

DER ISO CELL LER

DAS ISOCELL MAGAZIN
AUSGABE 7

AUF DEM HOLZWEG

Barbara Fuchs stammt aus einer Betonfamilie, setzt aber auf Holzbauweise

DER DIGITALE WANDEL

Marlen Schlosser zeigt mit ihrer Firma, warum Digitalisierung eine Chance ist

ZUSAMMEN IST MAN WE- NIGER ALLEIN

Gabriele Leibetseder erklärt, warum den Kooperationen die Zukunft gehört



Architekt:
Jorge Alastuey

ISOCELL



4 FÜCHSIN IM HOLZBAU

Barbara Fuchs stammt aus einer Betonfamilie, setzt aber auf Holzbauweise



10 EIN TAG MIT DEN ISOCELLERN

Wie arbeitet es sich eigentlich bei ISOCELL?
Ein Tag im Inneren des Unternehmens



18 DER DIGITALE WANDEL

Marlen Schlosser zeigt mit ihrer Firma, warum Digitalisierung eine Chance ist



24 WENN DER TEAMGEIST SIEGT

Warum Fußballvizemeister LASK und ISOCELL mehr gemeinsam haben, als man annehmen würde



30 ZUSAMMEN IST MAN WENIGER ALLEIN

Gabriele Leibetseder erklärt, warum den Kooperationen die Zukunft gehört



34 DER BAUHERR IST KÖNIG

Popularc ermöglicht Bauherren einen leichteren Zugang zu individueller Architektur



40 VON SOCKELN UND BÜROHENGSTEN

Warum die Schulungen bei ISOCELL immer einen Besuch wert sind



44 DIE ISOCELL-PINNWAND

Die jüngsten außergewöhnlichen Bilder aus der Welt von ISOCELL



46 ALPINE GENÜSSE

Wie Spitzenkoch Andreas Döllner mit seiner Familie Gaumen verzaubert



50 REZEPT: SCHWARZBEERNOCKEN

Mancher Geschmack fährt ins Hirn wie gute Musik, um für immer dort zu bleiben



ZUSAMMEN IST MAN WENIGER ALLEIN. UND GEMEINSAM? SIND WIR ISOCELL.

IMPRESSUM

Herausgeber: ISOCELL GmbH, Gewerbestraße 9, 5202 Neumarkt am Wallersee
Redaktion: Gabriele Leibetseder, Tom Kern, Silvia Griessner, Peter Wagner;
Layout und Grafik: Kernkompetenzen GmbH
Druck: Gutenberg-Werbering GmbH
Fotos: ISOCELL, Kernkompetenzen, GEPA Pictures, Fischer Haus GmbH & Co. KG, Schlosser Holzbau GmbH, LASK, Popularc GmbH, Jorge Alastuey, Heinz Rettenbacher, Gut Aiderbichl, Kulseth Blåseisølering, Döllerer Genusswelten GmbH, Sysco, Loredana La Rocca, Lukas Kirchgasser, Jörg Lehmann;

Konkurrenz belebt das Geschäft, heißt es immer. Und das ist auch richtig, aber nicht die ganze Wahrheit. Unsere Welt ist tagtäglicher Beweis dafür, dass man auch als Wirtschaftsunternehmen alleine nicht weiterkommt. Was in der Europäischen Union auf politischer Ebene gilt, haben auch wir bei ISOCELL schon in unseren ersten Jahren erkannt: Zusammen ist man weniger allein.

Von Anfang an waren wir bei Verbänden und Zusammenschlüssen dabei, um Synergien zu nutzen und gemeinsam für unsere Interessen einzustehen. Kooperationen liegen im Trend, sind aber alles andere als neu (Seite 28).

Das Gemeinsame vor das Einsame zu stellen, ist auch ein Geheimnis unserer internen Philosophie. Teamplay lautet das Zauberwort, das auch in Mannschaftssportarten wie dem Fußball ein Erfolgsgeheimnis ist. So wie ISOCELL das Motto „Gemeinsam sind wir ISOCELL“ ausgegeben hat, hat sich der österreichische Fußballvizemeister den Slogan „Gemeinsam sind wir LASK“ verpasst - und das sind nicht die einzigen Gemeinsamkeiten (Seite 22).

Nur gemeinsam geht es auch, wenn Branchen vor Veränderungen stehen - zum Beispiel im Bereich der Digitalisierung. Marlen Schlosser ist Geschäftsführerin der Schlosser Holzbau GmbH. Sie hat ihr Familienunternehmen nach modernen Anforderungen umstrukturiert und erzählt im Interview, wie dem Gewohnheitstier Mensch die Angst vor dem digitalen Wandel genommen werden kann (Seite 16).

Neue Wege gehen, das ist ein weiteres Motto von ISOCELL. Was es heißt, ein ISOCELLER zu sein, und wie der Arbeitsalltag im Zeichen des Gemeinsamen so aussieht – das haben wir in unserer ausführlichen Reportage aufgeschrieben (Seite 10). Kommen Sie mit auf eine Reise in unsere Welt.

Viel Spaß beim Lesen!

GABRIELE LEIBETSEDER

**INTERVIEW
BARBARA FUCHS**





FÜCHSIN IM HOLZBAU

Sie kommt aus einer Betonfamilie und ist erfolgreich im Holzbau tätig – Barbara Fuchs, die Geschäftsführerin von FischerHaus. Mit dem ISOCELLER spricht sie über die Transformation ihres Unternehmens, Vorteile der Symbiose von Holz und Beton im mehrgeschossigen Wohnbau und ihre Rolle als Frau im Holzbau.



Barbara Fuchs will Familien ein Zuhause schaffen – am liebsten mit Holz

Barbara Fuchs, Sie kommen aus einer Familie, in der Bauen mit Beton eine lange Tradition hat. Wie kam es dazu, dass Sie sich dem Holzbau zugewendet haben?

FUCHS: Das stimmt, ich komme aus einer Betonfamilie. Ich habe Innenarchitektur studiert und danach beruflich Luxusyachten geplant. Da hat man zwangsläufig viel mit Holz zu tun. 2006 stand die Firma FischerHaus dann zum Verkauf. Ich wollte mich eigentlich im Yacht- und Hotelbereich selbstständig machen, habe aber zu der Zeit den Bauernhof meiner Großmutter umgebaut und das hat so Spaß gemacht, dass ich beschlossen habe, den Schritt zu gehen und die Firma mit Unterstützung meines Vaters zu übernehmen.

Welche Änderungen haben Sie im Unternehmen vorgenommen?

FUCHS: Ursprünglich war FischerHaus ein klassischer Fertighausanbieter. Meine Überlegung war, den Fokus mehr auf die Menschen hinter dem Haus zu legen, auf deren Wünsche und Bedürfnisse individuell einzugehen. Unsere Hauptzielgruppe sind Paare, unser Slogan lautet „Mit Liebe bauen“. Wir sehen ein Haus als das gelungene Ergebnis unserer Beziehung zum Kunden als etwas, das wir gemeinsam mit ihm geformt haben. Wenn man so will: Ich habe den Betrieb femininer aufgestellt.

Welche Rolle spielt Energieeffizienz bei Ihnen?

FUCHS: Energieeffizienz spielt bei uns eine große Rolle. 2011 haben wir das erste Plusenergiehaus als Musterhaus in München gebaut. 2013 folgte ein zweites Musterhaus, mit dem wir die Energieeffizienzklasse 40 als Standard festlegten. Gerade der Holzbau eignet sich hervorragend für energieeffiziente Bauweise. Aber nicht nur deshalb war es mir ein großes Anliegen, den Holzbau zu fördern. Ich liebe es, wenn ich in die Produktionshalle komme und es riecht nach Holz. Die Baustoffe Beton und Holz werden heute noch oft als Rivalen gesehen, dabei lassen sie sich wunderbar kombinieren. Unsere Spezialität sind Hybride aus Beton und Holz.

Inzwischen verwenden Sie Holz auch im mehrgeschossigen Wohnungsbau. Warum?

FUCHS: Genau, bei „Gebäudeklasse Vier“ steigen wir mit reinem Holzbau aus, weil es für den Investor oder den Eigentümer leider nicht mehr wirtschaftlich ist. Der Brandschutz wird dann einfach zu teuer. Bei so hohen Gebäuden verwenden wir Beton im Innenbereich, er trägt das Konstrukt, und bei der Fassade nützen wir die Energieeffizienz von Holz. Das ist für Investoren hochspannend, weil es dafür von der staatlichen Förderbank KfW pro Wohneinheit einen Zuschuss von 10.000 Euro und 100.000 Euro in Form eines kostengünstigen Darlehens gibt. Zusätzlich bekommt der Investor pro Quadratmeter einen Euro mehr Miete, weil sich die Nebenkosten verringern. Außerdem wird die Bauzeit durch die Vorfertigung verkürzt und die Wohnungen sind dadurch schneller vermietbar.

„Unsere Spezialität
sind Hybride aus
Beton und Holz.“



Barbara Fuchs will Häuser schaffen, in denen sich Menschen wohl fühlen

Wie viele Gebäude haben Sie nach dieser Methode inzwischen schon gebaut?

FUCHS: Einige hundert Wohnungen. Es funktioniert wunderbar.

Sind Ihrer Meinung nach Leuchtturmprojekte wie das Holzhochhaus HoHo in Wien wichtig, um den mehrgeschossigen Holzbau zu fördern?

FUCHS: Solche Projekte braucht es auf jeden Fall, um auf den Baustoff aufmerksam zu machen und zu zeigen, was alles möglich ist. Mir ist aber schon wichtig zu sagen: Man sollte einen Baustoff nicht ausreizen. Beton wird man nie so wohnlich machen können wie Holz. Umgekehrt wird man Holz nie so wenig brennbar machen können wie Beton. Man muss die Stärken der verschiedenen Baustoffe verbinden.

Kommen wir noch einmal zu Ihrem Unternehmen. Sie sind nicht nur auf Führungsebene ein Familienbetrieb, auch viele Ihrer Mitarbeiter sind seit vielen Jahren im Betrieb. Wie haben Sie gemeinsam die Weiterentwicklung vom klassischen Fertighausanbieter zu einem innovativen Holzbauunternehmen geschafft?

FUCHS: Die Mischung macht's aus. Einige Mitarbeiter sind schon sehr lange im Unternehmen, aber wir haben auch viele junge, die eine gute Dynamik reinbringen. Wichtig ist, dass ein Austausch zwischen den Generationen stattfindet, damit kein Know-how verloren geht. Kürzlich sind in der Produktion zwei Mitarbeiter in Pension gegangen, die haben ihre eigenen Nachfolger ausgebildet. Die Alten geben ihr Herzblut an die Jungen weiter.



Die Hauptzielgruppe von FischerHaus sind Paare – und damit auch Familien.



Zu manchen Familiendomizilen gehört auch ein hauseigener Pool

Sie sagen, Sie haben das Unternehmen femininer aufgestellt: Können Sie das ein wenig konkretisieren?

FUCHS: Unser Zugang ist emotionaler und weniger technisch als früher. Die Technik setze ich voraus, sie steht in unserem Kontakt mit den Kunden aber nicht im Fokus. Wichtiger ist die Zusammenarbeit mit den Menschen und ihre Träume. Das hat den Vorteil, dass wir die Hauptentscheidungsträger beim Hausbau stärker ansprechen, die Frauen. Denn Kaufentscheidungen sind letztlich keine technischen Entscheidungen, sondern emotionale.


Die Baubranche ist ja eine sehr männliche Sparte. Sind Sie mit Ihrem Konzept auf Widerstände gestoßen?

FUCHS: Ja klar, zu Beginn. Ich habe zum Beispiel alle LKWs mit Blumen beklebt und Musterhäuser in Jasmin oder Magnolie umbenannt. Da haben mir einige Männer im Unternehmen schon den Vogel gezeigt. Aber ich habe zwei Brüder und ein abgeschlossenes Ingenieurstudium, da bin ich abgehärtet. Und letztendlich gibt einem die Kompetenz recht.

DIE FAMILIE FUCHS

„Wir bauen nicht einfach Häuser – wir schaffen Familien ein Zuhause“, sagt Barbara Fuchs, die FischerHaus 2006 übernahm – und gibt damit den Leitspruch des Unternehmens aus. Über 130 Mitarbeiter vereint sie in ihrer Firma. „Und das F in unserem Namen“, sagt sie, „das steht eigentlich für Familie.“ FischerHaus wurde 1961 von Josef Fischer gegründet. Fuchs selbst entstammt der Firmenfamilie Fuchs, zu deren Unternehmensverbund eigenständige Unternehmen zählen, die unter anderem im System-, Tief- oder Anlagenbau tätig sind.





Im Jahr 2015 wurde der neue Firmensitz von ISOCELL eröffnet. Nur einen Steinwurf vom alten Firmensitz entfernt, entstand die neue Zentrale. Ein Gebäudekomplex in Massiv- und Holzbauweise, der auf bis zu drei Stockwerken 3.190 m² Nutzfläche bietet. Und bei dessen Planung man sich vor allem an den Bedürfnissen des Unternehmens orientiert hat.

EIN TAG MIT DEN ISOCELLERN

Wie arbeitet es sich eigentlich bei ISOCELL? Die Redaktion des ISOCELLERS hat einen Tag Mäuschen gespielt.





Einen Tag lang
blickten wir hin-
ter die Kulissen
von ISOCELL

„Wir sind Teamplayer“, meint
Jasmin. Lagerleiter Johann hört das.
„Ja, das stimmt“, ruft er herüber.



Handelsstraße 1 steht auf dem blauen Schild rechts von der Schiebetür. Links daneben sind ein LKW-Symbol und das realistische Foto eines natürlichen Waldes zu sehen. Direkt daneben: das Symbol eines Mannes, der ein Paket befördert. Darunter befindet sich in elf Sprachen – am größten in Deutsch – die Erklärung: Anmeldung. Griaß di, ISOCELL.

Wir sind hier richtig für unseren Auftrag. Wir wollen heute Mäuschen spielen, indem wir ganz unauffällig einen Tag bei ISOCELL verbringen. Und hier ist der Ort, an dem am Unternehmensstandort in Neumarkt am Wallersee der erste Kontakt zu den ISOCELLERN entsteht. Zumindest dann, wenn man etwas abholt oder liefert. Der Eingang für die Büros ist auf der anderen Seite. Wir gehen hinein. Drei Pflanzen, ein Prospekthalter und zwei Packungen Zellulosedämmstoff begrüßen uns. Wir lassen sie rechts liegen und steigen ein paar Stufen zu einem Büro mit vier Sitzplätzen hinauf. Hier gibt Alexa den Ton an. „Die haben wir uns geleistet“, erzählt Tanja Blechinger. Alexa ist keine Mitarbeiterin, sondern der sprachgesteuerte Lautsprecher eines großen Online-warenhauses. „Wenn es nach mir geht, steht Radio Oberösterreich am Programm“, gibt Tanja die DJane. Doch die Kolleginnen sind

IN DEN HAUPTROLLEN



TANJA
BLECHINGER

Die Expertin für
Disposition. Sie war
schon bei ISOCELL,
als das Unterneh-
men noch in den
Kinderschuhen
steckte.



NADJA
WINKLHOFFER

Gleich hinter dem
Empfang des Haup-
teingangs sitzen die
„Kümmerer“ – Nadja
ist eine davon.



JOHANN
HEINRICH

Der Lagerleiter. Er
weiß, wie man dafür
sorgt, dass alles
seine Ordnung hat.



Hier hat alles
seine Ordnung:
Das Lager von
ISOCELL

nicht immer überzeugt. „Spätestens zu Mittag schalten wir um“, lacht Melanie Eggenberger. Doch der Eindruck, dass es hier immer so locker zugeht, täuscht. Nur kurz war der Arbeitsflow unterbrochen, einen Wimpernschlag später läutet schon wieder das Telefon. „Tanja, schaffen wir die Lieferung noch heute?“, fragt Melanie. „Klar“, antwortet die. „Der Andi Fiedler hat dich übrigens vorher gesucht, als du kurz draußen warst“, richtet Melanie noch aus. „Ah, der Fidel Castro“, sagt Tanja Blechinger. Sie vergibt gerne Spitznamen und so wurde aus dem Kollegen Fiedler kurzerhand der ehemalige kubanische Staatsmann. Als sie gerade weitere Spitznamen erklären will, muss sie selbst ans Telefon. „Tut mir leid, wir würden dir gerne mehr erzählen, aber jemand wartet schon auf meinen Anruf. Wir wollen ja pünktlich sein.“ Und schon greift sie selbst zum Hörer. Mit einer geballten Ladung positiver Energie und Freundlichkeit ausgestattet begrüßt sie ihren Gesprächspartner: „Hallo, da ist die Tanja von der ISOCELL ...“

Die ersten Erkenntnisse: Die Stimmung ist gut, auch unbekannte Gesichter werden herzlich aufgenommen – und man ist per du. Das gefällt uns und darum bleiben wir auch gleich dabei. Schon geht die Reise weiter. Gleich gegenüber der Disposition für Luftdichtheitsprodukte betreten wir das Lager. Der Vorraum dient dem Verpacken. Lagerleiter Johann ist gerade fleißig am Werken, denn OMEGA N55 Klebstoff soll bald auf Reisen gehen. „Jetzt am Nachmittag machen wir die kleinen Pakete“, sagt er. Die sind aber

gar nicht so klein. Am Ende des Vorraums, dort, wo es zum großen Lager geht, sieht man schon welche. Aber groß, ja, richtig groß sogar und vor allem sehr hoch – das ist diese Lagerhalle. Am Eingang steht gerade Jasmin. „Ich helfe, wo ich kann“, sagt er mit einem Lachen. Gerade steht er beim Stapler. „Wir sind Teamplayer“, meint er. Lagerleiter Johann hört das. „Ja, das stimmt“, ruft er herüber. Auch er lächelt.

Die Gänge sind mit der vielseitigen Produktpalette von ISOCELL beschriftet – von eins ganz links bis acht ganz rechts, wo der Ausgang zu finden ist. „Am Vormittag passiert hier mehr“, sagt Jasmin. „Aber da drüben stehen noch ein paar Paletten“, zeigt er an die Wand. Fünf Paletten sind bereits mit AIRSTOP BB Bitumenkautschukband, OMEGA 180 Schalungsbahnen, AIRSTOP Klebeband und vielem mehr beladen. Dieser Kunde hat wohl einiges vor. Ein kurzer Blick nach draußen zeigt uns die Verbindungsbrücke, die vom alten ins neue Gebäude führt. Ein Stockwerk weiter

"Wir spielen auch
Osterhase."

„Wir sind die Kümmerer des Hauses.“



Tanja Blechinger
ist immer bestens
gelaunt – und vergibt
gerne Spitznamen an
die Kollegenschaft



oben sieht man Robert gerade fleißig telefonieren. Aber im Nebenraum gibt es Ablenkung. Hier befindet sich ein großer Plan mit zahlreichen Pfeilen. Ausgehend von der französischen Bretagne im Westen, Belgien in der Mitte und Österreich im Osten führen die vielen roten Pfeile quer durch die Länder. Das ist es, das Vertriebsnetz von ISOCELL. „Ich würde so gerne mit Ihnen reden“, sagt Robert, als er seinen Hörer aufgelegt hat, „aber ich muss schon weiter.“ Er ist zusammen mit Roland und Hans-Peter für Einkauf, Lagerverwaltung und Fuhrpark zuständig. Leider ist der eine Kollege krank, der andere außer Haus, und das Mittagessen vor ihm am Tisch zeugt von einem intensiven Tag. „So etwas kommt vor, ich bekomme schon meine Pause, auch heute, keine Sorge“, lacht er trotzdem. Wir ziehen weiter, denn gegenüber gibt es auch noch einiges zu entdecken. Hier ist sie nun, die Brücke. Der Verbindungsbau bringt Besucher vom alten ISOCELL-Gebäude zum neuen Headquarter. Unser Weg führt vorbei an vielen Bildern, die aktuelle Aufnahmen aus der Welt der ISOCELLER zeigen. Da wird gelacht und gearbeitet. Irgendetwas müssen sie richtig machen, diese ISOCELLER. Noch ein paar Stufen nach oben, schon sind wir beim anderen Eingang in die Welt von ISOCELL. Hinter dem Empfangstisch sitzen Nadja, Sabine und Dominik. Seit neun Jahren ist Nadja bei der Firma, Sabine seit drei und Dominik bald vier. „Ich hab hier als Lehrling begonnen“, sagt Dominik stolz. Nadja und Dominik sitzen sich gegenüber. „Normalerweise empfangen wir die Gäste - zumindest, wenn sie hier vorne hereinspazieren“, lacht Nadja und nimmt uns mit in den Nebenraum. „Hier sind all unsere Produktdatenblätter in allen relevanten Sprachen“, erklärt sie. Aber hier werden auch noch viel wichtigere Aufgaben erfüllt - besagen zumindest die Gerüchte. „Ja, das stimmt“, lacht Nadja. „Wir spielen auch Osterhase. Wir sind die Kümmerer des Hauses. Wir haben auch schon gewusst, dass uns jemand besuchen kommt.“

Ein Stockwerk weiter oben beginnt das U bzw. das Rechteck - also der Gang, an dessen linker und rechter Seite die Büros liegen, nur abgetrennt von großen Glaswänden. Maschinentechnik, Technik, Buchhaltung, Geschäftsführung und Marketing sitzen hier. Und vor allem gibt es hier eine Küche. „Ja, hier sind wir oft. Jeden Tag sogar“, sagt Josef, dessen Büro neben dieser Küche liegt. Ihm gegenüber sitzt Moritz Stiegler. In dieser Küche wird aber nicht gekocht, hier werden Versuche gestartet. Man will ja innovativ und am Puls der Zeit bleiben!



Bei aller Professionalität darf auch der Spaß nicht zu kurz kommen

Der Neubau des
ISOCELL-Firmensitzes
wurde 2015 eröffnet

Großraumbüros gibt es hier ebenfalls nicht. "Nein, das wollten wir nicht", sagt Prokuristin Gabriele Leibetseder. Und auf den einzelnen Büros ist auch nichts vom Abteilungsleiter, seiner Stellvertreterin oder dem Assistenten der Stellvertretung zu lesen. "Wir setzen eher auf flache Hierarchien und Selbstorganisation."

Das fördert auch die Kreativität beim Lösen von Herausforderungen. Hm, im Bezug auf die Buchhaltung muss darüber kurz nachgedacht werden.

Diesen Eindruck erwecken die ISOCELLER also im Arbeitsalltag bei einem neutralen Beobachter. Wir wiederholen uns, aber: Irgendetwas machen sie richtig, diese ISOCELLER. Wahrscheinlich hängen deshalb auch in vielen Räumen diese großen Zahlen. 10, 15, 20, 25. Was sie zu bedeuten haben? „Das sind die Urkunden für die Dienstjahre“, hat uns Tanja am Anfang des Besuchs erklärt. Ob sie Fidel Castro wohl schon gefunden hat?

Ganz schön vielseitig jedenfalls, so ein Tag bei ISOCELL. Dabei haben wir die Schulungsräume im alten Gebäude oder den Meetingraum im Erdgeschoss des neuen Hauptgebäudes noch gar nicht besucht und auch noch gar nichts über die E-Auto-Zapfsäulen oder das kleine Einblasmaschinenmuseum erzählt. Außerdem sind sie ganz schön freundlich, diese ISOCELLER - da möchte man gerne bleiben. Aber gut, der Arbeitstag geht dem Ende zu. Auch ISOCELLER haben ein Privatleben. Und auch wenn wir vieles gefunden haben, ein Schlafräum war nicht dabei. Also ab nach draußen. Nehmen wir diesmal den Ausgang des neuen Gebäudes. Wieder eine Glastür, wie drüben beim anderen Eingang. Wieder eine automatische Schiebetür. Aber wie geht die denn auf? So nach Dienstschluss? Ah, ein Schalter. Das könnte doch ... Er ist es. Auf Wiedersehen, ISOCELL. Bis zum nächsten Mal.





WIE MAN UNTERNEHMEN DIE ANGST VOR DER DIGITALISIERUNG NIMMT



Marlen Schlosser ist Geschäftsführerin der Schlosser Holzbau GmbH. Sie hat ihr Familienunternehmen ganz schön umstrukturiert. Warum, erzählt sie im ausführlichen Gespräch über den digitalen Wandel und den Menschen als Gewohnheitstier.



**MARLEN
SCHLOSSER**

ist studierte Wirtschaftsingenieurin und Projektmanagerin. Als Geschäftsführerin der Schlosser Holzbau GmbH ist sie vor allem für Prozess- und Unternehmensentwicklung zuständig. Nebenbei arbeitet sie als Privat- und Businesscoach.

KONTAKT

www.schlosser-projekt.de
www.marlen-schlosser.de



SCHLOSSER

Die Schlosser Holzbau GmbH hat langjährige Erfahrung in vielen Bereichen rund um das Bauen mit Holz. Das Unternehmen entwickelt, plant und realisiert Industriehallen, Bürogebäude, Reitanlagen, Reithallen und viele weitere Objektbauten. Unter einem Dach wirken ein professionelles Fachplanungsbüro und ein leistungsfähiges Holzbauunternehmen mit über 80 Beschäftigten.



Marlen Schlosser, Sie sind 2010 in das Familienunternehmen Ihres Vaters eingestiegen und heute neben ihm und ihrem Onkel Geschäftsführerin. Wie hat sich das Unternehmen durch Sie weiterentwickelt?

Als ich eingestiegen bin, habe ich oft gesehen, dass wir Geld unnötig ausgegeben haben, weil Prozesse zwischen den einzelnen Bereichen nicht abgestimmt waren und die Kommunikation nicht funktioniert hat. Wir haben begonnen, das Unternehmen zu digitalisieren und Prozesse zu vereinfachen, um effektiver zu werden. Ursprünglich kommen wir aus dem Handwerk und entwickeln uns zu einem handwerklich geprägten Industrieholzbaunternehmen. Derzeit haben wir 80 Mitarbeiter, für ein klassisches Handwerksunternehmen sind wir schon zu groß. Mir war wichtig, dass wir uns zu einem handwerklichen Industrieunternehmen entwickeln. Dabei spielt Digitalisierung eine große Rolle.

Wie setzen Sie Digitalisierung im Unternehmen um?

Zum Beispiel mit Virtual Reality. Wir zeichnen Bauprojekte in 3D und der Kunde kann mit einer bestimmten Brille das Projekt in 3D ansehen und durchspazieren. Das ist natürlich ein großer Wandel und entscheidend ist es nicht nur, diese Technologien einzusetzen, sondern vor allem auch, seine Mitarbeiter dafür fit zu machen und zu begeistern. Das ist die eigentliche Herausforderung. Der Mensch ist ein Gewohnheitstier und will den Ist-Zustand nicht aufgeben, weil er Sicherheit bedeutet. So große Veränderungen bringen neben dem Risiko, dass Ängste entstehen, auch Instabilität ins Unternehmen, die wiederum den Vorteil hat, dass sie die Kreativität der Mitarbeiter fördert. Dabei gilt es die Balance zu halten.

Welche Ängste entstehen denn?

Manche Mitarbeiter haben zum Beispiel Angst, durch die Technologie nutzlos zu werden und ihren Arbeitsplatz zu verlieren. Diese Angst gibt es in allen Branchen. In den USA kam eine Studie zum Ergebnis, dass sich neun Prozent der Tätigkeiten, in denen 45 Prozent der Ar-



Marlen Schlosser ist Geschäftsführerin im Familienunternehmen ...

"Wir setzen auf Prozess-optimierung"



... bietet aber auch Vorträge und Coachings an

beitskräfte beschäftigt sind, durch Digitalisierung und Automatisierung verändert werden. Das bringt natürlich Unsicherheit. Hier gilt es, die Mitarbeiter abzuholen und ihnen die Ängste zu nehmen.

Wo stehen Sie da heute?

Wir haben vor drei Jahren damit begonnen und ich kann heute sagen, dass wir die größte Skepsis beseitigt haben. Wesentlich dafür war, dass wir die Selbstverantwortung in der Organisation gestärkt haben.

Wie haben Sie das geschafft?

Wir haben Teams im Unternehmen selbstorganisatorisch und crossfunktional gestaltet. Die Teams entstehen projektbezogen. Die Mitarbeiter entscheiden selbst, wer in welcher Phase des Projektes ein- oder aussteigt. Die Mitarbeiter wissen oft besser, zu welchem Zeitpunkt etwa ein Statiker im Projekt gebraucht wird oder welcher Kollege am besten das Projekt leitet. Stichwort: Schwarmintelligenz. Idealerweise setzt man diesen Projektbezug auch räumlich um; Je nach Projekt sitzen Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen in einem Büro. Bei uns geben das die Räume leider nicht her.

Wie unterscheiden sich die Ansprüche und Bedürfnisse der Mitarbeiter zu früher?

Wir haben einen Altersschnitt von 32 Jahren. Da wir so jung sind, funktionieren wir natürlich anders als etwas ältere Unternehmen. Die Zeiterfassung läuft bei uns zum Beispiel über eine App. Das schätzen die Mitarbeiter sehr, weil sie ihre Zeiterfassung immer und überall erledigen können. Man kann es so zusammenfassen: Mitarbeiter wollen heute mehr Eigenverantwortung als früher. Wir arbeiten daher viel nach Zeit-Ziel-Vereinbarungen und nicht nach täglichen Weisungen.

Inwiefern ändert Digitalisierung generell den Markt?

Es bekommt derjenige die Aufträge, der schnell ist und dabei trotzdem gute Qualität liefert. Der Preis ist für Kunden zweitrangig. Es gilt also in der Baubranche, von der Planung bis zur Schlüsselübergabe



Ein moderner Neubau dient
der Holzbau Schlosser GmbH
als Firmensitz

so effizient wie möglich zu sein. Der digitale Wandel kommt. Die Frage, ob man ihn umsetzen möchte, stellt sich nicht. Man muss ihn umsetzen, die Frage ist nur, wann.

Welche Schlüsse ziehen Sie daraus für Ihr Unternehmen?

Ein Beispiel: Ich möchte einen Gartenschlauch im Internet kaufen. Ich gebe ein, welche Maße und welche Farbe er haben soll, dann bekomme ich eine Bestätigung und zwei Tage später kommt der Schlauch bei mir zu Hause an. Dabei kann ich in jeder Minute nachsehen, wo sich meine Bestellung gerade befindet. Wir müssen lernen, im Handwerk ebenfalls eine Vernetzung in Echtzeit herzustellen. Wir müssen produzieren, anstatt zu bauen. Es braucht ein System, das ein Projekt von der Anfrage über Adressenablage, Projektablage, Materialanfrage, Bestellung, Lieferschein und so weiter - also über den gesamten Projektverlauf hinweg - digitalisiert. Wie man das umsetzt, ist bei jedem Unternehmen sehr individuell.

Wie sieht der Weg in Ihrem Unternehmen aus?

Die gesamte Kalkulation läuft bei uns automatisiert ab. Ebenso digitalisiert unsere Zeiterfassung und Buchhaltung. Man kann sich das wie in einem Industrieunternehmen vorstellen.

Und welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

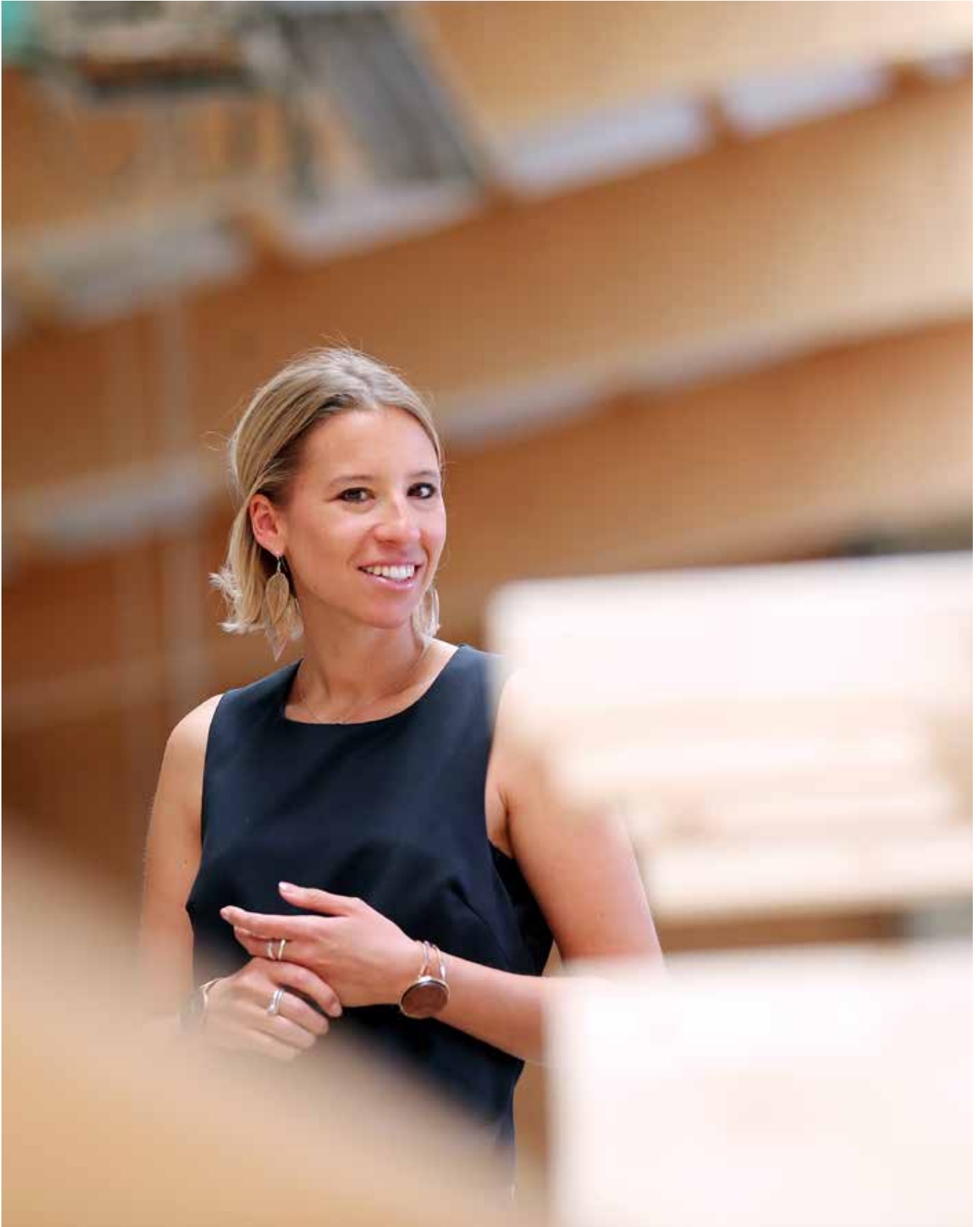
Einer unserer größten Pläne ist es, stärker mit anderen Unternehmen zusammenzuarbeiten - und zwar nach dem Modell, das wir „Bauteam“ nennen. Ein Bauherr, der zum Beispiel eine Produktionshalle bauen möchte, sucht sich vor der Projektplanung nicht nur den Architekten, sondern auch den Statiker und den Holzbauer aus. Mit diesen Unternehmen entwickelt er dann gemeinsam sein Projekt. Einige Bauherren würden wahrscheinlich befürchten, dass dadurch die Kosten explodieren. Aber ein Open-Book-Verfahren verhindert das und es hat den Vorteil, dass ein Gebäude schon in der Entwicklungsphase perfekt geplant ist. Würde zum Beispiel der Holzbauer später mit einem Nachtrag kommen, kann der Bauherr einwenden, dass er von Beginn an dabei war und sein Veto früher einlegen hätte können. Man beseitigt damit Schnittstellenprobleme.

Frau Schlosser, neben Ihrer Geschäftsführungstätigkeit arbeiten Sie als Coach und Beraterin. Was hat Sie dazu bewegt, sich in diese Richtung fortzubilden?

Als ich 2010 mit 26 Jahren ins Unternehmen eingestiegen bin, hatte ich es nicht einfach. Wenn man auf eine Baustelle kommt, wird man nicht ernst genommen. Was man sagt, geht bei einem Ohr hinein

„Ich will
Frauen in
der Branche
stärken.“

und beim anderen hinaus. Ich habe mir damals oft eine Frau als Ansprechpartnerin gewünscht, um mich mit ihr austauschen zu können. Dann habe ich eine Coachingausbildung gemacht. Meine Idee war, mich auf Coaching für Frauen im Handwerk zu spezialisieren. Ich wollte für sie das sein, was ich vermisst habe. Es ist mir wichtig, Frauen in dieser männerdominierten Branche zu stärken. In bestimmten Bereichen können Frauen mehr als Männer, sie trauen sich nur nicht. Darum braucht es eine gute Vernetzung zwischen uns Frauen.



WENN DER TEAMGEIST SIEGT

Auf den ersten Blick hat der erfolgreiche Fußballklub LASK aus Oberösterreich nicht viel mit einem nachhaltigen Marktführer der Zellulosedämmung aus dem Nordosten Salzburgs gemein. Doch wenn man genauer hinschaut, wird schnell klar: LASK und ISOCELL verbindet nicht nur ein gemeinsamer Slogan.





„Die ISOCELLER sind füreinander da.“



Nur gemeinsam ist man erfolgreich: Das gilt im Fußball wie in der Wirtschaft.

Ein Fußballklub ist ein fragiles Gebilde. Gerade in den Zeiten des modernen Fußballs, wo viel Geld im Spiel ist und immer mehr Vereine der beliebtesten Sportart der Welt immer professioneller arbeiten. Bis auf wenige Ausnahmen herrscht in allen Profiligen der Welt ein enger Wettkampf um die Spitzenplätze. Über Sieg oder Niederlage, Erfolg oder Enttäuschung entscheiden Kleinigkeiten. Der LASK hat in den vergangenen Jahren von der dritthöchsten Spielstufe ausgehend zu einem Siegeszug angesetzt und schloss die Saison 2018/19 als Vizemeister ab. Dass von den Linzern so erfolgreicher Fußball gespielt wird, hat neben Kontinuität auf allen Ebenen - von der Führungsetage bis hin zum Mannschaftskader - vor allem einen Grund: Teamgeist. Gemeinsam sind wir LASK, lautet das Motto des Vereins.

Keine 115 Kilometer entfernt von Pasching, wo der LASK in der TGW Arena seine Spiele bestreitet, gilt das gleiche Motto: Gemeinsam sind wir ISOCELL. Auch beim Zellulose- und Luftdicht-

heitsexperten steht ein ganz besonderes Miteinander im Mittelpunkt, das seit der Unternehmensgründung eines der Erfolgsgeheimnisse ist. „Wir sind ja eigentlich ein Start-up“, sagt Geschäftsführerin Gabriele Leibetseder. Dann ergänzt sie lachend: „.. auch wenn wir das damals eigentlich gar nicht wussten.“ Start-up-Kultur in einem Unternehmen bedeutet vor allem, wenig klassische Struktur zu haben. „Die Menschen, die uns am Anfang begleitet haben und zum großen Teil heute noch da sind, waren Leute, die mit einer besonderen Leidenschaft am Schaffen waren. Richtige Macher.“ Mit der Zeit entwickelte man sich weiter, wurde immer größer. Und parallel zu den Umsätzen stieg auch die Anzahl der Strukturebenen. Doch ISOCELL erkannte schnell, dass alte Denkmuster fehl am Platz sind. „Als eine Wirtschaftsprüferin meinte, wir bräuchten unbedingt einen Finanzleiter, haben wir uns gedacht: Nein, das glauben wir nicht. Und bis heute haben wir keinen und fahren sehr gut damit.“ Das Unternehmen war eben immer gut darin, auf Dinge zu setzen, die in der Branche nicht unbedingt üblich sind. Es braucht keine drei Assistenten und vier Sekretärinnen. „Bei uns reden alle miteinander und zwar direkt. Die ISOCELLER sind füreinander da“, sagt Gabriele Leibetseder. „Ob Urlaubsabsprachen oder kurzfristige Problemstellungen: Wir haben eine Art Netzwerkgeneration kreiert. Das hat sich einfach so ergeben. Wir haben nur Teams, die eigenverantwortlich arbeiten, und erhalten dadurch eine ungemein positive Dynamik.“

Eigenverantwortung, Teams, Dynamik. Klingt eigentlich ganz schön nach Fußball, oder? Und Dinge anders machen als die anderen, da sind wir wieder beim LASK. Als der Verein 2015 den jungen Trainer Oliver Glasner von der SV Ried loseiste, erreichte er als Aufstiegsfavorit Platz zwei. Die meisten Vereine hätten das getan, was in solchen Situationen immer gemacht wird: Sie hätten einen neuen sportlichen Verantwortlichen geholt.

Nicht so der LASK. Der Verein hielt an Glasner fest und wurde mit einem sportlichen und wirtschaftlichen Aufstieg belohnt, der in Fußballösterreich in den vergangenen Jahren seinesgleichen sucht.

Aber das sind nicht die einzigen Parallelen zwischen dem LASK und ISOCELL. Der LASK setzt wie ISOCELL auf Kontinuität bei seinen Angestellten. Und wenn doch einmal ein neuer Teamplayer aufgenommen werden soll, wird bei den ISOCELLERN nicht nur eingeschult, die Leute kommen zum Probearbeiten. Probetraining würde man das im Fußball nennen. Die Auswahl der neuen Kollegen wird auch nicht ausschließlich von Führungsfiguren getroffen. „Den letzten Außendienstmitarbeiter für Niederösterreich haben wir von einer kleinen Jury auswählen lassen“, erklärt Leibetseder. Arzt, Masseur, Mentaltrainerin, regelmäßiges Training - das klingt nach dem Alltag der LASK-Kicker, ist aber auch der Alltag der ISOCELLER. „Wir haben einen Betriebsarzt, bei dem sich unsere Mitarbeiter anmelden können und der ebenso regelmäßig im Haus ist wie unser hauseigener Masseur oder eine Psychologin, die im Grunde Coach ist.“ Wobei der Begriff Coach auch auf Sylvia Klinger zutrifft. Die Personalerin ist Trainerin für Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung. „Das ist nicht so weit weg vom LASK“, sagt Leibetseder. „Die Spieler betätigen sich ja auch manchmal sportlich, nicht wahr?“, sagt sie mit einem Augenzwinkern. Weihnachtsfeiern oder Ausflüge tragen auch zum guten Klima innerhalb des Unternehmens bei. Sie sind halt einfach Teamplayer, die ISOCELLER - das Gemeinsame steht über allem.

Oder wie es Gabriele Leibetseder ausdrückt: „Wir ISOCELLER stehen zusammen und sind füreinander da.“ Es sind Aussagen wie diese, die jeder sportliche Verantwortliche eines erfolgreichen Fußballklubs auch so treffen würde.



„Wir ISOCELLER stehen zusammen.“



**WIR ISOCELLER
TEAMPLAY**



Die ISOCELL-Mannschaft hält zusammen

"Wenn jeder Spieler 10 Prozent von
seinem Ego an das Team abgibt, haben
wir einen Spieler mehr auf dem Feld."

BERTI VOGTS



Das Team des LASK auch

ZUSAMMEN IST MAN WENIGER ALLEIN



Immer mehr Unternehmen arbeiten eng zusammen - sogar Konkurrenten. Die Vorteile liegen auf der Hand. Und das Phänomen ist gar nicht so neu, wie man vermuten könnte.



Gabriele Leibetseder glaubt an die Synergien von Zusammenarbeit

Immer wieder huschen in diesen Wochen und Monaten Meldungen durch die Nachrichten. Große Unternehmen sind Teil der Berichterstattung und der Newswert der Meldungen ergibt sich aus der ungewöhnlichen Verhaltensweise von Konzernen und Big Playern: Man setzt auf Kooperationen.

Da machen Daimler und BMW gemeinsame Sache, um gegen Uber anzukommen, oder der Pay-TV-Sender kooperiert mit dem Streamingdienst Netflix. Doch Automobilindustrie und Unterhaltungsdienste sind keine Ausnahme, sie sind nur Teil eines Trends. Auch im Bereich der Zellulosewerke gibt es eine enge Zusammenarbeit. Die wird noch enger, wenn es um Netzwerke, Verbünde, Vereinigungen und Zusammenschlüsse geht - um Netzwerke wie Bau.Genial, die Plattform für Leichtbau in Österreich, zum Beispiel. Gabriele Leibetseder ist Vizepräsidentin der Interessensvertretung und weiß als Geschäftsführerin von ISOCELL, wie sich die Branche in diesem Bereich in den vergangenen Jahren entwickelt hat.

„Wir haben früh begonnen, uns in solchen Gemeinschaften und Verbindungen zu engagieren“, erinnert sie sich zurück. „Weil wir immer daran geglaubt haben, dass wir gemeinsam stärker sind als

alleine.“ Auch wenn es natürlich Hindernisse gibt. „Ich kann mich noch erinnern, als ich erstmals bei einem Meeting der Zellulosewerke war. Ich hatte das Gefühl, ich müsste auf einmal meinen größten Feinden in die Augen sehen“, sagt sie ehrlich. „Aber diese Skepsis legt sich schnell. Es sind natürlich alles nette Menschen. Und vor allem Menschen, die in den meisten Bereichen dasselbe wollen wie wir und dieselben Ziele verfolgen.“ Den Kooperationen gehört die Zukunft, weil mit weniger Konkurrenzdenken schlicht und ergreifend mehr erreicht werden kann. Ein Thema, das auch für viel höhere Ebenen gilt. „Man wird als Soloplayer in der aktuellen globalen Welt nicht durchkommen. Das ist auch das Thema der EU: Als Nationalstaaten werden wir gegen die USA oder China auch keine Chance haben. Wir sind nur im Verband stark.“

„Wir haben
früh begon-
nen, uns in
Verbänden zu
engagieren.“



„Konkurrenz
führt gern zu
Preisschlachten.“

Wer glaubt, dass gemeinsame Sache zu machen eine neue Facette ist, der irrt. Schon der Mathematiker John von Neumann und der Wirtschaftswissenschaftler Oskar Morgenstern entwickelten ein ähnliches Modell, die ersten Anfänge gehen auf das Jahr 1928 zurück. Die Idee: strategische Allianzen zu etablieren und damit auf ganz anderen Wegen Erträge zu optimieren. Im Idealfall entsteht dabei eine Win-Win-Situation für alle Seiten. Um einmal mehr die Automobilindustrie zu bemühen, sei auf die Zusammenarbeit von VW bzw. Seat und Ford verwiesen. Die Konzerne arbeiteten bei der Entwicklung eines neuen Vans zusammen, um schließlich getrennt voneinander den VW Sharan bzw. Seat Alhambra sowie den Ford Galaxy auf den Markt zu bringen. Einen Fachbegriff für diese Art der Kooperation zwischen Konkurrenten gibt es auch: Coopetition (Kofferwort aus den englischen Worten cooperation und competition) oder Koopkurrenz nennt sich das Marktphänomen. Die Balance zu halten, ist dabei nicht immer einfach.

Das gilt aber nicht nur für zwei kooperierende Unternehmen, sondern auch für die Zusammenarbeit von Firmen in Interessensgemeinschaften wie Bau.Genial. Oft werden Engagements aufgrund zu leistender Mitgliedsbeiträge hinterfragt. Die oft geäußerte Kritik: Der eigene Benefit ist nicht ersichtlich. „Wir sind stets gefordert, den Unternehmen zu erklären, warum es von großer Bedeutung ist, uns zu unterstützen und gemeinsame Sache mit uns zu machen“, spricht Leibetseder aus Erfahrung als Vizepräsidentin bei Bau.Genial.

Auch steht außer Frage, dass es ganz ohne Konkurrenzdenken nicht funktioniert. „Ohne Konkurrenz gibt es keine Entwicklung, heißt es immer so schön“, sagt Leibetseder. „Allerdings führt Konkurrenz in den aktuellen Märkten oft zu reinen Preisschlachten. Das ist auch eine Entwicklung, die man sehr bewusst beobachten muss.“

Ein großes Thema für die Interessensgemeinschaften der Holzbauer von heute ist der mehrgeschossige Holzbau. Es gibt zwar bereits viele Bauprojekte im Sozialbau oder im öffentlichen Bereich, die in Holzbauweise realisiert wurden und werden, aber es sollen noch mehr werden. „Wir versuchen deshalb zu erreichen, dass mehr Wohnbauträger zumindest darüber nachdenken, auf Holzbau zu setzen.“ Was passiert, wenn die Bauträger nicht mitmachen, zeigt ein Beispiel aus Berlin. „Da haben sich Eigentümer zusammengetan, einen Architekten gesucht und einfach selbst in Holz gebaut“, erzählt Leibetseder. Eine andere Form der Kooperation - ganz ohne Verband oder Verein im Hintergrund, aber nicht minder spannend. Und ein weiterer Beweis dafür, dass sie viel bewegen kann, die Kraft der Kooperation.



**GABRIELE
LEIBETSEDER**

ist Vizepräsidentin von Bau.Genial und Prokuristin von ISO-CELL. Ihr Unternehmen ist außerdem Mitglied in einer Vielzahl von Vereinigungen wie Holzbau Deutschland, Holzbau Austria, ZimmerMeisterHaus oder 81fünf.

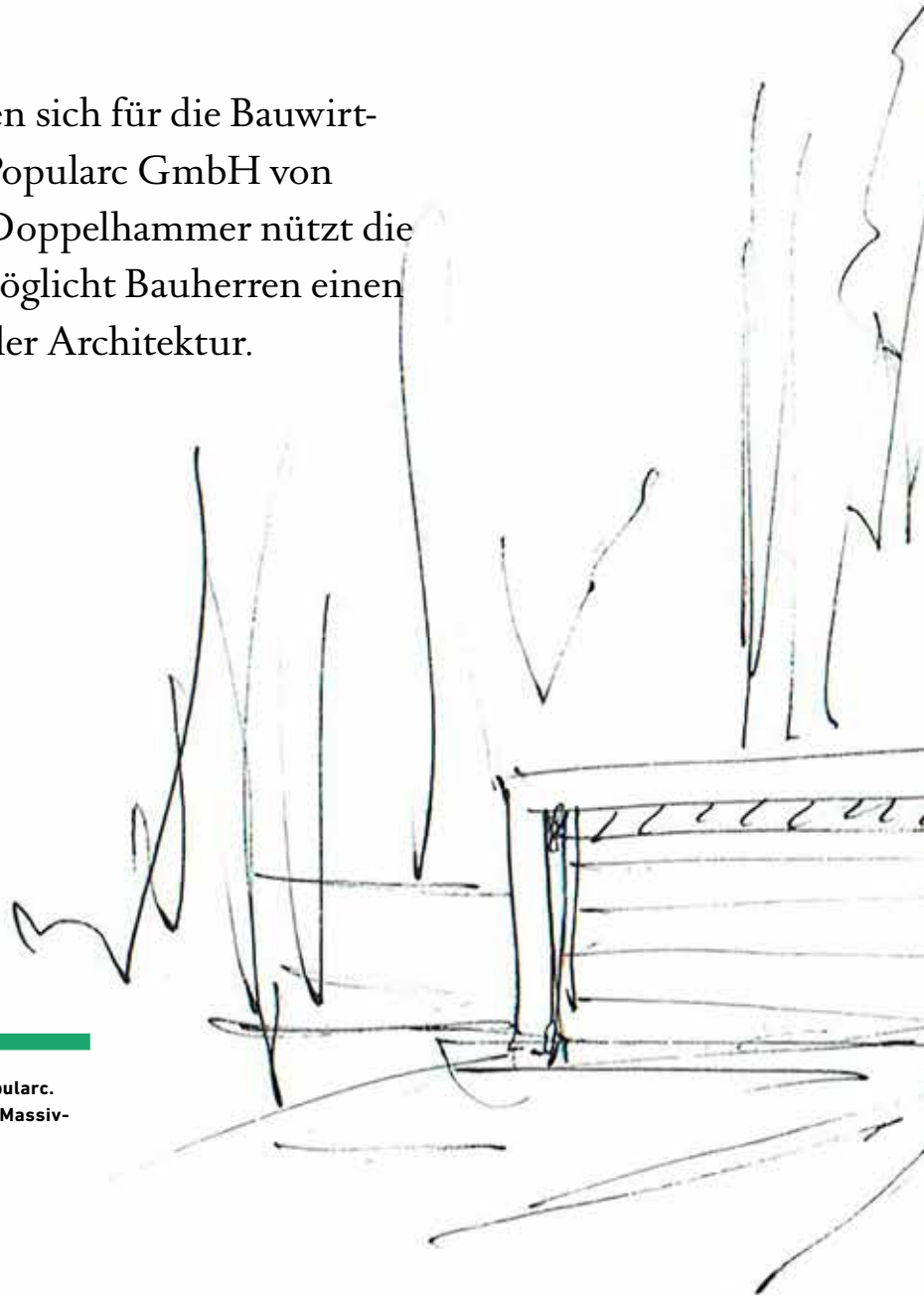
DER BAUHERR IST KÖNIG

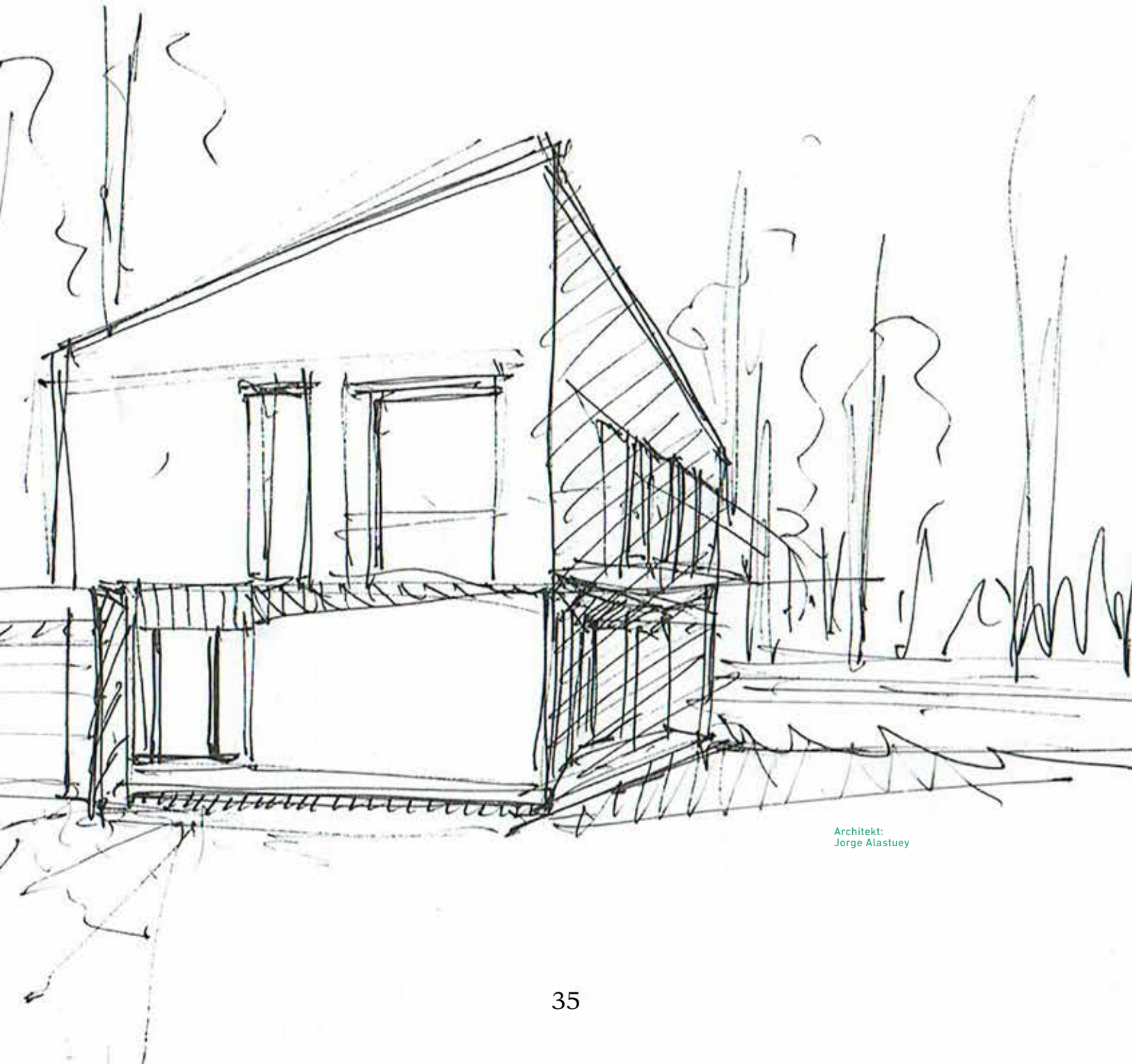
Durch die Digitalisierung ergeben sich für die Bauwirtschaft neue Marktchancen. Die Popularc GmbH von Peter Kaufmann und Sebastian Doppelhammer nützt die Vernetzung im Internet und ermöglicht Bauherren einen leichteren Zugang zu individueller Architektur.



PETER KAUFMANN

ist einer der beiden Gründer von Popularc. Kaufmann ist Geschäftsführer einer Massivholzbaufirma in Oberstadion.





Architekt:
Jorge Alastuey

POPULARC

wurde 2017 von den beiden Unternehmern Sebastian Doppelhammer und Peter Kaufmann als GmbH gegründet. Popularc will den Weg zum persönlichen Traumhaus verkürzen - mittels eines vereinfachten Zugangs zu individueller Architektur.

Für einen Bauunternehmer ist es durchaus ungewöhnlich, wie Peter Kaufmann das Hausbauen bewertet: „Es ist eine Katastrophe“, sagt er. Man drehe sich zigmal im Kreis, von Baumessen zu Fertighaussiedlungen zu Bauunternehmen zu Architekten, und alle Experten um einen herum würden einem einreden, was und wie man es machen sollte. „Im schlimmsten Fall zahlt man einen Architekten für einen Entwurf, der einem nicht gefällt, um dann zum nächsten Architekten zu gehen.“ Mit seinem Unternehmen möchte Peter Kaufmann das ändern. Die Popularc Gmbh hat sich das Ziel gesetzt, den Bauherren zu stärken.

Die Idee ist einfach. Popularc ist eine Plattform, die Bauinteressenten an junge Architekten und Bauunternehmen vermittelt. Es ist ein Marktplatz für den Einfamilienhausbau. Bauinteressenten füllen ein Datenblatt zu ihrem Projekt aus, in dem sie neben den grundlegenden Daten auch besondere Wünsche angeben und den Lageplan sowie Referenzbilder aus dem Internet hochladen können. Danach startet ein Mini-Architekturwettbewerb. Die rund 200 registrierten und vorwiegend jungen Architekten können ihr Glück versuchen und Entwürfe an den Bauinteressenten schicken. Durchschnittlich zwischen drei und sechs kommen bei ihm an.

Es ist eine Win-Win-Situation: Junge Architekten bekommen eine Chance, ihre Entwürfe zu realisieren, Bauinteressenten kommen kostengünstig zu individueller Architektur. „Das Ganze kostet zwischen 3.500 und 5.000 Euro, also weniger als herkömmliche Architekten-Entwürfe, und der Bauinteressent muss kein einziges Mal vom Sofa aufstehen“, sagt Peter Kaufmann. Die Digitalisierung ändert auch in der

Bauwirtschaft den Markt.

Wie alle anderen Online-Marktplätze auch, folgt Popularc vor allem einem Prinzip: Der Kunde ist König. Im Internet zählen hauptsächlich die Schnelligkeit und der Service, die Konkurrenzsituation zwischen Anbietern erhöht sich, der Markt ist fluide, Kunden können jederzeit zur Konkurrenz wechseln. „Wir sind ein richtiger Gamechanger. Bauinteressenten bekommen mehr Entwürfe und können mehr entscheiden“, sagt Peter Kaufmann.

„Bauunternehmer haben bei uns den Vorteil, dass sie sich Messe- und Marketingkosten sparen.“

Ausdruck der Serviceorientierung von Popularc ist auch die Vernetzung der beiden Branchen Architektur und Bau. Nachdem Bauinteressenten ihre Entwürfe erhalten haben, können sie diese nach Belieben reihen. Die Architekten bekommen ihr Preisgeld, die Bauinteressenten werden noch einmal nach ihren Wünschen befragt. Massivhaus oder Holzhaus? Welche Ener-

gieeffizienzklasse? Schlüsselfertig oder Ausbauhaus? Regionaler Bauunternehmer oder nicht? Nach diesem Raster sucht Popularc nach dem idealen Bauunternehmen. 30 Bauunternehmen sind derzeit auf der Plattform registriert, 100 sollen es einmal werden. Popularc nützt das Internet, um zu vernetzen, was bisher nicht vernetzt werden konnte.

„Bauunternehmer haben bei uns den Vorteil, dass sie sich Messe- und Marketingkosten sparen. Sie haben keine Verkäuferprovision zu zahlen, keine Produktion von Musterhäusern, keine Anzeigen in Magazinen. Sie bekommen den passenden Kunden direkt vor die Haustüre geliefert“, sagt Peter Kaufmann. Kommt es nach der Suche zu einem Auftrag, bekommt die Plattform ein Prozent der Bausumme. Bei Unzufriedenheit gibt es für die Kunden eine Geld-zurück-Garantie.

Geld verdient Peter Kaufmann mit Popularc derzeit noch keines. Das Gleiche gilt für seinen Geschäftspartner Sebastian Doppelhammer. Doch die beiden sind gut abgesichert. Kaufmann hat zwei Bauunternehmen, Doppelhammer ist Geschäftsführer eines Architekturbüros. Trotzdem ist ihre Zielsetzung hoch. 20 Angestellte und eine eigene Geschäftsführung sollen in den nächsten zwei Jahren leistbar sein.

Angefangen hat alles durch Zufall. Als Geschäftsführer einer Massivholzbaufirma hatte Peter Kaufmann im Laufe der Zeit das Bedürfnis, im Einfamilienhausbau den Zugang zu individueller Architektur zu stärken. „Wenn ich durch Bausiedlungen fahre, fühle ich mich wie in einem Schwarz-Weiß-Film. Die Dächer und die Fensterrahmen aus Anthrazit, das Haus verputzt“, sagt er. Ihm kam die Idee einer

Online-Plattform, die Bauinteressenten mit Architekten vernetzt, auch aus einer pragmatischen Motivation: Als Bauunternehmer ist es schwierig, Kunden, die ohne Architekturpläne kommen, ein qualifiziertes Angebot zu machen. In einem Zeitungsbericht las er über Sebastian Doppelhammer, der in München die gleiche Idee hatte. Nach ein paar Gesprächen war klar: Sie machen gemeinsame Sache.

Ein Haus ist seit der Popularc-Gründung vor drei Jahren bereits in der Bauphase, andere sind in der Entwurfsphase. Als Kunden zieht Popularc vor allem internet-affine Bauinteressenten an. „Die meisten sind zwischen 25 und 45 Jahre alt“, sagt Kaufmann. Als optimaler Workload hat sich für Kaufmann und Doppelhammer derzeit herausgestellt, fünf Projekte in der Pipeline zu haben.

Die Pläne für die Zukunft sind neben dem Wachstum des Unternehmens groß: Popularc soll zusätzlich zur Schnittstelle zwischen Bauinteressenten und Versicherungen und Kreditgebern werden. Ein

interner Chat soll Kunden die Kommunikation mit den Unternehmen erleichtern. Mittels eines Bewertungssystems werden Bauinteressenten ihre Auftragnehmer nach Zufriedenheit bewerten können. Vor allem das Service und die Nutzerfreundlichkeit sollen ausgebaut werden, das liegt in der Natur der Sache. Ob Popularc damit erfolgreich sein wird oder nicht, fest steht jetzt schon: Es zeigt, dass sich auch die Bauwirtschaft durch die Digitalisierung in einem starken Wandel befindet.

Architekt:
Jorge Alastuey



„Die meisten unserer Kunden sind zwischen 25 und 45 Jahre alt.“

Bei Popularc werden aus
Entwürfen Wohnräume

VON SOCKELN UND BÜROHENGSTEN

Schulungen sind auch in der Bauindustrie sehr beliebt. Bei ISOCELL werden Schulungen direkt im Haus angeboten - und da kommen schon mal Italiener extra angereist.





WOLFRAM REISINGER

Wolfram Reisinger ist einer der Gründungsväter von ISOCELL – und seit über 25 Jahren im Außendienst tätig.



**JOSEF PUTZHAMMER UND
CHRISTIAN NÖHAMMER**

Josef Putzhammer und Christian Nöhammer sind zwei der Bautechnikexperten der Firma ISOCELL, die ihr Wissen bei Schulungen an Kunden und Interessierte weitergeben

SCHULUNGSZENTRUM

ISOCELL veranstaltet im eigenen Schulungsraum in Neu-markt am Wallersee sowohl Zellulose-Verarbeitungs- als auch Luftdichtheitsschulungen. Expertentreffen fördern zusätzlich den Erfahrungsaustausch und sind richtungsweisend für die Entwicklung neuer Technologien. Zusätzlich finden laufend Praxisseminare für ISOCELL-Verarbeiter statt.



Theorie und
Praxis – Schulungen bei ISOCELL bieten das Gesamtpaket



Ein Haus zu bauen hat viele Facetten und der Markt noch mehr Lösungen, um mit Herausforderungen, die auf der Baustelle auftreten, umzugehen. Es ist ein steter Prozess, am Puls der Zeit zu bleiben. Deshalb will man sich stets weiterentwickeln, nicht wahr? Und was tut man da am besten? Man besucht eine Schulung. Hier ist heute genau so etwas im Gange. Sechs Mann stark ist die Abordnung aus Südtirol, die sich am Betriebsgelände von ISOCELL in Neumarkt am Wallersee einfindet. Das Einblasen von Zellulose steht auch auf dem Programm, aber eigentlich geht es vor allem um ein anderes Spezialgebiet des Hauses: Luftdichtheitsinnovationen.

„Seid ihr fertig?“, fragt Wolfram Reisinger, zuständig für den Außendienst in Südtirol, den Kollegen, der gerade die Einblasschulung betreut hat. „Ja“, antwortet der ernst, „mit den Nerven.“ Und dann lacht er. So ist er halt, das ISOCELL-Urgestein, der Experte für Anwendung bei Einblasdämmstoffen: Rupert Frauenschuh. „Nein, alles super“, sagt er dann. Und schon bittet Reisinger die sechs Herren in den Schulungsraum, wo er gemeinsam mit Josef Putzhammer von der Bautechnik die Gäste aus Italien begrüßt.

„Ein guter Kunde von uns, der Baustoffhändler Bauexpert, ist an uns herantreten, weil er unsere Welt ein paar ausgewählten Kunden vorstellen möchte“, erklärt Reisinger. Die Herren von Bauexpert heißen Martin Zingerle und Thomas Costazza. Sie nehmen am Ende des großen Schulungsraums Platz, vor ihnen die Kunden, die hier ihre Erfahrungen aus der Praxis mit dem aktuellen

Stand der Wissenschaft vergleichen wollen. Denn wenn es um Forschung und Entwicklung geht, ist man im Hause ISOCELL besonders gut aufgestellt.

Putzhammer tritt vor die Teilnehmer und startet seine Präsentation. Das Thema Sockel steht auf dem Programm. „Das Thema ist sehr umfangreich. Ich habe die gängigsten Lösungen ausgesucht, alle Möglichkeiten würden die Zeit sprengen.“ Gespannt lauschen die Gäste aus dem Süden dem Vortrag. „Die Barrierefreiheit bringt wesentlich höhere Anforderungen an den Feuchteschutz mit sich. Problematisch wird es, wenn ein Detail in der Planung nicht berücksichtigt wird.“

Nach dem Frontalinput stellt Putzhammer die große Frage: „Wie ist es in Italien, wie baut ihr?“ „Wir haben keine Normen“, sagt Zingerle vom Baustoffhändler Bauexpert, „und wenig Know-how beim Handwerk. Einer der Kunden hat es verstanden: „Wir bauen nur mehr 15 cm über Geländeniveau, dann sind wir aus dem Schneider.“ „Die Abdichtung im Sockelbereich ist ein Riesenthema“, sagt Reisinger. „Ich habe sehr viele Bilder von Schadensfällen in meinen Unterlagen, die ich euch zeigen kann. Das motiviert dazu, sich mit Lösungen auseinanderzusetzen.“ Auch Putzhammer hat noch etwas zu ergänzen. „Ganz wichtig ist, dass die Produkte in der Praxis gut verarbeitbar sind, sonst sind die Fehlerquellen zu hoch. Manche Dinge denken sich scheinbar Bürohengste aus.“

Hinter den Vortragenden von ISOCELL ist eine große Leinwand zu sehen, an der Beispiele gezeigt werden. Die Leinwand ist



ISOCELL ACADEMY

ISOCELL veranstaltet im eigenen Schulungsraum in Neumarkt am Wallersee sowohl Zellulose- als auch Luftdichtheitsschulungen. Ab einer Teilnehmerzahl von 10 Personen können auch individuelle Termine vereinbart werden. Anfragen unter: academy@isocell.at



auch ein überdimensionierter Touchscreen, auf dem man Bilder vergrößern kann. Überhaupt macht der Schulungsraum viel her. Am Boden ist durch das Glas Zellulosedämmung zu sehen, an der einen Wand finden sich Prospekte und andere Publikationen von ISOCELL, auf der anderen Seite wird die Produktpalette des Unternehmens vorgestellt. Es ist der erste Tag der Schulung, insgesamt werden die Südtiroler zwei Tage zu Gast sein. Gleich geht es noch mit Vorträgen über Luftdichtheit weiter, es ist ein theoretischer Diskurs auf höchstem Niveau. Aber reicht Theorie alleine? Naturgemäß nicht, auch in der Praxis will Weiterbildung stattfinden.

Es sind nur wenige Stunden vergangen, doch es ist bereits ein neuer Tag bei ISOCELL angebrochen. Es ist der nächste Morgen und für die italienischen Gäste geht es noch einmal zurück in den Schulungsraum. Josef Putzhammer spricht über Diffusion und Konvektion bei Dampfbremsen. Aber der Vortrag ist kürzer als am Vortag, denn schon bald werden die Südtiroler Gäste an einen anderen Ort geführt. Christian Nöhammer, ein weiterer Techniker unter den vielen ISOCELLERN, erwartet die Abord-

nung bereits. Er steht im Praxisschulungsraum an einer der acht Stationen. „Ich werde euch zuerst selbst zeigen, welche Lösungen wir für die verschiedenen Herausforderungen eures Alltags haben“, sagt er, „dann könnt ihr selbst probieren.“ Dann schreitet er zur Tat. OMEGA N55 steht an der ersten Station. Ein Klebstoff zur wind- und wasserdichten Verklebung von UV-beständigen Fassadenbahnen und der Unterdachbahn OMEGA UDOs. „Er fungiert auch als Anschluss auf Beton, Holz und Blech und hat den Effekt einer Kaltverschweißung“, erzählt der Technikexperte. Nöhammer nimmt zwei Stück Fassadenbahnen und zeigt, wie es seiner Meinung nach am besten geht: mit einer Plastikflasche, die am Verschluss eine Öffnung bekommt - zum Beispiel mittels Bohrmaschine. Klebstoff eingefüllt, Deckel draufgesetzt und schon kann der zähflüssige Klebstoff problemlos aufgetragen werden. „Einfach mit der Hand glätten oder mit einer kleinen Rolle feststreichen.“ Und er ergänzt: „In Österreich verschweißen wir üblicherweise vier Zentimeter.“ Die Schulungsteilnehmer sind interessiert und wollen es selbst probieren. Doch das war erst Station 1, ihnen stehen noch viele weitere bevor. „Wir müssen uns ein bisschen beeilen, sonst schaffen wir das alles nicht mehr vor dem Mittagessen“, erinnert Nöhammer. Keine Anzeichen von Müdigkeit bei den Teilnehmern, flott geht es zum nächsten Pult, hier will etwas gelernt werden.

„Früher kamen Menschen eher wegen Einblasschulungen zu uns. Das tun sie natürlich immer noch, aber das Interesse an den Themen Luftdichtheit und Abdichtung ist in den letzten Jahren enorm gestiegen. Wie die letzten zwei Tage gestalten wir Schulungen auch individuell für Kunden mit gewünschten Schwerpunkten.“ Und wer in den vergangenen zwei Tagen in die Gesichter der sechs Gäste aus Südtirol geblickt hat, der weiß: Da wurde viel Wissen aufgesogen - und mit nach Südtirol genommen.

DIE ISOCELL-PINNWAND

Das Leben der ISOCELLER hat so manche Überraschung parat. Ob Tiere retten, von Katzen inspiziert werden oder Produkte auf Schnee präsentieren. Die aktuellsten und außergewöhnlichsten Bilder aus der Welt von ISOCELL.

GUT AIDERBICHL

Täglich neue Herausforderungen auf der Baustelle – eine davon mündete in einer Tierrettungsaktion

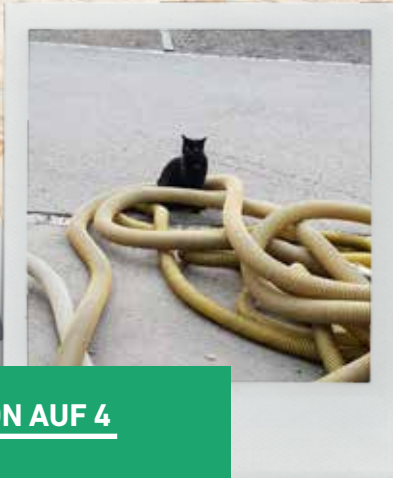
Fotos: Gut Aiderbichl © ISOCELL



INSPEKTION AUF 4 BEINEN

Süßer Besuch auf der Baustelle

Foto: © Heinz Rettenbacher



VERTRAUENSFRAGE

Unter dem Motto "Vertrauen als Erfolgsfaktor" begeisterte und inspirierte das diesjährige Fertighaussymposium im Krallerhof in Leogang.

Foto: © kernkompetenzen



"ZUHAUSE"

Zwei wunderschöne, aber eiskalte Drehtage bescherte uns Ende letzten Jahres unser ISOCELL-Spot. Zu sehen auf isocell.com

Foto: © kernkompetenzen



GEHT NICHT GIBT'S NICHT!

ISOCELL findet immer maßgeschneiderte Lösungen und Wege

Foto: © Kulseth Blåseisolering (Norwegen)

ALPINE GENÜSSE

Andreas Döllerer ist über die österreichischen Landesgrenzen hinaus für seine Cuisine Alpine bekannt. Doch der Spitzengastronom ist nur ein Puzzlestein seiner erfolgreichen Genusswelt in einem idyllischen Ort südlich der Stadt Salzburg.



Seit 2010 tisch
Andreas Döllerer seine
Cuisine Alpine auf

Andreas Döllerer weiß, wie das ist, wenn man im Wirtshaus groß wird. „Entweder du liebst, was deine Eltern machen, oder du magst es überhaupt nicht.“ Und bei ihm? „Da hat es gut funktioniert.“

Richtig gut. Andreas Döllerer kennt man. Sogar die renommierte Frankfurter Allgemeine Zeitung huldigte dem Salzburger Haubenkoch kürzlich. 2018 erhielt er den Titel „Internationaler Koch des Jahres“.

Begonnen hat alles im Jahr 1909 mit einem Wirtshaus und einer Metzgerei. „In den 70er-Jahren wurde der Weg in Richtung Spitzengastronomie geebnet“, erzählt Döllerer. Selbst eher als Sommelier im Einsatz, holte der Vater von Andreas

Döllerer einen jungen Küchenchef von Eckart Witzigmann. Schon damals erreichte das Lokal zwei Hauben, etwas später unter dessen Nachfolger sogar drei. Ab 1997 gab es ein Wirtshaus und ein Restaurant - bald mit Andreas Döllerer. „Ich habe mich mit 15 oder 16 Jahren für die Arbeit in der Küche entschieden, schon neben der Schule mitgeholfen und bin bereits mit 17 erstmals alleine zu einer Messe nach London geflogen, um mir internationale Inspiration zu holen.“

Döllerer wurde zum Küchenchef und entwickelte eine eigene Philosophie – die Cuisine Alpine. Eine Marke, die es seit 2010 gibt. Diesen Stil erklärt uns Döllerer so: „Es geht dabei um zwei Dinge: Zum einen um die Bewahrung von alten Rezepten, die bäuerlichen Hintergrund haben, zum anderen um den Umgang mit speziellen Produkten aus dem Alpenraum.“ Saibling, Milchkalb oder auch einmal eine Enzianwurzel oder eine Vogelbeere. Dieser Fokus auf Produkte der Region, die nicht in jede Küche des Alpenraums Einzug fin-

„Wir wollen
neue Produkte
entdecken.“

den, führt auch schon einmal dazu, dass die gesamte Döllerer-Küchenbelegschaft 14 Mann stark in den Wald ausrückt, um Lärchenwipfel zu sammeln. „Wir wollen auch Produkte entdecken, die noch nicht zum Einsatz kommen.“

Ein Dogma sei das aber nicht, es gäbe da keine klar gezogenen Grenzen, erzählt Döllerer. „Der Hauptdarsteller soll bei uns das Produkt sein, das aus den Alpen stammt. Aber Nebendarsteller dürfen gerne woanders herkommen.“ Regionale Produkte zu verwenden, ist ein gesamtgesellschaftlicher Trend. Und doch macht die Spitzengastronomie oftmals noch immer einen kleinen Bogen um das Gute, das so nah zu finden ist. „Die Menschen sind nicht stolz genug auf ihre Produkte. Wir wollen dem entgegenwirken und zeigen, welches Potential die Natur vor der Haustür birgt.“

Diesbezüglich kommt noch ein weiterer Punkt zum Tragen: die Ökologie. „Nachhaltigkeit ist ja mittlerweile ein überstrapaziertes Wort, aber regionale Küche zu leben, ist ungemein wertvoll. Wir müssen bäuerliche Strukturen und kleine Produzenten unterstützen. Das hilft unter anderem den Böden und am Ende des Tages uns allen.“

Das Restaurant von Andreas Döllerer ist nicht der einzige Geschäftszweig des Familienunternehmens Döllerer Genusswelten. In einer ruhigen Umgebung, 30 Kilometer südlich der Stadt Salzburg, in





Golling an der Salzach, findet sich das Kulinarikunternehmen. Neben dem Wirtshaus und der Metzgerei, die beide schon seit mehr als einem Jahrhundert bestehen, gibt es auch Unterkünfte, eine Enoteca, einen Weinhandel, Kochkurse, Catering und eine Alpinbar. Über 70 Mitarbeiter sind aktuell in dieser herrlich ruhigen Umgebung beschäftigt. „Wir haben viel zu tun. Aber das gehört zum Alltag eines selbstständigen Gastronomen.“ Das wusste Döllerer schon damals, als er sich die Frage stellen musste: Gastronomie oder nicht? Er hat es nie bereut. Und welche Ziele hat er noch für die Zukunft? „Ich habe konkrete Vorstellungen, wo wir in fünf bis zehn Jahren sein wollen. Mein Qualitätsanspruch ist sehr hoch und ich freue mich schon auf die nächsten Jahre.“

Jahre, die wie schon immer bei den Döllerer ganz im Zeichen der Familie stehen werden. Andreas Döllerer ist verant-

wortlich für die Gastronomie, sein Vater Hermann, der eigentlich schon in Pension ist, ist im Hintergrund noch sehr aktiv. Vor allem im Bereich des Weinhandels, der die Gastronomie in Sachen Umsatz bereits überholt hat. Auch die Cousins Raimund und Christian sind dort tätig. Andreas' Frau Christl organisiert den Bereich der Hotellerie und Gastronomie, und Sabine, die Frau von Cousin Raimund, ist für die Buchhaltung, PR und Marketing verantwortlich. Tante Marianne ist Expertin für Feinkost und Frühstück. Laura, die Tochter von Cousin Raimund, ist mit 23 Jahren die jüngste der Familiendynastie, die bereits mithilft - und zwar im Bereich Social Media. Und Tante Anni hilft auch noch. Mit 88. „Ich bin oft derjenige, der im Rampenlicht steht. Aber ohne unsere gesamte Familie würde es uns in dieser Form nicht geben.“ Die Döllerer – ein richtiges Familienunternehmen eben.

KONTAKT

DÖLLERER GENUSSWELTEN GMBH
 Markt 56 . A-5440 Golling
 T: +43 (0)6244 4220 0
 F: +43 (0)6244 691242
 office@doellerer.at
 www.doellerer.at

„Mancher Geschmack fährt ins Hirn wie gute Musik, um für immer dort zu bleiben. Schwarzbeernocken aus den kleinen, im Wald gesammelten Beeren in Kombination mit Mehl, Milch und Zucker gab es beim Sommerbesuch auf dem Bauernhof der Großeltern im Pinzgau. Die herbe Süße der Beeren, das Karamell aus Milch und Zucker. Die Beeren färbten die Zähne blau, doch weil die Familie unter sich war, war das allen herzlich egal. Dennoch ein kleiner Tipp: Frisch aufgeschnittene Zitrone hilft gegen das Blau. Dazu passt etwas gesüßter Sauerrahm, Vanilleeis oder einfach ein Glas kalte Milch.“

ANDREAS DÖLLERER





Zubereitung

- ¹ Die Schwarzbeeren mit Mehl und Milch kräftig verrühren, dabei ungefähr die Hälfte der Beeren zerquetschen, damit der Saft austritt.
- ² In einer Pfanne 1 EL Butter aufschäumen lassen und kleine Nocken aus der Schwarzbeermasse darin anbraten.
- ³ Nach etwa 3 Minuten mit Kristallzucker bestreuen, nochmals 1 EL Butter zugeben und wenden.
- ⁴ Abermals mit Kristallzucker bestreuen und wieder 3 Minuten braten. Mit Staubzucker bestreuen.

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN

400 g frische
Schwarzbeeren
100 g griffiges Mehl
50 ml Milch
2 EL Butter
Kristallzucker
Staubzucker

gesüßter Sauerrahm

SCHWARZBEER- NOCKEN

