

Presseinformation

27. Jänner 2009

Sprache wirkt nachhaltig

Zementindustrie und Konsumenten für einfache Begriffe

Für Konsumenten, aber auch Anwender sind technische Fachausdrücke oft unverständlich und verwirrend. Neue Entwicklungen werden mangels Verständlichkeit der Funktionsbezeichnung gar nicht oder falsch angewendet. „Die Gesellschaft hat sich gewandelt und verlangt von uns heute, aktiv auf unsere Kunden zuzugehen“, so Dr. Frank Huber, Geschäftsführer der Zement+Beton Handels- und Werbeges.m.b.H. Damit die neuesten Einsatzmöglichkeiten von Beton - zur Nutzung des Energiesparpotentials von Gebäuden - von möglichst vielen Menschen verstanden und angewendet werden, hat sich die österreichische Zement- und Betonindustrie entschlossen, dafür die Marktforschung einzusetzen. Beton bietet mit seiner hohen Speicherfähigkeit von Wärmeenergie ideale Voraussetzungen, um in Gebäuden Energie einzusparen und damit die CO₂-Emissionen zu reduzieren. DI Felix Friembichler, Geschäftsführer der VÖZ: „Das Erreichen der Klimaschutzziele ist für uns alle ein zentrales Thema. Klare Begrifflichkeiten, die den Sinn und Nutzen einer Innovation ausdrücken, tragen einen großen Teil zur Anwendung bei.“

„Der Kommunikation kommt auch im technischen Bereich eine immer größere Rolle zu. Technische Innovationen, die erfolgreich sein sollen, müssen wie eine Marke betrachtet werden. Ein Begriff muss erklärend sein und nicht nur technische Fakten transportieren“, weiß Frank Huber. Wird nur über Funktionsweisen gesprochen, so wird der Konsument eher verunsichert als überzeugt. Die österreichische Beton- und Zementindustrie bemüht sich seit Jahren verstärkt, alle innovativen Entwicklungen des Baustoffes auf unterschiedlichen Ebenen nahezubringen. Beispielsweise werden in Diskussionsforen mit Experten der technische Status quo dokumentiert und neueste Erkenntnisse präsentiert. „Gerade die Themen rund um Energieeinsparung und Klimaschutz sind sehr komplex, wir haben uns daher entschlossen, Begriffe, die den Einsatz des Baustoffes Beton betreffen, einer qualitativen und quantitativen Marktforschung zu unterziehen“, so Huber.

Komplexe Themen Energieeffizienz und Klimaziele

Wissenschaft, Wirtschaft und Technik beglücken uns immer wieder mit neuen, sperrigen Fachbegriffen und Kürzeln für Innovationen, die der Anwender und Konsument nicht versteht. Gesucht - und gefunden - wurde ein verständlicher Begriff für den Einsatz von Beton als Wärme- und Kältespeicher. Die gleichmäßig ausstrahlenden Oberflächen der Betondecken und ihre Fähigkeit, Wärme, Kälte und Luftfeuchtigkeit zu speichern, sorgen für ein kontinuierlich angenehmes Raum- und

Temperaturgefühl bei den Nutzern. Im Beton verlegte Rohrsysteme leiten im Sommer kaltes und im Winter warmes Wasser durch Bauteile, deren Speichermasse nimmt die Temperatur auf und gibt sie nur langsam an die Umgebung ab. So bleibt es im Sommer angenehm kühl, im Winter wird es in den Innenräumen nie richtig kalt. Mit Hilfe dieser Betontemperierung kann das Raumklima stabil gehalten werden. Zugleich reduziert sich der Energiebedarf, da das Wasser mit niedrigeren Vorlauftemperaturen in den Rohrkreislauf geschickt wird.

Marktforschung beweist: simply the best

In Einzelinterviews wurde eine Produktbeschreibung und dazu unterschiedliche Begriffe, die bisher innerhalb der Branche verwendet wurden, den Teilnehmern zur Bewertung vorgelegt. Gefragt wurde nach Erklärungswert und größter persönlicher Akzeptanz. Präferiert wurden eindeutig die beiden Vorschläge: „Energiespeicher Beton“ und „Heizen und Kühlen mit Beton“, die quantitative Befragung mittels Omnibus bestätigte die Ergebnisse der ersten Phase. Es zeigte sich aber auch, dass Begriffskombinationen einen besseren Erklärungswert haben als Einzelbegriffe – allen voran die Kombination „Energiespeicher Beton – Heizen und Kühlen mit Beton“. Bisher wurden „intern“ Begriffe wie „Betonkernaktivierung“ oder „Betontemperierung“ verwendet – die Befragten hatten dazu ganz andere Assoziationen als die Forscher und Techniker, die diese verwenden. Unter „Komfortbeton“ wird beispielsweise ein leicht zu verarbeitender Beton verstanden.

Sprachliche Zweiklassengesellschaft vermeiden

„Wenn der Laie nicht versteht, was die Fachleute sagen, führt dies zu einer sprachlichen Zweiklassengesellschaft, die insbesondere in einem Bereich wie dem Klimaschutz kontraproduktiv ist“, so Felix Friembichler. Schließlich können die ambitionierten Klimaschutzziele nur erreicht werden, wenn alle gemeinsam dazu beitragen. Einen Schritt in diese unabdingbare Richtung setzte die österreichische Zement- und Betonindustrie mit der Entscheidung, Konsumenten mit einzubinden. Unter Trendforschern kursiert zurzeit das so genannte und kaum bekannte LOHAS-Phänomen – nämlich „Lifestyle of Sustainability and Health“. Dieses steht für den nachhaltigen und gesunden, aber auch genussvollen Lebensstil einer kaufkräftigen Bevölkerungsgruppe. Besonders üppig gedeihen unverständliche Wortschöpfungen und technische Abkürzungen in der Automobilindustrie, der Finanzwelt und der Computertechnologie. Das Kürzel EPS etwa steht gleich für über ein Dutzend Fachbegriffe, von *Earnings per share* (Gewinn je Aktie) über *Electric Power Steering* (elektromechanische Servolenkung bei Kraftfahrzeugen) oder *Eumetsat Polar System* (niedrig fliegende polar umlaufende Wettersatelliten) bis zu *Entry-Level Power Supply* (Formfaktoren/Vorgaben für Netzteile in Computern).

Dritte Säule der Nachhaltigkeit

So innovativ und revolutionär Entwicklungen auch sein mögen, wenn ihr Sinn und die Funktionsbedeutung von der Allgemeinheit nicht verstanden werden, werden diese auch nicht entsprechend genutzt - oder falsch angewendet. Auch die Bauwirtschaft bringt laufend neue Produkt- und Systementwicklungen hervor, die das Bauen zunehmend einfacher, wirtschaftlicher und energieeffizienter machen. Allein die Zement- und Betonindustrie lässt mit immer leistungsfähigeren und besseren Produkten und Materialien aufhorchen, die neue, bisher nicht für möglich gehaltene Anwendungen von Zement und Beton zulassen. „Wir sind gefordert, unsere Entwicklungen entsprechend transparent zu machen. Aus unserer Sicht gehört dies auch zum Anspruch der Nachhaltigkeit. Wir müssen Einfachheit und konkreten

Nutzwert an die Gesellschaft herantragen, das gehört auch zu unserer Verantwortung“ erklärt Friembichler

VÖZ als Motor für Innovationen

Die Vereinigung der Österreichischen Zementindustrie versteht sich als Partner von Baugewerbe und Bauindustrie, der Behörden und Auftraggeber aber auch als Service- und Anlaufstelle für den Endverbraucher. Zudem bietet die VÖZ praktische Hilfestellungen bei Fragen der fachgerechten Verarbeitung von Zement und Beton. Die Österreichische Zementindustrie widmet sich intensiv der Forschung und Entwicklung des Baustoffes Beton. Mit der Forcierung neuer Technologien und der Entwicklung von kundenorientierten Speziallösungen erweist sich die VÖZ als innovativer Motor der Bauindustrie. Darüber hinaus beobachtet die VÖZ laufend die aktuellen internationalen Entwicklungen und ist maßgeblich daran beteiligt, den jeweils neuesten Stand der Technik in der österreichischen Bauwirtschaft zu verankern.

Nähere Informationen unter www.zement.at



v.l.n.r. Dr. Frank Huber, DI Felix Friembichler

Der Kommunikation kommt auch im technischen Bereich eine immer größere Bedeutung zu. Die aktuelle Marktforschung der Vereinigung der Österreichischen Zementindustrie zeigt, dass Konsumenten zu Begriffen die von Technikern und Forschern verwendet werden, ganz andere Assoziationen haben. Wichtig sind Begrifflichkeiten, die den Sinn und Nutzen einer Innovation ausdrücken, diese tragen einen großen Teil zur Anwendung bei.

Rückfragehinweis:

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