

Holzbau – Wohlfühlfaktor bestätigt, Vertrauen in die technischen Eigenschaften ausbaufähig

Sowohl im Wohnungsbau als auch im Nichtwohnungsbau verzeichnet der Holzbau positive Entwicklungstendenzen. Obwohl Holzbau im Allgemeinen aktuell große Zustimmung erfährt, halten sich alte Vorurteile über die angeblich problematischen Eigenschaften von Holz als Baustoff hartnäckig. Beispielsweise wird Holzbau nach wie vor nur eingeschränkt zugetraut, in die Höhe zu wachsen. Dies zeigten Ergebnisse einer Befragung im Rahmen des EU-Projektes „What we wood believe (W3B)“, das für Deutschland von dem Beratungsunternehmen UNIQUE forestry and land use durchgeführt wurde.

Ziel des Projektes „What we wood believe (W3B)“ war es, Kommunikationsstrategien zu entwickeln, um die positiven gesellschaftlichen und ökonomischen Effekte der Holznutzung und -verwendung wirkungsvoll zu vermitteln. Beteiligt an dem Vorhaben waren Forschungs- und Beratungsorganisationen aus Finnland, Österreich, Slowenien und Deutschland.“ In den vier Ländern wurden schriftliche Befragungen durchgeführt, an denen insgesamt rund 2000 Personen teilnahmen. Einer von acht Themenblöcken in der Befragung befasste sich mit dem Thema Holzbau. 390 Antworten konnten zu diesem Themenblock ausgewertet werden. Der Themenblock Holzbau gliederte sich in die drei Bereiche: Welche Eigenschaften sollten Materialien für den Hausbau haben? Welche Eigenschaften werden speziell mit Holz als Baumaterial verbunden? Wie geeignet erscheint Holz als Baumaterial für unterschiedliche Objekttypen? Wichtiger Anhaltspunkt zur Interpretation der Antworten im Sinne des Projektziels war, ob die Befragten einen Bezug zur Forst- oder Holzbranche haben, was bei der Mehrheit (77%) der Fall war.

Wichtigkeit von Materialeigenschaften

Die Befragten gaben an, wie „wichtig“ oder „unwichtig“ ihnen bestimmte Materialeigenschaften sind, oder ob sie bezüglich der Eigenschaft „unentschlossen“ sind. Keine der abgefragten Eigenschaft

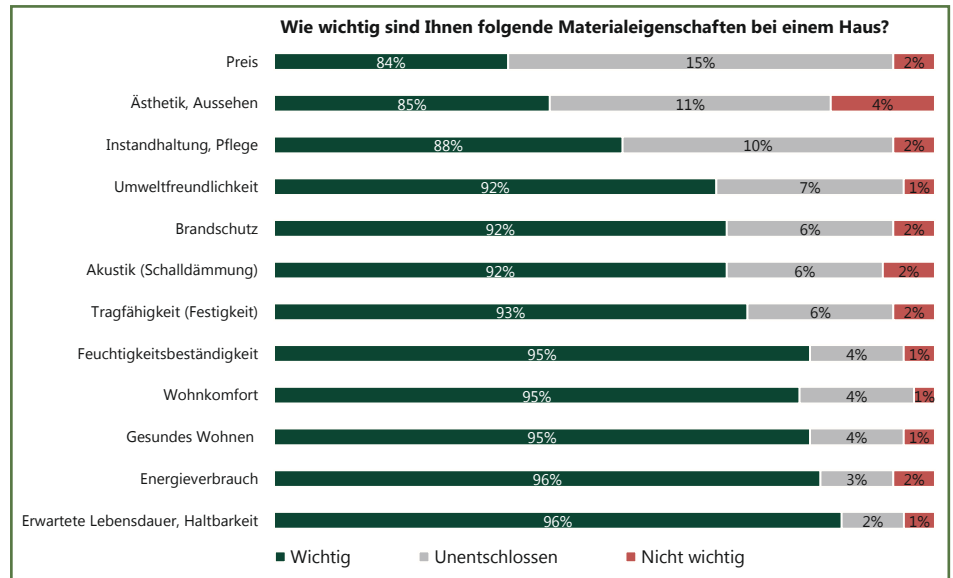


Abbildung 1: Wichtige Materialeigenschaften bei einem Haus (Skalierung beginnt bei 75%)

erscheint im Ergebnis wirklich unwichtig. Allerdings stechen fünf Materialeigenschaften mit über 95 % Zustimmung heraus: Haltbarkeit, Energieverbrauch, gesundes Wohnen, Wohnkomfort und Feuchtigkeitsbeständigkeit (Abb. 1). Die drei am wenigsten wichtigen Materialeigenschaften, mit jeweils hohen Anteilen „Unentschlossener“, waren Preis (84 %), Ästhetik (85 %) und Instandhaltungsaufwand (88 %).

Kritische Einstellung vornehmlich zu technischen Eigenschaften von Holz im Bau

Im zweiten Frageblock sollten die Eigenschaften von Holz als wesentliches Baumaterial bewertet werden. In den Eigenschaften Umweltfreundlichkeit, Wohnkomfort, gesundes Wohnen und Ästhetik eines Gebäudes bewerteten 95-97 % der Befragten die Eignung von Holz als „gut“

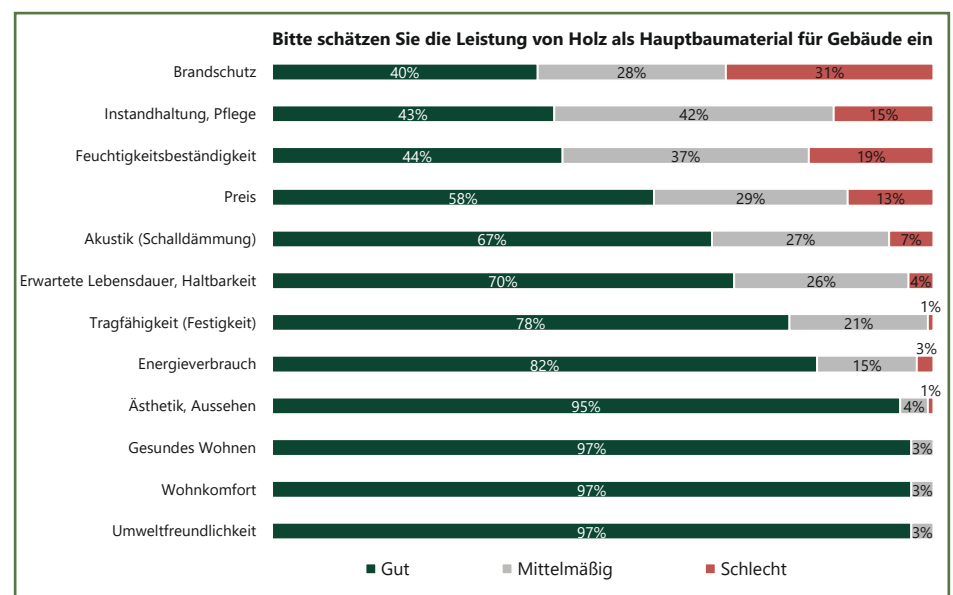


Abbildung 2: Einschätzung der Eignung von Holz als wesentliches Baumaterial

(vgl. Abb. 2). Nur zwei dieser Eigenschaften gehören zu den als besonders wichtig eingestuften Materialeigenschaften für den Hausbau (s.o. Haltbarkeit, Energieverbrauch, Gesundes Wohnen, Wohnkomfort, Feuchtigkeitsbeständigkeit). Bei den eher technischen Kategorien Brandschutz, Instandhaltungsaufwand und Feuchtigkeitsbeständigkeit wurde die Eignung von Holz lediglich von 40-44 % der Befragten als „gut“ eingestuft.

Eignung von Holz für verschiedene Objekttypen unterschiedlich eingeschätzt

Der Überblick der Antworten zeigt, dass Holz als Baustoff bei Einfamilienhäusern die höchste Zustimmung erzielt (93 % zustimmende Antworten; vgl. Abb. 3). Deutlich weniger Zustimmung erfährt Holz im mehrstöckigen Bau, sei es für die gewerbliche Nutzung (59 %) oder für den Wohnbau (58 %). Die geringste Zustimmung erfährt Holz als Baumaterial für Straßenverkehrsbauwerke (33 %).

Personen mit einem Bezug zum Baustoff Holz aus ihrer beruflichen Tätigkeit oder dem persönlichen Umfeld, haben einen Informationsvorsprung. Das zeigt sich in höheren Zustimmungsraten, bezüglich der Eignung von Holz für verschiedene Objekttypen, gegenüber Personen, die keinen Holzbezug haben. So stimmen immerhin 12 % der Antwortenden ohne Branchenbezug nicht zu, dass Holzprodukte ideale Baumaterialien für Einfamilienhäuser darstellen (vgl. Abb. 4), während nur 4 % der Befragten mit Branchenbezug zu Holz das so bewerten.

Die Zustimmungsrate für Holzbau im mehrgeschossigen Wohngebäude fällt insgesamt deutlich geringer aus. Über beide Gruppen hinweg erfährt Holz als ideales Baumaterial für diesen Objekttyp nur bei 58 % der Antwortenden Zustimmung. Noch eindeutiger als bei den Einschätzungen im Einfamilienhausbau ist hier die Differenz zwischen Branchenfremden (39 % Zustimmung) und Antwortenden mit Branchenbezug (68 %).

Ausblick: durch gezielte Informationskampagnen das Vertrauen in Holz erhöhen

Die Befragungsergebnisse bieten diverse Ansatzpunkte für gezielte Informations- und Werbekampagnen, um Vorurteile ge-

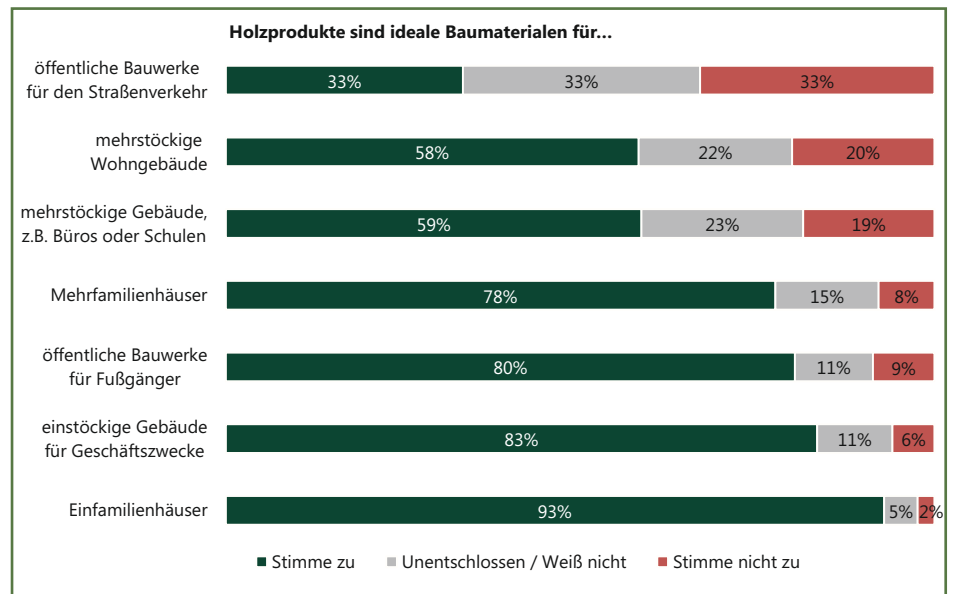


Abbildung 3: Einschätzung der Eignung von Holz als Baumaterial

genüber Holz abzubauen. Klar ist: Branchenkenner wie auch Branchenfremde schätzen den „gesunden Wohlfühlcharakter“ des Baustoffs Holz. In einer Kommunikationsstrategie lassen sich auf dieser Ebene Emotionen ansprechen, die auf eine positive Vorprägung stoßen. An-

ders ist die Lage beim Thema Ästhetik: Sie gehört zwar zu den Topeigenschaften von Holz beim Hausbau, jedoch wird dieser Eigenschaft – im Vergleich zu anderen Eigenschaften – geringere Bedeutung beigemessen. Ein möglicher Hinweis auf ein eher pragmatisch an technischen

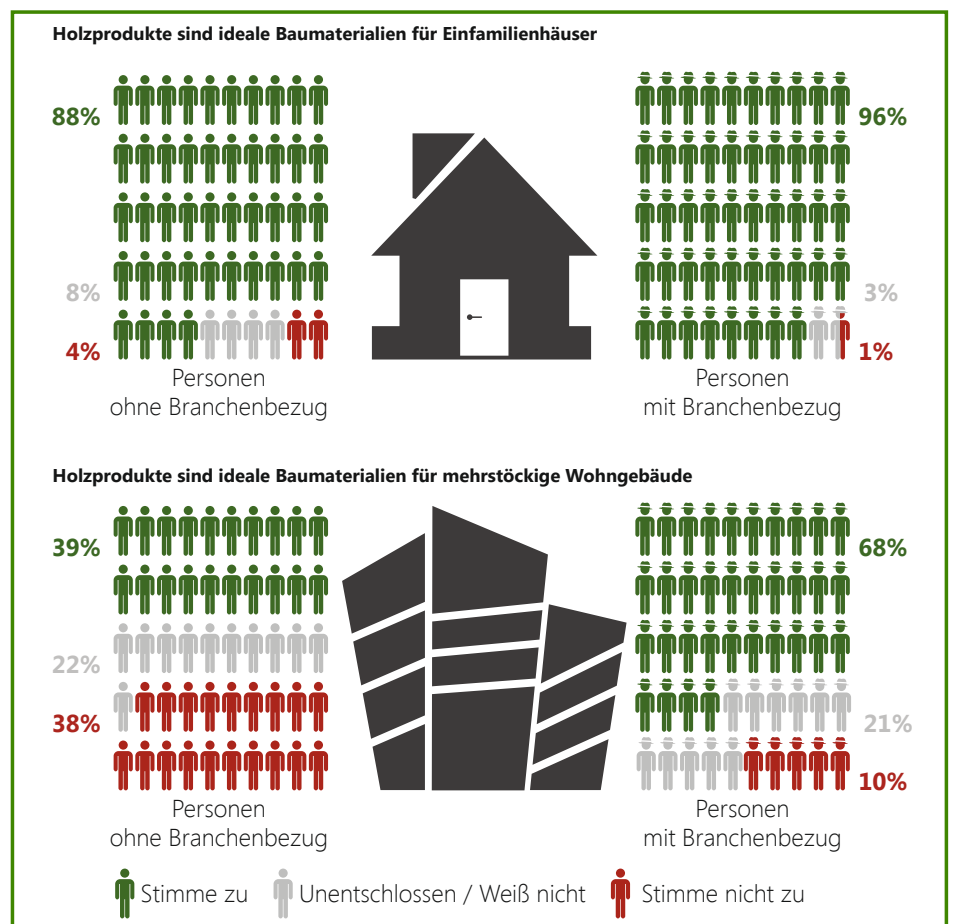


Abbildung 4: Holz für Einfamilienhäuser und mehrestöckige Wohngebäude

Argumenten orientiertes Vorgehen beim (eigenen) Hausbau. Umso schwerwiegender, dass dem Baustoff Holz in den Bereichen Brandschutz und Feuchtigkeitsbeständigkeit (immer noch) wenig zugetraut wird. Da beide Eigenschaften aber als äußerst wichtig für die Eignung von Baumaterialien eingestuft werden, ist dies ein dringender Ansatzpunkt für technische Aufklärung. Im Fokus solcher Kampagnen können insbesondere Personen stehen, die keinen Bezug zum Thema Holz haben. Die Ergebnisse zeigen allerdings auch, dass Personen mit Bezug zur Holzbranche Kenntnislücken bei der Einschätzung von Holz als Baumaterial haben, z.B. im mehrstöckigen Wohnungsbau.

Die Befragung macht deutlich, dass Holz generell als ein positives Baumaterial wahrgenommen wird, ihm aber weder schwere Lasten, noch große Höhen oder lange Haltbarkeit zugetraut werden. Diese Erkenntnisse bieten eine Steilvorlage für eine Intensivierung adressatenorientierter und gezielter Informations- und Werbekampagnen, um bestehende Vorurteile abzubauen. Menschen ohne einen professionellen Bezug zum Werkstoff Holz werden allerdings eher über die Vorteile der emotional begründeten ‚soft skills‘ erreicht. Der Transport der technischen ‚hard facts‘, um dem Baustoff Holz die ihm zustehende Wertschätzung zukommen zu lassen, muss flankierend erfolgen, beispielsweise durch tatsächlich herausragende Leuchtturmprojekte.

Was heißt das für das Cluster Forst und Holz in Baden-Württemberg?

Holzbau hat in Baden-Württemberg Tradition und vergleichsweise hohe Marktanteile. Im Wohnbau (Neubau) lag die Holzbaquote 2016 bei 27,6 %, womit Baden-Württemberg Spitzenreiter im Ländervergleich ist¹. Etwa die Hälfte der Unternehmen im Cluster Forst und Holz (ohne Verlags- und Druckereigewerbe) sind im Holzbau tätig². Diese ca. 7.300 Betriebe in Baden-Württemberg erwirtschaften mit fast 50.000 Beschäftigten einen Umsatz von knapp 5 Mrd. Euro (22 % des Gesamtumsatzes im Cluster) und erzielen eine Bruttowertschöpfung von 1,7 Mrd. Euro (28 % der Wertschöpfung im Cluster). Wenn ein adressatengenaues Marketing den aktuellen Holzbautrend noch weiter verstärkt, und Anzeichen deuten darauf hin, dann lassen sich daraus für die inländische Sägeindustrie und das gesamte Holzcluster folgende Schlussfolgerungen ableiten:

■ Die gestiegenen Anforderungen des modernen Holzbaus müssen bei der Produktgestaltung noch stärker berücksichtigt werden z.B. in Form moderner Holzbauprodukte. Mit aktuellen Fertigungstechniken lässt sich für nahezu jede Verwendung im Baubereich das passende Holzprodukt aus inländischem Holz bereitstellen.

■ Die steigende Nachfrage nach Holzprodukten im Holzbau lässt steigende

Produktpreise erwarten. Das macht regionale Absatzmöglichkeiten für bislang exportiertes Schnittholz ggf. attraktiver.

■ Die in einigen Gebieten zukünftig verringerte Angebotsmenge an regionalem Nadelholz bei gleichzeitig steigendem Laubholzangebot erfordert die marktgerechte Entwicklung von Laub-Nadelholz-Hybridprodukten. Dazu bedarf es unterstützender F&E-Förderungen und bestehende Unterstützungsmöglichkeiten müssen verstärkt genutzt werden, wie beispielsweise das „Holz Innovativ Programm“ (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg).

■ Für eine wirtschaftlich erfolgreiche Produktgestaltung sind die möglichen regionalen Absatzmöglichkeiten nach Gewerken und Produkten im Holzbau verstärkt zu beachten.

Bernd Wippel, Eva Meier-Landsberg, Martin Redmann***

¹ Wohnbau, Neubau: Genehmigungen mit überwiegend verwendetem Baustoff Holz (http://www.holzbau-deutschland.de/fileadmin/user_upload/eingebundene_Downloads/Statistiken_2017.pdf)

² Zusammengefasst: Industrielles Holzbauwesen und Holz im Baugewerbe. Datenquelle: Thünen-Institut, Clusterstatistik, Bezugsjahr 2014.

* Das Projekt mit dem Titel „What we wood believe“ wurde mit Mitteln des Bundes aus dem Förderprogramm Nachhaltige Rohstoffe (Deutschland) gefördert. Informationen zu dem Projekt sind auf folgender Webseite verfügbar: www.wood-w3b.eu/en/

** Teilnehmende Organisationen sind Kompetenzzentrum Holz GmbH (Wood K Plus), Österreich; University of Helsinki (UoH), Finnland; University of Ljubljana and University of Primorska (UoP), Slowenien.

*** Dr. Bernd Wippel, Dr. Eva Meier-Landsberg und Martin Redmann sind Mitarbeiter des Beratungsunternehmens UNIQUE forestry and land use, Freiburg.

der Waldwirt Unsere Anzeigenhotline:
 Heidi Grund-Thorpe, Telefon 08 44 41 / 919 19 93, kontakt@grund-thorpe.de

Messe-Termine auf unserer Homepage!



Wir wünschen allen Lesern eine wohlige warme Weihnachtszeit und einen guten Start in ein gesundes Jahr 2018!

- **Innovative Heizsysteme von 15 bis 990 kW** für Hackschnitzel, Biomasse, Pellets und Späne
- **Professionelle Holzhackmaschinen** hand- und kranbeschildet von 300 bis 800 mm Ø
- **Leistungsstarker Heizotruck** das Fahrzeug für Kommunaldienst, Forst- und Landwirtschaft
- **Individuelle Befüll- und Lagersysteme**
- **Umweltfreundliche Energiesysteme**

Heizomat
 Energie im Kreislauf der Natur

Maicha 21 · 91710 Gunzenhausen · Tel.: 09836/9797-0 · info@heizomat.de · www.heizomat.de

Wir suchen Esche und Roteiche

Frischeinschlag, sehr gute B/C, 4te Klasse und stärker (max 10 % 3b mitgehend)
 Länge: 3,00 m – 11,50 zzgl. 30 cm Zugabe
 Menge: ab 115 fm + jeweils Mehrfachmengen von 23 fm pro Container bis max 1000 fm.
 Mindestens 70 % Langlängen 7 m – 11,50 m zzgl. 30 cm Zugabe

Mohr International GmbH · Bahnstraße 11 · D-64711 Erbach
 Tel.: +49 (0) 6062-91 0352 · Fax: +49 (0) 6062-91 0353
 Handy: +49 (0) 170-546 1835 · e-mail: jm@mohr-group.de
 Homepage: www.mohr-group.de