



C-LANDMARKEN AG

Das Projekt Moringa in der Hamburger Hafencity hat sich zum Ziel gesetzt, das Cradle-2-Cradle-Prinzip zu verwirklichen. Ein Teil davon: Die begrünten Flächen am und auf dem Gebäude sind mindestens so groß wie das Grundstück, auf dem das Haus steht.

„gibt es noch keine Zahl und heuer wird es noch viel übler“, sagt er und kommt zu seiner Idee, die er wood-rocks nennt: „Dieses Holz muss aus dem Wald raus – aber es ist ein Holz, das keiner wirklich einsetzen kann. Wir arbeiten da an einer Lösung, bei der wir rohstoffbasierte Produkte entwickeln. Das Ziel ist, dass wir dieses Holz als Rohstoff verwenden. So könnte man eine Wertschöpfungskette entwickeln, von der alle etwas haben. Das Käferholz ist verfärbt und man kann es natürlich für all das nicht gebrauchen, wo es um eine Oberfläche geht. Aber wir würden es so machen, dass man bis auf die zwei obersten Lagen genau dieses Holz verbauen könnte. Das ist kein direktes Nachhaltigkeitsprojekt, aber über das Thema Klimawandel, Schädlingsbefall und CO₂-Bindung in Gebäuden ist es dann doch wieder eines. Und es wäre gut skalierbar.“

Für Rhomberg persönlich hat sich das Klima- und Nachhaltigkeitsthema bereits Anfang der 2000er-Jahre manifestiert, sagt er. „Die Baubranche hat so großen Einfluss auf Ressourcenströme, wir müssen da irgendwie was anders machen.“ habe er sich gedacht und bilanziert heute: „Ich habe gelernt, dass das Ökosystem so, wie es ist, seit hunderten Jahren so läuft und dass man das alles nicht so schnell umdrehen kann. Mittlerweile ist aber doch an vielen Ecken viel passiert, und das Thema ist eigentlich angekommen. Was in den letzten Jahren gefehlt hat, war der Schritt von „Okay, wir haben es verstanden“ zum „Was

Fortsetzung Seite 30

Wie viel Öko trägt der Markt?

Das Bauforschungsinstitut B+L hat eine Studie über die Marktchancen für ökologische Baustoffe in Europa erarbeitet.

Bei den Themen Energie- und Rohstoffeinsatz bei der Herstellung von Baustoffen, Schadstoffe und Emissionen, Energieeffizienz der Gebäude und Rückbau bzw. Abfälle (gleichermaßen beim Bauen als auch beim Rückbau) werden die einzelnen Aspekte in den europäischen Märkten höchst unterschiedlich priorisiert und umgesetzt. Die Gebäudeeffizienz und Grenzwerte für Schadstoffe sind dabei die Aspekte, die vielfach am stärksten reguliert sind. Wie eine Befragung von mehr als 3.500 Hausbauern und Sanierern in 14 europäischen Ländern durch das Bauforschungsinstitut B+L zeigt, sind diese beiden Aspekte auch aus Sicht der Endverbraucher am wichtigsten. Dazu B+L Projektleiter und Studien-Autor Marcel Dresse (md@bl2020.com): „Hausbauer und Sanierer legen am meisten Wert auf fassbare Aspekte wie geringe Energiekosten oder ein gesundes Wohnklima. Abstrakte Themen wie beispielsweise die CO₂-Reduktion bei der Produktion und beim Transport der Baustoffe oder die Unternehmensverantwortung der Hersteller sind den Endverbraucher deutlich weniger wichtig.“



ZUR STUDIE

Für die Studie „Ökologie in der Bauwirtschaft“ hat die B+L 3.528 Sanierer und Hausbauer (standardisierte Online-Interviews) sowie 854 Verarbeiter, Architekten und Bauunternehmen (standardisierte Telefoninterviews) in 14 Ländern befragt. Mehr Informationen zur Studie „Ökologische Nachhaltigkeit in der Bauwirtschaft“ finden Sie unter www.bl2020.com/DE/shop/sustainability

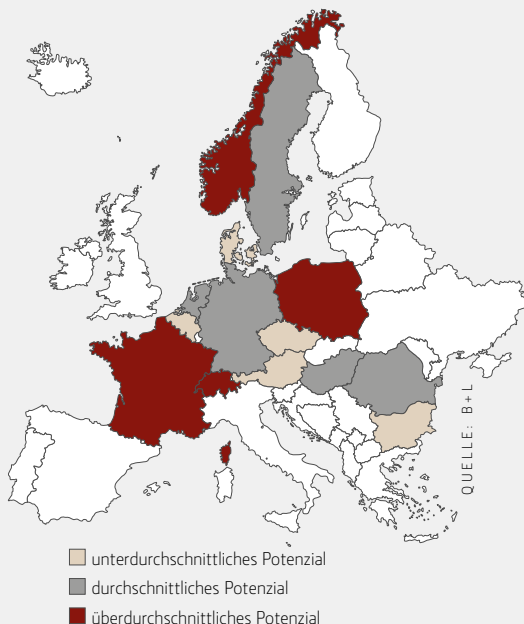
Während die Bauwirtschaft aufgrund des Ressourcenverbrauchs und der Abfälle häufig hinsichtlich der Umweltauswirkungen kritisiert wird, stellt die Nachfrage nach ökologisch nachhaltigen Produkten in der Bauwirtschaft eine Chance dar. Der Anteil an Endverbraucher, die auf ökologische Baustoffe bzw. Bauprodukte zurückgreifen, liegt in den europäischen Ländern derzeit zwischen 5 % und 15 %. Die Bandbreite ist groß, zeigt jedoch, welche Potenziale insbesondere in solchen Märkten existieren, die bisher eine eher geringe Nachfrage zeigen. Viele Faktoren deuten darauf hin, dass das Bewusstsein der Endverbraucher für Ökologie auch in der Bauwirtschaft weiter steigen wird. Dabei sind viele Endverbraucher durchaus bereit, höhere Kosten für ökologische Baustoffe zu tragen. Im Durchschnitt sind diese Produkte den Hausbauern und Sanierern zwischen 5 % und 8 % höhere Preise wert. Dabei gibt es jedoch auch Märkte wie die Schweiz, in denen mehr als ein Drittel der Befragten über 10 % höhere Preise für ökologische Produkte im Innenbereich zahlen würde. Grundsätzlich gilt jedoch auch bei der Mehrkostenbereitschaft, dass insbesondere für solche Aspekte mehr Geld ausgegeben wird, die die Endverbraucher konkret betreffen wie Heizkosten oder Schadstoffe in Bodenbelägen, Putzen oder Farben.

Norwegen und Schweiz vorn, Österreich und Bulgarien hinten

Die Wahrnehmung von ökologischen Baustoffen unterscheidet sich in Europa stark. Ein eigens für die Studie konzipierter B+L Nachhaltigkeitsindex bildet die Offenheit bzw. die Nachfrage nach ökologischen Baustoffen und -produkten ab. Die höchsten Werte erreicht der Index in Norwegen, der Schweiz, Frankreich und Polen. In Dänemark, Belgien,

SAVE
THE
DATE!

Offenheit und Nachfrage nach ökologischen Produkten



Tschechien, Österreich und Bulgarien hingegen ist der Wert am niedrigsten.

Doch auch in Märkten mit einer aktuell noch geringen Offenheit bzw. Nachfrage existieren teilweise höchst relevante Sub-Zielgruppen, wie Detailbetrachtungen hinsichtlich der Altersgruppen zeigen. Dazu noch einmal Studienautor Marcel Dresse: „Je nach Zielmarkt unterscheiden sich die relevanten Zielgruppen für ökologische Baustoffe. In einigen Märkten sind es die älteren Zielgruppen aus der Baby-Boomer-Generation, die überdurchschnittlich häufig ökologische Produkte nachfragen. In anderen Märkten wird die Nachfrage von der Zielgruppe der Familiengründer oder Early Starter getragen.“

Stark verkürzt handelt es sich im Entscheidungsprozess für ökologische Baustoffe um drei Aspekte, die die eigentliche Kaufentscheidung maßgeblich beeinflussen. Zuerst stellt sich die Frage, ob die verschiedenen Ökologie-Aspekte für die Hausbauer und Sanierer überhaupt von Relevanz sind: Ist dem Bauherrn die Zertifizierung der Rohstoffe wichtig oder legt er mehr Wert auf Design oder Funktionalität? Die Wichtigkeit alleine gibt je-

doch keinen Aufschluss über den Einfluss auf die Produktentscheidung bzw. das Mitwirken der Endverbraucher an dieser. Vielfach können Hausbauer über die Materialien im Innenbereich (mit) entscheiden, die Auswahl einer bestimmten Marke (beispielsweise mit einer Zertifizierung oder einer besonderen unternehmerischen Verantwortung) obliegt jedoch häufig dem ausführenden Unternehmen. Im Bereich der Gebäudehülle wirken Bauherren deutlich seltener an detaillierten Markenentscheidungen mit. Dieser Aspekt erklärt teilweise, warum die Endverbraucher eher Wert auf fassbare Aspekte legen, denn im Innenbereich (Stichwort: Schadstoffe) oder bei der Auswahl einer effizienten Heizung (Stichwort: Energiekosten) können die Endverbraucher mehr Einfluss auf die Produkt- und Markenentscheidungen nehmen und die ökologischen Eigenschaften sind leichter nachvollziehbar als zum Beispiel eine ökologische Produktion oder Logistik bei Rohbaustoffen.

Verarbeiter an der Nahtstelle

Als dritten Aspekt hat B+L in ihrer Nachhaltigkeitsstudie das Thema Preisensibilität sowie das generelle Vertrauen in Zertifizierungen, Label, etc. definiert. Baukosten und Budget müssen Mehrkosten hergeben und das Vertrauen in den Mehrwert der Produkte muss hoch genug sein, um diese Mehrkosten in Kauf zu nehmen.

Die Nachfrage nach ökologischen Baustoffen geht aktuell meist von Bauherren und Sanierern aus. Bei den Verarbeitern stehen primär Aspekte wie die Haltbarkeit und Langlebigkeit oder die Qualität der Produkte im Vordergrund. Ökologie ist bei vielen Profis von untergeordneter Bedeutung. Die Verarbeiter wollen gute Qualität liefern und sind zudem an Gewährleistungspflichten gebunden. Entsprechend wird meist auf bewährte und bekannte Produkte bzw. Marken zurückgegriffen. Doch mit der steigenden Nachfrage nach ökologischen Baustoffen werden sich auch die Verarbeiter zunehmend mit dem Thema Ökologie konfrontiert sehen, und der Bedarf an entsprechenden Produkten wird steigen. ◇

5. Internationale SOLID-Konferenz

Das Jahrestreffen der
österreichischen Baubranche



**SOLID
Konferenz**

Digital ist mehr
als BIM

**17
9
2020**

Novotel
Hauptbahnhof
Wien

solidkonferenz.at