

## **Presseinformation**

### **FÜR IMMER BETON: Marktentwicklung. Forschung. Nachhaltigkeit.**

**Wien, am 27. Februar 2015. Betonmarketing Österreich lud gestern Abend zur Präsentation der neuen Betonmarketingkampagne mit Testimonial Karl Merkatz und stellte gleichzeitig die neuesten Konjunktur- und Forschungsergebnisse der Branche vor. Neben den aktuellen Konjunkturprognosen der Branchenunternehmen erhielten die knapp 100 Gäste des Abends Einblicke in die Themen Energieeffizienz und nachhaltiges Bauen mit dem Werkstoff Beton. Moderiert wurde die Veranstaltung von Schauspielerin und Sängerin Sigrid Spörk.**

#### **Ergebnis des VÖB Konjunkturbarometers**

DI Dr. Bernd Wolschner, Präsident des Verbands Österreichischer Beton- und Fertigteilwerke (VÖB), präsentierte zu Beginn des Abends die Ergebnisse der aktuellen VÖB Konjunkturbarometerumfrage. Dabei musste er festhalten, dass die VÖB Mitgliedsunternehmen nach einem sehr turbulenten und für die einzelnen Firmen sehr unterschiedlich verlaufenden Geschäftsjahr 2014, stabile bis eher reduzierte Aussichten und Erwartungen – sowohl für ihre Unternehmen, als auch für die gesamte Betonbranche für 2015 – bekanntgaben. Umsatzentwicklung und Mitarbeiterzahlen werden sich demnach im Vergleich zu 2014 leicht rückläufig entwickeln. Darum forderte Bernd Wolschner klare politische Schritte ein: „Anstelle von Einsparungen in der Verwaltung werden vermehrt notwendige Investitionen in die Infrastruktur zurückgefahren oder verzögert. Im Privatbereich sind die Perspektiven im Wohnbau ungewiss, durch die Verunsicherungen über die wirtschaftspolitische Entwicklung stellt sich im Industriebau keine spürbare Erholung ein. Es kommt hier sogar zu rückläufigen Entwicklungen, die sich auch in unserer Konjunkturumfrage widerspiegeln. Wir benötigen ein erfolgreiches Steuerreformpaket mit spürbarer Entlastung, damit ein Investitionsklima geschaffen wird und Wirtschaftswachstum wieder stimuliert werden kann.“

Die Detailergebnisse der VÖB Konjunkturbarometerumfrage sind unter [www.voeb.com](http://www.voeb.com) abrufbar.

#### **Gebäudekonzepte im ökonomischen und ökologischen Vergleich**

DI Sebastian Spaun, Geschäftsführer der Vereinigung der Österreichischen Zementindustrie (VÖZ), präsentierte eine Studie der Austrian Cooperative Research Institute zum Vergleich innovativer Gebäudekonzepte im Hinblick auf Ökologie und Ökonomie über den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes. Hauptergebnis der Studie ist, dass es über die gesamte Lebensdauer eines Gebäudes keinen bestimmten Baustoff, keinen Energiestandard und somit auch keine Gebäudevariante gibt, die bei allen Ökologie-Indikatoren besser wären, als die übrigen Möglichkeiten. Relevant in Bezug auf Kosten und Umwelteinfluss sind allerdings der Energiestandard und die Gebäudetechnik sowie die eingesetzten Energieträger. Damit stehen für Spaun die nächsten Schritte fest: „Eine wichtige Forderung aus der Studie ist die Weiterentwicklung und Vereinfachung von Haustechniksystemen. Die Politik muss – und das untermauern die Ergebnisse eindrucksvoll – bei der Förderung einzelner Bauweisen und Baustoffe neutral bleiben sowie bei der Gesetzgebung auf sachliche und baustoffneutrale Standpunkte achten“.

#### **Massivbau im Staatspreis für Architektur und Nachhaltigkeit**

Robert Lechner, Geschäftsführer des Österreichischen Ökologieinstituts, bereicherte den Event mit seiner Vorstellung von zwei Massivbauprojekten, die beim diesjährigen Staatspreis für Architektur und Nachhaltigkeit des Umweltministeriums ausgezeichnet wurden: Das Justizzentrum in Korneuburg und die

Wohnhausanlage „Wohnprojekt Wien“ wurden prämiert, weil sie anspruchsvolle Architektur, ressourcenschonende Bauweisen und Energieeffizienz mit einem im Einklang mit Umwelt und Natur stehenden Baustil vereinen. Die international besetzte Jury unter dem Vorsitz von Roland Gnaiger von der Kunstuniversität Linz bewertete sowohl die architektonische Qualität, als auch die ökologische und energetische Performance der Bauprojekte. „Für die Jury gibt es keinen richtigen oder falschen Baustoff, es gibt nur gut oder schlecht eingesetzte Materialien. Aus über 74 Einreichungen setzten sich auch dieses Jahr wieder zwei Stahlbetonbauten bei insgesamt fünf Staatspreisträgern von herausragender Qualität durch“, zeigte sich Robert Lechner sichtlich zufrieden mit den Ergebnissen.

### **Präsentation der neuen, multimedialen Betonmarketing-Kampagne**

Medialer Höhepunkt des gestrigen Abends war die Präsentation des neuen Betonmarketing-Werbespots und des eigens geschriebenen Beton-Songs, der von der deutschen Nachwuchskünstlerin Julika Völkel und ihrer Band live präsentiert wurde. Die anwesenden Unternehmensvertreter, Journalisten und Gäste erfuhren von Schauspieler Karl Merkatz und Sängerin Julika Völkel, die ebenfalls im neuen TV-Spot zu sehen ist, einige Details zu den Dreharbeiten und ihren persönlichen Erfahrungen mit Beton. DI Matthias Pfützner, Vorstandsmitglied des Betonmarketing Österreichs und zuständig für die Kampagnenplanung, erklärte abschließend die Hintergründe der Werbekampagne und stellte die einzelnen Sujets genauer vor.

### **Über Betonmarketing Österreich (BMÖ)**

*Die Interessensgemeinschaft Betonmarketing Österreich ist ein Zusammenschluss von Verbänden der Zement-, Betonfertigteile-, Transportbeton- und Zusatzmittelhersteller Österreichs. Alle Verbände haben ein gemeinsames Ziel: Das Image und den Marktwert von Beton absatzwirksam zu steigern. Die Zielgruppen sind die Endkunden, die Absatzmittler (Architekten, Bauingenieure, Länder und Gemeinden, Handel) und die ganze Öffentlichkeit.*

[www.betonmarketing.at](http://www.betonmarketing.at)

### **Fotos**

Download der Pressefotos unter: <http://www.apa-fotoservice.at/galerie/6430>

Bildmaterial steht für redaktionelle Zwecke frei zur Verfügung.

Fotocredit: BMÖ/APA-Fotoservice/Hörmandinger

### **Rückfragehinweis:**

Lukas Lechner, BA

**Himmelhoch – Text, PR & Event**

Mobil: +43 676 3613 375

[lukas.lechner@himmelhoch.at](mailto:lukas.lechner@himmelhoch.at) | [www.himmelhoch.at](http://www.himmelhoch.at)