

Presseinformation
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 Christian Ressler, Geschäftsführer des Güteverbandes Transportbeton, weiter aus.

Beton im Eigenheim

Die Anzeigensujets beschäftigen sich vor allem mit dem Einsatz von Beton im Eigenheim. Zu den ökologischen und ökonomischen Eigenschaften des Baustoffes ist auch die wohnlische Note von Beton nicht zu unterschätzen. Im Sommer angenehm kühl, im Winter behaglich warm, erfüllt Beton alle Voraussetzungen für ein optimales Raumklima. In Kombination mit umweltfreundlichen Energiequellen ergibt sich ein großartiger und kostengünstiger Wohnwert. Darüber hinaus hat Beton auch eine attraktive, ästhetische Komponente. Das Material lässt sich perfekt in verschiedenen Varianten verwenden und wirkt als strenges Schalungsprodukt ebenso eindrucksvoll wie in individueller Verarbeitung. Ein weiterer Pluspunkt ist ein betonierter Keller, der zusätzlichen Wohnraum und wertvolle Nutzflächen schaffen kann. Durch die Speicherfähigkeit und Dichtheit können Kosten und Energie gespart werden. „Beton ist modern, sicher, effizient und nachhaltig“, fasst Brandweiner zusammen. „Alles Eigenschaften, die nur wenige Baustoffe ihr eigen nennen können.“

Informationen auf einen Klick

Bringt die Werbung mit prägnanten Botschaften die Aufmerksamkeit auf ein Produkt, so führt die Homepage www.betonmarketing.at die Interessenten zu fundierten, weiterführenden Informationen, Buchtipps und Anregungen für die Praxis. In übersichtlichen Kategorien werden dem Besucher der Webseite Informationen zu Betonfertigteilen, Transportbeton, Zement oder Betonveredelungsprodukten genauso vermittelt wie Wissen zu allen wesentlichen Eigenschaften von Beton als Hightech- oder Designwerkstoff des 21. Jahrhunderts. Ein weiteres Ziel der Internet-Plattform ist die direkte Kommunikation über Beton. „Alle Anwendungsgebiete und Eigenschaften von Beton werden dargestellt“, meint Christian Ressler, der sich darum bemüht, ein außergewöhnliches Material mit allen Aspekten zu präsentieren.

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.

Rückfragehinweis:

Andrea Baidinger, Pressestelle der Interessensgemeinschaft Beton
andrea.baidinger bauen wohnen immobilien Kommunikationsberatung GmbH
A-1060 Wien, Gumpendorfer Straße 83, Tel +43-1-904 21 55-0
agentur@bauenwohnenimmobilien.at, www.bauenwohnenimmobilien.at