

https://buildingtimes.at/markt_macher/afi-erfindet-sich-neu/

building
TIMES.

NEWS VIDEOTHEK EVENTS ABO MED

jetzt ONLINE LESEN!

building
TIMES



© www.alufenster.at/Gernot Hutter

Harald Greger, AFI-Geschäftsführer, stellt das Institut auf neue Beine.

30.11.2022 // Autor: Redaktion



© www.alufenster.at/Andreas Schelblecker

Mit Jänner 2023 werden neue Lizenzen vergeben und zwar an alle Betriebe rund ums Fenster.

AFI erfindet sich neu

Neue Wege gehen: Das AFI öffnet sein Kommunikations-Netzwerk mit dem Jahreswechsel für alle Metallbaubetriebe und für Unternehmen, die in der österreichischen Metallbaubranche tätig sind.

Im Fokus soll die Gemeinschaftsmarke Alu-Fenster stehen. Sie soll die thematische Brücke zum gesamten Metallbau schlagen. Ab Jänner 2023 bewegt sich der AFI Weg von den Systemanbietern hin zu den Herstellern. In Kooperation mit der Amft – Arbeitsgemeinschaft der Hersteller von Metall-Fenster/Türen/Tore/Fassaden will der Verein gemeinsam mit Systemanbietern, Oberflächenveredelungsbetrieben, Glasproduzenten und anderen Unternehmen bzw. Organisationen der Branche tätig sein.

„Wir öffnen das Institut und vergeben die Lizenzen direkt. Bis jetzt waren viele Sublizenznehmer“, so Geschäftsführer Harald Greger. Die Arbeit soll sich sowohl nach Innen als auch nach Außen richten. Im Rahmen der internen Kommunikation will der Verein die Entwicklung von Positionen die Lizenznehmer und Lizenzpartner von innen her stärken. Nach außen soll das AFI als neutrales öffentliches Sprachrohr für den hochwertigen Metallbau fungieren. Greger möchte sich – wie auch jetzt schon an Bauherren, Architekten und Journalisten sowie Bau-, Architektur- und Nachhaltigkeits-Organisationen richten, mit denen der Verein bereits seit Jahrzehnten vernetzt ist.

Neue Lizenzen

Das neue Lizenzkonzept AFI.Zukunft soll neben gemeinsamen Aktivitäten Direktleistungen für in der österreichischen Metallbaubranche tätige Unternehmen beinhalten. Beispiele sind branchenspezifische sowie regionale Impulstreffen, regionale und unternehmensspezifische Werbe-, PR- und Social-Media-Kampagnen, Aktivitäten rund um das AFI-Weißbuch der Gemeinschaftsmarke ALU-Fenster, die Ausschreibung des Aluminium-Architektur-Preises in Kooperation mit namhaften österreichischen Architektur-Organisationen sowie die Entwicklung einer portfoliogerechten Lizenznehmerliste mit Mehrwert für Auftraggeber und Auftragnehmer. Aktuell gibt es für den Einstieg ein Early-Bird-Angebot.