



Kurzfassung des Arbeitsberichts Nr. 11:

Holz aus Verbrauchersicht **Ergebnisse einer repräsentativen Befragung**

Autor: Stefan Gold
Dezember 2007

Im Rahmen des ZUFO Verbundprojektes untersuchte Modul 2 mit einer repräsentativen Umfrage die Einstellungen privater Endverbraucher zu Wald, Forstwirtschaft, Holz und Holzendprodukten. Die Erhebung erfolgte standardisiert mit geschlossenen Fragen. Die Grundgesamtheit war die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren, aus der insgesamt 1004 Personen befragt wurden. Das Marktforschungsinstitut Forschungsgruppe g/d/p führte die Befragung von November bis Anfang Dezember 2006 in Form von Computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) von 15 bis 20 Minuten Länge durch.

Allgemeine Einstellungen zu Umwelt und Wald

Die Sorge um die Umwelt ist im Bewusstsein der deutschen Bevölkerung zentral verankert. Das Thema Umweltzerstörung wird von den Befragten als wichtigstes gesellschaftspolitisches Themenfeld betrachtet und lässt Themen wie Arbeitsmarkt oder wirtschaftliche Lage hinter sich. Über die Hälfte der Bevölkerung hält die Debatten über Umweltgefährdungen – auch in ihrer Intensität – für angemessen.

Die deutsche Bevölkerung geht oft in den Wald. Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, häufiger als fünfmal in den letzten drei Monaten im Wald gewesen zu sein. Wichtigster Zweck der Waldbesuche sind Erholung und Freizeitgestaltung. Der Wald wird hauptsächlich zum Spaziergehen, Wandern oder als Ort für sportliche Betätigung genutzt.

Einstellungen zu Holz als Baumaterial

Die Assoziationen mit Holz sind bezüglich seiner ästhetisch-optischen, gestalterischen und gesundheitlichen Eigenschaften generell positiv. Die konstruktiven Charakteristika, die Feuerresistenz sowie die Verfügbarkeit dieses Rohstoffs werden zurückhaltender bewertet. Die Identifizierung dieser Vorbehalte gegenüber Holz bestätigt die Ergebnisse vorangegangener Studien. Im Vergleich zu diesen fällt in der vorliegenden Untersuchung aber beispielsweise das negative Vorurteil bezüglich der Feuerbeständigkeit von Holz geringer aus, so dass der Beginn einer Trendwende in den Wahrnehmungsmustern privater Bauherren vorsichtig angenommen werden kann.

Einstellungen zu Holzhäusern

Das insgesamt positive Image von Holz als Baumaterial spiegelt sich in der tatsächlichen Materialentscheidung beim Hausbau nicht wider. Über drei Viertel der Befragten, die bereits ein Haus gebaut oder gekauft hatten, entschieden sich für die traditionelle Bauweise in Stein bzw. Ziegel. Dies zeigt, dass die Sympathie für Holz alleine nicht ausreicht, um Holz als wesentlichen Baustoff im privaten Hausbau zu etablieren. Die subjektiv wahrgenommenen bauphysisch-konstruktiven Eigenschaften des jeweiligen Baustoffes – hier schneidet Holz eher schlecht ab – scheinen bei der tatsächlichen Materialentscheidung entscheidendes Gewicht zu haben. Der Feuerschutz wird bei Holzhäusern besonders negativ bewertet. Auch der Aufwand der Instandhaltung, die vermeintlich geringere Wertbeständigkeit und die Kosten bestärken die Ablehnung von Holz.



Staatlich geprüfte Qualitätslabels, umfassendes Informationsmaterial, Zuschüsse der öffentlichen Hand, Kundenservice durch die Hersteller, Beratung durch den Architekten und Planer, weniger Bauvorschriften durch Behörden, günstige Kredite, Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Gebäudes sowie Empfehlungen von Freunden und Bekannten werden vom Großteil der Befragten als sinnvolle Fördermaßnahmen genannt. Markennamen scheinen demgegenüber ein vergleichsweise zu vernachlässigender Faktor für die Forcierung des Umdenkprozesses bei Holzskeptikern zu sein.

Einstellung zu Holzrahmenfenstern

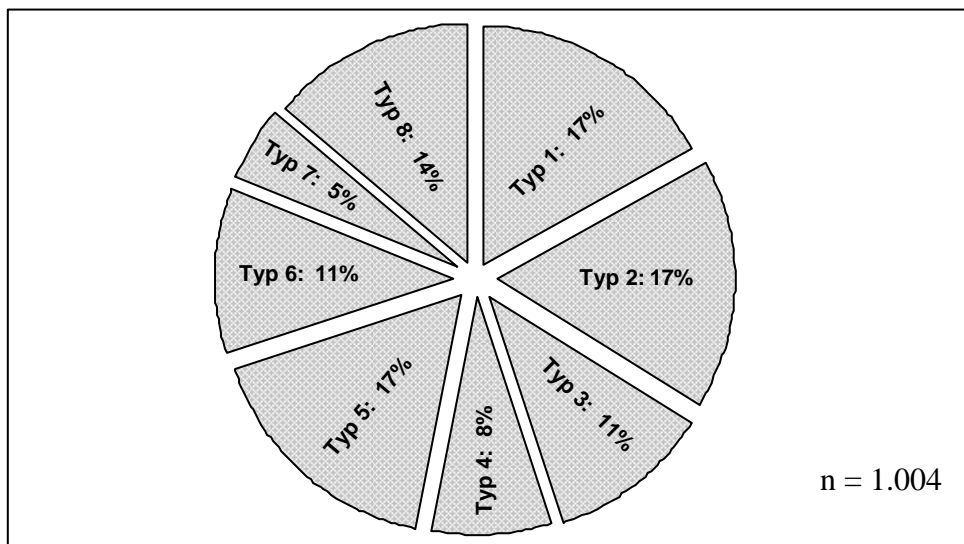
Holzrahmenfenster verloren in den letzten Jahrzehnten gegenüber Fensterrahmen aus anderen Materialien (insbesondere Kunststoff) beträchtliche Marktanteile. Aus Sicht der Verbraucher punkten Holzrahmenfenster insbesondere im ästhetisch-optischen Bereich, durch ihre Umweltfreundlichkeit und ihre Beförderung eines gesunden Wohnklimas. Funktionale und konstruktive Eigenschaften sowie der Preis werden jedoch als eher nachteilig bewertet. Während Ästhetik und Optik sowie Wohngesundheit bei der Kaufentscheidung nur eine eher untergeordnete Rolle spielen, ist die Funktionalität des Fensters hierfür von zentraler Bedeutung.

Abgefragte Fördermaßnahmen für Holzrahmenfenster erfahren im Vergleich zu Fördermaßnahmen für Holzhäuser generell weniger Zustimmung. Als besonders Erfolg versprechend werden staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach dem Fenstereinbau sowie umfassendes Informationsmaterial angesehen. Einen eher geringeren Stellenwert hat der Verkauf von Fenstern durch Hersteller mit einem Markennamen.

Verbrauchertypologie

Auf Grundlage ihrer Einstellungen zu Umwelt, Wald, Holz und den beiden spezifischen Holzendproduktgruppen werden die Befragten mit Hilfe einer Clusteranalyse in acht Verbrauchertypen eingeteilt. Dies ermöglicht die Beschreibung verschiedener Kundengruppen gemäß ihrer Meinungen, Haltungen, Vorbehalte, Präferenzen und ihres erwartbaren Kaufverhaltens. Abschließend wird beurteilt, ob der jeweilige Verbrauchertyp als vorrangige Zielgruppe für die beiden untersuchten Holzendproduktgruppen anzusehen ist.

Abb. 1: Typengrößen





Die **Holztraditionalisten** sind beunruhigt durch gesellschaftliche Problemfelder wie Terrorismus, Kriminalität, Einwanderung oder Arbeitsmarkt. Sie nehmen die derzeitige Umweltsituation als dramatisch wahr; gleichzeitig wehren sie die Übernahme eigener Umweltverantwortung ab und präferieren einen ordnungspolitischen Lösungsansatz. Wald wird von den Holztraditionalisten sowohl als Rohstoffquelle als auch als Naturraum gesehen. Als Baumaterial hat Holz bei den Holztraditionalisten rundum ein positives Image: Holz ist gesund, umweltfreundlich, feuerbeständig, wertstabil und langlebig. Gängige Vorbehalte gegenüber Holzrahmenfenstern und Holzhäusern werden von den Holztraditionalisten kaum geteilt. Wenig Sinn zeigen diese bei der Beurteilung der Holzendproduktgruppen aber für Aspekte wie Wohngesundheit und Umweltfreundlichkeit. Die insgesamt positive Einschätzung von Holz und Holzendprodukten spiegelt sich allerdings nicht in den tatsächlichen Holzhaus-/Holzrahmenfensterquoten wider, was den Verdacht eines generell durchgehend zustimmenden Antwortverhaltens in diesem Cluster nährt, das nur wenig Transmissionskraft auf das wirkliche Verhalten aufweist. Da zudem die Bauabsicht in diesem Cluster gering ist, das Alter hoch und das Einkommen unterdurchschnittlich, können die Holztraditionalisten nicht als prioritäre Marketingzielgruppe gelten. Staatlich geprüfte Qualitätslabels, weniger Bauvorschriften und insbesondere Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses bzw. der Wohnung sind bei Holzhäusern die geeigneten Maßnahmen zur Absatzsteigerung. Holzrahmenfenster sollten pflegeleichter und langlebiger sein und mit staatlich geprüften Qualitätslabels versehen werden. Die Holztraditionalisten kommen als Kunden von altersgerechten Wohnmöglichkeiten in Frage. Hierzu müsste sich die Holzbaubranche neben dem Ein- und Zweifamilienhausbau auch vermehrt den mehrgeschossigen Wohnungsbau als Absatzmarkt erschließen.

In der Gesamtbetrachtung stellen die Holztraditionalisten (17% der Befragten) keine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **Holzdesinteressierten** zeigen sich gegenüber gesellschaftlichen Themen indifferent. Sie reagieren gegenüber der derzeitigen Umweltsituation kaum emotional und wehren persönliche Verantwortung diesbezüglich eher ab. Der Nutzen von Holz als Baumaterial sowie der beiden Holzendproduktgruppen bezüglich Wohngesundheit und Umweltverträglichkeit wird vehement bestritten. Gleichzeitig finden sich die klassischen Vorbehalte gegenüber Holzhäusern und Holzfenstern auch bei den Holzdesinteressierten. Einfach zu erbringende Eigenleistungen und der einfache An- und Umbau werden zudem nicht als Vorteile von Holzhäusern gesehen. Die Skepsis gegenüber Holz reflektiert die niedrige tatsächliche Quote von gebauten Holzhäusern und eingebauten Holzfenstern. Die Holzdesinteressierten planen allerdings relativ häufig, in absehbarer Zukunft Häuser zu bauen und Fenster einzubauen bzw. zu erneuern, was sie zu einer beachtlichen potenziellen Käufergruppe macht, die aufgrund ihrer dezidierten Ablehnung von Holz aber nur sehr schwer zu erschließen ist. Gerade die Hauptaltersgruppe privater Bautätigkeit – die 30- bis 39-jährigen – besitzen die am stärksten ablehnende Haltung gegenüber dem Baumaterial Holz. Das Cluster ist insgesamt jung und das Einkommen eher niedrig. Die Holzdesinteressierten sind sehr zurückhaltend gegenüber den abgefragten Verbesserungsvorschlägen und Fördermaßnahmen. Staatlich geprüfte Qualitätslabels und umfassendes Informationsmaterial sprechen sie beim Hausbau am ehesten an; Empfehlungen von Freunden und Bekannten, Systemlösungen und Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen am wenigsten. Holzrahmenfenster können hinsichtlich Pflege, Langlebigkeit, Wartung und Preis verbessert werden. Staatlich geprüfte Qualitätslabels werden als beste Maßnahme zur Absatzsteigerung bewertet. Aufgrund der Haltung der Holzdesinteressierten, deren Spektrum sich von Indifferenz gegenüber Holz bis zu Holzaversion erstreckt, kann dieses Cluster nur durch charismatische und nachdrückliche Überzeugungsarbeit für die Verwendung von Holz gewonnen werden.



In der Gesamtbetrachtung stellen die Holzdesinteressierten (17% der Befragten) keine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **etablierten Holzaffinen** lassen sich durch gesellschaftliche Themen und Bedrohungsszenarien nicht beunruhigen. Gleichzeitig zeigen die etablierten Holzaffinen kein klassisches Katastrophenbewusstsein. Dieses Cluster befürwortet einerseits die Waldnutzung durch Holzentnahme, andererseits ebenso die Nutzung des Waldes als Erholungsraum. Holz als Baumaterial besitzt ein positives Image: Gesundheitliche und ökologische Aspekte von Holz werden anerkannt; zudem wird Holz als wertbeständig, langlebig und feuerbeständig eingeschätzt. Im Gegensatz dazu werden bei Holzhäusern die konstruktiven Eigenschaften von Holz angezweifelt. Die etablierten Holzaffinen schätzen Holzrahmenfenster dagegen bezüglich aller abgefragten Facetten: Umwelt, Aussehen, Wartung, Langlebigkeit, Gestaltbarkeit. Die Holzquote bei Hausbau bzw. -kauf und Fenstereinbau bzw. -erneuerung sind in diesem Cluster hoch. Die etablierten Holzaffinen haben mittlere bis gehobene Bildung, einen hohen Anteil an Selbständigen und Freiberuflern und hohes Einkommen. Allerdings äußert nur ein kleiner Teil dieses Clusters die Absicht, in den nächsten Jahren zu bauen, weshalb es kein allzu großes Käuferpotential darstellt. Gleichwohl können die etablierten Holzaffinen aufgrund ihrer überzeugten Holzfreundlichkeit als Multiplikatoren im Sinne einer Absatzsteigerung bei Holzhäusern und Holzrahmenfenstern wirken. Das Cluster ließe sich insbesondere durch Kundenservice, weniger Bauvorschriften und staatlich geprüfte Qualitätslabels zu einer stärkeren Verwendung von Holz im Hausbau bewegen. Empfehlungen von Freunden und Bekannten sowie Systemlösungen werden als am wenigsten Erfolg versprechend eingestuft. Bei Holzrahmenfenstern soll nach Meinung der etablierten Holzaffinen vor allem die Pflege und Wartung vereinfacht werden. Die Untersuchung zeigt zusätzlich eine Zweiteilung dieses Clusters: Dem einen Teil ist insbesondere ein unbürokratischer Bauprozess und finanzielle Unterstützung wichtig, während der andere Teil vor allem marken- und qualitätsbewusst ist. Das Holzhaus scheint insgesamt in diesem Cluster stark als Prestigeobjekt wahrgenommen zu werden. Die Verwendung des außergewöhnlichen Baustoffes Holz zielt im Sinne der Theorie von „Conspicuous Consumption“ (Aufwändiger Verbrauch) auf soziale Anerkennung und Auszeichnung.

In der Gesamtbetrachtung stellen die etablierten Holzaffinen (11% der Befragten) eine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **überlasteten Holzaversen** halten emotionale Distanz zu gesellschaftlichen Themenfeldern und Bedrohungsquellen. Sie zeigen wenig persönliche Betroffenheit gegenüber der Umweltsituation, betonen aber die eigene Verantwortlichkeit für den Erhalt der Lebensgrundlage. Wald als Rohstoff wird in diesem Cluster eher negativ bewertet. Das Image von Holz als Baumaterial ist negativ; so existieren in diesem Cluster große Vorbehalte gegenüber den bauphysischen und konstruktiven Eigenschaften von Holz. Obgleich Holzhäuser und Holzrahmenfenster bezüglich Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit positiv bewertet werden, werden diese beiden Holzendproduktgruppen hinsichtlich mannigfaltiger Aspekte wie Pflege, Wertbeständigkeit, Feuerschutz, Langlebigkeit, Wartung, Bauzeit, Eigenleistung durchgehend negativ eingeschätzt. Variantenreichtum und Gestaltbarkeit von Holzrahmenfenstern werden außerdem besonders vehement negiert. Die überlasteten Holzaversen haben eine geringe tatsächliche Holzquote beim Hausbau bzw. -kauf und beim Fenstereinbau bzw. bei der Fenstererneuerung. Zudem äußern sie nur in geringem Maße die Absicht, in der nächsten Zeit Häuser oder Fenster zu erwerben. Soziodemographisch betrachtet fällt auf, dass das Cluster eher jung ist, mit relativ hohem Einkommen. Die überlasteten Holzaversen geben bezüglich Holzhäuser an, dass sie sich von Zuschüssen der öffentlichen Hand, weniger Bauvorschriften, Kundenservice und staatlich



geprüften Qualitätslabels besonders angesprochen fühlen. Systemlösungen und der Verkauf von Herstellern mit einem Markennamen werden als weniger Erfolg versprechend gesehen. Bei Holzrahmenfenstern wünscht sich das Cluster eine leichtere Pflege und Wartung. Kundenbetreuung nach Fenstereinbau und umfassendes Informationsmaterial werden von den überlasteten Holzavernen als besonders sinnvolle Fördermaßnahme zur Absatzsteigerung bewertet. Die neutrale Einschätzung von wohngesundheitlichen und ökologischen Aspekten bei Holzhäusern und die positive Konnotation von ökologischen und ästhetischen Aspekten bei Holzfenstern durch die überlasteten Holzavernen kann mögliche Ansatzpunkte für Marketingstrategien darstellen.

In der Gesamtbetrachtung stellen die überlasteten Holzavernen (8% der Befragten) keine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **Holznewcomer** zeigen sich emotional berührt von innenpolitischen Themen und fühlen sich bedroht durch Terrorismus, Kriminalität und Zuwanderung. Umweltkrisen werden ebenfalls emotional wahrgenommen, wobei die eigene Verantwortlichkeit für die Umwelt betont wird. Die Holznewcomer sehen zwischen der Nutzung von Wald als Rohstoffquelle und der Betrachtung von Wald als Naturraum keinen Widerspruch. Sie sehen den Mensch in der Pflicht, den Wald zu schützen, und fordern weitere ordnungspolitische Maßnahmen. Holz als Baumaterial wird als natürlich, gesund und umweltfreundlich gesehen. Wertstabilität, Langlebigkeit und Feuerbeständigkeit ordnen die Holznewcomer dem Baustoff Holz weniger zu: Auch dieses Cluster teilt die klassischen Vorbehalte. Genauso werden die Endproduktgruppen Holzhäuser und Holzrahmenfenster bezüglich Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit positiv betrachtet, während die klassischen Vorbehalte aufscheinen. Kurze Bauzeit und einfaches Anbauen bewerten die Holznewcomer als Vorteile der Holzbauweise. De facto hat sich bisher nur ein kleiner Teil dieses Clusters für das Bauen mit Holz bzw. den Einbau von Holzrahmenfenstern entschieden. Die Holznewcomer weisen soziodemographisch ein mittleres Alter bei mittlerer Bildung und eher niedrigem Einkommen auf. Der Anteil der Selbständigen ist hoch, wobei es sich hier offensichtlich um Kleinunternehmer, in erster Linie im handwerklichen Bereich, handelt. Die Holznewcomer sind ein stark städtisch geprägtes Cluster. Am ehesten ließen sich die Holznewcomer durch umfassendes Informationsmaterial, günstige Kredite von Banken und Sparkassen, Beratung und Empfehlung von Architekten und Planern sowie staatlich geprüfte Qualitätslabels zur Verwendung von Holz im Hausbau bringen. Bei Holzrahmenfenstern wünschen sie sich eine Erleichterung der Pflege und Sicherstellung der Langlebigkeit. Staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters und umfassendes Informationsmaterial werden von den Holznewcomern als sinnvolle Maßnahmen zur Steigerung des Absatzes bei Holzrahmenfenstern gesehen. Um sich die Holznewcomer als Holzhauskunden nachhaltig zu erschließen, muss die Holzhausbranche insbesondere an der Qualität und Wertbeständigkeit ihrer Produkte arbeiten und diesbezüglich offensiv kommunizieren.

In der Gesamtbetrachtung stellen die Holznewcomer (17% der Befragten) eine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **selektiv-interessierten Holzaffinen** sind emotional neutral gegenüber innenpolitischen Themen. Sie fühlen sich wenig bedroht durch Terrorismus, Kriminalität und Einwanderung. Der Umweltsituation stehen sie neutral gegenüber und lehnen persönliche Verantwortung für diese ab; Staat und Wirtschaft sind nach Meinung der selektiv-interessierten Holzaffinen zuerst in der Pflicht, den Schutz der Lebensgrundlage sicherzustellen. Der Frage, ob der Wald Rohstoffquelle oder vielmehr unberührter Naturraum sein soll, stehen die selektiv-interessierten Holzaffinen indifferent gegenüber. Bei Holz als



Baustoff haben sie deutliche Vorbehalte gegenüber seiner Langlebigkeit sowie Wert- und Feuerbeständigkeit. Ansonsten äußern die selektiv-interessierten Holzaffinen keine dezidierte Meinung bezüglich der Eigenschaften von Holz. Holzhäusern wird kein Nutzen bezüglich Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit zugesprochen. Vorteile der Holzbauweise hinsichtlich der kurzen Bauzeit und des einfachen Anbaus werden deutlich negiert. Wert- und Feuerbeständigkeit sprechen die selektiv-interessierten Holzaffinen jedoch entgegen der diesbezüglich allgemein verbreiteten Vorbehalten den Holzhäusern zu. Bei Holzrahmenfenstern wird Wartung, Preis und Haltbarkeit negativ bewertet; Umweltfreundlichkeit, Wohngesundheit, Aussehen und die gestalterischen Möglichkeiten werden leicht positiv gesehen. Die selektiv-interessierten Holzaffinen hegen zu einem relativ hohen Anteil Bauabsichten, während sie zu einem relativ geringen Anteil Kaufabsichten bei Fenstern haben. Die bisherige Holzbauquote ist niedrig, wohingegen die Holzrahmenfenstereinbauquote hoch ist. Die selektiv-interessierten Holzaffinen besitzen mittleres Bildungsniveau und beziehen eher geringes Einkommen. Bezüglich Fördermaßnahmen bei Holzhäusern fühlen sie sich durch umfassendes Informationsmaterial, Zuschüsse der öffentlichen Hand sowie günstige Kredite besonders angesprochen. Erhöhung der Lebensdauer und Wartungsvereinfachung wünschen sich die selektiv-interessierten Holzaffinen von neuen Entwicklungen bei Holzrahmenfenstern. Staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters, Informationsmaterial sowie Beratung und Empfehlung durch den Architekten und Planer sehen die selektiv-interessierten Holzaffinen bei Holzrahmenfenstern als Absatz fördernde Maßnahmen an. Insbesondere für die Holzendproduktgruppe Fenster können die selektiv-interessierten Holzaffinen aufgrund ihrer in der Vergangenheit demonstrierten holzaffinen Kaufentscheidungen als Zielgruppe gelten. Dementsprechend gilt es hier weniger, neue Kunden für Holzrahmenfenster zu gewinnen, als vielmehr, bestehende Kunden mit guten Argumenten für eine neue Generation von Holzrahmenfensterprodukten zu überzeugen.

In der Gesamtbetrachtung stellen die selektiv-interessierten Holzaffinen (11% der Befragten) eine Zielgruppe für Holzrahmenfenster dar.

Die **desinteressierten Holzaufsteiger** reagieren indifferent auf Themenfelder der Innen- und Sozialpolitik. Sie lassen sich von Bedrohungsfaktoren wie Terrorismus, Kriminalität und Einwanderung nicht beunruhigen. Die desinteressierten Holzaufsteiger zeigen eine unemotionale Haltung zu Umweltkrisen. Persönliche Verantwortlichkeit gegenüber der Umwelt akzeptieren sie in Maßen. Sie lehnen die Forderung nach einer größeren Verantwortlichkeit der Politik beim Schutz der Lebensgrundlage ab. Das Cluster der desinteressierten Holzaufsteiger lehnt die Konzeption von Wald als unberührte Natur ab. Zugleich tritt es auch skeptisch der Vorstellung von Wald als Rohstoffquelle gegenüber. Die Qualität von Holz als Baumaterial bezüglich Umweltverträglichkeit und Wohngesundheit wird von den desinteressierten Holzaufsteigern negiert. Der Preis und die konstruktiven Eigenschaften von Holz werden leicht positiv gesehen. Sowohl Holzhäuser als auch Holzrahmenfenster werden hinsichtlich Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit deutlich negativ bewertet. Feuerschutz, Werbeständigkeit, Eigenleistung und Bauzeit beurteilen die desinteressierten Holzaufsteiger beim Holzhaus neutral. Holzrahmenfenster werden zwar bezüglich Haltbarkeit, Wartungsaufwand und Preis moderat positiv eingeschätzt. Eine mit Holzrahmenfenstern verknüpfte Vielfalt gestalterischer Möglichkeiten wird diesen aber abgesprochen. Die desinteressierten Holzaufsteiger haben eine sehr hohe Quote tatsächlich erworbener Holzhäuser. Außerdem hegen sie beachtliche Bauabsichten bzw. Kaufabsichten von Fenstern in den nächsten Jahren. Dieses Cluster zeichnet sich durch hohe Bildung und ein hohes Einkommen aus. Als Fördermaßnahmen zur Steigerung des Absatzes von Holzhäusern präferieren die desinteressierten Holzaufsteiger Kundenservice durch den Hersteller, günstige Kredite und weniger Bauvorschriften durch die Behörden. Pflege und Preis sind nach Meinung dieses Clusters bei Holzrahmenfenstern verbesserungswürdig. Durch Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters



sowie Empfehlungen von Freunden und Bekannten ließen sich die desinteressierten Holzaufsteiger am besten für den Kauf von Holzrahmenfenstern gewinnen. Während die desinteressierten Holzaufsteiger ein eher negatives Bild von Holz als Baustoff sowie der exemplarisch gewählten Holzendprodukte zeichnen, ist die tatsächliche Verwendung von Holz als Baumaterial für Holzhäuser und Holzrahmen in diesem Cluster sehr hoch; deshalb sind die desinteressierten Holzaufsteiger keine zu vernachlässigende Zielgruppe für die Holzbranche. Gerade im Fensterbau ist das negative Image von Holz jedoch derart negativ, dass Marketingmaßnahmen für Holzrahmenfenster einen schweren Stand haben. Außerdem bekommt Holz dort zunehmend Konkurrenz von neuartigen Materialien wie Aluminium.

In der Gesamtbetrachtung stellen die desinteressierten Holzaufsteiger (5% der Befragten) eine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.

Die **postmateriellen Holzaffinen** sind sensibel gegenüber Themen der Innen- und Sozialpolitik, sie fühlen sich aber von Faktoren wie Terrorismus, Kriminalität oder Einwanderung nicht bedroht. Dieses Cluster weist eine emotionale Beziehung zur Umwelt auf; Umweltschutz ist eine kognitiv und affektiv verankerte Überzeugung. Die Verantwortlichkeit des Einzelnen für den Erhalt der Lebensgrundlage wird von den postmateriellen Holzaffinen dementsprechend stark betont. Wald wird weniger als unberührten Naturraum als vielmehr als Rohstoffquelle und Wirtschaftsfaktor wahrgenommen. Holz als Baumaterial wird insbesondere aufgrund des günstigen Preises positiv gesehen. Moderat zustimmend reagieren die postmateriellen Holzaffinen auf die Aussage, dass Holz gesund, umweltfreundlich, wertstabil und feuerbeständig ist. Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit sind sowohl bei Holzhäusern als auch bei Holzrahmenfenstern positiv konnotiert. Feuerschutz, Pflege, Wertbeständigkeit, Bauzeit und Möglichkeit des An- und Umbaus wird bezüglich Holzhäuser von den postmateriellen Holzaffinen neutral beurteilt; ebenso Wartungsaufwand, Preis und Haltbarkeit bei Holzrahmenfenstern. Die gestalterischen Möglichkeiten bei Holzrahmen werden von den postmateriellen Holzaffinen dagegen geschätzt. Dieses Cluster hat bei in der Vergangenheit unternommenen Hausbauten und Fenstereinbauten eine große Affinität zu Holz als Baumaterial gezeigt. Die postmateriellen Holzaffinen äußern aber nur in geringem Maße die Absicht, in den nächsten Jahren ein Haus bauen zu wollen; auch die Fenstererneuerungsabsicht ist lediglich durchschnittlich. Soziodemographisch zeichnen sich die postmateriellen Holzaffinen durch ein hohes Bildungsniveau und hohes Einkommen aus. Als sinnvolle Fördermaßnahmen für eine Steigerung des Holzhausabsatzes sehen sie in erster Linie Zuschüsse der öffentlichen Hand, weniger Bauvorschriften, günstige Kredite, staatlich geprüfte Qualitätslabels sowie Beratung und Empfehlung durch Architekten und Planer. Holzrahmenfenster können nach Meinung der postmateriellen Holzaffinen bezüglich Pflege, Langlebigkeit und Preis verbessert werden. Erfolg versprechende Fördermaßnahmen für eine Absatzsteigerung im Holzfensterbau können etwa staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters sowie Empfehlungen von Freunden und Bekannten sein. Dieses Cluster kann sich langfristig zu einer Stammkundschaft der Holzbranche entwickeln. Trotz geringer Bauplanungsquote können die postmateriellen Holzaffinen als Multiplikatoren gerade im hochwertigen Holzhausbau einen bedeutenden Beitrag zur stärkeren Verankerung von Holz in der Gesellschaft leisten.

In der Gesamtbetrachtung stellen die postmateriellen Holzaffinen (14% der Befragten) eine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzrahmenfenster dar.



Zusammenfassung von Absatz fördernden Maßnahmen und Ausblick

Eine nachhaltige Steigerung der Holzquote bei Häusern und Fensterrahmen bedarf einer Kombination sich ergänzender und gegenseitig unterstützender Strategien. Die vorliegende Untersuchung hat insbesondere folgende zentrale Ansatzpunkte für Maßnahmen zur Absatzsteigerung herauskristallisiert:

- Notwendigkeit der weiteren Reduktion der persistenten klassischen Vorbehalte gegenüber dem Baumaterial Holz;
- staatliche Qualitätslabels zur Sicherung von ökologischen und qualitativen Aspekten zur Minderung der Entscheidungsunsicherheit und zur Behebung von Informationsdefiziten bei den Endkunden und zur Delegation komplexer ökologischer Problematiken an die Hersteller;
- staatlich induzierte wirtschaftliche Fördermaßnahmen der Holzendprodukte;
- Erhöhung der Holzbaquote der öffentlichen Hand zur Generierung von Prestige- und Referenzobjekten;
- Informationsmaterial unter Berücksichtigung von konstruktiven Eigenschaften von Holz;
- Ausweitung der Serviceleistungen der Hersteller;
- Propagierung der Holzbauweise durch intermediäre Akteure (Architekten, Bauplaner);
- Bedeutung von Multiplikatoren (Freunde, Kollegen, Bekannte, Verwandte).

Holz erfreut sich auch und gerade in der heutigen Gesellschaft lebhafter Beliebtheit. Es liegt an den Holzbau- und Holzrahmenfensterunternehmen und nicht zuletzt am politischen Willen, diese Beliebtheit in konkrete Zukunftsmärkte im Holzbaubereich zu übersetzen und eine nachhaltige steigende Durchdringung der Gesellschaft mit langlebigen Holzprodukten sicherzustellen. Um neue Absatzmöglichkeiten für Holzendprodukte zu erschließen, darf der Blick nicht beim privaten Ein- und Zwei-Familienhausbau stehen bleiben, sondern muss neben dem öffentlichen Bauwesen vor allem auch den Mehrgeschossbau, Aufstockungen, Wohnungsanierungen und Nachverdichtungen einbeziehen.