Zuschlagstoffen war, sind längst vorbei, so DI Dr. Frank Huber, der die Zementindustrie im BMO vertritt, "Unsere neuen Anzeigensujets transportieren die Anwendungsgebiete von Beton über Lebensgefühl und Philosophie", erläutert Frank Huber, "und führen direkt zu unserem Internetauftritt www.betonmarketing.at mit weiterführenden Informationen, Buchtipps und Anregungen für die Praxis und sind kompakte Infos für private Bauherren und Profis."

ERRECHNETE TAGS
[Betonmarketing](#)
[BMO](#)
[Anzeigensujets](#)
[Buchtipps](#)
[Fertigteilwerke](#)

ÄHNLICHE AUSSENDUNGEN
[Geothermie - die große Chance für ...](#)
19.02.2010 / 10:31:19 / [Österreichische Zementindustrie](#)
[Neu entdeckte Ressource Beton =](#)
28.01.2010 / 09:52:01 / [Österreichische Zementindustrie](#)

Kinderleichte Sujets

Mit sympathischen Situationen wird in den Anzeigensujets auf die Stärken hingewiesen, die Beton auszeichnen. Zum Beispiel als Gestaltungselement im Außenbereich mit einer großen Auswahl an Farben, Formen und Oberflächenstruktur, das obendrein leicht zu reinigen ist. Auch energietechnische Vorteile sprechen eindeutig für Beton: "Der Keller spart Energie, ist wasserdicht und bietet hervorragende Nutzungsmöglichkeiten", erklärt DI **Gernot Brandweiner**, Geschäftsführer des **Verbandes** der Österreichischen **Beton-** und **Fertigteilwerke** (VÖB). "Wir haben für unsere Kampagne Sujets gewählt, die in unserem Alltag eine Hauptrolle spielen. Über die Bildsprache der Kinder können wir den Nutzen von Beton in diesen Alltagssituationen einfach und simpel darstellen", führt DI Christoph Ressler, Geschäftsführer des Güte**verbandes** Transportbeton, weiter aus.

Beton im Eigenheim

Die Anzeigensujets beschäftigen sich vor allem mit dem Einsatz von Beton im Eigenheim. In Kombination mit umweltfreundlichen Energiequellen ergibt sich ein großartiger und kostengünstiger Wohnwert. Darüber hinaus hat Beton auch eine attraktive, ästhetische Komponente. Durch die Speicherfähigkeit und Dichtheit können Kosten und Energie gespart werden.

Dachmarke Beton

Unter der Dachmarke "Beton" präsentiert sich die Informations- und Kommunikationsplattform "Betonmarketing Österreich" (BMO), eine Interessensgemeinschaft **österreichischer** Verbände und Hersteller der Zement- und Betonindustrie. Die Trägerverbände des BMO sind das Forum Betonzusatzmittel, der Güte**verband** Transportbeton, der **Verband** **Österreichischer Beton-** und **Fertigteilwerke** sowie die Vereinigung der Österreichischen Zementindustrie.

„Das kleine grüne Buch vom Beton“

Aktuell und in überarbeiteter Form – ganz auf Österreich zugeschnitten – präsentiert sich „Das kleine grüne Buch vom Beton“ nunmehr in einer eigenen „Österreich-Auflage“. Herausgegeben in Kooperation mit „Betonmarketing Österreich“, liefert die Österreich-Ausgabe neuestes Fachwissen zur nachhaltigen Entwicklung und Realisierung umweltfreundlicher Bauweisen mittels Bauteilen aus Beton.

Für DI Dr. Bernd Wolschner, Präsident des Verbandes Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB) ist „Das kleine grüne Buch vom Beton“ zu einem unverzichtbaren Wegbegleiter geworden: „Ich freue mich besonders über die Österreich-Ausgabe. Im bewährten handlichen Pocket-Format mit über 50 Motiven aus der österreichischen Bauwelt bietet `Das kleine grüne Buch` sowohl dem Endverbraucher als auch den Fachleuten eine interessante Lektüre. Ob als Ideengeber oder kompaktes Nachschlagewerk, das kleine Büchlein zeigt auf, was Beton tatsächlich alles zu bieten hat!“



Das kleine grüne
Buch vom Beton

Nachhaltiges Bauen mit Beton

beton ÖBB
Betonmarketing
Österreich

www.voeb.com – www.zement.at

VÖB Schulungsplattform ein voller Erfolg – BBB-Baumaschinen, Baustelle, Baugeräte, Februar 2010

VÖB Schulungsplattform ein voller Erfolg

Die im Frühjahr 2009 durch den Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB) gelaunchte Website www.betonwissen.at ist ein voller Erfolg. Mehr als 10.000 interessierte User besuchten die webbasierte

Schulungsplattform um ihr Wissen rund um Beton und Betonfertigteile zu erweitern. 120 Diplome konnten nach erfolgreicher Absolvierung der Online-Seminare verliehen werden. Drei neue interaktive Seminare aus dem

Bereich Tiefbau sind seit Anfang Dezember online.

Mit www.betonwissen.at steht Auszubildenden, Interessierten und Profis eine internetbasierte Wissensplattform zur Verfügung, die es ermöglicht, sich oder seine

Mitarbeiter durch interaktive Seminare auf dem neuesten Stand der Technik zu bringen. Die innovative Plattform bietet die Möglichkeit, zeit- und ortsunabhängig sowie von jedem Computer mit Internetanschluss aus das Wissen über Fertigteile und Betonwaren zu erweitern und zu prüfen. Zeit- und kostenintensive Vorort-Schulungen können somit vermieden werden. Jeder kann sich im eigenen Lernrhythmus schulen, weiterbilden und qualifizieren. Zwischentests nach den Kapiteln und ein Abschlusstest sichern den individuellen Lernerfolg.

Für all jene, die ihr Wissen noch weiter vertiefen möchten, bietet www.betonwissen.at gleich drei neue Seminare aus dem Bereich Tiefbau an. Am besten gleich registrieren: Die Teilnahme an den Seminaren ist bis Jahresende gratis!

Für den Zugang zu den Online-seminaren ist eine einfache und kostenlose Registrierung erforderlich. Mit dem individuellen Account können alle Teilnehmer auf das umfangreiche Seminarangebot zugreifen. Wird ein Seminar erfolgreich mit dem Test abgeschlossen, erhält der Teilnehmer eine Teilnahmebestätigung als Nachweis für die Leistung.

www.betonwissen.at

The screenshot shows the VÖB Betonwissen website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'Home', 'Mein Training', 'Seminare', 'Suchen', 'Kontakt', 'Links', and 'Teilnehmer'. Below the menu is a large image of a construction site. The main content area is titled 'Aufbau und System eines Schachtbauwerks'. It includes a list of course topics on the left, a central diagram of a shaft structure, and a list of technical details on the right. At the bottom, there are navigation buttons for 'Zurück', 'Weiter', and 'Bearbeiten', along with a registration prompt and a photo credit to VÖB.

Willkommen SALT Test-Admin (admin)
 Letzte Login: 2009-08-06 16:10:03

AGB Hilfe Login Impressum zum CMS

Home Mein Training Seminare Suchen Kontakt Links Teilnehmer

VÖB
 BETON.WISSEN

Lehrbuch:
 VÖB Richtlinien für das Versetzen von Schachtelelementen

Voraussetzungen
 Aufbau und System
 Schachtunterteil
 Schachtring
 Schachtkonus
 Falzverbindungen
 Abgleichringe
 Abdeckung
 Fall:
 Test: Aufbau und System

Vorbereiten
 Versetzen
 Aufmaß und Abrechnung
 Der Plan
 Dichtheitsprüfung

Abschlusstest

Aufbau und System eines Schachtbauwerks

In diesem Kapitel erhalten Sie zunächst einen ganzheitlichen Überblick über das Schachtbauwerk. Bewegen Sie dazu die Maus über die einzelnen Begriffe bzw. über die Grafik. Der gesamte Aufbau eines Schachtes sowie die Funktionen seiner Einzelteile werden Ihnen auf den folgenden Seiten genauer beschrieben.

- Abdeckung
- Ausgleicherung
- Falzverbindung
- Schachtkonus
- Bauhöhe H Konus
- Durchmesser Ausstieg DN
- Schachtring
- Wanddicke
- Bauhöhe H Schachtring
- Durchmesser DN
- Schachtunterteil und Gerinnefuß
- Bauhöhe Schachtunterteil
- Steigbügel
- Abstand Steigbügel (Steighöhe) 250 oder 300 mm

Zurück Weiter

Bearbeiten

Kostenlos registrieren und los geht's:
 Schulungsplattform des Verbandes österreichischer Beton- und Fertigteilwerke
 Foto: VÖB

Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Burgenland , 27. Februar 2010

DER KELLER ALS LUXUS-WOHNRAUM

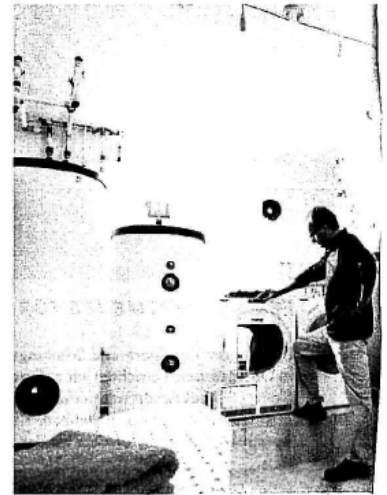
Er kann zum Hobbyraum, zur Partyzone oder zum Arbeitsbereich mutieren – vorausgesetzt er ist klug umgesetzt. Der Keller erlebt dank des Baustoffs Beton einen enormen Aufschwung.

Lange Jahre führte er ein Schattendasein: Im Keller wurde Obst gelagert, Gerümpel aufbewahrt, die Heizungsanlage untergebracht und Wäschegetrocknet. Damit war seine Funktion aber auch schon am Ende angelangt. In letzter Zeit macht sich jedoch ein Imagewandel bemerkbar. Der Keller dient heute als Erweiterung des Wohnraums – und er

kann die Wohnfläche des Hauses um bis zu 40 Prozent vergrößern. „Ermöglicht wird die Wandlung vom feuchten Keller zum exquisiten Lebensraum durch den Baustoff Beton mit seinen hervorragenden statischen und bauphysikalischen Eigenschaften“, so Gernot Brandweiner vom Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke. Schließlich muss er als Fun-

dament dem Druck des Erdreichs standhalten, das Haus tragen und wasserdicht sein. Bewährt hat sich die Verwendung von Betonfertigteilen. Mit dieser Bauweise ist der Keller ein zuverlässiges Fundament, völlig wasserdicht und damit fertig für die Nutzung als Wohn- und Lebensraum.

www.voeb.com



Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Niederösterreich, 27. Februar 2010

DER KELLER ALS LUXUS-WOHNRAUM

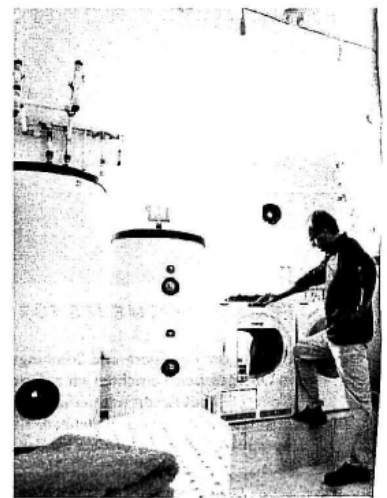
Er kann zum Hobbyraum, zur Partyzone oder zum Arbeitsbereich mutieren – vorausgesetzt er ist klug umgesetzt. Der Keller erlebt dank des Baustoffs Beton einen enormen Aufschwung.

Lange Jahre führte er ein Schattendasein: Im Keller wurde Obst gelagert, Gerümpel aufbewahrt, die Heizungsanlage untergebracht und Wäschegetrocknet. Damit war seine Funktion aber auch schon am Ende angelangt. In letzter Zeit macht sich jedoch ein Imagewandel bemerkbar. Der Keller dient heute als Erweiterung des Wohnraums – und er

kann die Wohnfläche des Hauses um bis zu 40 Prozent vergrößern. „Ermöglicht wird die Wandlung vom feuchten Keller zum exquisiten Lebensraum durch den Baustoff Beton mit seinen hervorragenden statischen und bauphysikalischen Eigenschaften“, so Gernot Brandweiner vom Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke. Schließlich muss er als Fun-

dament dem Druck des Erdreichs standhalten, das Haus tragen und wasserdicht sein. Bewährt hat sich die Verwendung von Betonfertigteilen. Mit dieser Bauweise ist der Keller ein zuverlässiges Fundament, völlig wasserdicht und damit fertig für die Nutzung als Wohn- und Lebensraum.

www.voeb.com



Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Tirol , 27. Februar 2010

DER KELLER ALS LUXUS-WOHNRAUM

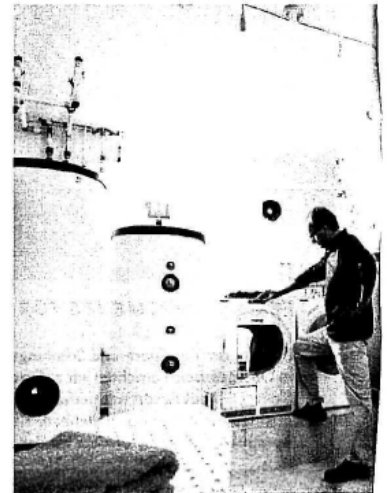
Er kann zum Hobbyraum, zur Partyzone oder zum Arbeitsbereich mutieren – vorausgesetzt er ist klug umgesetzt. Der Keller erlebt dank des Baustoffs Beton einen enormen Aufschwung.

Lange Jahre führte er ein Schattendasein: Im Keller wurde Obst gelagert, Gerümpel aufbewahrt, die Heizungsanlage untergebracht und Wäschegetrocknet. Damit war seine Funktion aber auch schon am Ende angelangt. In letzter Zeit macht sich jedoch ein Imagewandel bemerkbar. Der Keller dient heute als Erweiterung des Wohnraums – und er

kann die Wohnfläche des Hauses um bis zu 40 Prozent vergrößern. „Ermöglicht wird die Wandlung vom feuchten Keller zum exquisiten Lebensraum durch den Baustoff Beton mit seinen hervorragenden statischen und bauphysikalischen Eigenschaften“, so Gernot Brandweiner vom Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke. Schließlich muss er als Fun-

dament dem Druck des Erdreichs standhalten, das Haus tragen und wasserdicht sein. Bewährt hat sich die Verwendung von Betonfertigteilen. Mit dieser Bauweise ist der Keller ein zuverlässiges Fundament, völlig wasserdicht und damit fertig für die Nutzung als Wohn- und Lebensraum.

www.voeb.com



Der Keller als Luxus-Wohnraum – Kurier Wien , 27. Februar 2010

DER KELLER ALS LUXUS-WOHNRAUM

Er kann zum Hobbyraum, zur Partyzone oder zum Arbeitsbereich mutieren – vorausgesetzt er ist klug umgesetzt. Der Keller erlebt dank des Baustoffs Beton einen enormen Aufschwung.

Lange Jahre führte er ein Schattendasein: Im Keller wurde Obst gelagert, Gerümpel aufbewahrt, die Heizungsanlage untergebracht und Wäschegetrocknet. Damit war seine Funktion aber auch schon am Ende angelangt. In letzter Zeit macht sich jedoch ein Imagewandel bemerkbar. Der Keller dient heute als Erweiterung des Wohnraums – und er

kann die Wohnfläche des Hauses um bis zu 40 Prozent vergrößern. „Ermöglicht wird die Wandlung vom feuchten Keller zum exquisiten Lebensraum durch den Baustoff Beton mit seinen hervorragenden statischen und bauphysikalischen Eigenschaften“, so Gernot Brandweiner vom Verband Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke. Schließlich muss er als Fun-

dament dem Druck des Erdreichs standhalten, das Haus tragen und wasserdicht sein. Bewährt hat sich die Verwendung von Betonfertigteilen. Mit dieser Bauweise ist der Keller ein zuverlässiges Fundament, völlig wasserdicht und damit fertig für die Nutzung als Wohn- und Lebensraum.

www.voeb.com

