

## **Lafarge Perlmöser erweitert Verantwortungsbereich der Marketingabteilung Gernot Tritthart ist Marketing & Innovation Manager**

Wien, 10. Juli 2008 – Den umweltpolitischen Zielen und den Markterfordernissen entsprechend hat Lafarge Perlmöser das Marketing inhaltlich ausgebaut. War diese Abteilung bis jetzt stark technisch und produktorientiert ausgerichtet, so wird sie jetzt um die Bereiche Innovation und Kommunikation erweitert. Der Aufgaben- und Verantwortungsbereich des bisherigen Marketingleiters DI Gernot Tritthart wurde entsprechend vergrößert und er ist Anfang Juli zum Marketing & Innovation Manager ernannt worden. In dieser neuen Funktion berichtet er direkt an den CEO von Lafarge Perlmöser, DI Thomas Spannagl und wird im Bereich Corporate Communications von Mag. Romana Ramssl unterstützt.

Im Zuge der Diskussionen rund um die CO<sub>2</sub>-Emissionen ist die Zementindustrie im allgemeinen und Lafarge Perlmöser als Marktführer im besonderen gefordert, innovative, Produkte zu entwickeln, um sich den Zielen der Klimaschutz-Politik weiter anzunähern. Gernot Tritthart: „Ein innovatives, CO<sub>2</sub>-armes Produktportfolio anzubieten, entspricht nicht nur den zukünftigen Markterfordernissen, es wird mittelfristig state-of-the-art für Unternehmen sein, die ihre Umweltverantwortung ernst nehmen. Und hier wird Lafarge Perlmöser eine Vorreiterrolle übernehmen. Bei der Entwicklung neuer Produkte muss natürlich eine ausgezeichnete Zement- und Betonqualität im Vordergrund stehen, die über die Forderungen der Normen hinausgeht und eine Vielfalt an Kundenwünschen zulässt“. Wichtig ist für Gernot Tritthart neben der konstruktiven Zusammenarbeit mit Betonproduzenten, auch die Imagebildung von Beton. Es gilt gemeinsam Trendthemen aufzugreifen und zu besetzen.