

ZUFO – Zukunftsmärkte der Forst-Holz-Kette

Verbesserung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit am Beispiel des Holzbaus in der Region Allgäu



Arbeitsbericht 11

## **Holz aus Verbrauchersicht – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung**

Autoren:

**Stefan Gold / Heiko Jersak / Dr. Frieder Rubik**

Heidelberg, November 2007

### **Zukunftsmärkte der Forst-Holz-Kette**

Die Forst- und Holzwirtschaft steht vor einem Wandel: Im Zuge der Globalisierung verändern sich die Wettbewerbsbedingungen, der Staat wird sich mehr und mehr aus der Forstwirtschaft zurückziehen, die unterschiedlichen Marktakteure stellen neue Anforderungen. Gefragt sind innovative Produkte und Dienstleistungen, aber auch moderne Kooperations- und Managementformen. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette steht die Branche vor der Herausforderung, ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern und zu verbessern.

Ziel des ZUFO-Projekts ist es, Entwicklungsmöglichkeiten für Unternehmen und Verbände in der Forst-Holz-Kette aufzuzeigen und gemeinsam mit ihnen umzusetzen. Hierzu untersucht das Projekt **Zukunftsmärkte der Forst-Holz-Kette (ZUFO)** beispielhaft zwei ausgewählte Bauholz-Ketten, nämlich Holzhäuser und Fenster. Von Mai 2005 bis April 2008 bearbeiten Wissenschaftler aus verschiedenen Disziplinen gemeinsam mit Praxispartnern diese Aufgabe in fünf Modulen:

- **Modul 1** befasst sich mit der Frage, wie das Holzangebot für den Bauholz-Sektor flexibler und nachfrageorientierter gestaltet werden kann. *Bearbeitung durch:* Institut für Forstökonomie (IFE) der Universität Freiburg i.Br..
- **Modul 2** untersucht die Anforderungen und Wünsche der Endkunden wie auch der Baumärkte, Architekten und Handwerker. *Bearbeitung durch:* Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW).
- **Modul 3** nimmt Kooperationen innerhalb der Kette in den Blick. *Bearbeitung durch:* Institut für Forstökonomie (IFE) der Universität Freiburg i.Br..
- **Modul 4** betrachtet die Unternehmen selbst, also deren Ressourcen und Fähigkeiten. *Bearbeitung durch:* Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW).
- **Modul 5** entwickelt Beratungskonzepte für die Forst-Holz-Kette und baut dabei auf den Erkenntnissen der anderen Module auf. *Bearbeitung durch:* Sozialforschungsstelle (sfs) Dortmund.

Die im Projekt vorgesehene Integration der einzelnen Modulergebnisse bietet einen ganzheitlichen Blick auf Innovationspotentiale und Veränderungsmöglichkeiten. Die „Praxistauglichkeit“ der Lösungsvorschläge wird durch die enge Zusammenarbeit mit Unternehmen und Verbänden gewährleistet, insbesondere dem Holzforum Allgäu.

Aktuelle Informationen und Ergebnisse finden sich auf der Projekt-Homepage [www.zufo.de](http://www.zufo.de).

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Projektträger Jülich  
Forschungszentrum Jülich GmbH

**Förderkennzeichen:** 033 055 6

**Die Autoren**

**Stefan Gold** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW) im Forschungsfeld Ökologische Produktpolitik im Büro Heidelberg. Seine Arbeitsschwerpunkte: Nachhaltigkeit, Naturressourcen, Innovationsforschung, Risikokommunikation.

Kontakt: Stefan Gold, Tel. 06221-649164, E-mail: stefan.gold@ioew.de

**Heiko Jersak** studiert Soziologie an der Rupprecht-Karls-Universität Heidelberg. Er war bis Juli 2007 Mitarbeiter des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW) im Forschungsfeld Ökologische Produktpolitik im Büro Heidelberg.

**Dr. Frieder Rubik** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW) und leitet das Forschungsfeld Ökologische Produktpolitik im Büro Heidelberg. Seine Arbeitsschwerpunkte sind: Integrierte Produktpolitik (IPP), Umwelt- und Sozillabelling, Ökobilanzen, Innovation und Diffusion ökologischer Technologien und Produkte.

Kontakt: Dr. Frieder Rubik, Tel. 06221-649166, E-mail: frieder.rubik@ioew.de

# Inhaltsverzeichnis

<b>0</b>	<b>KURZFASSUNG</b>	<b>9</b>
<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>17</b>
<b>2</b>	<b>FORSCHUNGSDESIGN</b>	<b>18</b>
2.1	Methodischer Untersuchungsaufbau	18
2.2	Theoretische Konzeption und Einbettung der Befragung	18
2.2.1	Vorüberlegungen	18
2.2.2	Typenbildung – die Grundtypen	20
2.2.3	Fragebogenaufbau	22
2.2.4	Fragebogenkonstruktion	23
2.3	Datenerhebung	23
2.3.1	Stichprobenziehung	24
2.3.2	CATI	24
2.4	Datenanalyse und Technik	25
2.4.1	Korrelationsanalyse	25
2.4.2	Faktorenanalyse	25
2.4.3	Clusteranalyse	26
<b>3</b>	<b>ALLGEMEINE EINSTELLUNGEN DER BEVÖLKERUNG</b>	<b>26</b>
3.1	Umweltzerstörung und andere gesellschaftliche Themenfelder	26
3.1.1	Allgemeine Ergebnisse	27
3.1.2	Soziodemografische Unterschiede	29
3.2	Allgemeine Einstellungen zu Umwelt und Umweltschutz	32
3.2.1	Allgemeine Ergebnisse	33
3.2.2	Soziodemografische Unterschiede	34
<b>4</b>	<b>WALD UND HOLZ – EIN DILEMMA?</b>	<b>37</b>
4.1	Waldbesuch und Walderleben	38
4.2	Wahrnehmung von Wald und Forstwirtschaft	40
4.2.1	Allgemeine Ergebnisse	40
4.2.2	Soziodemografische Unterschiede	43
4.3	Holz als Baumaterial	45
4.3.1	Allgemeine Ergebnisse	45
4.3.2	Soziodemografische Unterschiede	48

<b>5</b>	<b>DIE HOLZENDPRODUKTGRUPPEN</b>	<b>50</b>
5.1	Das Holzhaus	50
5.1.1	Allgemeine Ergebnisse	50
5.1.2	Aspekte des Entscheidungsprozess privater Bauherren	55
5.1.3	Generelle Einstellungen zu Holzhäusern	56
5.1.4	Soziodemografische Unterschiede der Befragten bezüglich baustoffentscheidender Aspekte	58
5.1.5	Fördermaßnahmen – ist ein Umdenken möglich?	61
5.2	Holzendproduktgruppe: Holzrahmenfenster	63
5.2.1	Allgemeine Ergebnisse	63
5.2.2	Kundenanforderungen und -wünsche an Fenster von holzfensteraversen Personen	64
5.2.3	Einschätzungen Holzrahmen- und Kunststoffrahmenfenster	66
5.2.4	Soziodemografische Unterschiede bei der Einschätzung von Holzrahmenfenster	68
5.2.5	Unterstützung bei der Entscheidung für Holzfenster	69
<b>6</b>	<b>GESELLSCHAFTLICHE AFFINITÄTEN FÜR HOLZENDPRODUKTE</b>	<b>70</b>
6.1	Vergleich der Stichprobenzusammensetzung mit der Grundgesamtheit	70
6.2	Faktorenanalysen	71
6.2.1	Allgemeine Einstellungen	71
6.2.2	Umwelteinstellung	72
6.2.3	Waldwahrnehmung	73
6.2.4	Einstellung zu Holz als Baumaterial	75
6.2.5	Einstellung zu Holzhäusern	76
6.2.6	Einstellung zu Holzrahmenfenster	78
<b>7</b>	<b>DIE CLUSTERANALYSE – GENERIERUNG EINER HOLZTYPOLOGIE</b>	<b>80</b>
7.1	Die Holztraditionalisten	88
7.2	Die Holzdesinteressierten	92
7.3	Die etablierten Holzaffinen	95
7.4	Die überlasteten Holzaversen	99
7.5	Die Holznewcomer	103
7.6	Die selektiv-interessierten Holzaffinen	107
7.7	Die desinteressierten Holzaufsteiger	111
7.8	Die postmateriellen Holzaffinen	116
<b>8</b>	<b>FAZIT</b>	<b>120</b>
<b>9</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>125</b>
<b>10</b>	<b>ANHÄNGE</b>	<b>127</b>
10.1	Anhang 1: Fragebogen	127
10.2	Anhang 2: Tabellen	141

## Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1:	Stichprobe	24
Tab. 3.1:	Die Wichtigkeit politischer Aufgabenbereiche (Kuckartz 2006, 17)	27
Tab. 3.2:	Wahrgenommene Beunruhigungspotenziale von gesellschaftlichen Themenfeldern (n=1.004)	28
Tab. 3.3:	Allgemeine Einstellungen zur Umwelt (n=1.004)	34
Tab. 3.4:	Korrelationen Alter und Umwelteinstellungen (n=1.004)	36
Tab. 3.5:	Korrelationen Umwelteinstellungen und Bildung (n=1.004)	37
Tab. 4.1:	Häufigkeit der Waldbesuche in den letzten drei Monaten (n=1.004)	38
Tab. 4.2:	Häufigste Anlässe für Waldbesuche (n=806)	39
Tab. 4.3:	Zusammenhang zwischen Geschlecht und Waldwahrnehmung (n=1.004)	43
Tab. 4.4:	Zusammenhang zwischen Waldwahrnehmung und Bildung/Alter (n= 1.004)	44
Tab. 4.5:	Einstellung zu Holz als Baumaterial (n=1.004)	47
Tab. 4.6:	Rangfolge/ Mittelwerte der Bewertung von Holz als Baumaterial	48
Tab. 4.7:	Zusammenhänge zwischen Einstellungen zu Holz als Baumaterial und soziodemographischen Charakteristika (n=1.004)	49
Tab. 5.1:	Hauskauf und/oder Hausbauverteilung in Abhängigkeit sozialstatistischer Merkmale (n=1.004)	51
Tab. 5.2:	Kaufentscheidung Altbau-Neubau-Verteilung (n=546)	51
Tab. 5.3:	Baumaterial nach Soziodemografika (n=546)	52
Tab. 5.4:	Relevanz der Holzbauweise im Entscheidungsprozess von Neubauten (n=267)	53
Tab. 5.5:	Relevanz der Holzbauweise im Kaufentscheidungsprozess (n=212)	53
Tab. 5.6:	Neubauplanung in den nächsten fünf Jahren (n= 1.004)	54
Tab. 5.7:	Präferenzen der potenziellen Bauherren in den nächsten 5 Jahren (n=131)	54
Tab. 5.8:	Theoretische Präferenzen für den Hausbau von Personen ohne Bauabsicht (n=873)	54
Tab. 5.9:	Bewertung von entscheidungsrelevanten Aspekten für eine bestimmte Bauweise (n=1.004)	55
Tab. 5.10:	Assoziierte Vorteile der Holzbauweise (n=1.004)	57
Tab. 5.11:	Korrelation zwischen soziodemographischen Merkmalen und bauweiseentscheidenden Aspekten	59
Tab. 5.12:	Korrelation zwischen assoziierten Vorteilen der Holzbauweise und soziodemografischen Charakteristika	60
Tab. 5.13:	Beurteilung verschiedener Fördermaßnahmen (nur Holzkritiker)	62
Tab. 5.14:	Fenstereinbauquote (n=1.004)	63
Tab.5.15:	Fenstererneuerung in den nächsten 5 Jahren (n=1.004)	64
Tab. 5.16:	Materialwahl bei früherer Fenstererneuerung (n=629)	64
Tab.5.17:	Materialvorstellung künftiger Sanierer (n=157)	64
Tab. 5.18:	Veränderungswünsche von Nichtverwendern von Holzfenstern (n=647)	65
Tab. 5.19:	Sonstige Kundenwünsche (n=132)	66
Tab. 5.20:	Korrelationen zwischen den Einschätzungen zu Holzrahmenfenster und soziodemografischen Merkmalen (n=1.004)	69
Tab. 5.21:	Fördermaßnahmen für Holzkritiker (n=647)	70

Tab. 6.1:	Faktorenanalyse: gesellschaftliche Themenfelder _____	71
Tab. 6.2:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse der gesellschaftlichen Themenfelder _____	72
Tab. 6.3:	Faktorenanalyse: Umwelteinstellung _____	72
Tab. 6.4:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Umwelteinstellung _____	73
Tab. 6.5:	Faktorenanalyse: Waldwahrnehmung _____	74
Tab. 6.6:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Waldwahrnehmung _____	75
Tab. 6.7:	Faktoranalyse: Holz als Baumaterial _____	75
Tab. 6.8:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Einstellung zu Holz als Baumaterial _____	76
Tab. 6.9:	Faktorenanalyse: assoziierte Vorteile der Holzbauweise (Hausbau) _____	77
Tab. 6.10:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse zu der Vorteilhaftigkeit von Holzhäusern _____	78
Tab. 6.11:	Faktorenanalyse: assoziierte Vorteile der Holzbauweise (Hausbau) _____	79
Tab. 6.12:	Faktoren und Items der Faktorenanalyse zu der Einschätzung von Holzrahmenfenstern _____	80
Tab. 7.1:	Die Typen und ihre Zustimmung zu den Dimensionen _____	82
Tab. 7.2:	Vereinfachte Darstellung der Zustimmung der Typen zu den Faktordimensionen _____	83
Tab. 8.1:	Kreuztabelle Bildung-Geschlecht _____	141
Tab. 8.2:	Korrelation zwischen gesellschaftlichen Themenfeldern und Soziodemografie _____	142
Tab. 8.3:	Umweltzerstörung aufgeteilt nach Altersgruppen _____	143
Tab. 8.4:	Korrelation zwischen dem Alter und der Beunruhigung durch Umweltzerstörung _____	144
Tab. 8.5:	Bildung korreliert mit Umweltzerstörung _____	144
Tab. 8.6:	Signifikante Korrelationen zwischen Geschlecht und allgemeiner Umwelteinstellung _____	145
Tab. 8.7:	Waldbesuche nach Wohnregion _____	146
Tab. 8.8:	Alter korreliert mit Waldbesuchen _____	146
Tab. 8.9:	Waldbesuche aufgeteilt nach Altersgruppen _____	147
Tab. 8.10:	Anlässe für Waldbesuche nach Wohnregion _____	148
Tab. 8.11:	Anlässe für Waldbesuche aufgeteilt nach Altersgruppen _____	149
Tab. 8.12:	Baustoffwahl bei bereits gekauftem Haus/ Wohnung _____	150
Tab. 8.13:	Wichtigkeit der Aspekte bei Baumaterialentscheidung nach Planern/Erwägern/Nichtplanern _____	151
Tab. 8.14:	Korrelationen zwischen Eigenschaften von Holzhäusern _____	152
Tab. 8.15:	Materialwahl bei Fensterrahmen nach Planern/Erwägern/Nichtplanern _____	153

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 0.1:	Typengrößen _____	10
Abb. 2.1:	Darstellung der Typenbildung _____	21
Abb. 2.2:	Korrelationsmodell _____	22
Abb. 3.1:	Beunruhigung von Umweltzerstörung nach der Höhe der Bildungsabschlüsse (n=1.004) _____	30
Abb. 3.2:	Unterschiede zwischen Frauen und Männern bezüglich des Beunruhigungsfaktors gesellschaftlicher Themen (n=1004) _____	31
Abb. 3.3:	Bewertung des Beunruhigungspotenzials von Umweltzerstörung (in %) nach Altersgruppen (n=1.004) _____	32
Abb. 4.1:	Einschätzung der Befragten zum Thema Wald (in %) (n=1.004) _____	41
Abb. 5.1:	Einschätzung von Holz- und Kunststoffrahmenfenster (n=1.004) _____	67
Abb. 7.1:	Typengrößen _____	81
Abb. 7.2:	Zustimmung zu Fördermaßnahmen im Holzbau nach Holztypen: holzaverse Planer (n=93) _____	84
Abb. 7.3:	Zustimmung zu Fördermaßnahmen im Holzbau nach Holztypen: holzaverse Nicht-Planer (n=622) _____	85
Abb. 7.4:	Zustimmung zu absatzfördernden Veränderungsmaßnahmen an Holzrahmenfenstern nach Holztypen (nur Holzrahmenaverse) (n=647) _____	86
Abb. 7.5:	Zustimmung zu Fördermaßnahmen bei Holzrahmenfenstern nach Holztypen (nur Holzrahmenaverse) (n=647) _____	87
Abb. 8.1:	Darstellung des Zusammenhangs zwischen der Holznutzung und der klassischen Vorbehalte gegenüber Holz _____	121
Abb. 8.2:	Überblick über den sozialen Status der Holztypen _____	122
Abb. 8.3:	Potenzielle Kundengruppen _____	123



## 0 Kurzfassung

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**

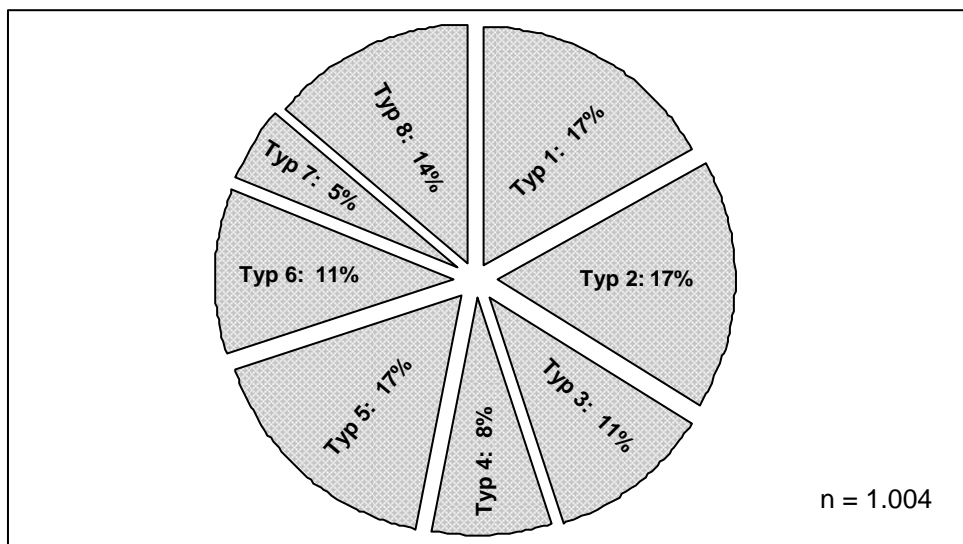
Holzrahmenfenster verloren in den letzten Jahrzehnten gegenüber Fensterrahmen aus anderen Materialien (insbesondere Kunststoff) beträchtliche Marktanteile. Aus Sicht der Verbraucher punkten Holzrahmenfenster insbesondere im ästhetisch-optischen Bereich, durch ihre Umweltfreundlichkeit und ihre Beförderung 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. 0.1: 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 Holzproduktgruppen 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 Holzaversen 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 Holzaversen kann mögliche Ansatzpunkte für Marketingstrategien darstellen.

In der Gesamtbetrachtung stellen die überlasteten Holzaversen (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 Wohngesundheits 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 Wohngesundheits zugesprochen. Vorteile der Holzbauweise hinsichtlich der kurzen Bauzeit und des einfachen Anbauens 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, Wohngesundheits, 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 Ziel-

gruppe 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 Umbauens 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 Fenstereinfbauten 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 nachhaltigen 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 Holzbauquote 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 Zweifamilienhausbau stehen bleiben, sondern muss neben dem öffentlichen Bauwesen vor allem auch den Mehrgeschossbau, Aufstockungen, Wohnungssanierungen und Nachverdichtungen einbeziehen.



# 1 Einleitung

Im Rahmen des ZUFO Verbundprojektes wurde in Modul 2 eine repräsentative Verbrauchenumfrage durchgeführt, die zum Ziel hat, Einstellungen privater Endverbraucher<sup>1</sup> zu Wald, Forstwirtschaft, Holz und Holzprodukten zu untersuchen. Die Studie untersucht, welchen Einfluss die Einstellung zur Umwelt, Holz im Allgemeinen und die Wahrnehmung des Waldes sowie der Waldbewirtschaftung auf die Affinität zu Holzprodukten haben. Ziel ist es, Verbraucherverhalten und -anforderungen gegenüber Holzprodukten im Bereich Bauen und Wohnen zu erforschen. Im Mittelpunkt der Analyse stehen Kauf-faktoren für Holzprodukte sowie Charakteristika des Nachfrageverhaltens. Dabei beschränken wir uns beispielhaft auf die beiden Marktsegmente Holzhausbau und Holzrahmenfensterbau. Dabei sollen unterschiedliche „Holztypen“ herausgefiltert werden, die als potenzielle Kunden angesehen werden können.

Die Befragung baut auf einer ausführlichen Untersuchung des State-of-the-art zum Thema Verbraucher und Holz auf, die 2006 durchgeführt wurde (vgl. Rubik 2006). In diesem Arbeitsbericht werden nun im Folgenden die Ergebnisse der repräsentativen Verbraucherbefragung, die im Herbst 2006 durchgeführt wurde, dargestellt.

Der Aufbau der Ergebniskapitel folgt jeweils dem nachstehenden Schema:

- Zunächst werden in den Kapiteln 1 bis 5 die Häufigkeitsauszählungen dargestellt, interpretiert und fallweise mit früheren Ergebnissen verglichen. Darauf folgt in den jeweiligen Unterkapiteln die Analyse der soziodemografischen Unterschiede in den wesentlichen Kategorien Geschlecht, Alter, Einkommen und Bildung, Wohnsituation, Erwerbstätigkeit sowie Wohnort, um die sozialstrukturelle Divergenzen zu eruieren. Als weitere Differenzierungsmerkmale sollen das Baumaterial des zurzeit bewohnten Hauses sowie der Grad der Auseinandersetzung mit dem Thema Holzhausbau fungieren. Daran schließen sich Zusammenhangsanalysen an, um die Unterschiede auf ihre Signifikanz zu überprüfen.
- Im nächsten Schritt werden in Kapitel 6 die erhobenen Daten zu einer Faktorenanalyse verdichtet. Kapitel 7 entwickelt darauf aufbauend eine Clusteranalyse, die die Bevölkerung in acht „Holztypen“ einteilt. Jeder Holztyp wird hinsichtlich seiner Einstellungen zu Gesellschaft, Wald, Holz und seiner Affinität zu Holzhäusern und Holzrahmenfenstern beschrieben und gegenüber den anderen Typen kontrastierend dargestellt. Dabei werden auch auf mögliche Fördermaßnahmen zur Erschließung der verschiedenen Holztypen eingegangen.
- Die Untersuchung schließt in Kapitel 8 mit einem Fazit.

Abschließend möchten wir uns an dieser Stelle sehr herzlich für die Unterstützung bei einer Reihe von Personen bedanken: Wiebke Colmorgen (g/d/p, Hamburg), Svenja Diefenbacher, Dr. Marco Lalli (sociotrend, Leimen) sowie Dirk Scheer (IÖW, Heidelberg).

---

<sup>1</sup> Im Interesse einer besseren Lesbarkeit wird im Folgenden von einer Schreibweise mit jeweils explizierter männlicher und weiblicher Form Abstand genommen.

## 2 Forschungsdesign

Die Zukunft bzw. Zukunftsfähigkeit der Holzmärkte steht im Mittelpunkt dieser Untersuchung. Zukunftsmärkte der Forst-Holz-Kette müssen sich auf variable Wettbewerbsbedingungen und neue – veränderte – Kundenerwartungen und -anforderungen einstellen. Darauf geht diese Studie im weiteren Fortgang ein. Hierzu wurde eine repräsentative Verbraucherbefragung durchgeführt, über deren Design dieses Kapitel informiert.

### 2.1 Methodischer Untersuchungsaufbau

Bei der repräsentativen Verbraucherstichprobe Holz handelt es sich um eine Primärdatenerhebung. Als Verfahren der Erhebung wurde die Befragung gewählt, da diese den einfachsten Zugang zu einer repräsentativen Erfassung des Untersuchungsgegenstands ermöglicht. Die Entscheidung für eine repräsentative Erhebung erfolgte inhaltlich aufgrund der breit angelegten Thematik, deren Untersuchung auf nicht-repräsentativer Basis weitgehend an Bedeutung verloren hätte.

Die Befragung erfolgte standardisiert mit geschlossenen Fragen<sup>2</sup>. Eine Befragung mit offenen Fragen hätte eine äußerst umfangreiche Datenmenge geliefert, deren Erfassung und Auswertung sehr zeitintensiv gewesen wäre. Unter den vielfältigen Möglichkeiten der Befragung fiel die Entscheidung auf Telefoninterviews, die ohne übermäßigen zeitlichen und finanziellen Aufwand eine große Menge an Befragungen ermöglicht, regionale Grenzen ohne Restriktionen überwindet und verlässliche Ergebnisse bei limitierten Finanzmitteln liefert.

### 2.2 Theoretische Konzeption und Einbettung der Befragung

#### 2.2.1 Vorüberlegungen

Konsumverhalten ist in modernen Gesellschaften eine komplexe und interdependente Angelegenheit. Ausgehend von einem evolutorischen Ansatz der Ökonomik, der im Vergleich zu neoklassischen Theorie komplexere und realitätsnähere Verhaltenmuster berücksichtigt, wird die Annahme getroffen, dass Anpassung an exogene Faktoren wie Umweltzerstörung sowie Lernprozesse, die sich lebensweltlich<sup>3</sup> aus Erfahrungen ergeben, Kaufverhalten und Konsummuster nachhaltig beeinflussen und verändern (vgl. Ebner 2004). Die theoretischen Überlegungen zu dieser Befragung basieren auf folgenden Säulen:

---

<sup>2</sup> Vgl. Anhang 1: Fragebogen.

<sup>3</sup> Zum Begriff Lebenswelt vgl. Berger/Luckmann 1995.

### 1. *Einfluss des Umweltbewusstseins*

Die These ist, dass die drei Hauptdeterminanten von Umweltbewusstsein – Umweltverhalten, Umweltwissen und Umwelteinstellung – in positivem Zusammenhang zu einer Affinität zu Holz und schließlich zur Verwendung von Holzprodukten steht<sup>4</sup>. Da sich Umweltverhalten in mündlichen Befragungen nur sehr schwer valide erfassen lässt, handelt es sich hier, um einen Selbsteinschätzung (verbal commitment). Für das Produkt Holz spielt Umweltwissen in aller erster Linie in Verbindung mit Waldwissen eine Rolle. Unter Einstellung werden im engeren Sinne die Haltung zu einem bestimmten Themenkomplex verstanden. Teil der Einstellung ist dabei auch die Betroffenheit, die emotionale Anteilnahme, mit der Menschen auf exogene Tatsachen und Prozesse reagieren. Für die Interpretation ist bei Einstellungsthematiken deshalb wichtig, den äußeren Kontext, denen Personen ausgesetzt sind, mit einzubeziehen. Dazu zählt vor allem die mediale Berichterstattung zu gesellschaftlichen Themen, aber auch die individuelle Situation des Befragten. In dieser Untersuchung wurde versucht, Betroffenheit und Haltung als Teilkomponenten des Überbegriffs Einstellung voneinander getrennt abzufragen. Dadurch können die stabileren Haltungen, die auf Werthaltungen und Normen basieren, von den variableren affektiven Komponenten wie Angst, Zorn und Empörung differenziert werden.

### 2. *Einfluss der Wahrnehmung des Waldes und der Waldbewirtschaftung*

Die Wahrnehmung des Waldes und der Waldbewirtschaftung scheint ein wichtiger Indikator für die Nutzung des Rohstoff Holz. Es ist davon auszugehen, dass die Einstellung zum Wald, das innere Bild davon und das Wissen darüber einen starken Einfluss auch auf den Konsum von Holzprodukten hat. Inwieweit die Verwendung von Holzendprodukten befürwortet wird, hängt insbesondere stark an der Einstellung zur Waldbewirtschaftung. Wald ist für viele Menschen der Inbegriff für Natur, wie einige frühere Studien zu diesem Thema belegen (vgl. Pauli 1999). Die sich daran anschließende Frage ist, ob Wald dabei auch gleichzeitig als Rohstoffquelle gesehen wird oder romantisch als sakrosankt verklärt wird.

### 3. *Einfluss der wahrgenommenen konstruktiven Eigenschaften von Holz als Baumaterial*

Die – subjektive – Bewertung der konstruktiven Eigenschaften des Baumaterials spielt beim Hausbau als Kaufentscheidungsprozess von langlebigen Konsumgütern eine wichtige Rolle. Dies kann durch Theorien der beschränkten Rationalität (Bounded Rationality) begründet werden. Auf der Basis der vorhandenen Informationen will der Konsument mit seiner Kaufentscheidung seinen Nutzen maximieren. Dieser Nutzen leitet sich maßgeblich von der Einschätzung der Qualität des Produktes und damit einhergehend von dessen Wertbeständigkeit und Langlebigkeit ab. Beim Hausbau sind demgemäß die dem Baumaterial zugesprochenen konstruktiven bauphysischen Eigenschaften von großer Bedeutung.

### 4. *Einfluss sozialer Determinanten*

Der Einfluss sozialer Determinanten wird anhand der in den Sozialwissenschaften gebräuchlichen bestimmt. Dazu gehören Geschlecht, Alter, Bildung, Berufstätigkeit, Einkommen und geographische Verortung. Die Befragung verfolgt das Erkenntnisziel, ob Holzpräferenzen in gewissen Abhängigkeitsverhältnissen zu sozialstrukturellen Variablen stehen.

---

<sup>4</sup> Vergleiche zum Begriff Umweltbewusstsein Malloney/Ward 1973 und Kuckartz/Haan 1996. Für unsere Fragestellung ist die Debatte um Umweltverhalten als Teildimension des Umweltbewusstsein uninteressant. Für das Absatzpotenzial von Holzendprodukten ist das konkrete umweltrelevante Verhalten in Alltagssituationen (actual commitment) weniger wichtig als das verbal commitment, also Handlungsbereitschaften bzw. Handlungsabsichten.

## 5. Identifizierung von Vermarktungsstrategien für Holzendprodukte

Die Studie verfolgt das Ziel zu prüfen, inwieweit für den Konsumenten kaufentscheidende Aspekte bei Holzendprodukten erfüllt sind und wo mögliche Defizite liegen, die durch Informationsstrategien und einen geeigneten Marketing-Mix begegnet werden können. Zudem wird versucht, Kundenwünsche und -anforderungen bezüglich der untersuchten Holzendprodukte zu identifizieren, um eine Wissensbasis zu schaffen, die es ermöglicht, zielgerichtete Marketingstrategien zu entwickeln.

### 2.2.2 Typenbildung – die Grundtypen

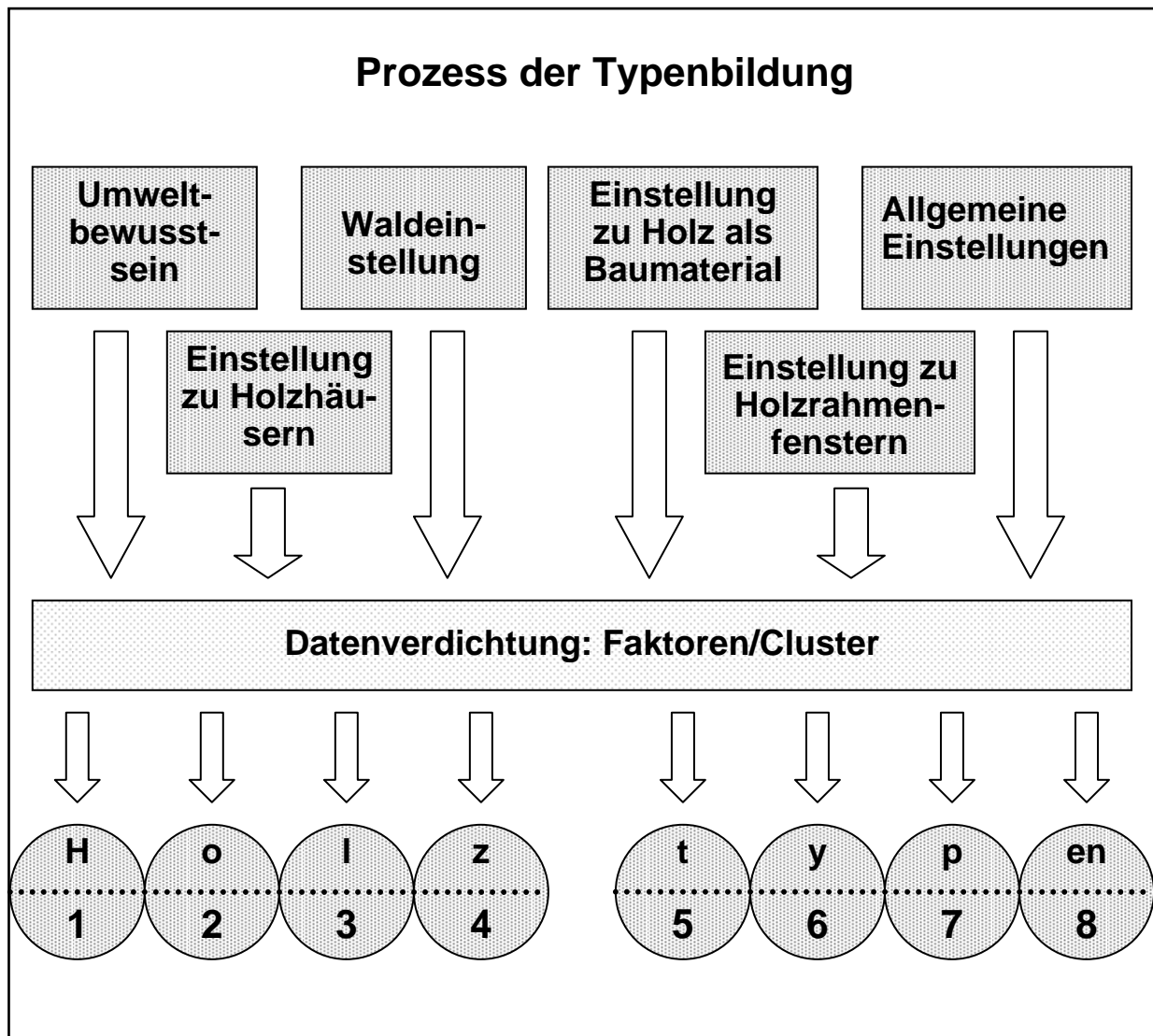
Der Begriff Typus steht für bestimmte Merkmale, Muster und Eigenschaften, die einer Gruppe von Individuen in vergleichbarer Weise gemeinsam sind (vgl. Meyers Lexikon 1979). Ausgangspunkt einer subjektorientierten Analyse von Typen ist die Annahme, dass es typenspezifische Strukturen des Aufbaus von Wirklichkeit gibt (vgl. Schulze 1993). Eine Typenzugehörigkeit ist aus mehreren Gründen eine konstante und stabile Entität: Einstellungen zu bestimmten Themen sind Resultate einer Vielzahl von Einzelereignissen und Erlebnissen, die im Laufe des bisherigen Lebens stattgefunden haben. Es ist davon auszugehen, dass nur Einzelereignisse ganz fundamentaler Art Einstellungen und damit auch Handlungsrichtungen beeinflussen können (vgl. Schulze 1993). Zum anderen hat der Interpretationsrahmen von Typen den Charakter einer normativen Konvention. Der Wechsel des Interpretationsrahmens ist daher immer mit einer Grundsatzentscheidung verbunden, die in irgendeiner Weise Sanktionen zur Folge hat<sup>5</sup>.

In der vorliegenden Untersuchung sollen Typen nach ihren unterschiedlichen Grundeinstellungen bezüglich gesellschaftlicher Themen, Umwelt, Wald, Holz und Holzendprodukte identifiziert werden. Die einzelnen Themenbereiche wurden mit Items abgefragt, die soweit wie möglich alle Dimensionen eines Themenfeldes umspannen. Durch eine Faktorenanalyse wurden zum einen die von uns entworfenen und zum anderen die aus früheren Studien abgeleiteten Items zu den einzelnen Themen auf die wesentlichen Dimensionen kondensiert. Bei der Clusterung wurde schließlich eine 8er-Lösung ausgewählt. Die Typenbildung ist für die vorliegende Studie aus mehreren Gründen ein interessantes Verfahren: Durch die Analyse von Grundhaltungen kann herausgefunden werden, welche gesellschaftlichen Typen oder Gruppen als Marketingzielgruppen für Holzprodukte in Frage kommen. Ein zusätzlicher Gewinn dieser Herangehensweise ist es, dass Abschätzungen möglich sind, ob und inwieweit schnelle positive nachfrageseitige Effekte für die Produktgruppen Holzrahmenfenster und Holzhausbau zu erzielen sind. Oder ob es einer langfristigen Trendwende hin zu einer höheren Holzhaus- und Holzfensterquote bedarf, die mit tiefer greifenden Einstellungsänderungen einhergehen muss.

---

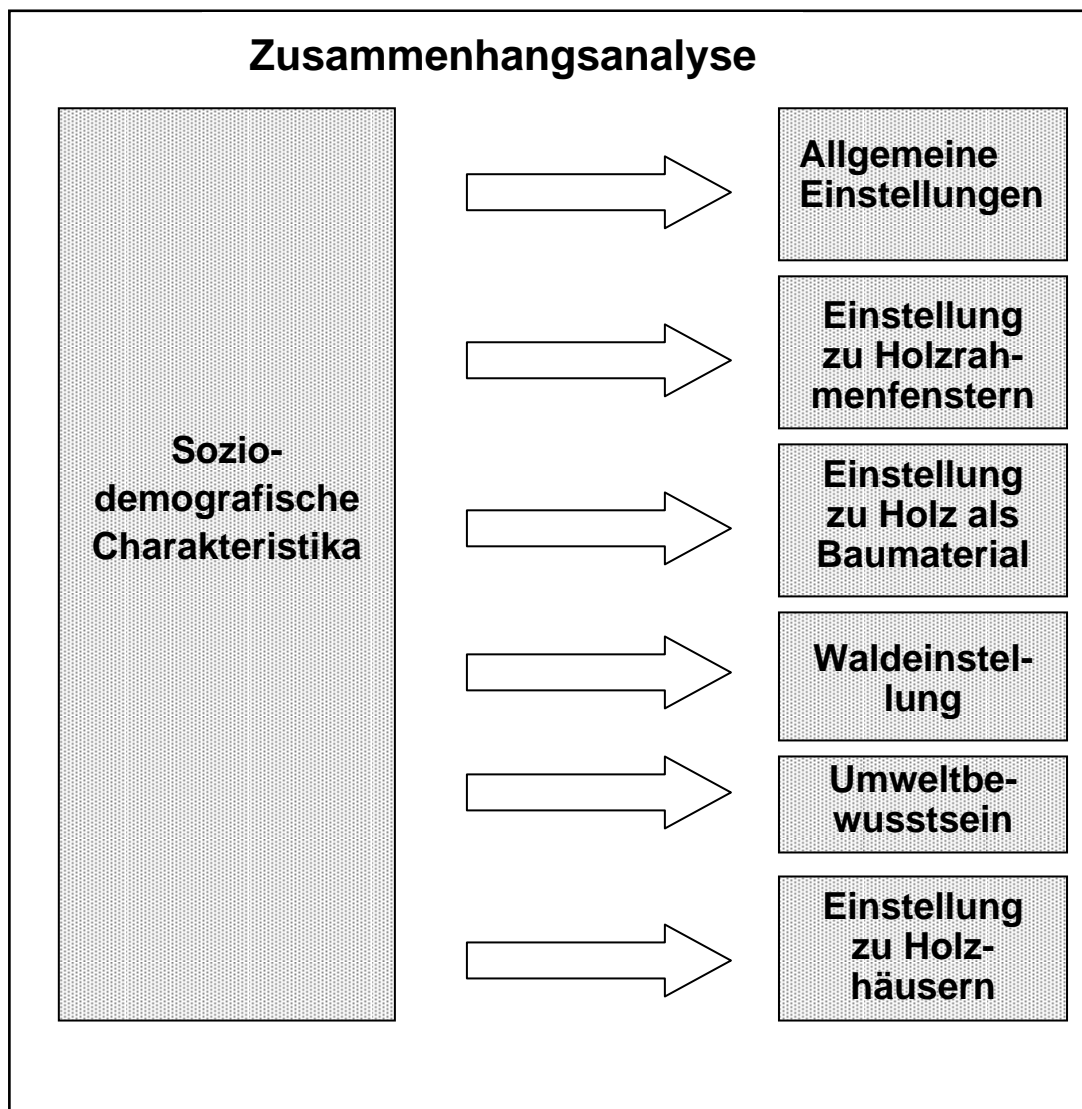
<sup>5</sup> Vgl. ausführlicher bei Noelle-Neumann 1996.

Abb. 2.1: Darstellung der Typenbildung



Vor der Typenbildung wurde in einem ersten Schritt Korrelationen zwischen den unterschiedlichen Einstellungsvariablen und den soziodemografischen Charakteristika gerechnet um etwaige sozialstrukturell bedingte Unterschiede zu erfassen. Das Korrelationsmodell besteht einerseits aus Soziodemografie und andererseits aus den Bereichen allgemeine Einstellungen, Einstellungen zu Umwelt, Wald, Forstwirtschaft und Holz als Baumaterial sowie die Beurteilung der beiden Holzendproduktgruppen (vgl. Abb.2.2).

Abb. 2.2: Korrelationsmodell



### 2.2.3 Fragebogaufbau

Der eingesetzte Fragebogen (vgl. Anhang 1: Fragebogen) setzt sich aus mehreren einzelnen Frageblöcken zu den oben genannten Säulen zusammen:

- (1) Holz als Baumaterial,
- (2) Holzprodukte am Beispiel der Endproduktgruppen Holzhäuser und Holzrahmenfenster, Affinitäten zu diesen Produkten,
- (3) allgemeine gesellschaftliche Themen und Umwelt,
- (4) Wald und Forstwirtschaft sowie Waldbesuche,
- (5) soziodemografische Charakteristika und Wohnsituation.

Die einzelnen Teilabschnitte bzw. Blöcke des Fragebogens werden für die univariate Auswertung getrennt betrachtet und aufgrund der inhaltlichen Unterschiede einzeln analysiert. Bei der multivariaten Analyse werden die einzelnen Themenfelder zusammengeführt.

## 2.2.4 Fragebogenkonstruktion

Als Fragetyp wurden zum Großteil geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien gewählt. Es wurden in der Regel sogenannte Ratingfragen benutzt. Um die Befragten nicht zu überfordern, wurden die Fragen kurz und die Antwortvorgaben begrenzt gehalten. Die Entscheidung bei diesen fiel auf eine 4er Skala. Diese brachte den weiteren Vorteil mit sich, den Effekt der „Tendenz zur Mitte“ (vgl. Schnell et al. 1996) durch die Wahl einer geraden Anzahl von Antwortkategorien zu unterbinden.

Ein bedeutender Vorteil von geschlossenen Fragen liegt in der Auswertung. Hier müssen keine Kategorisierungen der Antworten vorgenommen werden. Andererseits bietet dieser Fragetypus keine Garantie, das ganze Referenzspektrum der Befragten zu erfassen: Der/die Befragte kann nicht die Antwort geben, die er/sie gerne geben würde. Dies stellt jedoch kein wesentliches Problem bei dieser Befragung dar. So decken die Fragen zu den Einstellungen zu Umwelt, Wald und Holz die wesentlichen Bereiche vieler früherer Studien<sup>6</sup> ab, so dass mit keiner besonders starken Fragmentierung des Antwortspektrums zu rechnen wäre. Die Spezialthemen der Holzendprodukte orientierten sich an den klassischen Einstellungsitems bei Konsumententscheidungen. Für die Dimensionsbildung gibt es hierzu viel Sekundärliteratur, die im Rahmen der Vorbereitung der Umfrage herangezogen wurde.

## 2.3 Datenerhebung

Das Gesamtsample der repräsentativen Erhebung betrug  $n = 1004$  Personen über 18 Jahren.

Die Eckdaten der Felderhebung lauten:

- Erhebungsinstitut g/d/p Hamburg (vgl. [www.gdp-group.com](http://www.gdp-group.com)),
- Erhebungszeitraum: November bis Anfang Dezember 2006,
- Grundgesamtheit: deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre,
- Erhebungsart: Computerunterstützte Telefoninterviews (CATI) 15-20 Minuten.

Um Verzerrungseffekte durch die Reihenfolge der zu bewertenden Aussagen zu minimieren, wurde die Aussagenreihenfolge computergestützt durchmischt. Um den von Schumann/Presser (in: Wüst 1998) beobachteten „Response-order-effect“, der besagt, dass die erste und letzte Antwortkategorie beim Telefoninterview bevorzugt würden, zu vermeiden, wurden die Antwortvorgaben in den Interviews mit Hilfe von CATI rotiert.

Es muss hier auch daraufhin gewiesen werden, dass durch die begrenzte Zeit bei Telefoninterviews nur einige wenige Kontrollfragen angebracht werden konnten, die eine Antwortkontrolle ermöglichen.

---

<sup>6</sup> Vgl. dazu die summarische Darstellung bei Rubik 2006.

### 2.3.1 Stichprobenziehung

Das Stichprobensample wurde von dem Erhebungsinstitut Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg, erstellt. Dabei wurde eine repräsentative nach Bundesländern geschichtete Zufallsstichprobe aus der Gesamtheit aller eingetragenen Telefonnummern (Privathaushalte) gezogen. Anschließend wurden die Telefonnummern mit dem RLD-Verfahren (Random Last Digit) modifiziert, um auch nicht eingetragene Haushalte zu erreichen. Innerhalb des Haushaltes wurde die Zielperson (ab 18 Jahre) durch den Geburtstagsschlüssel ermittelt.

**Tab. 2.1: Stichprobe**

<b>Bruttostichprobe</b>	<b>15.646</b>	
<b>qualitätsneutrale Ausfälle</b>		
kein Anschluss/Fax/Modem	8.776	
Geschäftsanschluss	531	
nach 7 Kontaktversuchen kein Kontakt	2.287	
Zielperson verzogen/verstorben	1	
<b>Bruttostichprobe (ohne qualitätsneutrale Ausfälle)</b>	<b>4.051</b>	<b>100%</b>
<b>Stichprobenverzerrende Vorausfälle</b>		
Verweigerung	1.268	31%
Verständigungsprobleme	343	8%
<b>Stichprobenverzerrende Nachausfälle</b>		
Verweigerung der Zielperson	584	14%
Verweigerung aus Zeitmangel	202	5%
Zielperson in der Feldzeit nicht anwesend	160	4%
andere (wie Krankheit, Länge des Interviews etc.)	490	12%
<b>verbleibende Interviews insgesamt</b>	<b>1.004</b>	<b>25%</b>

### 2.3.2 CATI

Bei CATI handelt es sich um ein computerunterstütztes telefonisches Interviewverfahren (Computer-Assisted-Telephone-Interview). Neben der allgemeinen Unterstützung bei der Befragung – wie Steuerung des Interviews, sofortige Eingabe der Daten – erlaubt CATI auch die automatische Wahl von Telefonnummern, die Zuordnung von Befragten zu Interviewern und überwacht die Interviewdurchführung (supervision)<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Vgl. dazu ausführlicher Frey et al. 1990 oder Fuchs 1994.



## 2.4 Datenanalyse und Technik

Die Datenanalyse erfolgte durch das Forschungsinstitut sociotrend GmbH Gesellschaft für Sozialforschung, Methodenentwicklung und Statistik, Leimen, mit Hilfe von Datenanalysesoftware. Die spezifisch angewandten Methoden der Auswertung folgen den in den Sozialwissenschaften standardmäßig verwendeten uni-, bi- und multivariaten Analysemethoden.

Für die Auswertung wurde die Statistiksoftware SPSS verwendet. Zur Vereinfachung wurden bei einem Großteil der Fragen die SPSS-Tabellen in übersichtlicheren Tabellen zusammengefasst, in denen nur die gültigen Prozentwerte angegeben wurden. In Annex 2: Tabellen befinden sich die Originaltabellen aus SPSS.

Die spezifisch angewandten zentralen Methoden – Korrelationsanalyse, Faktorenanalyse, Clusteranalyse – werden im Anschluss kurz erläutert.

### 2.4.1 Korrelationsanalyse

Unter Korrelation versteht man eine statistische Kennzahl, die den Zusammenhang zwischen zwei Variablen angibt. Das Maß für die Stärke der Korrelation wird meist als Korrelationskoeffizient  $r$  bezeichnet. Im allgemeinen können diese Werte minimal  $-1$  und maximal  $+1$  annehmen, wobei  $-1$  einen perfekten negativen („je größer  $X$ , desto kleiner  $Y$ “) und  $+1$  einen perfekten positiven („je größer  $X$ , desto größer  $Y$ “) Zusammenhang bezeichnet. Die Wahl des Korrelationskoeffizienten hängt vom Messniveau der Variablen ab. Die wichtigsten Koeffizienten sind dabei der Pearson'sche Korrelationskoeffizient und der Korrelationskoeffizient nach Spearman. Die Wahl des Korrelationskoeffizienten hängt von dem Skalenniveau der zu korrelierenden Items ab. Bei intervallskalierten Skalen verwendet man Pearson und bei ordinalen Skalen greift man auf Spearman zurück.

### 2.4.2 Faktorenanalyse

Die Faktorenanalyse ist ein Verfahren der Datenreduktion beziehungsweise der Dimensionsreduktion. Es wird angenommen, dass hinter einer Reihe von Messwerten eine grundlegende, nicht direkt messbare Variable (Dimension) steht, etwa eine Eigenschaft oder eine Einstellung. Eine solche hypothetische Variable wird als Faktor bezeichnet. Dabei müssten diejenigen Variablen die auf einen Faktor laden untereinander in hohem Maße korreliert sein. Die entsprechende Korrelationsmatrix ist daher Ausgangspunkt der Faktorenanalyse. Häufig wird die Faktorenanalyse dann eingesetzt, wenn man annimmt, dass eine Serie von Messwerten verschiedene Variablen repräsentiert; dann soll die Faktorenanalyse festlegen, welcher Messwert zu welchem Faktor gehört.

Für alle Verfahren der Faktorenextraktion gilt:

- Die extrahierten Faktoren sollten einen so großen Varianzanteil wie möglich erklären. In der Regel ist ein Ergebnis  $> 0,5$  der Gesamtvarianzaufklärung ein gutes Ergebnis.
- Die Faktoren sind untereinander völlig unabhängig. Die Qualität des Ergebnisses einer Faktorenanalyse kann man auch daran erkennen, dass sie für jede Variable eine hohe Ladung (Absolutbetrag mindestens  $0,6$ ) auf einem Faktor und niedrige Ladungen (Absolutbetrag möglichst unter  $0,1$ ) auf allen anderen Faktoren ergibt (sog. „Einfachstruktur“).

Den letzten Schritt der Faktorenanalyse stellt die Interpretation der gewonnenen Faktoren dar. Die

Tatsache, dass bestimmte Merkmale zu einem gemeinsamen Faktor gehören, muss durch inhaltliche Überlegungen plausibel gemacht werden können.

### 2.4.3 Clusteranalyse

Unter Clusteranalyse versteht man ein Gruppierungsverfahren, das Fälle (Untersuchungsobjekte) hinsichtlich ihrer Ähnlichkeit einstuft und dann Gruppen (Cluster) von untereinander möglichst ähnlichen Fällen bildet.

Die Verfahren sind entweder partitionierend oder agglomerierend. Partitionierende Verfahren gehen von der Gesamtheit der Fälle aus und bilden möglichst homogene Untergruppen. Häufiger werden jedoch agglomerierende Verfahren verwendet, bei denen ausgehend von den einzelnen Fällen zunehmend ähnliche Fälle angelagert werden, bis am Schluss einige wenige Cluster übrig bleiben. An dieser Stelle ist im Allgemeinen noch festzulegen, wie viele Cluster man als sinnvolle Einteilung akzeptiert.<sup>8</sup>

Die Entscheidungen über die Wahl des Distanzmaßes, des Clusterungsverfahrens und der Zahl der Cluster sollte möglichst unter theoretischen Gesichtspunkten getroffen werden. Faktisch ist zumeist (mit Ausnahme vielleicht der Distanzmaße) das theoretische Vorwissen nicht ausreichend, so dass häufig ad hoc argumentiert werden muss. Clusteranalysen haben sich auf jeden Fall als wichtiges exploratives Verfahren etabliert (vgl. Backhaus et al. 2000).

## 3 Allgemeine Einstellungen der Bevölkerung

Die allgemeinen Einstellungen der Befragten wurden hinsichtlich zweier Problembereiche untersucht, die in diesem Abschnitt nacheinander besprochen werden. Zum einen wurden Bedeutung wesentlicher gesellschaftlicher Themenbereiche, zum anderen Einstellungen zu Umwelt und Umweltschutz abgefragt.

### 3.1 Umweltzerstörung und andere gesellschaftliche Themenfelder

Viele Studien belegen, dass der Umweltschutz seit den 1980er Jahren als zentrales politisches Aufgabenfeld stark an Bedeutung verloren hat und erst in den letzten Jahren wieder an Bedeutung gewinnt (vgl. Grunenberg/Kuckartz 2003). Ausschlaggebend für diese Wiederauferstehung des Themas Umweltschutz sind wohl die in immer kürzeren Abständen wiederkehrenden medialen Schlagzeilen und Debatten um Klimawandel und Umweltkatastrophen.

Bei der Erhebung von Kuckartz 2006 ist generell auffallend, dass die Relevanz des gesamten Spektrums politischer Aufgabenbereiche als sehr wichtig eingestuft wird (vgl. Tab. 3.1). Ein Blick in die Spalte der Mittelwerte von Tabelle 3.1 zeigt, dass auch das auf dem letzten Platz rangierende Thema „die

---

<sup>8</sup> Zum genaueren Vorgehen vgl. Kromrey 1998.

Bürger vor terroristischen Angriffen schützen“ mit einem Mittelwert von 1,8 noch zwischen den Skalenpunkten „sehr wichtig“ und „eher wichtig“ rangiert, also keineswegs als unwichtig gilt.

**Tab. 3.1: Die Wichtigkeit politischer Aufgabenbereiche (Kuckartz 2006, 17)**

Angaben in %	Erhebung 2006				
	sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig	Mittelwert*
die Arbeitslosigkeit bekämpfen	93	6	1	0	1,09
die Wirtschaft ankurbeln	75	21	4	0	1,30
die Renten sichern	74	21	4	1	1,31
die Gesundheitsvorsorge sichern	67	30	3	0	1,38
für soziale Gerechtigkeit sorgen	67	28	5	1	1,39
Bildungsangebote an Schulen und Hochschulen verbessern	56	35	8	1	1,54
für wirksamen Umweltschutz sorgen	50	43	8	0	1,58
den Bürger wirksamer vor Verbrechen schützen	50	39	10	1	1,62
das Zusammenleben mit Ausländern regeln	41	43	15	2	1,78
die Bürger vor terroristischen Angriffen schützen	44	35	17	4	1,81

Anweisung: Ich lese Ihnen nun verschiedene politische Aufgabenbereiche vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie persönlich die Aufgabe für sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder für überhaupt nicht wichtig halten.

\* Durchschnitt der jeweiligen Bewertungen (Codes von 1 bis 4): Je kleiner der Mittelwert, desto wichtiger wird der Bereich eingeschätzt.

In unserer Studie wurde ebenfalls in geschlossener Frageform nach dem Beunruhigungspotenzial acht zentraler gesellschaftspolitischer Themenbereiche gefragt: Umweltzerstörung, Gesundheitspolitik, Rentenpolitik, Arbeitsmarkt, Kriminalität, Terrorismus, wirtschaftliche Lage und Einwanderung. Für die Themengebiete wurde auf einer vierstufigen Antwortskala die Einschätzung der jeweiligen persönlichen emotionalen Beunruhigung erfragt.

### 3.1.1 Allgemeine Ergebnisse

Ähnlich wie in der Studie von Kuckartz 2006 zeigt sich, dass die Umweltthematik, insbesondere die Umweltzerstörung, ein sehr zentrales Thema bei der deutschen Bevölkerung ist (vgl. Tab 3.2). Sie erreicht hier sogar den ersten Platz unter allen abgefragten gesellschaftspolitischen Themengebieten und lässt Themen wie Arbeitsmarkt oder wirtschaftliche Lage hinter sich. Vor allem die Ausprägung der starken Beunruhigung weist einen sehr hohen Wert auf. Mit 70% voller Zustimmung zur persönlichen Beunruhigung werden die weiteren Themen mit mindestens 14 Prozentpunkte distanziert. Fasst man die positiven und negativen Ausprägungen zusammen, schrumpft der Abstand auf 10 Prozentpunkte. Nur 1% der Befragten geben an, von der Umweltthematik unberührt zu sein, während weitere 5% sich wenig beunruhigt zeigen.

**Tab. 3.2: Wahrgenommene Beunruhigungspotenziale von gesellschaftlichen Themenfeldern (n=1.004)**

Angaben in %*	Erhebung				Mittelwert** (Rangfolge)
	beunruhigt mich persönlich sehr	beunruhigt mich persönlich etwas	beunruhigt mich persönlich eher nicht	beunruhigt mich persönlich überhaupt nicht	
Umweltzerstörung	70	24	5	1	1,38 (1)
Gesundheitspolitik	56	30	11	3	1,65 (2)
Rentenpolitik	57	27	11	5	1,67 (3)
Arbeitsmarkt	53	30	14	3	1,69 (4)
Kriminalität	51	30	15	4	1,73 (5)
Terrorismus	51	27	16	6	1,76 (6)
wirtschaftliche Lage	39	42	16	3	1,85 (7)
Einwanderung	24	29	31	16	2,42 (8)

**Frage:** Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik:

\* Werte gerundet; dadurch Spaltenprozentage über 100% möglich.

\*\* Durchschnitt der jeweiligen Bewertungen (Codes 1 bis 4): Je kleiner der Mittelwert, desto größer sind die Sorgen um das gesellschaftliche Themenfeld.

Das Erstellen einer Rangfolge ist bei den hohen Zustimmungsquoten<sup>9</sup> von 94% (Umweltzerstörung) und 81% (wirtschaftliche Lage) kaum angebracht. Die Rangfolge der Themen nach Wichtigkeit scheint vom kurzfristigen Agenda-Setting der medialen Berichterstattung beeinflusst zu sein. Insgesamt lassen sich nur Vermutungen darüber anstellen, warum gerade das Thema Umweltzerstörung die Liste anführt. Die Furcht vor irreparablen Umweltschäden scheint inzwischen in der Bevölkerung allgemein verbreitet zu sein. Themen wie Arbeitslosigkeit und wirtschaftliche Lage haben in den letzten Jahren durch die konjunkturelle Entspannung medial für positive Schlagzeilen gesorgt. Die Beunruhigung könnte auch dadurch vergrößert worden sein, dass gerade bei Umweltzerstörung die Machtlosigkeit des Einzelnen besonders stark zu Tage tritt. Die Undurchsichtigkeit von Ursache und Wirkung könnte – insbesondere auch überregionale – Bedrohungen der Umwelt umso beunruhigender machen. Eine mediale Verstärkung des Themas steigert das Beunruhigungsgefühl zusätzlich<sup>10</sup>. Nicht zuletzt mag der Wortbestandteil „Zerstörung“ per se bei vielen Befragten eine Beunruhigung nahelegen. Ein diesbezüglicher Bias könnte auf diese etwas unglückliche Formulierung bei der Fragebogenkonzeption zurückgehen.

Bei Betrachtung der anderen abgefragten gesellschaftspolitischen Themengebiete fällt – ähnlich wie bei Kuckartz 2006 – auf, dass die Bewertungen sehr nahe beieinander liegen (Tab.3.2). Bis auf die Einwanderungsthematik liegen alle anderen Themen zwischen den Antwortkategorien „beunruhigt

<sup>9</sup> Die Prozentangaben setzen sich aus der Summe der Personen zusammen, die sich *sehr* sowie *etwas* beunruhigt zeigen.

<sup>10</sup> Öffentliche Debatten um Klimawandel und CO<sub>2</sub>-Ausstoß kursierten im Erhebungszeitraum verstärkt durch die Medien.

mich persönlich sehr“ und „beunruhigt mich persönlich etwas“<sup>11</sup>, wobei letztere allerdings mit durchschnittlich knapp ein Drittel der Befragten durchaus häufig gewählt wird. Aus der Reihe fällt das Thema der Einwanderung, die im Bewusstsein der Menschen nur eine vergleichsweise geringe Rolle zu spielen scheint. Das Antwortverhalten mag an dieser Stelle aber durch eine Tendenz zur politisch korrekten Gelassenheit gegenüber Einwanderung verzerrt sein.

### 3.1.2 Soziodemografische Unterschiede

„Klassische“ Einflussfaktoren auf die Wahrnehmung von gesellschaftlichen Problemfeldern sind die sozialstrukturellen Merkmale von Menschen. Insbesondere das Alter und die Bildung haben einen großen Einfluss auf die Bedeutsamkeit des Umweltschutzes. Hier zeichnet sich jedoch in den letzten Jahren eine Trendwende ab: Während sich in früheren Studien vor allem ein hoch signifikanter Zusammenhang zwischen Umweltschutz und der Höhe der Bildung ergab, zeichnet sich in neueren Untersuchungen (vgl. Kuckartz 2006) ab, dass Umweltschutz und Umweltzerstörung sich heute in einem allgemein anerkannten Rahmen bewegen, der unabhängig von Bildung und dem vermitteltem Wissen besteht<sup>12</sup>.

Unserer Untersuchung zeichnet hierzu ein divergierendes Bild. In Abb. 3.1 wird erkennbar, dass die Häufigkeitsauszählung der stärksten Beunruhigungskategorien zwischen den Bildungsgruppen erhebliche Differenzen zeigt. Die Ergebnisse weisen jedoch nur sehr geringe aber sehr signifikante Korrelationswerte auf<sup>13</sup>. Bei näherer Betrachtung der einzelnen Bewertungskategorien fällt auf, dass die Beunruhigung der unterschiedlichen Bildungsgruppen bei Aufsummierung der beiden Beunruhigungskategorien (beunruhigt mich persönlich *sehr* / *etwas*) annähernd gleich ist<sup>14</sup>.

---

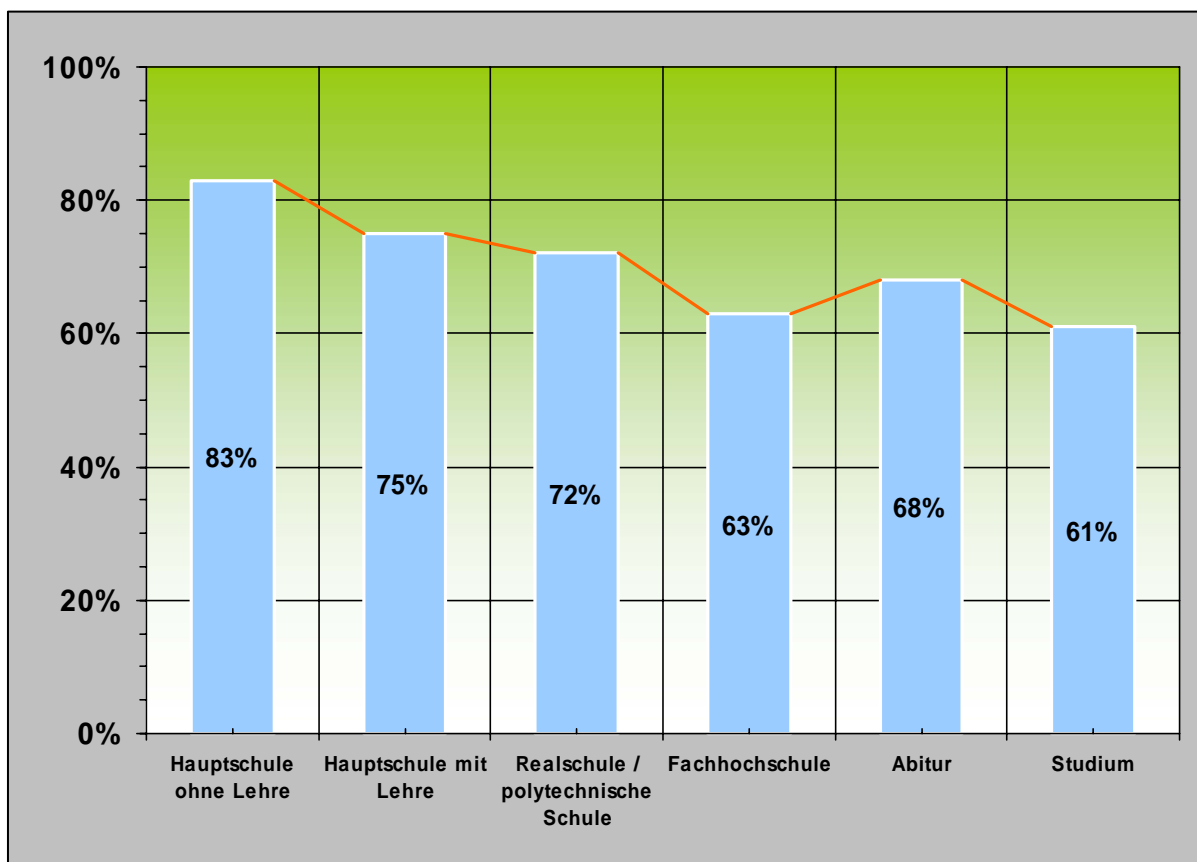
11 Die summierten positiven Beunruhigungskategorien weisen Werte über 70% auf.

12 Als ursächlich wird dabei der Anstieg der Bedeutung des Umweltschutzes bei den Befragten mit einfachem Bildungsniveau angesehen, vgl. Kuckartz (2006, 15).

13 Irrtumswahrscheinlichkeit < 0,05.

14 Zusammengefasste Werte der Beunruhigung über Umweltzerstörung differenziert nach Bildung; niedrig 94,8 %; mittel 92,6 % und hoch 93,2 %.

**Abb. 3.1: Beunruhigung von Umweltzerstörung nach der Höhe der Bildungsabschlüsse (n=1.004)**



**Frage:** Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Umweltzerstörung. Angegeben ist der Prozentanteil der Befragten, die Umweltzerstörung als „persönlich sehr beunruhigend“ empfinden.

Die Unterschiede liegen zuvörderst in der Intensität der Betroffenheit. Am stärksten bedroht fühlen sich gerade die Menschen, die ein eher niedriges Bildungsniveau haben. Hier bestätigt sich der vermutete Zusammenhang, dass bildungsferne Schichten auf Bedrohungen emotionaler reagieren als bildungsnahe Schichten. Das Ergebnis kann keineswegs als Verharmlosung durch die bildungsnahe Schichten interpretiert werden; vielmehr bestätigt sich die These, dass Bildung und Wissen eine emotional distanzierter Haltung verursachen und dadurch Betroffenheit eine andere Qualität besitzt als in bildungsferneren Schichten<sup>15</sup>. Der Anstieg des Beunruhigungspotenzials bei Menschen mit Abitur ist durch den Frauenüberhang in dieser Gruppe zu erklären<sup>16</sup>; Frauen schätzen sich insgesamt beunruhigter bei allen abgefragten Themen ein (vgl. Abb. 3.2). Der sich beim Thema Umweltzerstörung abzeichnende – wenn auch geringe – Zusammenhang zwischen Bildung und Intensität der Betroffenheit zeigt sich auch bei den anderen gesellschaftlichen Themenfeldern: Je höher die Bildung ist, desto weniger persönlich betroffen fühlen sich die Menschen. Die Korrelationswerte sind aber auch in diesem Zusammenhang eher gering<sup>17</sup>. Die geringen Korrelationen erklären sich auch dadurch, dass Be-

<sup>15</sup> Dabei muss berücksichtigt werden, dass Emotionalität und Distanzierung zwei auf einer Achse liegende Pole ein und der selben Skala darstellen. Menschliches Handeln ist immer getrieben durch Rationalität und Affektivität. Hypothetisch gesprochen: Je höher die Bildung desto geringer die Beunruhigung durch Umweltzerstörung und je höher die Bildung desto größer das Verantwortungsbewusstsein für Natur und Umwelt. Man könnte von einer Entkopplung von Betroffenheit und Verhalten sprechen. Während rationales Handeln immer eine gewisse Distanz zum Handlungsgegenstand aufweist, die durch Wissen und Vernunft geleitet ist, folgt Emotionalität eher affektuellen Verhaltensmustern, die allgemein als eher statisch und weniger fortschrittsbezogen angesehen werden können (genauer bei Elias 2003).

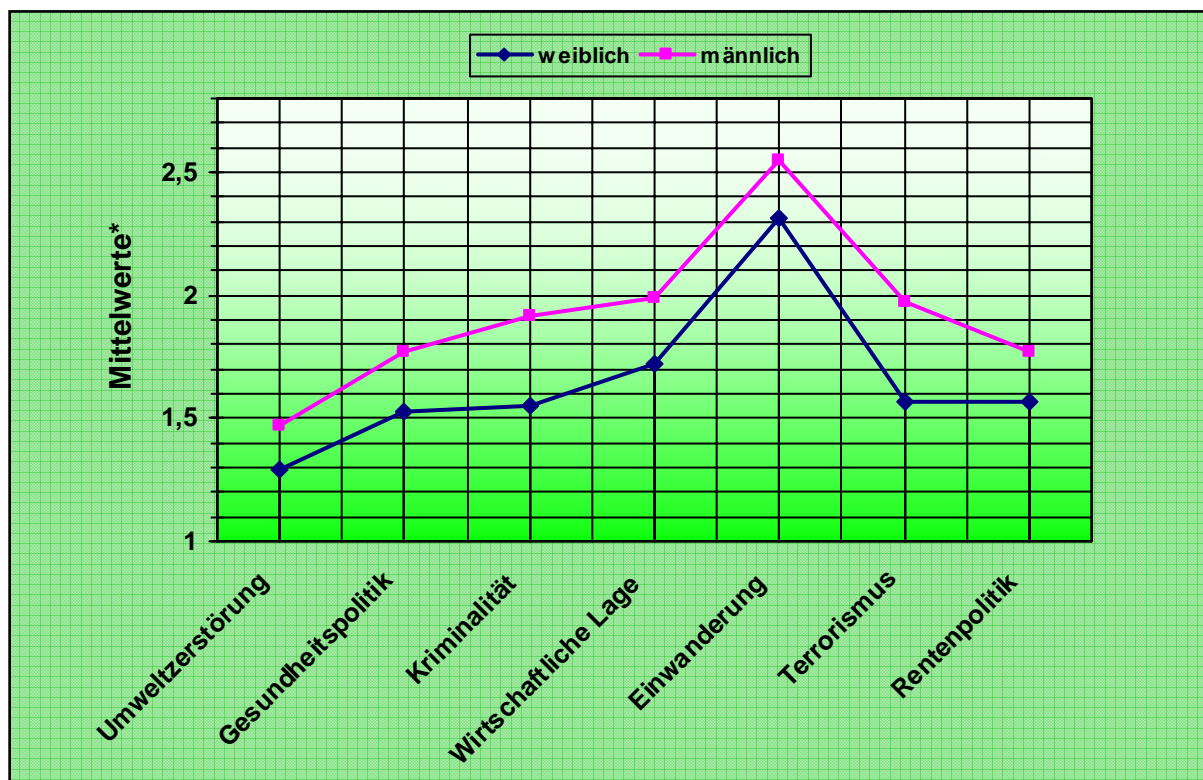
<sup>16</sup> Siehe Anhang Tab. 8.1: Bildung versus Geschlecht kreuztabelliert.

<sup>17</sup> siehe Anhang Tab. 8.2: Korrelationen zwischen gesellschaftlichen Themenfeldern und soziodemographischen Merkmalen

troffenheit auch in bildungsnahen Schichten nicht verneint wird, sondern abgeschwächt in Erscheinung tritt.

Eine Geschlechterdifferenz hat sich bereits in den Untersuchungen von Kuckartz 1996, 2001 feststellen lassen: Frauen sind generell umweltbewusster als Männer. Frauen fühlen sich auch gemäß unserer Untersuchung in allen gesellschaftlichen Themenfeldern durchweg beunruhigter als Männer (vgl. Abb. 3.2). Der Mittelwert bei Frauen liegt bei 1,3 und der Mittelwert der Männer bei knapp 1,5. Auch wenn die Unterschiede zwischen den Geschlechtern bezüglich des Beunruhigungspotenzials der Umweltzerstörung nur sehr gering ausfallen, handelt es sich um ein höchst signifikantes Ergebnis<sup>18</sup>. Besonders deutlich treten die intersexuellen Unterschiede bei den gesellschaftlichen Themenfeldern Kriminalität und Terrorismus hervor. Das Item Umweltzerstörung ist bei beiden Geschlechtern am stärksten.

**Abb. 3.2: Unterschiede zwischen Frauen und Männern bezüglich des Beunruhigungsfaktors gesellschaftlicher Themen (n=1004)**



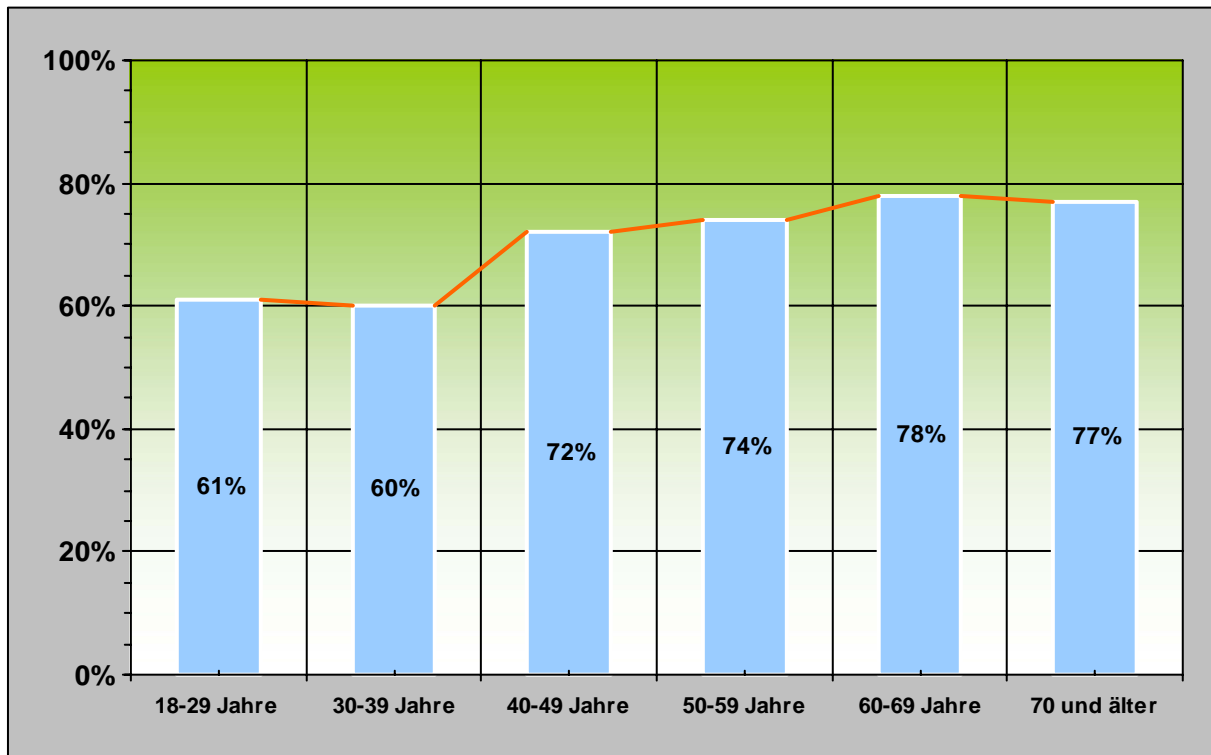
\* Durchschnitt der jeweiligen Bewertungen (Codes 1 bis 4): Je kleiner der Mittelwert, desto größer sind die Sorgen um das gesellschaftliche Themenfeld.

Die Beunruhigung durch Umweltzerstörung ist über die Altersgruppen ähnlich verteilt. Die zusammengefassten Werte der positiven Beunruhigungskategorien liegen bei den Altersgruppen zwischen 90 und 95%<sup>19</sup>. Betrachtet man jedoch nur die stärkste Kategorie der Beunruhigung (vgl. Abb. 3.3), so fällt auf, dass die emotionale Bindung an die Umweltthematik gewissen Alterschwankungen unterliegt. Ein größerer Sprung befindet sich bei der Altersgrenze der heute 40-jährigen. Wie das Ergebnis zeigt, ist die Betroffenheit der jungen Generationen tendenziell geringer.

<sup>18</sup> Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant. Allerdings ist der Zusammenhang mit einem Korrelationskoeffizienten von 0,134 nur sehr gering.

<sup>19</sup> Siehe Anhang Tab. 8.3.

**Abb. 3.3: Bewertung des Beunruhigungspotenzials von Umweltzerstörung (in %) nach Altersgruppen (n=1.004)**



**Frage:** Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Umweltzerstörung?

Angegeben ist der Prozentanteil der Befragten, die die Umweltzerstörung als „persönlich sehr beunruhigend“ empfinden.

Die in den Häufigkeiten dargestellte Differenz zwischen den Altersgruppen bezüglich der Umweltzerstörung ist ein höchst signifikanter aber sehr geringer Zusammenhang: Der R-Wert liegt bei  $-0,132$ <sup>20</sup>. Bis auf die wirtschaftliche Lage sind alle Themen mit dem Alter signifikant negativ korreliert. Je älter die Befragten sind, desto beunruhigter äußern sie sich zu gesamtgesellschaftlichen Problemfeldern. Die höchsten Korrelationswerte erlangen insbesondere die Items, die eine diffuse Bedrohung aufweisen: Kriminalität, Einwanderung und Terrorismus. Weiterhin höchst signifikant sind die Korrelationen bei den Items Umweltzerstörung und Rentenpolitik. Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen beruhen aber in aller erster Linie auf einer Abstufung der Intensität der Beunruhigung.

## 3.2 Allgemeine Einstellungen zu Umwelt und Umweltschutz

Fragen nach der allgemeinen Umwelteinstellung haben in der empirischen Sozialforschung eine lange Tradition. Die in der vorliegenden Untersuchung abgefragte Itembatterie orientierte sich im Wesentlichen an den Items aus dem Umweltbewusstsein-Survey von Kuckartz 2006. Sechs von neun Items wurden direkt übernommen, drei Aussagen wurden neu formuliert; dabei wurden Statements zur affektiven und kognitiven Dimension des Umweltbewusstseins sowie zur Verhaltensintention mittels geschlossener Fragen abgefragt.

<sup>20</sup> Siehe Anhang Tab. 8.4.



### 3.2.1 Allgemeine Ergebnisse

Tabelle 3.3 zeigt die Ergebnisse: Rund 87% der Befragten halten den momentanen Umweltschutz für nicht ausreichend, um eine Umweltkatastrophe zu verhindern. Die Empörung und Wut über Presseberichte zur Umweltproblematik ist mit 78% ebenfalls sehr hoch. Die Debatte über Umweltbelastung und Umweltzerstörung halten nur 38% für eher übertrieben. Auch die Politiker machten gemäß der Befragten nach wie vor zu wenig für den Umweltschutz: Die Zustimmung zu diesem Item liegt bei 81%.

Die Ergebnisse zum allgemeinen Umweltbewusstsein machen aber auch deutlich, wie heterogen die kognitive Dimension der Umwelteinstellungen der von uns Befragten mitunter ist:

- Pluralität herrscht vor allem bei der Einschätzung des individuellen Umwelthandelns. Die persönliche Verantwortung für die Umwelt scheint bei gut einem Drittel der Befragten schwach ausgeprägt zu sein: 14% der Befragten, stimmen der Aussage voll zu, dass sie selbst nur sehr schwer einen Beitrag zum Umweltschutz leisten könnten; weitere 20% stimmen dieser Aussage noch eher zu. Auf der anderen Seite jedoch berichten insgesamt 85%, sowohl Geld als auch Zeit in den Umweltschutz zu investieren.
- 46% der Befragten halten Arbeitslosigkeit und Preise für wichtiger, 53% sehen den Umweltschutz als wichtiger an.
- Ebenfalls eine Lagerbildung findet sich bei der Suche nach den wichtigsten Akteuren des Umweltschutzes. 50% der Befragten sehen im Staat und in der Industrie die wichtigsten Akteure, die mit Umweltschutz beginnen sollten, bevor der einfache Bürger dazu seinen Beitrag leiste.

**Tab. 3.3: Allgemeine Einstellungen zur Umwelt (n=1.004)**

Angaben in %*	Erhebung			
	stimme voll zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Für jemanden wie mich ist es schwierig, etwas für die Umwelt zu tun.	14	20	29	37
Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu.	61	26	10	3
Ich tue das, was für die Umwelt richtig ist, auch wenn mich das mehr Zeit und Geld kostet.	39	46	15	1
Viele Behauptungen über die Gefährdung der Umwelt sind übertrieben.	12	26	29	33
Wir machen uns zu viele Sorgen über die Zukunft der Umwelt und zu wenige um Preise und Arbeitsplätze.	21	25	29	24
Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger.	26	24	26	23
Es ist noch immer so, dass die Politiker viel zu wenig für den Umweltschutz tun.	51	30	15	4
Wenn ich Berichte über die Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend.	44	34	17	4
Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssten.	15	29	36	20

**Fragen:** Sagen Sie mir bitte, inwieweit Sie jeder der Aussagen zustimmen oder nicht.

\* Werte gerundet; dadurch Spaltenprozente über 100% möglich

Die Umweltdebatte schlägt sich in einer Polarisierung der Einstellungen der Gesellschaft nieder. Konsens scheint hier nicht absehbar. Die große Zustimmung zu der empörenden Wirkung von medialen Berichten über Umweltprobleme deutet daraufhin, dass sich beide Lager über die Berichterstattung ärgern. Allgemein unzufrieden ist die Bevölkerung auch mit dem zu geringen Engagement der Politiker für den Umweltschutz.

### 3.2.2 Soziodemografische Unterschiede

Bei der genaueren Untersuchung des Antwortverhaltens nach den soziodemografischen Charakteristika zeigt sich, dass es zwischen den Geschlechtern kaum nennenswerte Unterschiede im Antwortverhalten zu den allgemeinen Umwelteinstellungen gibt<sup>21</sup>. Signifikante Zusammenhänge zwischen Geschlecht und Umwelteinstellung lassen sich nur bei den Variablen Wissenschaftsgläubigkeit, mediale Wirkung und Umweltverhalten feststellen. Allerdings weisen diese signifikanten Ergebnisse nur

<sup>21</sup> Siehe Anhang Tab. 8.6.

sehr geringe Korrelationswerte auf<sup>22</sup>. Jedoch scheint sich auch hier zu bestätigen, dass die emotionale Betroffenheit bei Frauen bezüglich der Umweltthematik höher ist als bei Männern<sup>23</sup>. Allerdings wandelt sich langsam die Beobachtung aus früheren Umfragen, dass Umweltthemen eine Frauensache sind. Männer stehen im Vergleich zu früheren Befragungen dem Thema Umwelt aufgeschlossener gegenüber (vgl. Grunenberg/Kuckartz 2003).

Welchen Einfluss das Alter auf die untersuchten Variablen hat, zeigt sich in Tabelle 3.4. Bis auf die Items drohende Umweltkatastrophe, übertriebene Umweltbehauptungen und Technikgläubigkeit gibt es zwischen allen anderen Aussagen und dem Alter signifikante Zusammenhänge. Die höchst signifikanten Zusammenhänge sind aber recht gering. Die Items sind allesamt negativ korreliert. Folglich neigen ältere Menschen grundsätzlich zu einer höheren Zustimmung zu allen Items. Die Einschätzung des eigenen Handelns und das Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Umwelt korrelieren am stärksten.

Ältere Menschen schätzen es als besonders schwierig ein etwas für die Umwelt zu tun. Gleichzeitig geben sie an, auch unter Zeit- und Geldaufwand umweltverträglich zu handeln. Gerade ältere Menschen scheinen die Umweltproblematik unabhängig von eigenem Umweltverhalten zu interpretieren. Im Alter nimmt die Mobilität ab und der persönliche Lebensstil wird im Schnitt insgesamt umweltverträglicher. Ältere Menschen sehen, dass ihr eigenes Handeln den geforderten Verhaltensmustern entspricht. Allerdings wird für ältere Leute die Umweltsituation dadurch nicht spürbar besser; vielmehr berichten Medien häufig von einer Verschärfung der Umweltproblematik. In diesem Sinne fühlen sich ältere Menschen machtlos.

---

<sup>22</sup> Siehe Anhang Tab. 8.6.

<sup>23</sup> Siehe Anhang Tab. 8.6.

**Tab. 3.4: Korrelationen Alter und Umwelteinstellungen (n=1.004)**

Umwelteinstellungen***	Alter*	
	Signifikanz**	Korrelationskoeffizient
(1) Für jemanden wie mich ist es schwierig, etwas für die Umwelt zu tun.	,000	-,240
(2) Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu.	,967	-,001
(3) Ich tue das, was für die Umwelt richtig ist, auch wenn mich das mehr Zeit und Geld kostet.	,000	-,343
(4) Viele Behauptungen über die Gefährdung der Umwelt sind übertrieben.	,007	-,085
(5) Wir machen uns zu viele Sorgen über die Zukunft der Umwelt und zu wenige um Preise und Arbeitsplätze.	,000	-,154
(6) Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger.	,000	-,158
(7) Es ist immer so, dass die Politiker viel zu wenig für den Umweltschutz tun.	,000	-,134
(8) Wenn ich Berichte über die Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend.	,000	-,118
(9) Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssten.	,012	-,079

\* Intervallskaliert.

\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

\*\*\* Umwelteinstellung: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu.

Die Bildung spielt auch bei der Einstellung zur Umwelt – vor allem im Bereich der persönlichen Verantwortung – eine bedeutsame Rolle. So lehnen Menschen mit höherer Bildung es ab, den eigenen Beitrag zum Umweltschutz zu negieren. Sie sehen sich und ihre Mitmenschen in der Verantwortung, die Umwelt zu schützen und das Verhalten dementsprechend zu gestalten. Die in Tabelle 3.5 herausgegriffenen Items 1 und 6 sind die mit den höchsten Korrelationskoeffizienten. Bildung korreliert mit einer ablehnenden Haltung zu diesen Items. Menschen mit höherer Bildung erkennen den individuellen Anteil am Umweltschutz eher an und sie sehen die Verantwortung nicht zuerst beim Staat und der Industrie.

**Tab. 3.5: Korrelationen Umwelteinstellungen und Bildung (n=1.004)**

Umwelteinstellung***	Bildung*	
	Signifikanz**	Korrelationskoeffizient
(1) Für jemanden wie mich ist es zu schwierig, etwas für die Umwelt zu tun.	,000	,239
(6) Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger.	,000	,201

\* Bildung: codiert 1 = HS o. Ausbildung, 2 = HS m. Ausbildung, 3 = RS und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium

\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < = 0,001$  höchst signifikant,  $p < = 0,01$  sehr signifikant,  $p < = 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant

\*\*\* Umwelteinstellung: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu

## 4 Wald und Holz – ein Dilemma?

Mit zunehmender Zersiedlung auch eher ländlicher Regionen und steigender Freizeitmobilität hat sich die Rolle von Wäldern in den letzten Jahrzehnten verändert. Wälder sind zunehmend zu einer Erholungs- und Erlebnisstätte geworden, Waldschutzgebiete mit eingeschränkter Bewirtschaftung sind auf dem Vormarsch (vgl. Rat für Nachhaltigkeit, 2004). Die reale Zunahme der Waldbestände<sup>24</sup> in der Bundesrepublik in den letzten Jahrzehnten wird in vielen Teilen der Bevölkerung allerdings nicht wahrgenommen. Wie einige Studien belegen, glauben viele Menschen fälschlicherweise nach wie vor, dass die Waldbestände in Deutschland zurückgehen<sup>25</sup>. Studien belegen zudem, dass Wald oft sinnbildlich für Natur steht.

Die Häufigkeit der Waldbesuche sowie deren Gründe wurden erhoben, um zu ermitteln, inwieweit die Einstellungen zu Wald durch eigenes Walderleben geprägt ist. Die Einstellung zu Wald beeinflusst wesentlich die zu Holznutzung. Hier wird die These vertreten, dass die Furcht vor Waldsterben mit einer negativen Haltung zur Waldbewirtschaftung einhergeht. Außerdem wird vermutet, dass durch ein reales Walderleben im Gegensatz zum bloß medial beeinflussten Bild die Waldbewirtschaftung positiver eingeschätzt wird. Natur- und Waldwissen sind förderlich, um eine differenzierte Sichtweise von Wald als Naturreservoir und als betriebswirtschaftliche Größe zu erlangen.

In der Forstwissenschaft wurde in den letzten Jahren eine Vielzahl von empirischen Studien zum Thema Wald durchgeführt. Die Arbeiten kamen zu dem Ergebnis, dass unterschiedliche Stufen der Forst-Holz-Kette unterschiedlichen Wahrnehmungsmustern unterliegen. Wald und Holz haben ein positives Image, während der Verarbeitungsvorgang des Baumes in den Rohstoff Holz negativ besetzt ist. Suda (1998) bezeichnete dies als so genanntes „Schlachthausparadox“<sup>26</sup>, ein Phänomen das sich in vielen gesellschaftlich arbeitsteilig ausdifferenzierten Produktions- und Konsumtionskreisläufen beobachten lässt. Da die Waldwahrnehmung nicht statisch ist und die externen Rahmenbedingungen –

<sup>24</sup> Die zweite Bundeswaldinventur 2002

<sup>25</sup> Vgl. Rametsteiner/Kraxner 2003, 24; Rametsteiner 1998, 78; ähnlich Pauli 2000, 161

<sup>26</sup> Nicht zu verwechseln mit dem Begriff Syndrom. Die Erkenntnis, dass in der Produktionskette zwischen Wald und Holz liegende Forstwirtschaft geringer wahrgenommen wird, wird als Phänomen (= Paradox) angesehen. Im Gegensatz dazu steht das Schlachthausyndrom für eine „krankhafte“ Situation (vgl. Pauli et al. 1998a sowie Suda et al. 1998b).

vor allem angeheizt durch Klimawandel und dem Boom von Holzpelletsheizungen – sich verändern, ist davon auszugehen, dass Gewinnung von Holz als Rohstoff wieder verstärkt in die Wahrnehmungsmuster der Menschen eindringen. So könnte sich das Phänomen der Ausblendung von Produktionsschritten abschwächen.

Welchen Einfluss hat die Einstellung zu Wald und dessen Bewirtschaftung auf die Einschätzungen der Eigenschaften von Holz als Baumaterial? Im folgenden sollen nun die Themenfelder Walderleben, Waldeinstellungen und die Einschätzungen von Holz als Baumaterial als wesentliche Assoziations- und Begriffsdimensionen der Rolle des Waldes untersucht und dargestellt werden. Mit berücksichtigt soll dabei werden, welchen sozialstatistischen Einflüssen die Bereiche unterliegen.

## 4.1 Waldbesuch und Walderleben

Die deutsche Bevölkerung geht oft in den Wald. Diese These bestätigt sich auch in unserer Umfrage. Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, häufiger als fünfmal in den letzten drei Monaten im Wald gewesen zu sein. Häufiger als dreimal im Monat gehen insgesamt rund 63% der Befragten in den Wald. Diese Häufigkeit stellt ein deutliches Indiz dar, dass für viele Menschen Waldwahrnehmung ein direkt erlebbare Größe darstellt und Einstellungen sowie Wahrnehmungsmuster von Wald nicht nur medial vermittelt sondern auch lebensweltlich geprägt sind.

**Tab. 4.1: Häufigkeit der Waldbesuche in den letzten drei Monaten (n=1.004)**

Waldbesuche	Häufigkeit	Prozent
Nie	198	19,7
ein- bis zweimal	170	16,9
drei- bis fünfmal	148	14,7
öfter als fünfmal	489	48,7
<b>Gesamt</b>	<b>1.004</b>	<b>100,0</b>

Die Gruppe der Waldbesucher ist im Vergleich zu den Nicht-Waldgänger viermal so groß. Nur 20% der Interviewten gab an, kein einziges mal im letzten Vierteljahr im Wald gewesen zu sein. Keine Waldbesuche lassen den Schluss zu, dass Wald von diesen Menschen medial vermittelt und somit eher stereotyp wahrgenommen wird.

Es ist hier anzumerken, dass es bei der Frage nach der Anzahl der Waldbesuche in den vorangegangenen drei Monaten zu saisonbedingten Verzerrungen kommen kann. So ist es wahrscheinlich, dass der Wald von den verschiedenen Bevölkerungsgruppen nicht zu jeder Jahreszeit gleich häufig aufgesucht wird. Dieser Vorbehalt ist bei der Betrachtung der Umfragedaten zu beachten.

Nicht überraschend ist, dass in ländlichen Regionen die Waldbesuche generell im Durchschnitt etwas höher liegen. 58,8% der Landbevölkerung geben an, häufiger als fünfmal in den letzten 3 Monate im Wald gewesen zu sein. Dagegen waren nur 36,2% der Stadtbevölkerung so oft im Wald.

Bei der Kategorie „keine Waldbesuche in den letzten drei Monaten“, zeigt sich ein ähnliches Bild. Die Gruppe derer, die nie in den Wald gehen, fällt auf dem Land gegenüber der städtischen und kleinstädtischen Bevölkerung deutlich geringer aus. Seltene Waldbesuche (ein- bis zweimal) liegen bei der städtischen Bevölkerung mit rund einem Viertel der Befragten rund 10 Prozentpunkte höher als bei

Menschen aus kleinstädtischen und ländlichen Regionen. Nennenswerte Altersunterschiede treten dabei nicht auf.<sup>27</sup>

Waldbesuche unterliegen im großen und ganzen keinen Alterseffekten. Gerade bei den jüngeren Menschen fällt auf, dass die Kategorie „nie im Wald“ besonders niedrig ausfällt. Selbst die jungen Menschen aus der Stadt haben hier nur einen Wert von 11%. Allerdings fällt hier auf, dass Waldbesuche eher unregelmäßig sind und nicht als routinisiertes Freizeitverhalten interpretiert werden können. In der Rubrik „ein bis zweimal“ erreicht diese Gruppe mit über 40% die größten Werte.<sup>28</sup> Die große Zahl derer, die den Wald regel- und unregelmäßig besuchen, lässt den Schluss zu, dass der Wald über alle Alterstufen hinweg nach wie vor ein positives Image besitzt<sup>29</sup>.

Die Frage nach den Anlässen der Waldbesuche wurde in geschlossener Frageform abgefragt, die durch die Rubrik „Sonstige“ den Befragten die Möglichkeit bot, eigene Anlässe anzugeben, die sich nicht unter die vorgegebenen Antwortkategorien subsumieren lassen.

**Tab. 4.2: Häufigste Anlässe für Waldbesuche (n=806)**

	Häufigkeit	Prozent
Spaziergehen, Wandern	524	65,0
Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	136	16,9
Sammeln (von Pilzen, Beeren, Zapfen etc.)	37	4,5
Arbeiten	32	4,0
Naturinteresse	22	2,7
Sonstiger Anlass	54	6,6

Nur Befragte, die in den letzten 3 Monate mindestens einmal im Wald waren.

Wie Tabelle 4.2 zeigt, spielt der Erholungs- und Freizeitfaktor als Anlass für einen Waldbesuch die wichtigste Rolle. So geben 81,9% der Befragten an, den Wald zum Spaziergehen, Wandern oder als Ort für sportliche Betätigung zu nutzen. Der Trend, den Wald als Wellness- und Sportstätte zu begreifen, setzt sich weiterhin fort (vgl. NWP- Ergebnis-papier des 15. Runden Tisches, 2003). Sammelaktivitäten von Pilzen oder anderen Waldprodukte sind mit 4,5 % recht gering. Das Naturinteresse allgemein als Grund für den Waldbesuch spielt mit

2,7% nur eine marginale Rolle. Auch ist der Wald mit 4% nur selten Arbeitsstätte. Die sonstigen Anlässe, die 6,6% der Befragten angeben, sind sehr facettenreich<sup>30</sup>. Zwischen den Regionen gibt es bezüglich der Anlässe der Waldbesuche kaum einen größeren Unterschied. Nur die sportliche Betätigung fällt bei den Menschen aus klein- und mittelstädtischen sowie dörflichen Strukturen ein wenig niedriger aus<sup>31</sup>. Altersabhängig ist ebenfalls nur die Kategorie „Sportliche Betätigung“. Hier fällt auf, dass es gerade die mittlere Generation ist, die am häufigsten Sport im Wald treibt<sup>32</sup>. Dies liegt wohl vor allem an neuen Formen des Gesundheitssports wie Walken, die sich gerade bei Menschen im mittleren Alter großer Beliebtheit erfreuen. Wenig überraschend ist es, dass gerade bei den Men-

<sup>27</sup> Siehe Anhang Tabelle 8.7.

<sup>28</sup> Siehe Anhang Tabelle 8.9.

<sup>29</sup> Vgl. zum positiven Image des Waldes die Untersuchung von Pauli 1999, in der das Meinungsbild der Gesellschaft zu Wald und Forstwirtschaft untersucht wird.

<sup>30</sup> Dazu gehören Tätigkeiten wie die Jagd oder Jagdschule, Urlaub, Hund ausführen oder auch Hobbies wie Bienenzucht. In Absolutzahlen liegen hier alle Häufigkeiten zwischen eins bis neun Personen.

<sup>31</sup> Siehe Anhang Tab. 8.10.

<sup>32</sup> Siehe Anhang Tabelle 8.11.

schen, die am häufigsten im Wald sind, der Anteil derer, die im Wald Sport treiben, am größten ist. Mit 22% liegt hier der Anteil um ca. 10 Prozentpunkte höher als in den anderen Gruppen. Auch sind bei dieser Gruppe die sonstigen Anlässe für den Waldbesuch am facettenreichsten.

## 4.2 Wahrnehmung von Wald und Forstwirtschaft

Der Themenbereich Wald und Forstwirtschaft setzte sich aus den wesentlichen Dimensionen zusammen, die bei spontanen Assoziationen zu diesem Thema in früheren Studien ermittelt wurden (vgl. Pauli 1999). Dazu gehören die wirtschaftliche Bedeutung des Waldes, Wald als Natur, Gefährdung des Waldes, Walderlebnis und Nachhaltigkeit in der Forstwirtschaft. Die Items zu den oben genannten Dimensionen wurden in geschlossenen Bewertungsfragen abgefragt.

In früheren Studien zeigt sich, dass der Wald von der Mehrzahl der Bevölkerung als gefährdet angesehen wird und die Forstwirtschaft negativ assoziiert wird<sup>33</sup>. Im Zentrum dieses Frageblocks stand deshalb bei unserer Befragung, inwieweit das in den Einstellungen der Bürger zu Wald und zur Waldbewirtschaftung häufig diagnostizierte „Schlachthausparadox“ noch Gültigkeit besitzt (vgl. Pauli 1999). Durch die Erfassung der Waldeinstellung ist es möglich zu untersuchen, in welchem direkten oder indirekten Zusammenhang die Wahrnehmung von Wald und Holz als Bausstoff durch die Bevölkerung stehen.

### 4.2.1 Allgemeine Ergebnisse

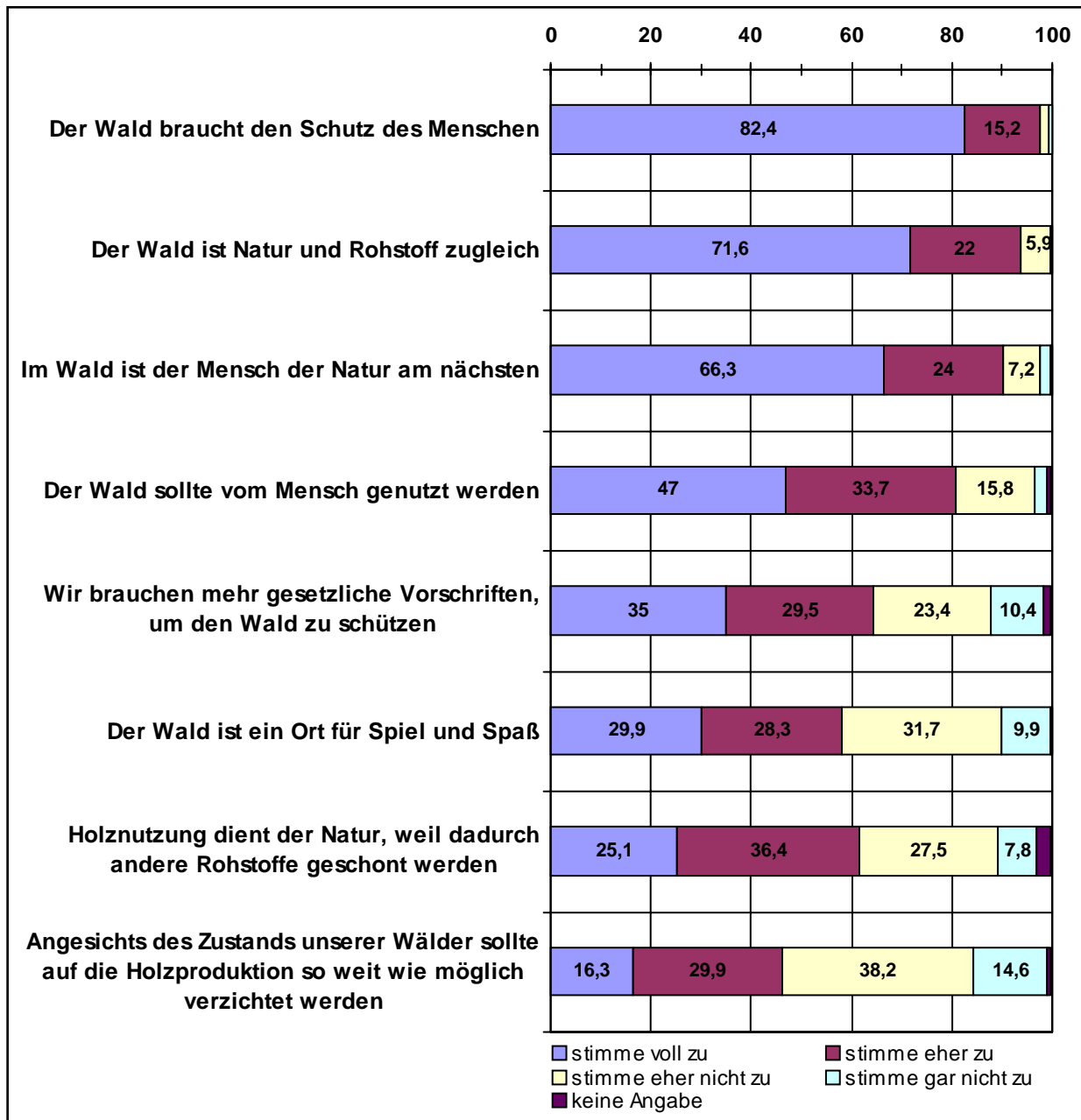
Wie aus der Abbildung 4.1 deutlich wird, sehen über 82% der Befragten den Menschen in der Verantwortung, den Wald unter besonderen Schutz zu stellen. 15% der Befragten halten Wald für eher schützenswert. Mit aufsummierten annähernd 98% fällt die Zustimmung zu Schutzbedürftigkeit des Waldes äußerst hoch aus.

---

<sup>33</sup> Vgl. Pauli et al. 1999 und für Österreich, Frankreich und Deutschland Rametsteiner 2000



Abb. 4.1: Einschätzung der Befragten zum Thema Wald (in %) (n=1.004)



**Frage:** Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: von links nach rechts stimme voll zu, stimme eher zu, stimme nicht zu und stimme gar nicht zu.

Nur knapp 3% der Befragten geben an, dieser Aussage zu widersprechen. Wald als schutzbedürftiger Raum scheint ergo eine allgemeine gesellschaftliche Norm zu sein. Dies wird durch den so genannten Ceiling effect<sup>34</sup> des Ergebnisses deutlich.

Der Vergleich mit früheren Studien zeigt, dass die forstwirtschaftliche Holznutzung viel positiver bewertet wird als noch vor einigen Jahren (vgl. Pauli 2000). Unter den Begriff Wald subsumieren über

<sup>34</sup> Unter dem „Ceiling effect“ versteht man einen Wert, der nahe am maximal zu erreichenden Wert liegt. Bei Einstellungsskalen, die eine solch hohe Zustimmung in die eine Richtung angeben, vermutet man dahinter eine allgemeingültige Norm, die Widersprüche in irgendeiner Form gesellschaftlich sanktioniert.

70% der Befragten die Vorstellung, dass Wald sowohl Natur als auch Rohstoff sei. Fraglich ist jedoch, was die Befragten genau unter dem Begriff Rohstoff verstehen, da die volle Zustimmung zur menschlichen Nutzung des Waldes bei weniger als 50% liegt. Ein Drittel der Befragten wählte die abgeschwächte Zustimmung zur Waldnutzung. Bezieht man die Gruppe derer, die Waldnutzung eher ablehnen (16%), mit ein, so ist der Anteil der Unentschiedenen relativ hoch. Waldnutzung durch den Menschen und die Rohstoffkomponente des Waldes stehen in einem gewissen Widerspruch zum Naturerlebnis Wald sowie seinem von beinahe allen Menschen als wichtig erachteten Schutz. Die Ablehnung der Aussage, dass es sich bei Wäldern auch um eine Rohstoffquelle handelt, ist mit 6% sehr gering. Dagegen fällt die Ablehnung der menschlichen Waldnutzung mit 18% deutlich höher aus. Umgekehrt ordnen beinahe alle Befragten dem Menschen eine Schutzpflicht für den Wald zu.

Auf die Holzproduktion aufgrund des schlechten Zustands der Wälder zu verzichten, findet nur bei knapp über 16% volle Zustimmung. Weitere knapp 30% der Befragten stimmen dieser Aussage eher zu. Mit aufsummiert knapp 53% lehnen jedoch die Mehrheit die Einstellung der Holzproduktion ab; dezidiert ablehnend zeigen sich aber nur knapp 15%. Eine gewisse Verunsicherung tritt hier zu tage, die sich durch den starken Hang zu den mittleren Kategorien (68%) ausdrückt. Man kann jedoch sagen, dass sich das von Suda 1998 postulierte „Schlachthausparadox“ nach den Ergebnissen unserer Befragung abgeschwächt hat.

Ein heterogenes Ergebnis stellt das Item „weitere gesetzliche Vorschriften“ bezüglich des Waldschutzes dar. Für ein gutes Drittel der Befragten sind weitere Gesetzesauflagen für den Waldschutz eine Notwendigkeit. Dagegen halten nur 10% weitere Schutzmaßnahmen staatlicherseits für absolut unwichtig. Die beiden mittleren Kategorien der teilweisen Zustimmung und Ablehnung fallen mit 29% Zustimmung und 23% Ablehnung auch bei diesem Item recht groß aus. Das deutet daraufhin, dass die Menschen allgemein schwach ausgeprägte Meinungen zur Frage einer verstärkten staatlichen Waldschutzregelung haben.

Die Aussage, dass der Wald ein Ort für Spiel und Spaß sei, sehen mit 30% nur knapp ein Drittel als absolut richtig an. Weitere 28,3% sind jedoch dieser Aussage ebenfalls positiv aufgeschlossen. Eher ablehnend gegenüber Spiel und Spaß im Wald sind 32%. 10% halten diese Aussage für komplett falsch. Spiel und Spaß im Wald scheint einer großen Gruppe der Befragten im Zusammenhang mit Wald fremd zu sein. Wald ist ein Ort der Erholung, wie in Kap. 4.1 gezeigt wurde. Zwar ist davon auszugehen, dass Erholung auch einen Spaßfaktor hat; dessen ungeachtet, wird Erholung eher mit Ruhe und Stille assoziiert (vgl. Braun 2000). Es ist davon auszugehen, dass Spaß und Spiel für die Befragten eher mit Lärm und Unruhe, mit Störung des Waldfriedens einhergeht. Wald als schützenswerte Raum scheint für viele Befragte auch gleichzeitig zu heißen, den Naturraum vor Freizeitspaß zu schützen.

Ressourcenschonung durch Waldnutzung ist im direkten Vergleich zur Zustimmung zum Item "Der Wald sollte vom Menschen genutzt werden" für weit mehr Befragte nicht einsichtlich. 62% stimmen der Aussage insgesamt zu, 35% lehnen sie ab. Dies deutet wiederum daraufhin, dass eine aktive nachhaltige Bewirtschaftung der Ressource Wald einen noch nicht allgemein verbreiteten Begriff darstellt (vgl. Rametsteiner 2000). Viele setzen Waldnutzung nach wie vor mit Waldvernichtung gleich. Dass die mittleren Antwortkategorien die am häufigsten gewählt sind, zeigt auch hier, dass die Bevölkerung im Allgemeinen keine dezidierte gefestigte Meinung zu dieser Frage hat.

## 4.2.2 Soziodemografische Unterschiede

Tab. 4.3: Zusammenhang zwischen Geschlecht und Waldwahrnehmung (n=1.004)

Korrelation	Geschlecht*	
	Korrelation	Signifikanz**
Waldwahrnehmung und -einstellung***		
Im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten	,158	,000
Der Wald braucht den Schutz des Menschen	0,43	,167
Der Wald ist ein Ort für Spiel und Spaß	,117	,000
Wir brauchen mehr gesetzliche Vorschriften um den Wald zu schützen	,158	,000
Der Wald sollten von den Menschen genutzt werden	,024	,435
Der Wald ist Natur und Rohstoff zugleich	,009	,780
Angesichts des Zustands unserer Wälder sollte auf die Holzproduktion so weit wie möglich verzichtet werden	,216	,000
Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden	-,134	,000

\* Geschlecht codiert: 1= weiblich, 2 = männlich

\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < = 0,001$  höchst signifikant,  $p < = 0,01$  sehr signifikant,  $p < = 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant

\*\*\* Waldeinstellung: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu

Den höchsten signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Waldwahrnehmung erreicht die Aussage, dass aufgrund des Waldzustandes jegliche Holzproduktion eingestellt werden sollte. Frauen tendieren demnach dazu, die Holzproduktion abzulehnen. Ähnlich sieht das Antwortverhalten auch bei den anderen Items, die die Natur betonen, aus. „Der Mensch ist im Wald der Natur am nächsten“ und die Aussage, dass „weiterer gesetzliche Vorschriften notwendig sind“ sowie das Item „Wald ist ein Ort für Spiel und Spaß“ haben eine Überrepräsentanz bei der Zustimmung von Frauen. Auch hierbei handelt es sich um höchst signifikante Zusammenhänge. Die Korrelationen sind aber sehr gering. Das Schlach-

hausparadox scheint also bei Frauen stärker ausgeprägt zu sein als bei Männern. Dagegen ist bei Männern die Aussage, dass die Holznutzung allgemein der Natur dient, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden, stärker verankert. Der Korrelationskoeffizient ist auch hier mit  $-0,134$  sehr gering, das Ergebnis aber höchst signifikant.

Die Zusammenhänge zwischen Bildung und der Waldwahrnehmung fallen weit weniger stark aus. Bis auf die Betrachtung des Waldes als Natur, die gesetzlichen Vorschriften und den Verzicht auf Holzproduktion fällt das Antwortverhalten, differenziert nach den Bildungsgraden, nicht signifikant aus. Dabei korrelieren die Zusammenhänge nur auf einem (sehr) geringen Niveau.

**Tab. 4.4: Zusammenhang zwischen Waldwahrnehmung und Bildung/Alter (n= 1.004)**

Waldwahrnehmung und -einstellung****	Bildung*		Alter**	
	Korrelation	Signifikanz***	Korrelation	Signifikanz***
Im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten.	,211	,000	-,166	,000
Der Wald braucht den Schutz des Menschen.	,011	,735	-,135	,000
Der Wald ist ein Ort für Spiel und Spaß.	,039	,213	,110	,000
Wir brauchen mehr gesetzliche Vorschriften um den Wald zu schützen.	,137	,000	,108	,001
Der Wald sollten von den Menschen genutzt werden.	,072	,021	-,225	,000
Der Wald ist Natur und Rohstoff zugleich.	,031	,318	-,247	,000
Angesichts des Zustands unserer Wälder sollte auf die Holzproduktion so weit wie möglich verzichtet werden.	,127	,000	-,044	,164
Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden.	,078	,013	-,191	,000

\* Bildung: codiert 1 = HS o. Ausbildung, 2 = HS m. Ausbildung, 3 = RS und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium.

\*\* Geschlecht: codiert 1 = weiblich, 2 = männlich.

\*\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

\*\*\*\* Waldeinstellung: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu

Das Item „Wald als Natur“ ist mit einer geringen positiven Korrelation von der Bildung abhängig. Dementsprechend geht ein höheres Bildungsniveau ablehnend mit einer Wald-als-Natur-Einstellung einher. Sehr gering positiv korreliert die Einstellung, dass aufgrund des Waldzustandes auf die Holzproduktion verzichtet werden sollte. Je höher die Bildung desto eher wird dieser Aussage mit Ablehnung begegnet. Ähnliches gilt für mehr gesetzliche Vorschriften. Die Bildung hat insgesamt nur einen sehr geringen Einfluss auf die Waldwahrnehmung. Wald hat ein schichtunabhängiges generell positives Image.

Das Alter als Einflussvariable auf die Waldwahrnehmung und -einstellung ist bis auf das Item „Verzicht auf Holzproduktion“ höchst signifikant. Die Korrelationen liegen zwischen gering und sehr gering, so dass auch hier die Zusammenhänge nicht allzu stark sind. „Spiel und Spaß“ sowie der „Waldschutz“ sind eindeutig Wahrnehmungsmuster, die auf junge Menschen zu treffen. Ältere Menschen nehmen den Wald eher „traditionell“ wahr. Hier spielen beispielsweise Wald als Kultur- und gleichzeitig Nutzgut eine wichtige Rolle. So weist auch das Item Wald als Rohstoff und Natur die stärkste Korrelation mit dem Alter auf. Gestützt wird dieses Ergebnis durch den ebenfalls höchst signifikanten Zusammenhang zwischen der Höhe des Alters und der Zustimmung zur Waldnutzung durch den Menschen. Das Erleben von Wald als Natur nimmt mit dem Alter ebenfalls zu; gleiches gilt für die Feststellung, dass der Wald den Schutz des Menschen brauche. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Waldschutz und Waldnutzung für ältere Menschen kein Widerspruch ist, wobei Waldschutz durch vermehrte Vorschriften von diesen abgelehnt wird.

Vieles deutet daraufhin, dass die Zusammenhänge, die sich hier in sehr geringem Maß abzeichnen, nicht die häufig zitierte und vermutete Naturentfremdung junger Menschen bestätigen. Wie schon die Häufigkeitsauszählung der Waldbesuche und deren Anlässe zeigen (vgl. Kap. 4.1), ist der Wald für junge Menschen ebenso wie für ältere eine direkt erlebte Größe. Unterschiede treten aber trotzdem bei der inneren Einstellung sowie bei der Art der Wahrnehmung des Waldes auf. Während bei älteren Menschen eher die traditionellen Werte des Waldes die Wahrnehmung prägen, stehen bei jüngeren Menschen eher das fragile und gefährdete Ökosystem im Mittelpunkt, das dem staatlichen Schutz unterliegt. Weniger Naturverbundenheit, sondern Spaß und Erlebnis stehen hier im Mittelpunkt.

## 4.3 Holz als Baumaterial

Um die Einstellung zu Holz messen zu können, wurde ein Eigenschaftskatalog erstellt, der sich aus den wesentlichen Dimensionen der Produktbeurteilung Holz ergibt. Dazu gehören neben den konstruktiven Eigenschaften wie Tragfähigkeit oder Feuerbeständigkeit auch gesundheitliche, ästhetische und gestalterische Aspekte.

### 4.3.1 Allgemeine Ergebnisse

Holz erfreut sich allgemeiner Beliebtheit (siehe Tab. 4.5). Die Assoziationen mit Holz sind bezüglich der optischen und gestalterischen Eigenschaften generell positiv. Die konstruktiven Eigenschaften und die Verfügbarkeit des Rohstoffs werden zurückhaltender bewertet. Die identifizierten Vorbehalte gegenüber den konstruktiven Eigenschaften von Holz bestätigen die Ergebnisse vorangegangener Studien. Holz zeichnet sich vor allem durch Gesundheits- und Wohlfühl- sowie optisch ästhetische Eigenschaften aus<sup>35</sup>.

In aller Regel verbinden Verbraucher die Innenraumausstattung mit Holz und weniger seine Verwendung als zentralen Baustoff<sup>36</sup>. Als eine NormEinstellung erweist sich die Natürlichkeit des Baustoffes Holz. Aber auch der Wohnlichkeitsaspekt von Holz ist den Menschen wichtig. Holz gilt als warmes Material, das Gemütlichkeit ausstrahlt. Nach wie vor sind die Aspekte Natürlichkeit und Gemütlichkeit Eigenschaften von Holz, die mit annähernd 100% positiver Assoziation in der Bevölkerung unumstritten sind. Der Anteil derer, die der Gemütlichkeit abgeschwächt zustimmen, fällt im Vergleich zu denen, die der Natürlichkeit abgeschwächt zustimmen, eindeutig größer aus. Gut ein Fünftel ist sich des Gemütlichkeitsaspekt bei Holz nicht so sicher, hat sich aber trotzdem für eine positive Konnotation entschieden. Ablehnend zeigen sich auch hier insgesamt nur 4%.

---

<sup>35</sup> Holz in Produkten kommt den Bedürfnissen nach natürlichen Rohstoffen entgegen. Holz harmoniert damit mit gesellschaftlichen „Megatrends“ wie Gesundheitsbewusstsein und Wellness. Verbraucherumfragen zufolge sind beim Kauf von Holzprodukten insbesondere Qualität, Haltbarkeit, Materialbeschaffenheit und Preis wichtig; weniger bedeutend sind Herkunft und Umweltverträglichkeit des Produkts (Rametsteiner 1998, 1999).

Mit der allgemeinen Steigerung des Gesundheitsbewusstseins hat auch die Nachfrage nach regenerativen Rohstoffen und natürlichen Materialien zugenommen, die die eigene Lebensqualität und das persönliche Wohlbefinden erhöhen. Bei den Endverbrauchern kann diesem Trend folgend eine Verknüpfung von Holz mit dem Wellness-Image festgestellt werden (Knauf/Frühwald 2004, 9ff.).

<sup>36</sup> Holz wird bei Baumaterialien, die aus Verbrauchersicht für Innenräume infrage kommen - laut Stern 2003, 23 - von 76% der Befragten genannt, gefolgt von Fliesen/Kacheln (61%). Im Außenbereich können für Verbraucher verschiedene Materialien infrage kommen. Einer Umfrage des Stern 2003, 24 nach bevorzugten 70% Stein/Naturstein, gefolgt von Holz (41%).

Auch die Umweltfreundlichkeit von Holz ist mit 91% positiver Assoziationen allgemeingültig. Allerdings fallen die schwächere Zustimmung- und Ablehnungskategorien mit positiv 21% und negativ 7% noch größer aus als beim Item Gemütlichkeit. Das Argument der Umweltverträglichkeit der Holzverwendung wird zwar generell geteilt; Aspekte wie Waldrodung oder Zusatzstoffe im Verarbeitungsprozess von Holz verunsichern dabei aber mehr als ein Viertel der Befragten. Die Einstellung zur Modernität von Holz ist bereits diversifizierter. 45% der Befragten stimmen dieser Aussage voll zu. Weitere 40% sehen Holz als eher modern. Diese Zurückhaltung lässt sich dahingehend interpretieren, dass Holz häufig auch eine gewisse Rustikalität ausstrahlt.

Die Tragfähigkeit von Holz wird überraschend positiv beurteilt. 47% halten Holz absolut für ein tragfähiges Baumaterial. Im Vergleich zu früheren Studien, die diese Eigenschaft erfasst haben, fällt das Ergebnis hier deutlich besser zu Gunsten des Baumaterials Holz aus.<sup>37</sup> Weitere 37% sehen Holz als eher tragfähig, während nur 13% die Tragfähigkeit von Holz eher verneinen. Die Tendenz zur Mitte bei dieser Frage könnte eine Informationslücke ausdrücken; es scheint eine Unsicherheit zu bestehen, wie das Baumaterial Holz bezüglich dieser Eigenschaft bewertet werden soll. Das Item Langlebigkeit von Holz drückt eine ähnliche Unentschlossenheit aus. Diese steigert sich bei der Frage nach der Wertbeständigkeit noch. Holz wird als teuer wahrgenommen und hat den Nachteil, dass der Rohstoff knapp ist. Als größter vermeintlicher Nachteil kann jedoch die fehlende Feuerbeständigkeit angesehen werden: 51% halten Holz für überhaupt nicht feuerbeständig und 29% für ein eher weniger feuerresistentes Baumaterial. Denkbar ist eine mentale Verquickung von Holz als Baumaterial und Holz als Brennstoff; letztere Verwertungsart erlebt in der letzten Zeit einen Boom.

---

<sup>37</sup> „Holz hat heute das Image im Bereich der Endverbraucher, es reißt, es arbeitet, es brennt und wenn man es irgendwie einsetzen will, muß man ganz viel Holzschutzmittel draufpacken.“ (Knauf/ Frühwald 2004, 11).

**Tab. 4.5: Einstellung zu Holz als Baumaterial (n=1.004)**

Angaben in %*	Erhebung			
	stimme voll zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Natürlich	88	11	1	0
Gemütlich	76	20	3	1
Umweltfreundlich	70	21	7	2
Optisch schön	68	26	6	1
Gesund	66	27	5	1
Tragfähig	47	37	13	1
Modern	45	40	12	2
Langlebig	37	40	19	3
Wertbeständig	27	43	23	5
Teuer	23	40	24	5
Im Überfluss vorhanden	9	17	43	30
Feuerbeständig	7	12	29	51

**Frage:** Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Holz als Baumaterial ist...

\* Werte gerundet und es fehlen „keine Angabe“, dadurch Spaltenprozente ungleich 100% möglich.

Durch Mittelwertvergleiche kommt man auf die in Tab.4.6 dargestellte Rangfolge. Hier wird die Dreiteilung des Antwortverhaltens besonders deutlich. Gesundheitlich-ökologische und ästhetische Attribute werden Holz am stärksten zugesprochen. Hier kann man von einem gesellschaftlichen Konsens im Antwortverhalten sprechen. Die Rangplätze 6 bis 10 weisen auf ein eher ambivalentes Antwortverhalten hin: Hier scheinen latente Vorurteile in der Bevölkerung gegenüber Holz als Baumaterial vorhanden zu sein, die jedoch durch das heterogene Antwortverhalten nicht expliziert werden. Die Mittelwerte bis zum Rangplatz 9 liegen zwar noch im positiv bewerteten Bereich der Skala, sind aber geprägt von einer stark ausgeprägten zweiten (abgeschwächt zustimmenden) Kategorie. Im Vergleich zu früheren Studien fällt die Bewertung der Wertbeständigkeit und Langlebigkeit von Holz als Baumaterial bei den Befragten überraschend positiv aus. So zeigen die Ergebnisse von Compagnon Marktforschung 2000 ein weitaus negativeres Bild in diesen beiden Dimensionen: „Nicht einmal jeder Dritte ist der Überzeugung, Holz ist ein langlebiger Baustoff“ (Compagnon Marktforschung 2000). Gerade die Wertbeständigkeit und die Langlebigkeit von Baustoffen sind aber die zentralen Anforderungen der Verbraucher (vgl. Compagnon Marktforschung 2000, 17). Im „Überfluss vorhanden“ und die „Feuerbeständigkeit“ sind deutlich negativ eingeschätzte Items. Auch der Preis wird bei Holz negativ bewertet.

**Tab. 4.6: Rangfolge/ Mittelwerte der Bewertung von Holz als Baumaterial**

Erhebung		
	Rangfolge/ Mittelwerte	
natürlich	1,14	1
gemütlich	1,31	2
umweltfreundlich	1,39	3
optisch schön	1,46	4
gesund	1,5	5
modern	1,8	6
tragfähig	1,85	7
langlebig	1,94	8
wertbeständig	2,18	9
teuer	2,6	10
im Überfluss vorhanden	3,0	11
feuerbeständig	3,29	12

Umwelteinrichtung: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu

einem Mittelwert von 1,14 steht die Natürlichkeit von Holz unangefochten auf dem ersten Rang. Bezüglich bauphysischer und konstruktiver Eigenschaften wird Holz als Baumaterial von den Verbraucher eher als nachteilig wahrgenommen.

Das Antwortverhalten zeigt, dass nicht nachhaltige Waldnutzung für die Befragten nicht in Frage kommt. Ein knapp gedachter Baustoff hat jedoch auch zur Folge, dass ökologisch denkende Menschen sich bei unzureichenden oder falschen Informationen gegen die Nutzung von Holz als Baustoff aussprechen könnten.

Bei der negativen Einschätzung der Feuerbeständigkeit kann man von einem persistenten Vorurteil sprechen. Dass Holz heute durch technologisch verbesserte Verarbeitungsprozesse und Lackierungen in diesem Punkt anderen Baumaterialien gegenüber kaum noch Nachteile – bzw. wegen seiner guten Tragfähigkeitseigenschaften im Brandfall vielmehr sogar Vorteile – besitzt, scheint die Menschen noch nicht erreicht zu haben<sup>38</sup>. Im Vergleich zu früheren Studien fällt das diagnostizierte negative Vorurteil gegenüber der Feuerbeständigkeit von Holz aber geringer aus (vgl. Compagnon Marktforschung 2000), so dass berechtigterweise auf eine Trendwende in den Wahrnehmungsmustern und Vorstellungen zukünftiger privater Bauherren gehofft werden kann.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich das positive Image von Holz und Wald vor allem auf den Bereich der so genannten weichen Faktoren bezieht. Mit

### 4.3.2 Soziodemografische Unterschiede

Zwischen Frauen und Männern bestehen kaum Unterschiede bei den Einschätzungen von Holz als Baumaterial. Frauen bewerten dessen Eigenschaften minimal besser als Männer. Signifikante Zusammenhänge gibt es allerdings nur beim Item im „Überfluss vorhanden“. Die Korrelation ist aber sehr gering. Männer halten Holz eher für einen reichlich vorhandenen Rohstoff als Frauen.

Bezüglich des Bildungsgrades weist nur das Item „Teuer“ eine signifikante Beziehung auf. Je bildungsferner die Menschen desto eher wird Holz als ein kostenintensives Produkt betrachtet. Ähnlich verhält es sich bezüglich des Einkommens. Je geringer das Einkommen desto eher zweifelt man an der Tragfähigkeit von Holz. Mit Bildung und Einkommen sind zwei schichtspezifische Sozialindikatoren erfasst. Es wird deutlich, dass neben dem „Jedermanns-“ Argument „Holz brennt leicht“ bei den unteren Schichten des weiteren die negativen Vorurteile „Kosten“ und „Langlebigkeit“ im Vergleich mit den höheren Bildungs- und Einkommensschichten stärker ausgeprägt sind.

<sup>38</sup> Vgl. [www.baunetz.de/sixcms\\_4/sixcms\\_upload/media/293/66\\_69\\_brandrisiken.pdf](http://www.baunetz.de/sixcms_4/sixcms_upload/media/293/66_69_brandrisiken.pdf) - Besuch vom 29.05.2007.



**Tab. 4.7: Zusammenhänge zwischen Einstellungen zu Holz als Baumaterial und soziodemographischen Charakteristika (n=1.004)**

	Alter <sup>1</sup>	Bildung <sup>2</sup>	Geschlecht <sup>3</sup>	Einkommen <sup>4</sup>	Regionalität <sup>5</sup>
<b>Holz als Baumaterial<sup>6</sup></b>	<b>höchst/sehr signifikante<sup>7</sup> Korrelationen</b>				
gesund	-,133	...	...	...	...
gemütlich	-,088	...	...	...	...
optisch schön	-,099	...	...	...	...
tragfähig	-,160	...	...	-,143	...
wertbeständig	-,179	...	...	...	,120
langlebig	-,134	...	...	...	...
Überfluss	-,134	...	-,104	...	,153
umweltfreundlich	-,197	...	...	...	...
teuer	...	,103	...	...	...

1 Alter: intervallskaliert

2 Bildung: codiert 1 = Hauptschule ohne Ausbildung, 2 = Hauptschule mit Ausbildung, 3 = Realschule und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium.

3 Geschlecht: codiert 1 = weiblich, 2 = männlich.

4 Einkommen: Nettohaushaltseinkommen (nach Steuern und Sozialversicherung): 2 Ausprägungen 1: < 2000; 2: > 2000.

5 Regionalität: 1 = ländlich; 2 = kleinstädtisch, 3: großstädtisch.

6 Holz als Baumaterial codiert: 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu.

7 Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

Die Untersuchung fördert zudem einem gewissen Regionalitätseffekt zu Tage. Es gibt sowohl einen positiven Zusammenhang zwischen der ländlicher Wohngegend der Befragten und den Items im „Überfluss vorhanden“ und „wertbeständig“. Menschen aus ländlichen Wohngegenden sehen in Holz eher ein wertbeständiges Baumaterial. Die Wahrnehmung des Rohstoffs Holz als im Überfluss vorhandenes Baumaterial ist wohl ebenfalls lebensweltlich geprägt. Ein direkteres Erleben von Wald in ländlichen Regionen macht Holz dort zum vertrauten Rohstoff.

Das Alter ist der einzige soziodemografische Faktor, der über mehrere Dimensionen der Einschätzung von Holz signifikante Ergebnisse aufweist. Bis auf den Kostenaspekt korrelieren alle Items signifikant negativ. Das heißt, dass die Höhe des Alters der Befragungspersonen mit einer stärkeren Zustimmung zu den Items einhergeht. Trotz dieses signifikanten Ergebnisses sind die Zusammenhänge nur von sehr geringem Ausmaß.

## 5 Die Holzendproduktgruppen

Die beiden Holzendproduktgruppen Holzhaus und Holzrahmenfenster haben beide spezifische Absatzprobleme. Während der Absatz von Holzrahmenfenstern in den letzten Jahrzehnten beinahe einen freien Fall erlebt hat, konnten sich die Holzhausbauer über einen konstanten bis leicht aufwärts zeigenden Absatz freuen.

Im folgenden sollen nun die zentralen Ergebnisse der Befragung bezüglich der beiden Produktgruppen dargestellt werden. Die Gliederung der Ergebnisse in diesem Kapitel orientiert sich an der Grobstruktur der Vorangegangenen. Als zusätzliche Merkmale wird bei der Analyse der Produkteinschätzung nach Bauwilligen, solchen die schon gebaut haben und Bauunwilligen differenziert. Dadurch werden zusätzliche Vergleiche möglich. Außerdem wird zu jedem Produkt zusätzlich noch untersucht, inwieweit Anreize setzende Maßnahmen den Absatz der beiden Holzendproduktgruppen unterstützen kann.

### 5.1 Das Holzhaus

Der Hausbau ist für viele Menschen die Erfüllung eines Traums. „Eigener Herd ist Goldes wert“ – die eigene Wohnung und das eigene Haus bilden die Erfüllung des bürgerlichen Familienlebens, so auf dem Klappentext von Bourdieus Monographie „Der Einzige und sein Eigenheim“ 1998.

#### 5.1.1 Allgemeine Ergebnisse

In Westdeutschland leben 43,4% aller Haushalten in privatem Eigentum, in Ostdeutschland 32,9% (vgl. Statistisches Bundesamt 2006, 493). Der Trend zum Eigenheim setzt sich in Deutschland langsam fort. Europaweit hat nur die Schweiz mit 36% eine geringere Eigentumsquote. Die Spitzenplätze belegen Spanien und Norwegen mit Quoten jeweils um die 86%. Dicht dahinter liegt Irland mit 76% (vgl. Haus und Grund Report 2-2006, 3).

Mehr als jeder Zweite unserer Befragten hat angegeben, in seinem Leben ein Haus gebaut oder gekauft zu haben. Dieser Wert liegt somit etwas über der Quote des selbstgenutzten Eigentums. Bei der Betrachtung der Maßzahlen treten einige bereits erwähnten Alterseffekte auf, die in den amtlichen Statistiken ähnlich vorzufinden sind. In den jüngeren Jahrgängen ist der Anteil der Hausbauer und Hauskäufer im Vergleich zu den älteren Jahrgängen noch sehr gering. Gut ein Drittel der Menschen unter 40 Jahren haben in Eigenheime investiert, wohingegen in der Altersgruppe bis 60 über 70% Häuser gebaut oder gekauft haben. In der höchsten Altersgruppe geht der Kauf- und Bauprozentsatz wieder zurück. Keine Überraschung stellt das Ergebnis dar, dass es gerade in höheren Einkommenschichten häufiger vorkommt, dass Menschen in Immobilien investieren. Bemerkenswert dagegen ist, dass bei einfacher Bildung die Hausbau- oder Hauskaufquote am höchsten ist.

**Tab. 5.1: Hauskauf und/oder Hausbauverteilung in Abhängigkeit sozialstatistischer Merkmale (n=1.004)**

	Total	Alter (Jahre)			Bildung			Geschlecht		Einkommen		Wohnlage		
		-39	40-59	60+	Ein-fach	Mit-tel	Hoch	Weib-lich	Männ-lich	<2.000	>2.000	La-nd	Klein-stadt	Groß-stadt
N	1004	345	360	299	260	313	412	518	486	452	433	382	410	207
Ja	54,4	27,4	70,1	66,8	59,4	52,3	53,4	51	58,1	44,4	63	67	50,6	38,3
Nein	45,4	72,1	29,9	33,2	39,9	47,7	46,6	49	41,6	55,6	37	33	49,4	60,9
k.A.	0,2	0,5			0,7				0,4					0,9

k.A. = keine Angabe

59% der Menschen mit niedrigem Bildungsniveau, 52% mit mittlerem Bildungsniveau und 53% mit höheren Bildungsabschlüssen haben eine Kauf- und/oder Bauentscheidung hinter sich. Für dieses Ergebnis lassen sich mehrere Gründe anführen. Zum einen ermöglichten die allgemein prosperierenden 60er und 70er Jahre erstmalig auch einfachen Arbeitern in Eigenheime zu investieren. Die Wiederaufbaunotwendigkeit im Nachkriegsdeutschland sorgte für eine historisch enorm hohe Wohnbautätigkeit in diesen Jahren (vgl. Statistisches Bundesamt 2006, 144). Andererseits trägt die erhöhte Mobilität gerade in akademischen Berufen zu einem beruflichen „Nomadentum“ bei, das die Sesshaftigkeit bei Hochgebildeten behindert. Wenig überrascht auch die Stadt-Landverteilung; auf dem Land ist der Anteil an Hausbauern und Hauskäufern höher.

**Tab. 5.2: Kaufentscheidung Altbau-Neubau-Verteilung (n=546)**

Altbau oder Neubau		
N	546	Über die Hälfte der Befragten investierte bei ihrer Kaufentscheidung in einen Neubau. Die andere knappe Hälfte haben sich einen Altbau gekauft. 28,5 % der Befragten, die in einen Altbau investierten, waren dabei mit Instandsetzungs- und Umbauarbeiten beschäftigt. Damit kann man sagen, dass gut 85 %
Ein Altbau, den Sie instand gesetzt haben	28,5%	
Ein Altbau, den Sie nicht instand setzen mussten	14,9%	
Ein Neubau	56,7%	

der Investoren in Immobilien mit Baustofffragen und Materialentscheidungsfragen direkt konfrontiert waren. Mit 15% ist die Gruppe derer, die nur beim Kauf selbst mit der bereits manifesten Baustoffart des Hauses konfrontiert wurde, gering. Es ist davon auszugehen, dass bei Menschen, die einen Altbau kaufen, die Materialwahl eine untergeordnete Rolle spielt.

Im nächsten Schritt soll dargestellt werden, welche Materialien beim Hausbau hauptsächlich verwendet wurden und welche Rolle Holz als Baustoff in der Planungs- und Entscheidungsphase der privaten Bauvorhaben gespielt hat. Um eine genauere Analyse betreiben zu können, wurde die Stichprobe in drei Gruppen von potenziellen Bauherren (mit Bau Erfahrung, mit Bauabsicht und ohne Bauabsicht) differenziert:

- In einem ersten Schritt wurden bei Bauherren und Hauskäufer untersucht, inwieweit Holzhäuser für sie als Alternative überhaupt zur Debatte standen.
- Zum zweiten wurden die potenziellen Bauherren (diejenigen die in den nächsten 5 Jahren bauen wollen) nach ihren Baustoffpräferenzen befragt.
- Als drittes wurde untersucht, ob die fiktiven Präferenzen bezüglich der Baustoffwahl derer, die

keine konkreten Bauabsichten haben, von den Präferenzen der potenziellen Bauherren abweichen. Diese Gegenüberstellung lässt zudem den Schluss zu, in welchem Verhältnis Holzaffinität zur konkreten Holznutzung steht.

Von 546 Personen, die in ihrem Leben schon einmal ein Haus bzw. Wohnung gekauft oder gebaut haben, verwendeten rund 76% Ziegel- und/oder Mauerstein. Holz ist der zweitwichtigste Baustoff; es liegt mit 12% jedoch weit abgeschlagen hinter Stein. Holz als Baumaterial ist eher ein Nischenprodukt und vor allem im Bereich Fertighausbau vorzufinden. Von allen im Jahre 2005 fertig gestellten Wohngebäuden im Ein- und Zweifamilienhausbau entfielen 12% auf den Holzhausbau. Im Regelfall handelt es sich bei Häusern mit dem überwiegenden Baustoff Holz um Fertigbauten (84% gemäß Statistisches Bundesamt 2005), die in Holzrahmenbauweise errichtet werden. 6% der Bauherren investierten in Stahlbeton und weitere 5,5% verteilen sich auf sonstige Baustoffe wie Sandstein, Gasbeton und Holzkombinationen (Tab. 5.3).

**Tab. 5.3: Baumaterial nach Soziodemografika (n=546)**

	Total	Alter (Jahre)			Bildung			Geschlecht		Einkommen		Wohnlage		
		<39	40-59	60+	Ein-fach	Mitt-el	Ho-ch	Weib-lich	Männ-lich	<2000	> 2000	La-nd	Klein-stadt	Groß-stadt
<b>N</b>	546	94	252	199	154	164	220	264	282	201	273	256	208	79
<b>Ziegel/ Mauerstein</b>	75,5	67,6	76,9	77,6	81,2	79,4	68,2	79,7	71,6	80,3	72,6	72,1	82,2	68,1
<b>Holz</b>	12,4	17,6	9,8	13,1	8,8	12,4	14,9	7	17,4	9,2	13,9	17,4	6	13,3
<b>Stahlbeton</b>	6,2	9,3	5,6	5,4	4,5	5,1	8,4	5,9	6,5	5,9	6,3	3,1	7	14,4
<b>Sonstiger Baustoff</b>	5,5	5,5	6,7	3,9	5,5	3,1	7,4	6,5	4,5	4,6	6,4	7,2	4,5	2,8
<b>k.A.</b>	0,4		1				1,1	0,9			0,9	0,2	0,4	1,3

Eine Differenzierung nach soziodemographischen Unterschieden der Bauherren und Käufer bei Holz lassen Signifikanz- und Korrelationsuntersuchung nicht zu, da die Fallzahlen zu gering sind. Es wird aber deutlich, dass Holz keine wirkliche Alternative zu Ziegel- und Mauerstein bei der Mehrheit der Befragten darstellt. In Absolutzahlen: Von 546 Personen, die schon mal ein Haus bzw. Wohnung gekauft oder gebaut haben, haben sich nur 68 Personen für ein Holzhaus entschieden. Zieht man davon noch die Käufer von Altbauten ab, so bleiben gerade mal 42 Personen übrig, die Neubauten aus Holz erstellt haben.<sup>39</sup>

Das außerordentlich positive Image von Holz als Baumaterial spiegelt sich in der tatsächlichen Baumaterialentscheidung nicht mehr wider. Hier überwiegt stark die herkömmliche traditionelle Bauweise in Stein. Dies zeigt, dass die Sympathie für Holz alleine nicht ausreicht, um Holz als wesentlichen Baustoff im privaten Hausbau zu etablieren. Die subjektiv wahrgenommenen konstruktiven Eigenschaften des Baustoffes – hier schneidet Holz eher schlecht ab – scheinen bei der letztendlichen Materialentscheidung den Ausschlag zu geben. (vgl. auch Tab. 4.5)

<sup>39</sup> Siehe Anhang Tab.8.12.

Inwieweit das positive Image von Holz als Baustoff sich im Innenausbau widerspiegelt, kann nicht genau beantwortet werden. Insgesamt fehlen nach unseren Recherchen genaue Angaben über das Ausmaß der Verdrängung von Holz durch Nichtholzprodukte. Einen Anhaltspunkt bietet jedoch die amerikanische Studie IIASA 2001. Im Zeitraum von 1995 bis 1998 verbucht der Werkstoff Holz Verluste in den folgenden Teilmärkten: Wandkonstruktionen 10%, Fußböden 17%, Dachkonstruktionen 11% (vgl. IIASA 2001, 24). Diese Entwicklung kann aber aufgrund der länderspezifischen Unterschiede in der Verwendung von Holz in der Bauwirtschaft nicht vollkommen auf den deutschen Markt übertragen werden.

Bei der Altersdifferenzierung fällt auf, dass der Holzbau bei Jüngeren eine leicht überdurchschnittlich positive Wertschätzung genießt. Ein höherer Anteil von Holzhäusern auf dem Land lässt sich vor allem dadurch erklären, dass es in einigen ländlichen Regionen in Deutschland eine gewisse Tradition des Holzhauses bzw. der Stein-Holz-Kombination gibt.

Um die Kauf- und Bauentscheidungsstrukturen mit in die Analyse einbeziehen zu können, wurden diejenigen Befragten, die gebaut bzw. eine Wohnung erworben und sich dabei *gegen* Holz entschieden haben, nach ihren Erwägungen während der Entscheidungsfindung gefragt.

**Tab. 5.4: Relevanz der Holzbauweise im Entscheidungsprozess von Neubauten (n=267)**

Relevanz der Holzbauweise	in %
Ja, habe ich ernsthaft in Erwägung gezogen	16,9
Ja, habe drüber nachgedacht, aber nicht ernsthaft in Erwägung gezogen	10,6
ALLE JA	27,5
Nein	72,1
Weiß nicht/ keine Angabe	0,4

Tab. 5.4 bezieht sich auf Personen, die neu gebaut und dabei *kein* Holzhaus erstellt haben, also Personen, die vermutlich eine freie Materialwahl hatten. Es wird ersichtlich, dass gut ein 1/6 der Befragten Holz als alternativen Baustoff ernsthaft in den Entscheidungsprozess miteinbezogen haben. Ein weiteres Zehntel gibt an, mit Holz geliebäugelt zu haben, aber im wesentlichen nicht in Erwägung gezogen zu haben.

Auch hier zeigt sich, dass der Grossteil der befragten Bauherren Holzhäuser in ihrem Hausbauplanungsprozess nicht mit auf der Rechnung gehabt hat. Für ungefähr 72% kam die Holzbauweise überhaupt nicht in Frage. Dieses eindeutige Ergebnis könnte sich unter anderem durch starke Vorbehalte gegenüber dem Baustoff Holz im Tragwerksbereich erklären lassen.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Käufern von Häusern bzw. Wohnungen (vgl. Tab. 5.5).

**Tab. 5.5: Relevanz der Holzbauweise im Kaufentscheidungsprozess (n=212)**

Relevanz der Holzbauweise	in %
Ja, habe ich ernsthaft in Erwägung gezogen	12,1
Ja, habe darüber nachgedacht, aber nicht ernsthaft in Erwägung gezogen	16,4
ALLE JA	28,4
Nein	70,7
Weiß nicht/ keine Angabe	0,4

Bei den Hauskäufern fällt die Relevanz von Holz bei der Kaufentscheidung noch geringer aus. Nur 12% der Befragten, die sich beim Hauskauf nicht für Holz entschieden haben, geben an, Holz als ernsthafte Alternative mit in den Entscheidungsprozess einbezogen zu haben. Weitere 16% haben zumindest mit einem Holzhaus geliebäugelt, diesen Materialtypus aber nicht ernsthaft in Erwägung gezogen. Mit knapp 71% fällt auch hier die Gruppe

derer, die Holzhäuser nicht berücksichtigt hat, sehr groß aus.

In einem nächsten Schritt soll nun untersucht werden, wie bei potenziellen Bauherren (darunter verstehen wir Personen, die sich mit konkrete Bauabsichten in den nächsten 5 Jahren tragen) die Präferenzen für den jeweiligen Hauptbaustoff gelagert sind. Dabei soll analysiert werden, ob es eventuelle Unterschiede zwischen den Bauherren, die in der Vergangenheit gebaut haben, und den zukünftigen Bauherren gibt.

**Tab. 5.6: Neubauplanung in den nächsten fünf Jahren (n= 1.004)**

Neubauplanung	in %	
Ja, sicher	5,7	Von allen Befragten geben 5,7% an, in den nächsten 5 Jahren neu bauen zu wollen. Weitere 7,3% sind noch mit Überlegungen beschäftigt und haben darüber keine endgültige Entscheidung getroffen. Der Großteil (86,4%) hat keine konkreten Pläne und beantwortet diese Frage mit einem klaren Nein. Bei der Frage, welche Materialien potenzielle Bauherren für einen Hausbau präferieren würden, deutet sich an (vgl. Tab. 5.6), dass nach wie vor Ziegel- und Mauerstein die bevorzugten Baustoffe sind. Allerdings steigen die Präferenzen der potenziellen privaten Bauherren für Holz an: Nach wie vor bevorzugt mehr als die Hälfte der potenziellen Bauherren Stein. 28,8% bevorzugen Holz als Baustoff.
Ja, vielleicht	7,3	
Nein	86,4	
Weiß nicht/ keine Angabe	0,6	

**Tab. 5.7: Präferenzen der potenziellen Bauherren in den nächsten 5 Jahren (n=131)**

Baustoff	in %	
Ziegel/ Mauerstein	51,6	Der Anteil derjenigen, die Holz unter gegebenen Umständen wählen würden, entspricht ungefähr dem Anteil derjenigen, die Holz beim Hausbau ernsthaft in Erwägung gezogen haben (16,9%) (vgl. Tab. 5.4), inklusive derjenigen privaten Bauherren, die tatsächlich in Holz gebaut haben (12,4%) (vgl. Tab. 5.3) Man kann davon ausgehen, dass sich die Präferenzstrukturen privater Bauherren kaum geändert haben, es sich somit um relativ statische Vorstellungen und verfestigte Wahrnehmungsstrukturen handelt, wie ein Haus zu sein hat. Die konventionellen Baustoffe dominieren hierbei nach wie vor die Vorstellung der Befragten. Mit 6% fällt die Kategorie derer, die dazu keine Angaben machen können, vergleichsweise groß aus. Unentschlossene können immer auch als potenzielle Kunden für alle Baustoffe angesehen werden, da sie keine vordefinierte Präferenzstruktur besitzen.
Holz	28,8	
Stahlbeton	8,3	
Sonstiger Baustoff	5,2	
Weiß nicht/ keine Angabe	6,2	

**Tab. 5.8: Theoretische Präferenzen für den Hausbau von Personen ohne Bauabsicht (n=873)**

Baustoff	in %	
Ziegel/ Mauerstein	58,5	Die Holzpräferenz ist mit knapp 29% auch bei denjenigen, die keine Bauabsicht hegen, beachtlich. Theoretisch könnte die Präferenz für Holz als alternativer Baustoff noch ausgeprägter sein: Angesichts des Fehlens einer realen Bausituation sollte das oben (vgl. Kap. 4.3) festgestellte positive Image von Holz stärker zur Geltung kommen und weniger die negativen Vorurteile bezüglich der bauphysischen Eigenschaften des Baustoffs
Holz	28,8	
Stahlbeton	6,6	
Sonstiger Baustoff	3,8	
Weiß nicht/ keine Angabe	2,4	

Holz. Es zeigt sich aber, dass selbst in diesem fiktionalen Bereich Holz nicht mit Ziegel-/Mauerstein konkurrieren kann.

### 5.1.2 Aspekte des Entscheidungsprozess privater Bauherren

Ein Kaufentscheidungsprozess ist für private Bauherren ein einschneidendes und zugleich vielschichtiges Unterfangen. Dieser beginnt nicht erst mit der Planungs- und Entscheidungsphase, sondern in der Regel schon viel früher, nämlich mit dem Ansparen des notwendigen Eigenkapitals. Bauvorhaben sind langfristige High-Involvement-Entscheidungen, die meist einen allmählichen Bewusstwerdungsprozess implizieren<sup>40</sup>. Im Folgenden ist von Interesse, welche Kriterien von privaten Bauherren bei der Kauf- oder Bauentscheidung berücksichtigt werden. Dafür wurde ein Kriterienkatalog entwickelt, der wesentliche Aspekte beinhaltet.

Betrachtet man die Mittelwerte in Tabelle 5.9, so wird deutlich, dass es sich bei Kaufentscheidungsprozessen bezüglich der Materialwahl um eine mehrdimensionale Entscheidung handelt. Es gibt nicht das eine einzig ausschlaggebende Kriterium, sondern es sind eine Vielzahl von Kriterien, die in ihrer Gesamtheit über die Bauweise entscheiden. Neben ökonomischen und bauphysischen Kriterien zählen vor allem auch gesundheitliche und wohnklimatische Aspekte dazu. Kriterien, die die Bauweise entscheidend prägen, kann man gemäß vierer Wichtigkeitsstufen zusammenfassen:

- Am wichtigsten ist den Befragten das Wohnklima und gesundheitliche Aspekte
- Auf der zweitwichtigsten Stufe liegen sehr unterschiedlich einzuordnende Aspekte sowohl ökonomischer Rationalität als auch optisch-ästhetischer Art. Dazu gehören rationale Kriterien<sup>41</sup> des Umweltschutzes (Umweltaspekte, die direkten monetären Vorteil für die Konsumenten mit sich bringen, z.B. Energie-, oder Wassereinsparungen) sowie qualitätsbezogenen und sicherheitsrelevante Aspekte.
- Auf der nächsten Wichtigkeitsstufe liegen eher pragmatisch-rationale Aspekte, nämlich die Kürze der Bauzeit, die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens sowie die Möglichkeit einfacher Eigenleistung beim Hausbau. Mit Mittelwerten zwischen 1,9 und 2 werden diese Items als mäßig wichtig bewertet.
- Als eher untypischen und weniger relevanten Entscheidungsaspekt erweist sich die Anpassung an die regional übliche Bauweise. Für 1/6 der Befragten spielen die regionalen traditionellen Bauweisen überhaupt keine Rolle. 27% halten regionaltypisches Bauen für ein eher unwichtiges Kriterium.

**Tab. 5.9: Bewertung von entscheidungsrelevanten Aspekten für eine bestimmte Bauwei-**

---

<sup>40</sup> Vgl. Compagnon Marktforschung 2002 sowie Gold 2007.

se (n=1.004)

Angaben in %	Erhebung				Mittelwert
	sehr Wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	überhaupt nicht wichtig	
Ein behagliches Wohnklima	85	14	1	0	1,2
Gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität)	83	15	1	0	1,2
Die Wertbeständigkeit/ Qualität	78	19	2	0	1,2
Der Feuerschutz	77	18	4	1	1,3
Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)	73	23	4	0	1,3
Die einfache Pflege/ der einfache Unterhalt	61	33	6	1	1,5
Geringe Kosten	58	32	9	1	1,5
Die Ästhetik und Optik	54	41	4	1	1,5
Die einfach zu erstellende Eigenleistung	40	34	17	7	1,9
Die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens	37	41	18	5	1,9
Eine kurze Bauzeit	31	37	27	3	2
Die für die Region übliche Bauweise	21	35	27	16	2,4

**Frage:** Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise.

\* Werte gerundet; dadurch Spaltenprozentage über 100% möglich.

\*\* Durchschnitt der jeweiligen Bewertungen (Codes 1 bis 4): Je kleiner der Mittelwert, desto wichtiger der Aspekt bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise.

Eine Differenzierung nach potenziellen Bauherren mit und ohne Bauabsicht erbrachte keine weitere Erkenntnisse. Auffallend ist nur, dass Personen ohne Bauabsicht die Wichtigkeit der einzelnen Items minimal höher bewerten. Die Tendenzen sind allerdings dieselben wie bei den Befragten mit Bauabsicht. So erreicht der Feuerschutz einen Mittelwert von 1,3 bei Personen ohne Bauabsicht und einen Mittelwert von 1,4 bei Personen mit Bauabsicht. Ähnlich verhält es sich auch bei der regional üblichen Bauweise, den Kosten und den zu erbringenden Eigenleistungen<sup>42</sup>.

### 5.1.3 Generelle Einstellungen zu Holzhäusern

Die Items zu entscheidungsrelevanten Aspekten für bestimmte Bauweisen wurden nochmals verwendet, um die befragten Personen nach ihrer Beurteilung von Vorteilen der Holzbauweise zu befragen.

<sup>42</sup> Siehe Anhang Tab. 8.13.



**Tab. 5.10: Assoziierte Vorteile der Holzbauweise (n=1.004)**

Angaben in %	Erhebung					Mittelwert
	sehr vorteilhaft	eher vorteilhaft	eher nicht vorteilhaft	überhaupt nicht vorteilhaft	weiß nicht/ k.A.	
Ein behagliches Wohnklima	61,0	32,7	4,4	0,6	1,2	1,4
Gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität)	59,5	31,2	5,9	1,3	2,1	1,5
Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)	53,4	35,2	8,1	1,7	1,6	1,6
Die Ästhetik und Optik	39,3	46,1	11,3	2,2	1,1	1,8
Eine kurze Bauzeit	31,2	44,2	17,3	2	5,3	1,9
Die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens	30	41,2	22,2	3,7	2,9	2,0
Die Wertbeständigkeit/ Qualität	26,3	43,3	24,7	2,6	3,1	2,0
Die einfach zu erstellende Eigenleistung	27,9	41,9	19,9	5,1	5,2	2,0
Geringe Kosten	23,7	37,3	27,3	3,8	7,9	2,1
Die einfache Pflege/ der einfache Unterhalt	18,2	31,7	36,8	11,7	1,6	2,4
Der Feuerschutz	21,3	16,9	38,5	21,8	1,6	2,6
Die für die Region übliche Bauweise	10,8	29,9	39,3	16,5	3,4	2,6

**Frage:** Inwieweit sind Häuser, die hauptsächlich aus dem Baustoff Holz bestehen, aus Ihrer Sicht vorteilhaft in Bezug auf die folgenden Aspekte?

\* Werte gerundet; dadurch Spaltenprozentage über 100% möglich.

\*\* Durchschnitt der jeweiligen Bewertungen (Codes 1 bis 4): Je kleiner der Mittelwert, desto vorteilhafter Holzbauweise.

Vergleicht man die allgemeinen Ergebnisse der entscheidungsrelevanten Aspekte für eine bestimmte Bauweise (Tab. 5.9) mit den assoziierten Vorteilen der Holzbauweise, so stellt man als erstes Ergebnis fest, dass die Vorteilhaftigkeit von Holz gegenüber den allgemeinen Aspekten durchweg eine geringere Zustimmung erfährt (Tab. 5.10). Auch wenn die Vorteile von Holz für sich gesehen relativ hoch ausfallen, so zeigt sich doch, dass die Holzbauweise die Kriterien für Kaufprozessentscheidung nicht bei allen Befragten erfüllt. Auffallend sind auch die größeren Werte in der Kategorie „weiß nicht“ bzw. „keine Angabe“.

Besonders fällt auch hier auf, dass der Feuerschutz, wie schon bei der Einschätzung von Holz als Baumaterial, besonders negativ bewertet wird. Die Wichtigkeit des Feuerschutzes bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise und die negative Bewertung der Holzbauweise bezüglich dieser Eigenschaft erklärt den immer noch geringen Absatz von Holzhäusern. Die latenten Vorurteile gegenüber Holz prägen auch die Einschätzung der Menschen bezüglich der Holzbauweise (vgl. Kap. 4.3). Auch der Aufwand der Instandhaltung, die vermeintlich geringere Wertbeständigkeit und die Kosten bestärken die Ablehnung von Holz.

Korreliert man die Ergebnisse der Vorteilhaftigkeit der Holzbauweise mit den Ergebnissen der entscheidungsrelevanten Aspekte im Bauentscheidungsprozess erhält man geringe höchst signifikante positive Zusammenhänge zwischen den gleichen Items. Ausnahmen sind dabei die Items „Wertbeständigkeit“ (nur signifikant und  $r = 0,069$ ) und „Feuerbeständigkeit“ ( $p = 0,100$  und  $r = 0,052$ )<sup>43</sup>.

Untersucht man die Einstellung der Personen, die die Vorbehalte gegenüber der Feuerbeständigkeit nicht teilen, zu anderen Items so fällt auf, dass dieser Personenkreis aus einem eher pragmatischen Lager stammt. Die Meinung Holz sei ein feuerbeständiger Baustoff geht einher mit der Honorierung der Kürze der Bauzeit im Holzbau sowie des unkomplizierten An- und Umbauens, der Achtung von regionaler traditioneller Bauweise sowie der Berücksichtigung von gesundheitlichen Aspekten im Baustoffentscheidungsprozess. Holz wird in dieser Gruppe in allen abgefragten Dimensionen positiv beurteilt. Jedes Item korreliert höchst signifikant auf geringem bis moderatem Niveau (die Korrelationskoeffizienten liegen zwischen  $r = 0,19$  und  $r = 0,46$ )<sup>44</sup>. Es zeichnet sich ab, dass die Vorteilhaftigkeit von Holz bezüglich seiner ökologischen und ästhetisch-optischen Merkmale bei der Baustoffwahl nicht ausschlaggebend sind. Baustoffwahl ist ein eher rational ökonomisch geleiteter Prozess, der allerdings durch gesundheitliche Aspekte und den Vorgaben einer regional übliche Bauweise abgerundet wird.

#### **5.1.4 Soziodemografische Unterschiede der Befragten bezüglich baustoffentscheidender Aspekte**

Betrachtet man das Antwortverhalten der Befragten differenziert nach sozialstrukturellen Merkmalen so fällt auf, dass es eindeutige geschlechts-, alters-, wohn- und schichtspezifische Antwortmuster gibt (siehe Tab. 5.11).

Typische Zusammenhänge zwischen dem Alter und baustoffentscheidenden Faktoren sind „die Kürze der Bauzeit“, „die einfache Pflege“ und „die regional übliche Bauweise“. Alle drei Items sind höchst signifikant, korrelieren aber nur sehr gering negativ. Auch das Wohnklima unterliegt einem Alterseffekt. Durch den natürlichen Rückgang von Mobilität im Alter, wird die eigene Wohnung oder das eigene Haus zur lebensbestimmenden Räumlichkeit. Die Verwurzelung in der Tradition der Region ist in der Regel bei älteren Menschen noch eher gegeben als bei jüngeren. Dass der Feuerschutz ebenfalls einem Alterseffekt unterliegt, deutet an, dass die Vorbehalte gegenüber Holz bei Älteren weniger stark ausgeprägt sind als bei Jüngeren. Keine Signifikanz weisen die Items „geringe Kosten“, „unkompliziertes An- und Umbauen“ sowie „Optik und Ästhetik“ auf.

Die Geschlechterdifferenzierung zeigt, dass Männer durchweg in allen abgefragten Dimensionen die Bauweisewahl weniger stark von den abgefragten Items abhängig machen als Frauen. Die Bedeutung des Feuerschutzes zeigt dabei mit  $r=0,201$  den deutlichsten Zusammenhang. Keinen signifikanten Zusammenhang weisen die Items „unkomplizierter An- und Umbau“, „regional übliche Bauweise“ und „einfach zu erstellende Eigenleistung“ auf. Das Ergebnis deutet an, dass für Frauen die Baustoffwahl mehr Relevanz besitzt als für Männer. Sowohl die konstruktiven Eigenschaften von Baumaterialien als auch die „weichen“ Faktoren wie Gesundheit, Optik und Ästhetik sind dabei relevant.

Regionale Unterschiede gibt es nur bezüglich der abgefragten Items „einfach zu erstellende Eigenleis-

---

<sup>43</sup> Siehe Anhang Tab. 8.14.

<sup>44</sup> Siehe Anhang Tab. 8.14.

tungen“ und den Kosten. Die Ergebnisse der Korrelationen sind jedoch auch hier nur sehr gering aber auf höchst signifikantem Niveau. Die Eigenleistung ist auf dem Land – im Gegensatz zu städtischen Gebieten – ein relevanter Aspekt der Bauweise. In enger Verbindung dazu steht der Kostenaspekt, der in ländlichen Strukturen vor allem bei Beziehern niedriger Einkommen mitentscheidend für die Baustoffwahl ist.

Interessanterweise hat die Bildung einen widersprüchlichen Einfluss auf die Bewertung baustoffentscheidender Kriterien. Ein geringes Bildungsniveau geht einher mit einer signifikanten höheren Bewertung beinahe aller abgefragten Dimensionen der Bauweiseentscheidung.

**Tab. 5.11: Korrelation zwischen soziodemographischen Merkmalen und bauweiseentscheidenden Aspekten**

Bauweise entscheidende Aspekte für eine bestimmte Bauweise ****	Alter		Bildung*		Geschlecht**		Region	
	Signifikanz ***	Korrelation	Signifikanz ***	Korrelation	Signifikanz ***	Korrelation	Signifikanz ***	Korrelation
Kurze Bauzeit	,000	-,119	,000	,150	,001	,099	,157	,044
Behagliches Wohnklima	,000	-,118	,054	,061	,048	,062	,891	-,004
Geringe Kosten	,114	-,049	,000	,228	,001	,105	,000	,112
Feuerschutz	,001	-,106	,000	,205	,000	,201	,156	-,044
Einfache Pflege	,000	-,109	,000	,163	,001	,101	,511	,021
Wertbeständigkeit & Qualität	,008	-,082	,001	,109	,000	,111	,879	-,005
Unkompliziertes Um- und Anbauen	,936	-,003	,000	,110	,128	,048	,027	,027
Regional übliche Bauweise	,000	-,218	,000	,124	,200	,040	,147	,045
Einfach zu erstellende Eigenleistung	,006	,086	,000	,246	,120	-,049	,000	,118
Umweltaspekte (Energiesparen)	,000	-,124	,000	,134	,000	,130	,099	,051
Gesundheitliche Aspekte	,038	-,065	,014	0,78	,000	,134	,340	,030
Ästhetik und Optik	,275	-,034	,059	-,60	,005	,087	,265	-,035

\* Bildung: codiert 1 = HS o. Ausbildung, 2 = HS m. Ausbildung, 3 = RS und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium.

\*\* Geschlecht: codiert 1 = weiblich, 2 = männlich.

\*\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < = 0,001$  höchst signifikant,  $p < = 0,01$  sehr signifikant,  $p < = 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

\*\*\*\* Bauweise entscheidende Aspekte: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu.

Eine Ausnahme bilden die Items „behagliches Wohnklima“ sowie „Ästhetik und Optik“. Gerade bei bildungsferneren Befragten spielen die rationalen Gründe bei der Baustoffwahl (höchst signifikant korreliert) eine wichtige Rolle. Kosten, Bauzeit, Eigenleistung, Pflege, unkomplizierter An- und Umbau sind für Hochgebildete tendenziell weniger wichtig. Eine Erklärung für dieses Ergebnis könnte auch sein,

dass Bauentscheidungen für niedrigere Bildungsschichten ein finanziell und gesellschaftlich risikoreicherer Entscheidungsprozess darstellen. Aber auch die „weichen“ Faktoren wie Umwelt- und Gesundheitsaspekte sind für Befragte mit geringerem Bildungsniveau relevanter. Die Einkommensverteilung weist hierzu allerdings keine signifikanten Zusammenhänge auf.

Soziodemografische Charakteristika bezüglich der assoziierten Vorteile der Holzbauweise werden in Tab. 5.12 dargestellt. Der Einfluss der Bildung zeigt den aus der soziodemografischen Analyse der baustoffentscheidenden Aspekte erwarteten Zusammenhang. Materielle Aspekte sowie konstruktive Eigenschaften sind Vorteile von Holz, die gerade in bildungsferneren Schichten signifikant geschätzt werden. Die weichen Faktoren weisen keinen bildungsspezifischen Zusammenhang auf.

Auch das Alter weist ähnliche Zusammenhänge auf wie mit den baustoffentscheidenden Aspekten. „Kurze Bauzeit“, „einfache Pflege/ einfacher Unterhalt“, „behagliches Wohnklima“, „die für die Region übliche Bauweise“, „Feuerschutz“ sowie „Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)“ werden signifikant von den älteren Befragten als vorteilhafter bewertet.

**Tab. 5.12: Korrelation zwischen assoziierten Vorteilen der Holzbauweise und soziodemografischen Charakteristika**

	Alter**	Bildung*	Geschlecht	Einkommen	Region
<b>Assoziierte Vorteile der Holzbauweise</b>	<b>höchst signifikante Korrelationen</b>				
Ein behagliches Wohnklima	-,133	...	...	....	...
Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)	-,131	...	...	...	...
Gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität)	...	...	...	...	...
Die Wertbeständigkeit/ Qualität	...	,115	...	...	,110
Eine kurze Bauzeit	-,145	,117	...	...	,110
Die einfach zu erstellende Eigenleistung	...	,128	-,102	...	...
Die einfache Pflege/ der einfache Unterhalt	-,113	,120	...	,111	...
Geringe Kosten	...	,156	...	...	,122
Der Feuerschutz	-,171	,125	...	...	,137
Die für die Region übliche Bauweise	-,103	,109	...	...	,136

\* Bildung: codiert 1 = HS o. Ausbildung, 2 = HS m. Ausbildung, 3 = RS und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium.

\*\* Alter: intervallskaliert.

\*\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

\*\*\*\* Assoziierte Vorteile Holzbauweise: codiert 1 = stimme voll zu, 2 = stimme eher zu 3 = stimme eher nicht zu, 4 = stimme gar nicht zu.

Betrachtet man die regionalen Differenzen, so erfährt die Holzbauweise ein positiveres Image, wenn man in ländlichen und dörflichen Strukturen wohnhaft ist. Auffallend hierbei ist, dass es sich wiederum um rationale ökonomische Kriterien handelt, die signifikante Zusammenhänge aufweisen.

Das Geschlecht übt nur auf das Item „einfach zu erstellende Eigenleistungen“ einen Einfluss aus.

Männer halten die Holzbauweise für eher geeignet selbst tätig zu werden. Die Bewertung fällt ansonsten geschlechtsneutral aus. Umweltaspekte oder wohngesundheitliche Faktoren sind für Männer und Frauen gleich wichtig (vgl. Tab. 5.12).

Das Einkommen ist ebenfalls ein beinahe vollständig neutraler Faktor. Nur die Dimension der einfachen Pflege und des einfachen Unterhalts unterliegt Einkommenseinflüssen. Befragte aus der unteren Einkommensgruppe (< 2.000 € Nettohaushaltsmonatseinkommen) halten die Holzbauweise für pflegeleichter und weniger intensiv im Unterhalt.

Die Items „Ästhetik und Optik“ und „unkomplizierte Um- und Anbauen“ weisen in keiner untersuchten sozialstrukturellen Kategorie signifikante Zusammenhänge auf.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Holzbauweise in den Bewertungsbereichen, die für Kaufentscheidungsprozesse relevant sind, doch deutlich sozialstrukturellen Einflüssen unterliegt. Interessant dabei ist, dass höheres Alter, niedrigere Bildung und ländliche Wohnstruktur positiv auf die Einschätzung rationaler und bauphysischer Eigenschaften der Holzbauweise wirkt. Daraus ließe sich folgern, dass Vorbehalte gegenüber Holzbauten keine reinen Informationsprobleme sind, sondern auch stark etwas mit Erfahrung zu tun haben.

### **5.1.5 Fördermaßnahmen – ist ein Umdenken möglich?**

Welche Chancen bieten Fördermaßnahmen um den Absatz von Holzhäusern zu erhöhen? Welche Vorstellung haben hierbei die Verbraucher? Die Analyse wurde nach Befragten mit konkreten Bauabsichten in den nächsten 5 Jahren und solchen, die keine Bauabsicht haben, vorgenommen<sup>45</sup>. Mit Hilfe dieser Differenzierung soll herausgefunden werden, ob Menschen mit Bauabsicht sich von Menschen ohne Bauabsicht bezüglich ihrer Vorstellungen unterscheiden. Es ist davon auszugehen, dass erstere gewisse Informationskanäle genutzt haben und so spezifischere/andere Wünsche haben als letztere.

Im folgenden wurde abgefragt, welche Fördermaßnahmen die Befragten, die zu diesem Zeitpunkt nicht in der Holzbauweise bauen würden, zum Umdenken anregen würden. Tab. 5.13 zeigt die von uns abgefragten Fördermaßnahmen und den prozentualen Anteil der Nennungen durch Personen, die unter momentaner Sachlage kein Holzhaus bauen würden, allerdings eine Bauabsicht hegen, und die Nennungen durch Personen, die ebenfalls kein Holz verwenden würden, aber keine Bauabsichten haben.

---

<sup>45</sup> Vgl. auch Kap. 5.1.1 und die dortigen Tabellen 5.7 und 5.8

**Tab. 5.13: Beurteilung verschiedener Fördermaßnahmen (nur Holzkritiker)**

	Fiktive Bauabsicht (n= 625)	Konkrete Bauabsicht (n= 82)
Maßnahmen	%	%
Mit staatlich geprüften Qualitätslabels	77,2	69,7
Bei Zuschüssen der öffentlichen Hand	76,9	75,9
Bei günstigen Krediten von Banken und Sparkassen	76,5	73,4
Bei umfassendem Informationsmaterial	72,4	77,1
Mit Kundenservice durch den Hersteller (Probewohnen, Musterhäuser, Übernahme von Behördengängen)	72,4	74,3
Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer	72,4	67,7
Bei weniger Bauvorschriften durch Behörden	71,8	74,3
Mit Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses/Wohnung (z.B. fünfjähriger Anstrich, Energiepasscheck)	70,9	69,4
Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten	62	51,1
Bei einer 'Alles aus einer Hand'-Lösung (Systemlösung)	60,3	44,8
Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen	42,9	37,5

Mehrfachnennungen möglich.

Ingesamt fällt auf, dass fast alle der abgefragten Items von den Befragten häufig genannt wurden. Maßnahmen wie „staatlich geprüfte Qualitätslabels“, „umfassendes Informationsmaterial“, „Zuschüsse der öffentlichen Hand“, „Kundenservice durch die Hersteller“, „Beratung Architekten/Planer“, „weniger Bauvorschriften“, „günstige Kredite“ sowie „Kundenbetreuung nach Fertigstellung“ werden von 67 bis 77% der befragten Holz kritisch gegenüberstehenden Personen genannt.

Empfehlungen von Freunden und Bekannten spielen für 62% der Personen mit fiktiver Bauabsicht eine Rolle, während Befragte mit konkreter Bauabsicht derartige Empfehlungen eher geringer einstufen, nämlich mit 51%. Dies hängt möglicherweise damit zusammen, dass diese bereits in der früheren Meinungsbildungsphase einbezogen wurden.

Markennamen scheinen demgegenüber ein vergleichsweise zu vernachlässigender Faktor für die Forcierung des Umdenkprozesses von Holzskptikern zu sein. Dies mag auch daran liegen, dass der Hausbau einen sehr stark individuellen Charakter besitzt und Markennamen die Individualität stören bzw. dieser entgegenwirken können. Häuser sind Prestigeobjekte, die nicht mit Textilwaren oder Autos vergleichbar sind. Allerdings hat sich für Haustypen – im Vergleich etwa zum Automobilsektor – noch keine Marke dergestalt positionieren können.

Eine weitere Fördermaßnahme könnte das Angebot von Systemlösungen sein; dieses wird nur von 45% der Befragten mit konkreter Bausabsicht als Fördermaßnahme genannt, im Vergleich zu 60% der Personen mit fiktiver Bauabsicht.

Die Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass das Nachfragedefizit bei Holzhäusern nicht mit einzelnen isolierten Fördermaßnahme zu bekämpfen ist; vielmehr sollte eine Kombination verschiedener konzer-

tierter Fördermaßnahmen angestrebt werden. So ist davon auszugehen, dass ein alleiniger Zuschuss aus öffentlicher Hand nicht ausreichen würde, wenn zum Beispiel der Architekt oder Bauträger von Holzhäusern abrät. Hier wird auch deutlich, dass für den Holzhaussektor ein umfassendes Förderkonzept nötig ist, das neben staatlicher Seite auch intermediäre Akteure mit einbezieht.

## 5.2 Holzendproduktgruppe: Holzrahmenfenster

Welche Rolle spielen Holzrahmenfenster als Alternative zu Kunststoffrahmenfenster bei privaten Haus- und Wohnungsbesitzern. Werden sie noch in den Entscheidungsprozess beim Kauf neuer Fenster mit einbezogen? Welche Wünsche und Anforderungen stellen Kunden an Fenster, insbesondere an Holzrahmenfenster? Welche Vor- und Nachteile sehen sie in konkurrierenden Produkten? Das sind die wesentlich Fragen, mit denen sich das folgende Unterkapitel beschäftigt. In den letzten 15 Jahren war der Verlust an Marktanteilen im Holzrahmenfensterbau drastisch. Von 1991 bis 2001 verlor Holz annähernd 15% Marktanteil; zwar wuchs der Anteil des holzveredelten Fensterbaus um 2%, dieser Trend konnte jedoch den Verlust in keinerlei Weise aufhalten.

Für die Fensterindustrie spielen neben dem Absatzmarkt Neubau auch die Fenstererneuerung im Bestand eine wichtige Rolle. Der Umsatz des deutschen Fenstermarkts 2002 verteilte sich fast gleichmäßig auf die Bereiche Renovierung (53%) und Neubau (47%) (vgl. Schoch o.J.). Gerade in den letzten Jahren eröffnete der Denkmalschutz alter Wohngebäude einen Absatzmarkt, auf den die Holzfensterindustrie zählen konnte. Nach Einschätzung des Instituts für Fenstertechnik Rosenheim (ift 2002, 59) bleiben für Holzfenster ohne grundlegende Optimierungen des Wartungsbedarfs nur wenige Einsatzmöglichkeiten im privaten Wohnungsbau, im Denkmalschutz und in Sonderlösungen.

### 5.2.1 Allgemeine Ergebnisse

Rund 3/5 aller Befragten geben an, dass sie selbst schon einmal neue Fenster in eine Wohnung einbauen ließen (vgl. Tab. 5.14). Für 7% steht ein Fensterwechsel oder im Rahmen eines Neubaus ein Fensterkauf in den nächsten fünf Jahren ins Haus. Weitere knapp 9% spielen zumindest mit dem Gedanken Fenster zu erneuern bzw. zu kaufen. Für den Großteil der Befragten ist ein Fensterkauf allerdings in den nächsten Jahren nicht auf der Tagesordnung (vgl. Tab. 5.15).

**Tab. 5.14: Fenstereinbauquote (n=1.004)**

Fenstereinbau	
N	1.004
Ja	62,6
Nein	37,3
Weiß nicht/	0,1

Von den Rund 63% der Befragten, die einen Fenstereinbau in der Vergangenheit tätigten, haben sich gut die Hälfte für Kunststoffrahmenfenster entschieden. Holz verwendeten nach eigenen Angaben 43%. Sonstige Materialien wurden in den seltensten Fällen verwendet. Holz erreicht hier eine weitaus bessere Verwendungsquote als bei den künftigen Fensterkäufern (vgl. Tab. 5.16 und 5.17). Der Hauptgrund ist, dass die Fenstersanierungen in vielen Fällen teilweise viele Jahre zurückliegen und damals weniger Alternativen zu Holzfenstern zur Verfügung standen.

Die Gruppe derer, die einen Einbau in den nächsten Jahren planen, geben eine 10% geringere Holzfensterverwendung an. Der Verlust bei den Holzrahmenfenstern geht stark zugunsten einer Zunahme bei Kunststoffrahmenfenstern.

**Tab. 5.15: Fenstererneuerung in den nächsten 5 Jahren (n=1.004)**

Fenstererneuerung	in %
Ja, sicher	7,1
Ja, vielleicht	8,5
Nein	84,1
Weiß nicht/ k.A.	0,3

Der Trend zu Kunststoffrahmenfenstern bestätigt sich auch bei denjenigen, die keine Einbaupläne verfolgen. Die Werte stimmen nahezu mit der Gruppe der potenziellen Kunden mit Kaufabsicht überein<sup>46</sup>. Die Ergebnisse decken sich generell mit der allgemein diagnostizierten Entwicklung für den Holzrahmenfensterbau. Es wird deutlich, dass neben dem Rückgang der Neubautätigkeit auch das Bauen und Erneuern im Wohnungsbestand einen für Holzrahmenfenster ähnlich negativem Trend unterliegt.

**Tab. 5.16: Materialwahl bei früherer Fenstererneuerung (n=629)**

Material	in %
Kunststoff	49,8
Holz	43,2
Aluminium	5,3
Sonstiges Material	1,1
Weiß nicht/ keine Angabe	0,6

Es wird für die Fensterbauer bei weitem nicht ausreichen, sich ausschließlich auf den Bereich des Denkmalschutzes zu stützen, auch wenn es hier zu Holzrahmenfenster zu meist keine Alternativen gibt. Innovative Holzveredelungsformen wie Alu-Holz-Kombinationen, deren Marktanteile langsam wachsen, sind Möglichkeiten, den Einsatz von Holz beim Fensterbau weiterhin sicherzustellen.

**Tab. 5.17: Materialvorstellung künftiger Sanierer (n=157)**

Material	in %
Kunststoff	58,9
Holz	33,2
Aluminium	3,8
Sonstiges Material	1,4
Weiß nicht/ keine Angabe	2,8

## 5.2.2 Kundenanforderungen und -wünsche an Fenster von holzfensteraversen Personen

Wie ist dieser allgemein zu verzeichnende Rückgang zu erklären? Trotz vielerlei Argumente pro Holzrahmenfenster bleiben die Absatzzahlen weit hinter den Erwartungen zurück. Von Vermarktern und Produzenten angepriesene Vorteile von Holz reichen über ein weites Spektrum von Energieeffizienzgründen, Gestaltungsfreiheiten bis hin zu Umweltaspekten. Aus diesem Grund wurden diejenigen Personen, die keine Holzrahmenfenster verwenden würden, gefragt, was sich an Holzrahmenfenstern verändern müsste, damit sie eine ernsthafte Alternative zu Kunststoffrahmenfenstern darstellten.

<sup>46</sup> Siehe Tabellenanhang Tab. 8.15.



Um das ganze Spektrum der Vorstellungen der Befragten erfasst zu können, wurde die Einschätzung der Befragten mittels einer halboffenen Frage abgefragt. Dabei wurden die Antworten der Befragten Vorcodierungen zugeordnet, nicht zuordenbare Antworten wurden der Kategorie „sonstiges“ zugeschrieben, Mehrfachnennungen waren möglich.

**Tab. 5.18: Veränderungswünsche von Nichtverwendern von Holzfenstern (n=647)**

Veränderungswünsche	in %
Sollten pflegeleichter sein	26,9
Sollten langlebiger sein	24,1
Sollten weniger wartungsintensiv	21,2
Sollten farbbeständiger sein	18,9
Sollten preiswerter sein	10,6
Sonstiges	20,4
Weiß nicht/ keine Angabe	11,4

*Mehrfachnennungen möglich*

Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass die Befragten bei Verbesserungsvorschlägen zurückhaltend sind. Keine der abgefragten Rubriken erreicht Werte über 27%. Am häufigsten halten die Befragten den Pflegeaufwand von Holzrahmenfenstern für verbesserungsfähig. Am zweitwichtigsten für die Menschen ist der Aspekt der Langlebigkeit. Auch die Wartungsintensität sollte gemäß 21% der Befragten optimiert werden. Der Preis von Holzrahmenfenster ist für die wenigsten ausschlaggebend für die Präferenz von Kunststoffrahmenfenster. Mit 11% fällt die Kategorie „weiß nicht/ keine Angabe“ relativ groß aus. Die Zurückhaltung deutet an, dass die spezifischen Vorbe-

halte gegenüber Holzrahmenfenster, für viele der Befragten eher rationalen Begründungen entbehren. Durch die Kategorie „Sonstiges“ wird auch deutlich, dass die Vorbehalte gegenüber Holzrahmenfenstern ein sehr heterogenes Feld darstellen. Gut ein Fünftel der Befragten haben, neben den abgefragten Änderungsvorschläge, weitere – zum Teil sehr differenzierte – Änderungsvorschläge. Die Mehrzahl der Änderungsvorschläge beziehen sich dabei auf funktionale und konstruktive Eigenschaften von Holzrahmenfenster (vgl. Tab. 5.18). Hierzu gehören, am häufigsten genannt, „Isolierung“ und „Witterungsschutz“. Ein schöneres Design wird immerhin von 11% in der Kategorie „sonstiges“ angemahnt. Eine kleinerer Gruppe (7,3% Nennungen) gibt an, dass Kunststoffrahmenfenster „einfach schöner seien“. Für sie kommen Holzrahmenfenster unter gar keinen Umständen in Frage. Umweltaspekte spielt für den Großteil der kreativ Antwortenden keine Rolle; mit nur 4,8% Nennungen liegt die „umweltschonende Materialverwendung“ und „Schutz der Tropenhölzer“ eher am unteren Ende der Wichtigkeitsskala.

**Tab. 5.19: Sonstige Kundenwünsche (n=132)**

<b>Materialeigenschaften</b>	<b>in %</b>
Bessere Isolierung	20
Sollten witterungsbeständiger sein	11,7
Schöneres Design	11
Sollten optisch zum Gebäude/ in die Wohnanlage passen	8
Nichts / Holzfenster missfallen allgemein / Kunststofffenster gefallen besser	7,3
Sollten formbeständiger sein	7,1
Sollten umweltschonend / kein Tropenholz sein	4,8
Das Holz sollte leichter sein	4,8
Außenseite sollte Aluminium bzw. Kunststoff sein	4,6
Eigenschaften wie bei Kunststoff- oder Alufenstern	3,2
Sollten einbruchssicherer sein	3,2
Sollten schalldichter sein	2,5
Sollten beschichtet sein	1,3

*Mehrfachnennungen möglich*

### 5.2.3 Einschätzungen Holzrahmen- und Kunststoffrahmenfenster

Die seit Jahren zurückgehenden Absatzzahlen von Holzrahmenfenstern und die stetige Zunahme von Kunststoffrahmenfenstern bieten den Anlass nach den ursächlichen Faktoren dieses Trends zu suchen. Welche Einstellung zu Holzrahmenfenster haben Verbraucher im Vergleich zu Kunststoffrahmenfenstern? Dazu wurden neun Statements, die sich auf die schon aus Kap. 5.1 bekannten Dimensionen beziehen, abgefragt. Als weitere Dimension wurde die „gestalterische Freiheit“ sowie die „Oberflächen- und Farbvielfalt“ aufgenommen. Die Items wurden bezüglich Holz- und Kunststoffrahmenfenstern abgefragt, um so eine Vergleichsperspektive zu eröffnen. Dieser Frageblock wurde dichotom abgefragt (Ja-nein).

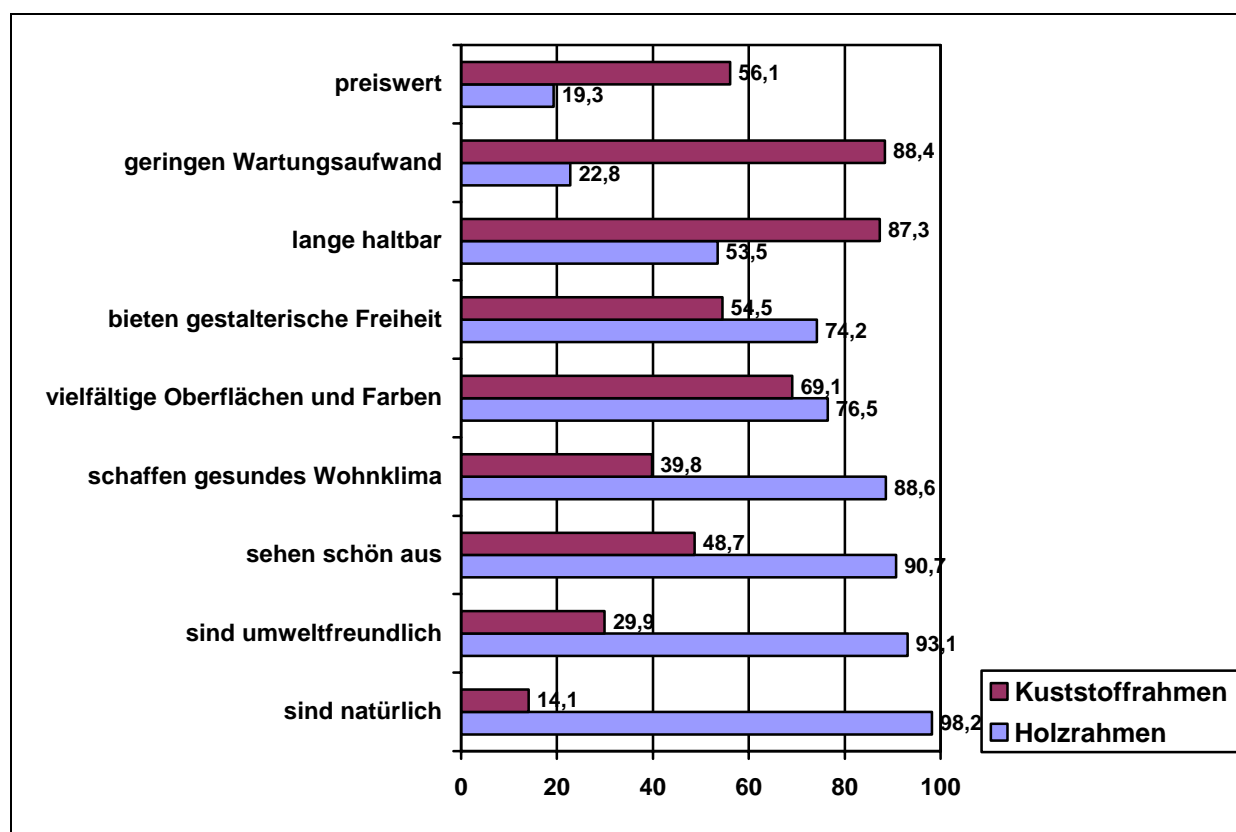
Mit Holzrahmenfenster assoziieren nahezu alle Befragten Natürlichkeit; ebenso halten mit 93% beinahe alle Befragten Holzrahmenfenster für umweltfreundlich (vgl. Abb. 5.1). Eine schöne Optik ist für über 90% der Befragten bei den Holzrahmenfenstern gegeben. Knapp 90% stimmen auch dem Item zu, dass Holzfenster „ein gesundes Wohnklima schaffen“. Etwas abgestuft von diesen hohen Zustimmungsqoten sind die Items „gestalterische Freiheit“ und „vielfältige Farb- und Oberflächen“, die noch von rund  $\frac{3}{4}$  der Befragten als Eigenschaften von Holzrahmenfenstern genannt wurden. Es fällt auf, dass sich die Einschätzungen der befragten Personen zu Holzrahmenfenstern weitgehend mit denen zu Holzhäusern decken (vgl. Kap. 5.1). Holz erfüllt auch im Fensterbau die gesundheitlichen, ästhetischen und optischen Vorstellungen der Befragten.

Bei der Haltbarkeit sieht die Einschätzung der Befragten anders aus. Nur etwas mehr als die Hälfte hält Holzrahmen für ein langlebiges Gut. Noch gravierender fällt die Beurteilung des Wartungsauf-

wandes bei Holzrahmenfenster aus: Gut 1/5 der Befragten betrachtet Holz als wenig wartungsintensiv; umgekehrt heißt dies also, dass Holzfenster von der Mehrheit als wartungsintensiv eingestuft werden. Ähnlich schlecht fällt der Kostenaspekt aus; mit 19,3% halten weniger als ein Fünftel Holzrahmenfenster für ein preiswertes Gut. In der Bewertung von Holz als Baumaterial im Fensterbau spiegeln sich die allgemeinen Einstellungen zu Holz als Baumaterial (vgl. Kap. 4.3).

Generell punktet Holz vor allem im ästhetisch-optischen Bereich, durch seine Umweltfreundlichkeit und seine gesundheitsspezifischen Eigenschaften. Funktionale und konstruktive Eigenschaften sowie Kosten sind jedoch generell Nachteile. Schlechte Abschnitten von Holzrahmenfenstern bezüglich des Preis-Leistungsverhältnis kann als eine Erklärung für die rückgängigen Absatzahlen gesehen werden. Die Funktionalität spielt – wie gesehen auch bei den Verbesserungsvorschlägen – eine zentrale Rolle bei der Kaufentscheidung (vgl. Tab. 5.18 und Tab. 5.19). Ästhetische und optische sowie wohngesundheitliche Faktoren spielen bei der Fensterwahl nur eine untergeordnete Rolle.

**Abb. 5.1: Einschätzung von Holz- und Kunststoffrahmenfenster (n=1.004)**



Betrachtet man die Einschätzung der Befragten zu Kunststoffrahmenfenstern bestätigt sich diese Vermutung. Aus Abb. 5.1 geht für Kunststoffrahmenfenster ein beinahe umgekehrtes Ergebnis hervor. Kunststoffrahmenfenster schneiden gerade in den wesentlich nutzenorientierten Dimensionen „Haltbarkeit“ und „Wartungsaufwand“ besonders gut ab. Etwas mehr als die Hälfte hält Kunststoffrahmenfenster für kostengünstig, während Holzrahmenfenster nur ein Fünftel für preiswert halten. Hier deutet sich an, dass Fenster insgesamt als eher teuer empfunden werden. Für gut 80% sind Holzrahmenfenster nicht preiswert und für gut 44% sind auch Kunststoffrahmenfenster eher teuer.

Im ästhetisch-optischen Bereich sind Kunststoffrahmenfenster denen aus Holz klar unterlegen. Dazu ist die fehlende Natürlichkeit bei Kunststoff eine in der Gesellschaft allgemeingültige Auffassung. Mit knapp einem Drittel Zustimmung ist die Rubrik Umweltfreundlichkeit bei Kunststoffrahmenfenstern die zweitschlechteste Bewertung. Im Vergleich zu Holzrahmenfenstern wird auch die Wohngesundheit und die optische Schönheit von Kunststoffrahmenfenstern als gering eingestuft. Das Angebot von Oberflächen und Farben wird bei den beiden Produktgruppen annähernd gleich beurteilt. Nicht nur Holzrahmenfenster sprechen für ein vielfältiges Angebot, sondern auch Kunststoffrahmenfenster bieten den Endkunden eine mannigfaltige Produktdifferenzierung. Bei der gestalterischen Freiheit werden klar den Holzrahmenfenster mehr Potential zugeschrieben.

Kunststoffrahmenfenster schneiden deutlich besser in den „harten“ funktionalen Faktoren ab. Die konstruktiven Eigenschaften sowie rationale Aspekte sind deutliche Vorteile von Kunststoff. Im Gegenzug wird Holz in den ästhetischen und gesundheitlichen Bereichen klar als vorteilig gesehen. Allerdings kann geht aus der Befragung nicht hervor, dass Kunststoff in diesen Dimensionen rundweg negativ bewertet wird.

#### **5.2.4 Soziodemografische Unterschiede bei der Einschätzung von Holzrahmenfenster**

Die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen den soziodemografischen Merkmalen und der Einstellung zu Holzrahmenfenstern weist nur wenige höchst signifikanten Zusammenhänge auf (siehe Tab. 5.20). Die Einstellung zu Holzrahmenfenstern scheint in den meisten Dimensionen eher unabhängig von Geschlecht, Bildung, Einkommen, Alter und der Region des Wohnortes zu sein.

Höchst signifikant ist der Zusammenhang zwischen dem Preis und dem Geschlecht, der Zusammenhang zwischen der Wohnregion und der gestalterischen Freiheit bei Holzrahmenfenstern. Die Korrelationen liegen allerdings nur im sehr geringen Bereich. Personen aus ländlichen Regionen schätzen eher die gestalterische Freiheit, die Holzrahmenfenster bieten. Männer halten Holz prinzipiell für preiswerter als Frauen. Wie aus Tab. 5.20 deutlich wird, gibt es noch einige weitere, sehr geringe Zusammenhänge, deren Signifikanzniveau allerdings geringer ist. Die Haltbarkeitserwartung an Holzrahmenfenster geht einher mit ländlichem Wohnraum, während die Preiskomponente eher für ältere Personen kein Problem darstellt. Holzrahmenfenster als Faktor eines gesunden Wohnklimas wird eher von Frauen geschätzt.

Das Alter weist neben den sehr signifikanten Zusammenhängen bezüglich des Wartungsaufwands und der vielfältigen Oberflächen und Farben noch einige signifikante Korrelationen (Umweltfreundlichkeit, Schönheit, Preis). Dabei ist die Richtung des Zusammenhangs immer dieselbe; je älter der Befragte, desto positiver seine Einschätzung von Holzrahmenfenstern.

**Tab. 5.20: Korrelationen zwischen den Einschätzungen zu Holzrahmenfenster und soziodemografischen Merkmalen (n=1.004)**

Aussagen zu Holzrahmenfenstern****	Region*		Geschlecht**		Alter***	
	Signifikanz	Korrelation	Signifikanz	Korrelation	Signifikanz	Korrelation
Bieten große gestalterische Freiheit	,000	,115	...	...	...	...
Sind lange haltbar	,017	,076	...	...	...	...
Gesundes Wohnklima	...	...	,023	0,73	...	...
Sind preiswert	...	...	,000	-,123	,046	-,063
Bieten vielfältige Oberflächen und Farben	...	...	...	...	,001	-,104
Geringer Wartungsaufwand	...	...	...	...	,001	-,107
Sehen schön aus	...	...	...	...	,003	-,094
Umweltfreundlich	...	...	...	...	,025	-,071

\* Bildung: codiert 1 = HS o. Ausbildung, 2 = HS m. Ausbildung, 3 = RS und polytechnische Schule, 4 = Fachhochschule, 5 = Abitur, 6 = Studium.

\*\* Geschlecht: codiert 1 = weiblich, 2 = männlich.

\*\*\* Signifikanz zweiseitig:  $p < 0,001$  höchst signifikant,  $p < 0,01$  sehr signifikant,  $p < 0,05$  signifikant,  $p > 0,05$  nicht signifikant.

\*\*\*\* Assoziationen mit Holz: codiert 1 = ja, 2 = nein.

Das Marktsegment Holzfensterrahmenbau unterliegt nur sehr wenigen sozialstrukturellen Einflüssen. Insgesamt lassen sich wenig wesentliche Zusammenhänge erschließen, die spezifische Wahrnehmungsmuster aufweisen. Die Einstellungen zu dieser Produktgruppe ist bis auf kleine Ausnahmen unabhängig von soziodemographischen Strukturen. Die Holzbeliebtheit, was Natürlichkeit und Umweltfreundlichkeit betrifft, und die Vorurteile, was Haltbarkeit und den Wartungsaufwand betrifft sind allgemeine über die gesamte Gesellschaft hinweg anerkannte Vor- und Einstellungen.

### 5.2.5 Unterstützung bei der Entscheidung für Holzfenster

Untersucht man, welchen Einfluss verschiedener Fördermaßnahmen auf die Entscheidungsfindung bei Holzrahmenfenstern haben können, fällt zunächst auf, dass die Zustimmung zu Fördermaßnahmen bezüglich Holzrahmenfenstern im direkten Vergleich zu Holzhäusern (vgl. Kap. 5.1.5) niedriger ausfällt. Die Befragten reagieren gegenüber Absatz fördernde Maßnahmen zurückhaltender.

**Tab. 5.21: Fördermaßnahmen für Holzkritiker (n=647)**

Mit staatlich geprüften Qualitätslabels	60,1
Mit Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters (z.B. allfünfjähriger Anstrich)	59,9
Bei umfassendem Informationsmaterial	57,6
Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer	51,4
Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten	49,7
Mit Garantie, dass Fenster aus heimischem Holz hergestellt sind	49,3
Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen	40

- \* **Frage:** Würden die im Folgenden genannten Punkte Ihre Bereitschaft, Fenster mit Holzrahmen einzubauen, maßgeblich fördern?
- \*\* Zustimmung ist abgedruckt (ja).
- \*\*\* Nur Personen, die Holz nicht wählen würden.

Die von uns den Befragten vorgelegten Aktivitäten und Maßnahmen beurteilten diese unterschiedlich. Insgesamt haben etwa 60% der Befragten staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach dem Einbau eines Fensters sowie umfassendes Informationsmaterial befürwortet. Knapp jeder Zweite begrüßt Beratung und Empfehlung durch Architekten und Planer, Empfehlungen von Freunden und Bekannten sowie zertifizierte Rahmen aus heimischer Holzproduktion. Eine etwas untergeordnete Rolle spielt der Verkauf von Fenstern durch Hersteller mit einem Markennamen. Im Vergleich zu Holzhäusern fällt insgesamt auf, dass

der Entscheidungsprozess weniger beeinflussbar erscheint als bei Holzhäusern. Annähernd alle in beiden Marktsegmenten abgefragte Items erfahren bei Holzrahmenfenster im Schnitt gute 10% weniger Zustimmung (vgl. Kap. 5.1.5).

## 6 Gesellschaftliche Affinitäten für Holzendprodukte

Zweck unserer Untersuchung ist es, eine Gesellschaftstypologie zu erarbeiten, die die Holzaffinität verschiedener Gruppen nach gemeinsamen Vor- und Einstellungen, sowie Wahrnehmungs- und sozialen Denkmustern identifiziert. Differenzierungsmerkmale sind dabei die einzelnen Themenschwerpunkte aus den vorangegangenen Kapiteln.

### 6.1 Vergleich der Stichprobenszusammensetzung mit der Grundgesamtheit

Die Voraussetzung, dass von den Ergebnissen dieser Stichprobe in Bezug auf die Verteilung der festgestellten Merkmale auf die Verteilung dieser Merkmale in der Grundgesamtheit geschlossen werden kann, ist die Repräsentativität.

Um die Repräsentativität der Umfrage sicherzustellen, wurde eine Gewichtung vorgenommen, um mögliche Verzerrungen der Stichprobe auszugleichen. Solche Verzerrungen können z.B. dadurch zustande kommen, dass gewisse Bevölkerungsgruppen besser erreichbar sind als andere.

Zur Durchführung der Gewichtung hat das durchführende Marktforschungsinstitut Forschungsgruppe g/d/p Daten der Statistik des statistischen Bundesamtes (Alter, Geschlecht, Bundesland,

Ortsgrößenklassen) bzw. der Verbraucheranalyse (Haushaltsgröße) herangezogen. Die Daten wurden dabei so gewichtet, dass die Verteilung der Stichprobe der Verteilung der oben genannten Statistiken entspricht. Zur Berechnung der Gewichte wurde ein iterativen Algorithmus verwendet.<sup>47</sup>

## 6.2 Faktorenanalysen

In einem erstem Schritt zur Dimensionsreduktion wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt, welche die Daten auf eine überschaubare Menge bringt und ähnliche Aussage-Items in den einzelnen abgefragten Themengebieten bündelt. Außerdem bieten Faktorenanalysen die Möglichkeit, die Mehrdimensionalität von einzelnen Themen zu erfassen und so unterschiedliche Dimensionen zu eruieren, aus denen sich Einstellungen zusammensetzen. Dazu wurden alle in vorhergehenden Kapiteln dargestellten Themen Faktorenanalysen unterzogen, die im folgenden nun dargestellt und interpretiert werden.

### 6.2.1 Allgemeine Einstellungen

Bei einer Faktorenanalyse über die einzelnen gesellschaftlichen Themenfelder erwies sich eine Lösung mit zwei Faktoren als gut interpretierbar. Dabei wurden Faktorladungswerte unter 0,4 unterdrückt. Von vorherigen 8 Items wurden 7 Items nach Überprüfung ihrer Qualität in die Faktorenanalyse einbezogen. Ausgeschlossen wurde das Statement wirtschaftliche Lage, da es keiner der beiden Dimensionen eindeutig zugeordnet werden konnte. Mit einer Varianzaufklärung von 55% liegt das Ergebnis in einem gut interpretierbaren Rahmen. Die Faktorladungen liegen mit über 0,7 in einem sehr guten Bereich und haben eine hohe Aussagekraft.

**Tab. 6.1: Faktorenanalyse: gesellschaftliche Themenfelder**

Items	Faktor 1	Faktor 2
Terrorismus		0,76
Kriminalität		0,75
Einwanderung		0,75
Gesundheitspolitik	0,76	
Rentenpolitik	0,71	
Umweltzerstörung	0,62	
Arbeitsmarkt	0,60	
Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung		

Das Beunruhigungspotenzial durch gesellschaftliche Problemfelder lässt sich in zwei Dimensionen unterteilen. Wir interpretieren die extrahierten Faktoren als Dimension der gesellschaftlichen Sensibilität (Faktor 1) und der diffusen Bedrohung (Faktor 2).

Der erste Faktor den man als *gesellschaftlich sensibles Problembewusstsein* bezeichnen kann, umfasst die Items Gesundheitspolitik, Rentenpolitik, Umweltzerstörung und Arbeitsmarkt. Das Beunruhigungsbewusstsein rekurriert auf die klassischen innenpolitischen lebensweltlich gesellschaftsübergreifenden Themen. Man fürchtet sich vor weiteren Einschnitten im Gesundheitswesen oder aber betrachtet die Entwicklungen im Rentensystem mit bangen Blicken. Das medial vermittelte Problembewusstsein wird geteilt und anerkannt.

<sup>47</sup> Informationen von Wiebke Colmorgen, Forschungsgruppe g/d/p, E-Mail vom 24.Juli 2007.

Der zweite Faktor besteht aus untereinander hoch korrelierenden Statements, die inhaltlich eher latente und nicht direkt erfahrbare Bedrohungen bezeichnen. Gefahren und Probleme, die in erster Linie medial verbreitet sind. Hierzu gehören zum einen Kriminalität, Terrorismus und Einwanderung. Die Bedrohungsgefühle sind individuell und wenig spezifisch. Man fürchtet sich vor terroristischen Anschlägen die sich weit weg von einem selbst abspielen. Kriminelle Handlungen, die durch die Presse geistern, verursachen Angst, selbst Opfer einer solchen Tat zu werden. Entsprechend bezeichnen wir diesen Faktor als *diffuses Bedrohungsbewusstsein*.

**Tab. 6.2: Faktoren und Items der Faktorenanalyse der gesellschaftlichen Themenfelder**

Faktor	(in Klammern: Ladung der Items)
1	<b>Gesellschaftlich sensibles Problembewusstsein</b>
	Gesundheitspolitik (0,76)
	Rentenpolitik (0,71)
	Umweltzerstörung (0,62)
2	<b>Diffuses Bedrohungsbewusstsein</b>
	Arbeitsmarkt (0,60)
	Terrorismus (0,76)
	Kriminalität (0,75)
	Einwanderung (0,75)

## 6.2.2 Umwelteinstellung

Die Faktorenanalyse innerhalb des Konstruktes Umwelteinstellung ergab als sinnvoll interpretierbare Lösung zwei Dimensionen. Von vormals neun abgefragten Statements wurden sieben Statements verwendet, zwei Items wurden mangels Reliabilität ausgeschlossen. Die Gesamtvarianzaufklärung liegt bei 54% und die Faktorladungen weisen mit über 0,6 auf ein qualitativ gutes Ergebnis hin.

**Tab. 6.3: Faktorenanalyse: Umwelteinstellung**

Items	Faktor 1	Faktor 2
Wenn ich die Berichte über Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend	0,76	
Es ist noch immer so, dass die Politiker viel zu wenig für den Umweltschutz tun	0,75	
Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu.	0,75	
Für jemanden wie mich ist es schwierig, etwas für die Umwelt zu tun		0,73
Wir machen uns zu viele Sorgen über die Zukunft der Umwelt und zu wenige über Preise und Arbeitsplätze		0,72
Viele Behauptungen über die Gefährdung der Umwelt sind übertrieben		0,69
Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger		0,68

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse

Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung

Der erste Faktor beinhaltet solche Statements, die eine große persönliche Betroffenheit durch Um-



weltprobleme bzw. Umweltgefährdung hervorheben. Dieser Faktor umfasst solche Statements, die eher traditionelle Umwelteinstellungen artikulieren (vgl. Kuckartz 2006). Der Glaube, dass die Menschheit auf eine Umweltkatastrophe zusteuert, ist tief verankert. Berichte über Umweltkatastrophen in den Medien empören und man sorgt sich um die aktuellen Umweltverhältnisse. Die Beunruhigung ist eine eher unspezifisches Gefühl der persönlichen Betroffenheit durch Umweltkatastrophen. Traditionell ist auch die Haltung, dass die Politik in der Verantwortung steht, die Umwelt zu schützen. Dieser erste Faktor entspricht also einer Einstellung der *persönlichen Betroffenheit* und eines *Umweltkatastrophenbewusstseins*.

Der zweite Faktor besteht aus hoch korrelierenden Zusammenhängen zwischen Statements, die inhaltlich einer Entdramatisierung der Umweltgefährdung nahe stehen und die persönliche Verantwortung zu einem „fürsorgenden“ Staat wegschieben. Man hält viele Darstellungen für übertrieben und hegt die Hoffnung, dass Wissenschaft und Technik in der Lage sind, die meisten Probleme zu lösen, ohne dass einschneidende Verhaltensänderungen den eigenen Lebensstil betreffend notwendig werden. Man schiebt die Verantwortung weg und hält es für sich selbst für schwierig, als einzelner zur Veränderung von Umweltverhältnissen beitragen zu können. Entsprechend wurde der zweite Faktor von uns als *Abwehrhaltung gegenüber persönlicher Verantwortung* bezeichnet.

**Tab. 6.4: Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Umwelteinstellung**

Faktor	(in Klammern: Ladung der Items)
<b>1</b>	<b>Persönliche Betroffenheit/ Umweltkatastrophenbewusstsein</b>
	Wenn ich die Berichte über Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend (0,76)
	Es ist noch immer so, dass die Politiker viel zu wenig für den Umweltschutz tun (0,75)
	Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu (0,75)
<b>2</b>	<b>Abwehr persönlicher Verantwortung</b>
	Für jemanden wie mich ist es schwierig, etwas für die Umwelt zu tun (0,73)
	Wir machen uns zu viele Sorgen über die Zukunft der Umwelt und zu wenige über Preise und Arbeitsplätze (0,72)
	Viele Behauptungen über die Gefährdung der Umwelt sind übertrieben (0,69)
	Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger (0,68)

### 6.2.3 Waldwahrnehmung

Bei den Statements zum Thema Wald und Waldbewirtschaftung ergaben sich zwei interpretierbare und aussagefähige Waldwahrnehmungsdimensionen. Von den Items wurden sieben nach Überprüfung ihrer externen und internen Qualität in die Faktorenanalyse einbezogen. Ausgeschlossen wurde die Aussage, dass der Wald ein Ort für Spiel und Spaß sei. Mit einer Varianzaufklärung von 46% liegt das Ergebnis in einem noch vertretbaren Rahmen. Die Faktorladungen liegen mit mindestens 0,58 ebenfalls in einem guten qualitativen Rahmen.

**Tab. 6.5: Faktorenanalyse: Waldwahrnehmung**

Items	Faktor 1	Faktor 2
Der Wald sollte vom Menschen genutzt werden.	0,71	
Der Wald ist Natur und Rohstoff zugleich.	0,71	
Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden.	0,59	
Wir brauchen mehr gesetzliche Vorschriften, um den Wald zu schützen.		0,71
Angesichts des Zustands unseres Waldes sollte auf die Holzproduktion verzichtet werden.		0,65
Im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten.		0,63
Der Wald braucht den Schutz des Menschen.		0,58

Die erste Dimension bezieht sich auf den Interpretationsrahmen *Wald als Rohstoff*. Die Faktorladungen sind alle größer 0,59. Die dazugehörigen Items sind Waldnutzung durch den Menschen, Wald ist Natur und Rohstoff, Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden. Die dominante Vorstellung hinter diesen Items ist ein traditionelles Waldverständnis, welches sich auf die Waldnutzung sowohl als Rohstofflieferant als auch als „Lieferant“ von Natur bezieht. Wald wird pragmatisch gesehen. Die Holznutzung wird unter ökologisch richtigen Gesichtspunkten als umweltverträglich angesehen, da die Holzverwendung andere nicht erneuerbare Ressourcen schont. Die Waldnutzung wird als konkrete Aufgabe der Menschen gesehen; Wald als sich selbstüberlassenes Ökosystem (Wildnis) widerspricht dieser Dimension.

Unter die zweite Dimension lassen sich all diejenigen Faktoren subsumieren, die das Thema unberührter Wald betreffen. Dazu gehören die gesetzlichen Vorschriften, Verzicht auf Holzproduktion, im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten und der Wald braucht den Schutz der Menschen. Dominante Motive in dem Faktor Wald als „unberührte Natur“ betreffen in erster Linie das fragile und gefährdete Ökosystem Wald. Dabei sind die Hauptmotive des Schutzes dieses Naturraum nicht anthropozentrisch auf Erhalt von Naherholungs- oder Erlebnisräumen gerichtet, sondern vielmehr auf den Wert der Natur bzw. des Waldes an sich. Holzproduktion und ökonomische Nutzung des Waldes widerspricht dieser Wertattribution. Dominant ist auch die Vorstellung, dass der Waldschutz einen ordnungspolitischen Rahmen haben sollte, der weiter ausgebaut werden muss. Dementsprechend wurde dieser Faktor von uns als *unberührter Wald* bezeichnet.

**Tab. 6.6: Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Waldwahrnehmung**

Faktor (in Klammern: Ladung der Items)	
1	<b>Wald als Rohstoff</b>
	Der Wald sollte vom Menschen genutzt werden (0,71)
	Der Wald ist Natur und Rohstoff zugleich (0,71)
	Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden (0,59)
2	<b>Unberührter Wald</b>
	Wir brauchen mehr gesetzliche Vorschriften, um den Wald zu schützen (0,71)
	Angesichts des Zustands unseres Waldes sollte auf die Holzproduktion verzichtet werden (0,65)
	Im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten (0,63)
	Der Wald braucht den Schutz des Menschen (0,58)

## 6.2.4 Einstellung zu Holz als Baumaterial

Bei der Faktorenanalyse der Einstellungsitems zum Thema Holz als Baumaterial erwies sich eine Lösung mit drei Faktoren als gut interpretierbar. Von den zwölf abgefragten Items wurden dabei sieben verwendet. Die Überprüfung interner und externer Kriterien konnte durch die Streichung von fünf Statements stark verbessert werden. Die Gesamtvarianzaufklärung liegt bei 65% und ist damit gut interpretierbar. Die Faktorladungen liegen alle über 0,68 und geben einen hohen korrelativen Zusammenhang zwischen den Items an.

**Tab. 6.7: Faktoranalyse: Holz als Baumaterial**

Items	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Natürlich	0,77		
Gesund	0,74		
Umweltfreundlich	0,74		
Wertstabil		0,77	
Langlebig		0,76	
Feuerbeständig		0,68	
Teuer			0,98

Der erste Faktor beinhaltet solche Statements, die „weiche“ Eigenschaften von Holz als Baumaterial bezeichnen. Nicht die konkreten bauphysischen Eigenschaften stehen im Vordergrund, sondern die Natur, Umwelt und Wohngesundheit. Dies sind Aspekte der Holzverwendung, die Zusatznutzen beschreiben. Natürlichkeit bezieht sich dabei auf eine ästhetisch-optische Funktion von Holz. Die Gesundheit ist ein individueller Faktor, der die eigene Lebensqualität betrifft. Die Umweltfreundlichkeit zielt auf eine Funktion jenseits des einzelnen Individuums, die Holz als Baumaterial in einen gesamt-

gesellschaftlichen Rahmen einbettet. Dieser Faktor stellt also den *übergeordneten Nutzen* des Baumaterials Holz dar.

Der zweite Faktor besteht aus untereinander hoch korrelierenden Items, die den bauphysischen konstruktiven Vorteil von Holz thematisieren. Wir bezeichnen diesen Faktor als *rationalen Nutzen*. Die unter diesen Faktor subsumierten Items sind neben der Wertbeständigkeit von Holz, dessen Langlebigkeit und Feuerbeständigkeit. Dominierende Motive bezüglich von Holz als Baumaterial sind die direkt auf seine Verwendung bezogenen Eigenschaften. Diese sind in der Wahrnehmung der Menschen überwiegend als negative Vorurteile gegenüber Holz besetzt. Dies gilt zuvörderst für die Feuerbeständigkeit von Holz. Die Langlebigkeit schneidet ebenfalls in der Wahrnehmung der Menschen mäßig ab. Auch die Wertstabilität erlangt unter den Befragten nur einen mittleren Rang. Auf den zweiten Faktor laden also vor allem solche Items, bei denen in der Bevölkerung ablehnende Vorurteile existieren.

Der dritte und letzte Faktor (Ökonomischer Nutzen) umfasst nur ein Item, den Kostensaspekt. Mit einer Faktorladung von nahezu 1 erreicht dieses Items den höchsten Wert unter allen Faktorladungen.

**Tab. 6.8: Faktoren und Items der Faktorenanalyse der Einstellung zu Holz als Baumaterial**

Faktor (in Klammern: Ladung der Items)	
1	<b>Übergeordneter Nutzen</b>
	Natürlich (0,77)
	Gesund (0,74)
	Umweltfreundlich (0,74)
2	<b>Rationaler Nutzen</b>
	Wertstabil (0,77)
	Langlebig (0,76)
	Feuerbeständig (0,68)
3	<b>Ökonomischer Nutzen</b>
	Teuer (0,98)

### 6.2.5 Einstellung zu Holzhäusern

Bei der Faktorenanalyse bezüglich der Einstellung der Befragten zu den Vorteilen von Holzhäusern erwies sich eine Lösung mit drei Faktoren als gut interpretierbar. Dabei wurden Faktorladungswerte unter 0,4 unterdrückt. Von vorherigen zwölf Items wurden elf nach Überprüfung ihrer Qualität in die Faktorenanalyse einbezogen. Ausgeschlossen wurde das Statement der regional üblichen Bauweise, da sich dieses Statement nicht als reliabel erwies. Mit einer Gesamtvarianzaufklärung von 60% liegt das Ergebnis in einem gut interpretierbaren Rahmen. Die Faktorladungen liegen mit mindestens 0,49 ebenfalls in einem gut interpretierbaren und aussagekräftigen Bereich.

**Tab. 6.9: Faktorenanalyse: assoziierte Vorteile der Holzbauweise (Hausbau)**

Items	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
Gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität)	0,76		
Ein behagliches Wohnklima	0,75		
Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)	0,72		
Die Ästhetik und Optik	0,67		
Der Feuerschutz		0,84	
Die einfache Pflege/ der einfache Unterhalt		0,78	
Die Wertbeständigkeit/Qualität		0,72	
Die geringen Kosten		0,49	0,50
Die einfach zu erstellende Eigenleistung			0,72
Die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens			0,71
Eine kurze Bauzeit			0,64

Der erste Faktor, den man als *übergeordneten Nutzen* bezeichnen kann, umfasst alle Items, die eher einen Zusatznutzen schaffende Funktionen von Holzhäusern beschreiben. Auch hier stehen die sogenannten weichen Faktoren und nicht die physischen in der Regel messbaren Vorteile im Mittelpunkt. Holzhäuser werden vor allem bezüglich wohngesundheitlicher und Umweltaspekte geschätzt. Damit einhergeht eine hohe ästhetische und optische Präferenz der Holzbauweise.

Der zweite Faktor besteht aus untereinander hoch korrelierenden Statements, die inhaltlich dem ökonomischen Nutzengedanken nahe stehen. Dazu gehören insbesondere die Items, die die konstruktiven Eigenschaften sowie Wert- und Qualitätsbestimmungen beinhalten. Die positiven Faktorenladungen zeigen, dass diesen Eigenschaften zugestimmt wird. Entsprechend der Befunde aus dem allgemeinen Ergebnisteil, wird dieser Faktor von uns als *atypische Vorteile* bezeichnet.

Der ökonomische Nutzen der Holzbauweise tritt in der Faktorenanalyse als Doppelladung in Faktor 2 und Faktor 3 auf. Üblicherweise werden Doppelladungen nicht mit in das Ergebnis übernommen. In diesem Fall bietet sich dies jedoch an, da die ökonomische Vorteilhaftigkeit der Holzbauweise ebenfalls sowohl ein atypischer als auch typischer Vorteil darstellt. Während Holz im Fertigbau ein preiswertes Marktsegment vorkommt, bedient Holz gleichzeitig aber auch im Vollholzbau ein gehobenes Preissegment.

Der dritte Faktor umfasst all jene Statements, die die klassischen Argumente für eine Holzbauweise darstellen. Dazu gehören insbesondere die Kürze der Bauzeit sowie die einfach zu erbringende Eigenleistung samt guten Um- und Anbaumöglichkeiten. Holz wird dann bevorzugt, wenn Zeitaspekte sowie individuelle Gestaltungsfreiheiten in die Bewertung einfließen. Dieser dritte Faktor entspricht also einer typischen Vorstellung von möglichen Vorteilen der Holzbauweise. Entsprechend bezeichnen wir diesen Faktor als *typische Vorteile*.

**Tab. 6.10: Faktoren und Items der Faktorenanalyse zu der Vorteilhaftigkeit von Holzhäusern**

Faktor (in Klammern: Ladung der Items)	
<b>1</b>	<b>Übergeordneter Nutzen</b>
	Gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität) (0,76)
	Ein behagliches Wohnklima (0,75)
	Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung) (0,72)
	Die Ästhetik und Optik (0,67)
<b>2</b>	<b>Atypische Vorteile</b>
	Der Feuerschutz (0,84)
	Die einfache Pflege/ der einfache Unterhalt (0,78)
	Die Wertbeständigkeit/Qualität (0,72)
<b>2/3</b>	<b>Atypische / typische Vorteile</b>
	Die geringen Kosten (0,49 bzw. 0,5)
<b>3</b>	<b>Typische Vorteile</b>
	Die einfach zu erstellende Eigenleistung (0,72)
	Die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens (0,71)
	Eine kurze Bauzeit (0,64)

### 6.2.6 Einstellung zu Holzrahmenfenster

Die Faktorenanalyse zu den Einschätzungen zu Holzrahmenfenster ergab drei Faktoren. Von den neun abgefragten Items wurden dabei acht verwendet. Die Reliabilitätsanalyse zeigte, dass die Genauigkeit bei Auslassung des Items „Holzrahmenfenster sind natürlich“ verbessert werden kann. Bei dem Item Natürlichkeit handelt sich außerdem um eine Doppelladung, die keinem Faktor alleine zugeordnet werden kann. Die Gesamtvarianzaufklärung liegt bei 55%, die Faktorladungen betragen über 0,6.

**Tab. 6.11: Faktorenanalyse: assoziierte Vorteile der Holzbauweise (Hausbau)**

Items	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
bieten vielfältige Oberflächen und Farben	0,85		
bieten große gestalterische Freiheiten	0,71		
haben einen geringen Wartungsaufwand		0,82	
sind lange haltbar		0,62	
sind preiswert		0,61	
schaffen eines gesunden Wohnklimas			0,79
sehen schön aus			0,63
sind umweltfreundlich			0,63

Der erste Faktor beinhaltet solche Items, die Vielfältigkeit und Design thematisieren. Die Hauptmotive in dieser Faktordimension sind die gestalterischen Möglichkeiten, die Holzrahmenfenster bieten. Dabei spielt die Vielfältigkeit von Oberflächenformen und Farben, die eine große gestalterische Freiheit bei Holzrahmenfenstern zulässt, eine wichtige Rolle. Entsprechend wird dieser Faktor von uns als *Vielfalt und Design* bezeichnet.

Der zweite Faktor besteht aus Statements, die Holzrahmenfenstern rationale Vorteile zuordnen. Die Items thematisieren Bereiche, die als Vorbehalte gegenüber Holz angesehen werden können. Dazu gehören die Kosten, die Haltbarkeit und zuvörderst der Wartungsaufwand. Die positiven Faktorladungen zeigen jedoch, dass in diesem Faktor sich die Vorbehalte negieren. Entsprechend kann man diesen Faktor als *atypische Vorteile* von Holzrahmenfenster bezeichnen.

Die dritte und letzte Dimension umfasst Items, die einen *übergeordneten Nutzen* von Holzrahmenfenstern ausdrücken. Nicht die konkreten gestalterischen Eigenschaften stehen im Vordergrund, sondern die Ästhetik, Umweltfreundlichkeit und Wohngesundheit. Dominant ist, dass hier „weiche“ Faktoren von Holz thematisiert sind, die einen Zusatznutzen der Holzrahmenfensterverwendung darstellen. Die Gesundheit ist ein individueller Faktor, der die eigene Lebensqualität betrifft. Das ästhetische Bewusstsein für Holz ist das Grundmotiv des zweiten Items. Umweltfreundlichkeit zielt auf eine überindividuelle Funktion. Holzverwendung im Holzrahmenfensterbau schont andere Ressourcen und trägt zum Umweltschutz bei.

**Tab. 6.12: Faktoren und Items der Faktorenanalyse zu der Einschätzung von Holzrahmenfenstern**

Faktor (in Klammern: Ladung der Items)	
1	<b>Vielfalt und Design</b>
	bieten vielfältige Oberflächen und Farben (0,85)
	bieten große gestalterische Freiheiten (0,71)
2	<b>Atypische Vorteile</b>
	haben einen geringen Wartungsaufwand (0,82)
	sind lange haltbar (0,62)
	sind preiswert (0,61)
3	<b>Übergeordneter Nutzen</b>
	schaffen eines gesunden Wohnklimas (0,79)
	sehen schön aus (0,63)
	sind umweltfreundlich (0,63)

## 7 Die Clusteranalyse – Generierung einer Holztypologie

Im vorliegenden Kapitel werden die Befragten auf Grundlage ihrer Einstellungen zu Umwelt, Wald, Holz und den beiden spezifischen Holzendproduktgruppen typologisiert. Die Typologisierung geschieht auf Basis der Ergebnisse der Faktorenanalysen zu den in den Themenfeldern abgefragten Itembatterien. Die Typologisierung wurde mittels einer Clusteranalyse errechnet, die Personen aufgrund ähnlicher Dimensionszugehörigkeiten zusammenfasst. Ziel der Analyse ist es, spezifische Zusammenhänge zwischen Umweltbewusstsein, Waldwahrnehmung, der Einstellung zu Holz und zu Holzendprodukten zu identifizieren, um so Rückschlüsse auf potenzielle Kunden ziehen zu können und potenzielles Kaufverhalten, Meinungen, Vorbehalte und Präferenzen der Endkunden nach Differenzierungsmerkmalen analysieren zu können. Ein weiterer Aspekt ist dabei die Beurteilung potenzieller Marktchancen für die beiden untersuchten Holzendproduktgruppen.

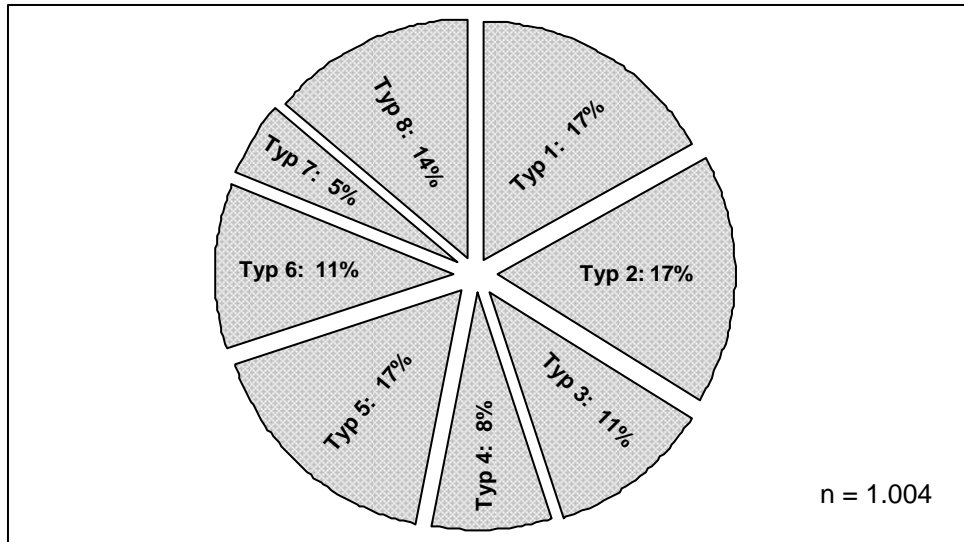
Die Wahl der Anzahl der Typen ist immer auch eine Frage der Qualität. Die Abgrenzung der Typen hängt in erster Linie von der Distanz zwischen den Antwortmustern ab, sowie von der Homogenität der Gruppen innerhalb der Grenzen. Ein wesentlicher Aspekt der Qualität ist, ob die Typen als solche interpretierbar und brauchbar sind. Insgesamt erschien uns eine achter Lösung am sinnvollsten, da diese recht fein differenziert und die Unterschiede zwischen den Befragtengruppen am besten wiedergibt. In die Analyse ging die gesamte Stichprobe ein. Ein erstaunlich gutes Ergebnis stellen die Typengrößen dar (siehe Abb. 7.1). Die von uns untersuchte Stichprobe ist beinahe gleichverteilt. Eine Ausnahme bilden Typ 4 und 7, die etwas kleiner ausfallen.

In Tab. 7.1 sind die Zustimmung- und Ablehnungswerte der einzelnen Gruppen abgebildet, die im einzelnen nun genauer betrachtet werden sollen. Zustimmung zu den Faktoren wird mit positiven Wer-



ten, Ablehnung mit negativen Werten dargestellt. Je höher die Werte desto deutlicher ist die Zustimmung oder Ablehnung des Clusters auf der Faktordimension. Bei den Werten handelt es sich um arithmetische Mittelwerte der Faktorwerte. Im folgenden werden die einzelnen Typen genauer betrachtet und charakterisiert.

**Abb. 7.1: Typengrößen**



Tab. 7.1: Die Typen und ihre Zustimmung zu den Dimensionen

	Holztypen							
	1	2	3	4	5	6	7	8
n (gewichtet)	172	167	109	85	172	109	54	136
n (ungewichtet)	166	160	111	88	179	103	53	144
<b>GESELLSCHAFT:</b> Sensibilität für gesellschaftspolitische Themen	0,3	0	-1,3	-0,2	0,4	0,3	-0,9	0,4
Diffuse Bedrohung	0,7	0	-0,2	-0,2	0,5	0,1	-0,7	-1
<b>UMWELT:</b> Abwehr persönlicher Verantwortung	0,9	0,1	0	-0,7	-0,2	0,4	-0,1	-0,8
Persönliche Betroffenheit	0,7	-0,2	-1	-0,1	0,5	-0,1	-1,2	0,2
<b>WALD:</b> Unberührter Wald	0,8	0,2	-0,7	0	0,4	0	-1,7	-0,5
Wald als Rohstoff	0,4	-0,4	0,1	-0,6	0,2	-0,3	-0,2	0,4
<b>HOLZ ALS BAUMATERIAL:</b> Übergeordneter Nutzen	0,4	-1,4	0,2	0	0,5	0,3	-0,4	0,3
Rationaler Nutzen	0,6	-0,2	0,6	-0,8	-0,4	-0,5	0,1	0,3
Kostenaspekt	0,5	0,1	0	-0,1	0,1	0,1	-0,3	-0,7
<b>HOLZHAUS:</b> Übergeordneter Nutzen	0,3	-1,1	0	0,1	0,4	0	-0,6	0,5
Atypische Vorteile	0,8	-0,1	-0,1	-0,7	-0,7	0,9	-0,2	-0,1
Typische Vorteile	0,6	-0,2	-0,1	-0,5	0,3	-0,8	-0,1	0,1
<b>HOLZFENSTER:</b> Übergeordneter Nutzen	0,2	-0,7	0,3	0,5	0,3	0,4	-2,2	0,2
Atypische Vorteile	0,7	-0,3	0,3	-0,4	-0,4	-0,1	0,2	-0,1
Vielfalt und Design	0,1	0	0,3	-1,7	0,4	0,1	-0,7	0,4

Tab. 7.2: Vereinfachte Darstellung der Zustimmung der Typen zu den Faktordimensionen

Cluster/Typ	1	2	3	4	5	6	7	8
Segmentgröße gewichtet	172	167	109	85	172	109	54	136
Faktoren:	17%	17%	11%	8%	17%	11%	5%	14%
Themenbewusstsein (Umwelt, Arbeitslosigkeit, Gesundheit, Rente)	+		-		+	+	-	+
Diffuse Bedrohungsgefühle	++				+		-	--
Abwehr persönlicher Umweltverantwortung	++			--		+		--
Persönliche Umweltbetroffenheit	++		--		+		--	
Unberührter Wald	++		-		+		--	-
Wald als Rohstoff	+			-				+
Übergeordneter Nutzen Holz (Gesundheit, Umwelt)	+	--			+		-	
Rationaler Nutzen (Langlebigkeit, Wert, Feuer)	+		+	-	-	-		
Kosten	+							-
Übergeordneter Nutzen HH (Gesundheit, Umwelt...)		--					-	+
Atypische "Vorteile" HH (Pflege, Wert, Feuer)	+			-	-	+		
Typische Vorteile HH (Bauzeit, Eigenleistung, Umbau...)	+			-		-		
Übergeordneter Nutzen HF (Umwelt, Aussehen...)				+			--	
Atypische "Vorteile" HF (Wartung, Langlebigkeit, Preis)	+							
Vielfalt & Design HF (Gestaltbarkeit)				--	+		-	+

++ (starke Zustimmung)

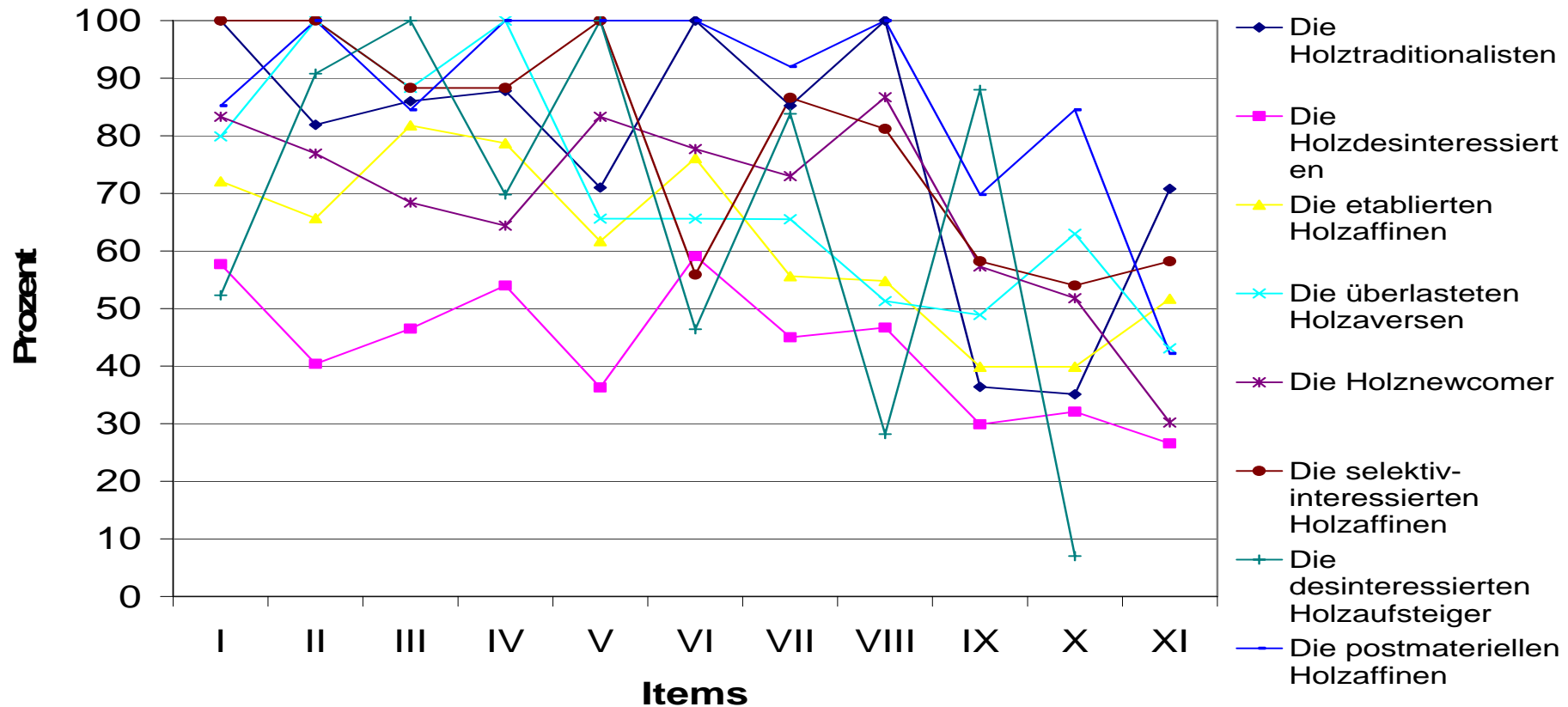
+ (Zustimmung)

leeres Feld (neutral)

- (Ablehnung)

-- (starke Ablehnung)

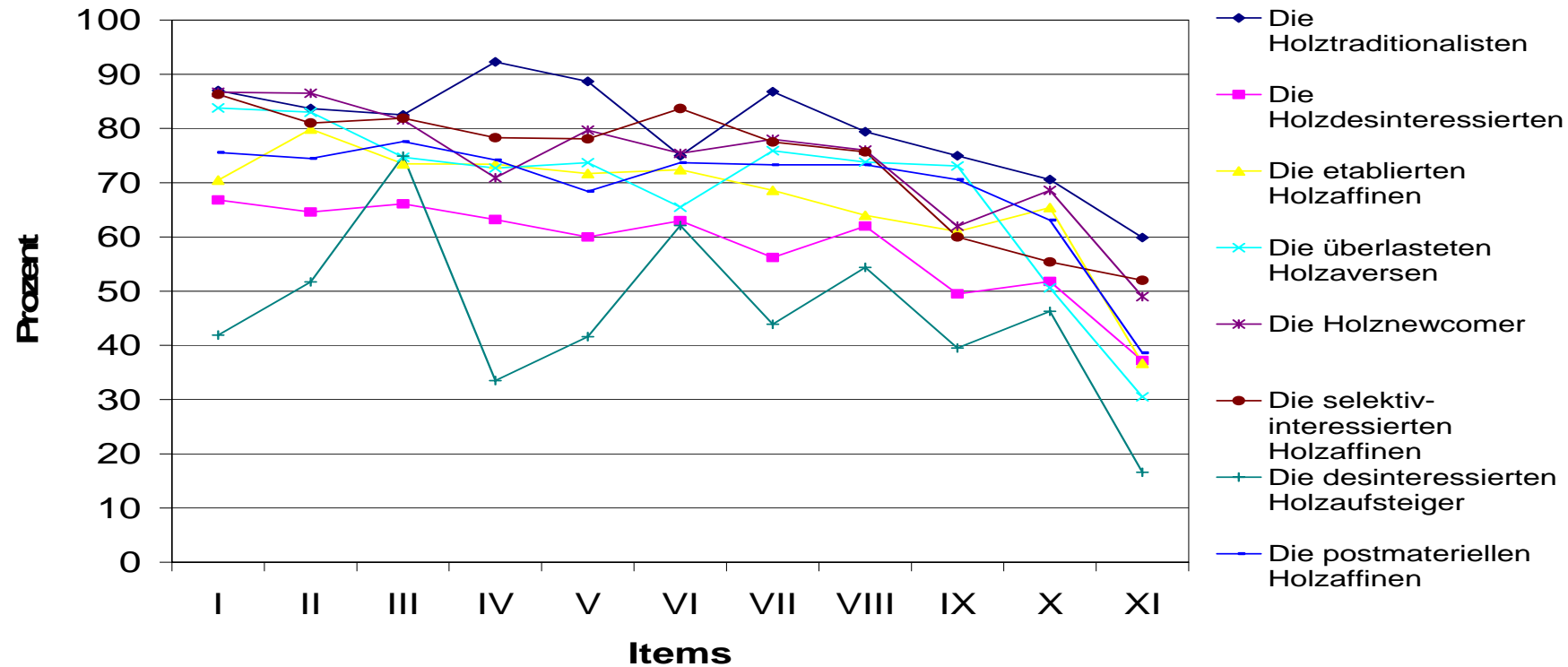
Abb. 7.2: Zustimmung zu Fördermaßnahmen im Holzbau nach Holztypen: holzaverse Planer (n=93)



- I Bei umfassendem Informationsmaterial  
 II Bei Zuschüssen der öffentlichen Hand  
 III Mit Kundenservice durch den Hersteller (Probewohnen, Musterhäuser, Übernahme von Behördengängen)  
 IV Bei weniger Bauvorschriften durch Behörden  
 V Bei günstigen Krediten von Banken und Sparkassen  
 VI Mit staatlich geprüften Qualitätslabels

- VII Mit Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses/ Wohnung (z.B. allfünfjähriger Anstrich, Energiepasscheck)  
 VIII Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer  
 IX Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten  
 X Bei einer „Alles aus einer Hand“-Lösung (Systemlösung)  
 XI Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen

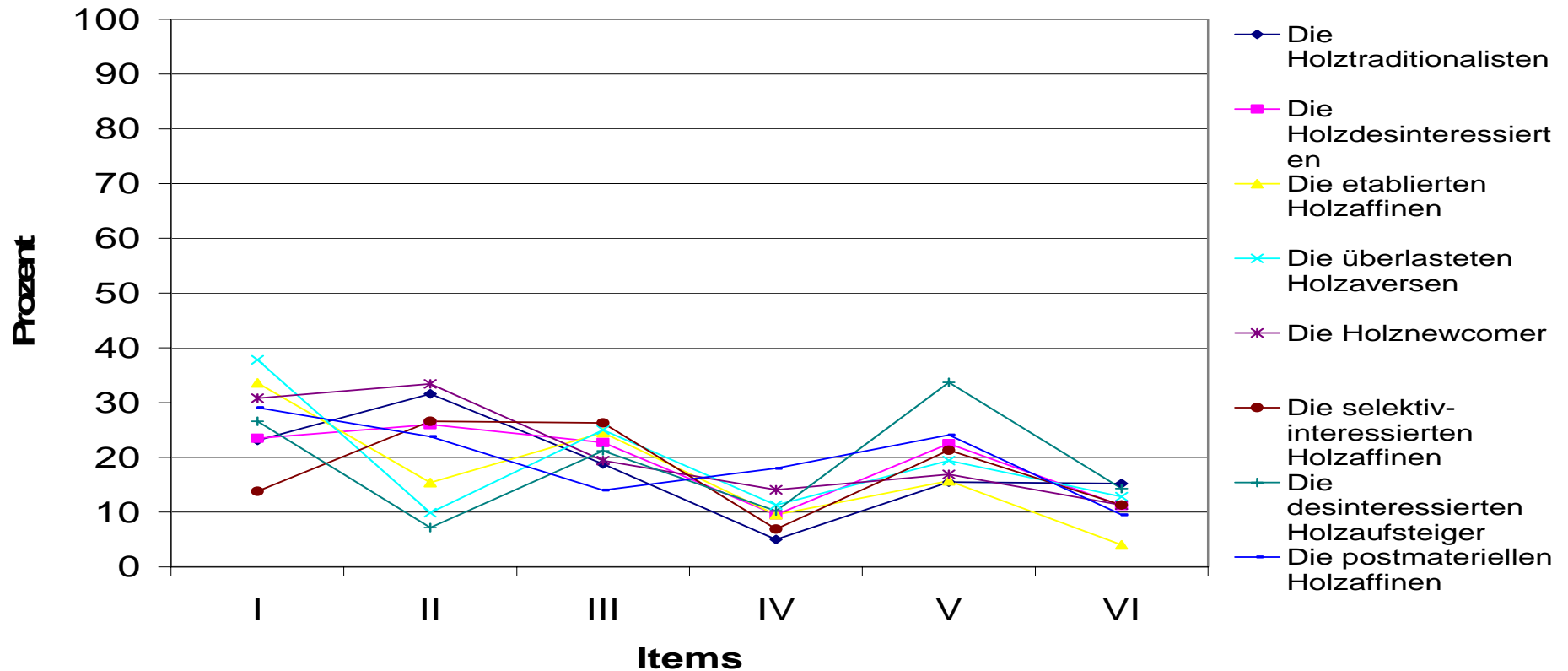
Abb. 7.3: Zustimmung zu Fördermaßnahmen im Holzbau nach Holztypen: holzaverse Nicht-Planer (n=622)



- I Bei umfassendem Informationsmaterial  
 II Bei Zuschüssen der öffentlichen Hand  
 III Mit Kundenservice durch den Hersteller (Probewohnen, Musterhäuser, Übernahme von Behördengängen)  
 IV Bei weniger Bauvorschriften durch Behörden  
 V Bei günstigen Krediten von Banken und Sparkassen  
 VI Mit staatlich geprüften Qualitätslabels

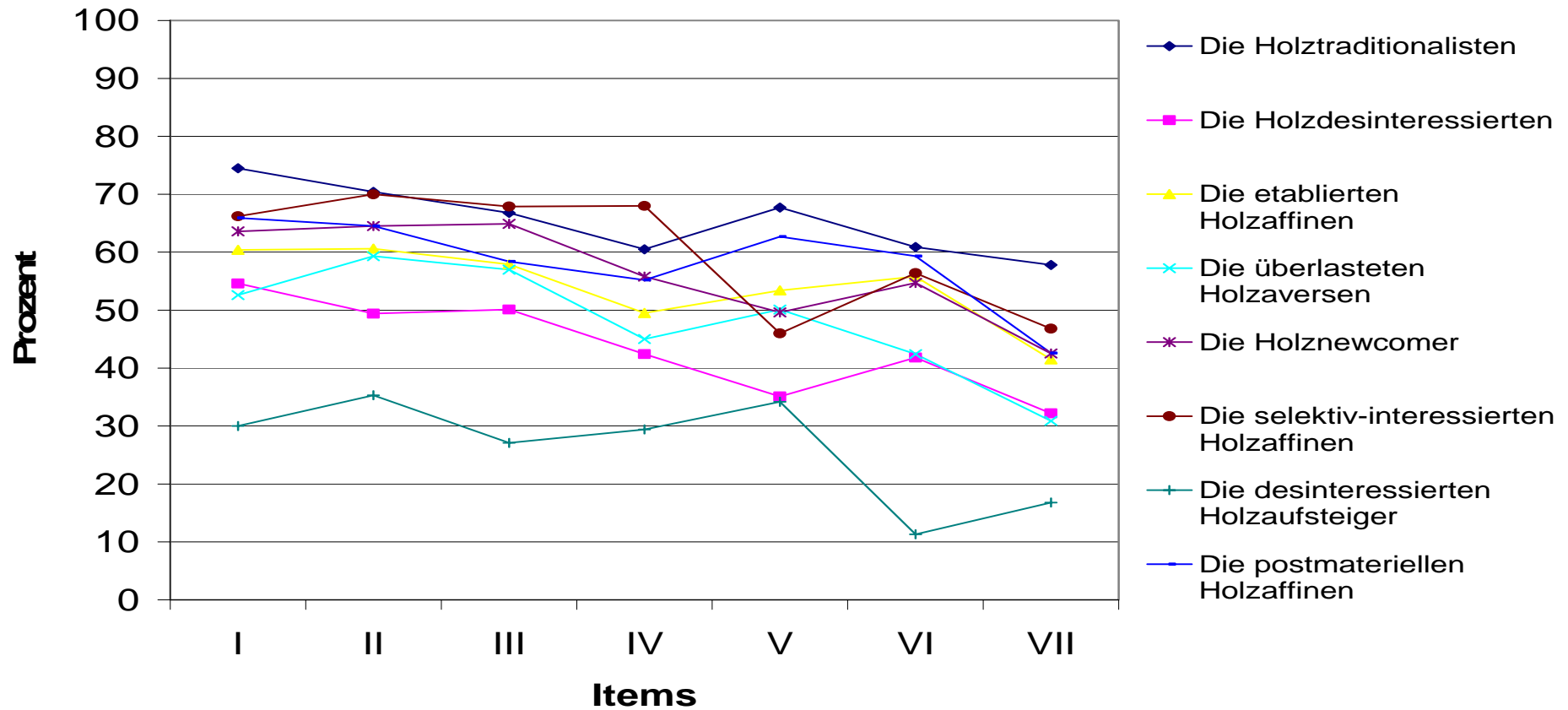
- VII Mit Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses/ Wohnung (z.B. allfünfjähriger Anstrich, Energiepasscheck)  
 VIII Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer  
 IX Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten  
 X Bei einer „Alles aus einer Hand“-Lösung (Systemlösung)  
 XI Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen

Abb. 7.4: Zustimmung zu absatzfördernden Veränderungsmaßnahmen an Holzrahmenfenstern nach Holztypen (nur Holzrahmenaverse) (n=647)



- I Sollten pflegeleichter sein
- II Sollten langlebiger sein
- III Sollten weniger wartungsintensiv sein
- IV Sollten farbbeständiger sein
- V Sollten preiswerter sein
- VI Sonstiges

Abb. 7.5: Zustimmung zu Fördermaßnahmen bei Holzrahmenfenstern nach Holztypen (nur Holzrahmenaverse) (n=647)



- I Mit staatlich geprüften Qualitätslabels  
 II Mit Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters (z.B. allfünfjähriger Anstrich)  
 III Bei umfassendem Informationsmaterial  
 IV Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer

- V Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten  
 VI Mit Garantie, dass Fenster aus heimischem Holz hergestellt sind  
 VII Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen

Abb. 7.2 bis 7.5 geben einen Überblick, inwieweit sich die einzelnen Holzcluster von verschiedenen abgefragten Absatzfördermaßnahmen bzw. Produktveränderungen an Holzrahmenfenstern angesprochen fühlen.

Abb. 7.2 und 7.3 vergleichen gruppenübergreifend, welcher Anteil jedes Clusters angibt, dass bestimmte Fördermaßnahmen die Bereitschaft, Holz als hauptsächlichen Baustoff im Haus- bzw. Wohnungsbau einzusetzen, maßgeblich steigern. Abgefragte Maßnahmen sind hierbei: (I) Bei umfassendem Informationsmaterial, (II) Bei Zuschüssen der öffentlichen Hand, (III) Mit Kundenservice durch den Hersteller (Probewohnen, Musterhäuser, Übernahme von Behördengängen), (IV) Bei weniger Bauvorschriften durch Behörden, (V) Bei günstigen Krediten von Banken und Sparkassen, (VI) Mit staatlich geprüften Qualitätslabels, (VII) Mit Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses/ Wohnung, (VIII) Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer, (IX) Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten, (X) Bei einer „Alles aus einer Hand“-Lösung (Systemlösung), (XI) Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen. Abb. 7.2 bezieht sich nur auf Befragte (n=93), die zumindest vielleicht in den nächsten fünf Jahren ein Haus bzw. eine Wohnung neu bauen wollen, aber nicht Holz als Baustoff wählen würden; Abb. 7.3 auf Befragte (n=622), die in den nächsten fünf Jahren kein Haus bzw. keine Wohnung neu bauen wollen, und bei der hypothetischen Frage nach dem Baumaterial nicht Holz wählen würden.

Abb. 7.4 zeigt in einem gruppenübergreifenden Vergleich, was an Fenstern mit einem Holzrahmen verändert werden müssten, damit sich die Befragten zum Kauf von Holzrahmenfenstern entscheiden würden. An Veränderungsoptionen standen zur Auswahl: (I) Sollten pflegeleichter sein, (II) Sollten langlebiger sein, (III) Sollten weniger wartungsintensiv sein, (IV) Sollten farbbeständiger sein, (V) Sollten preiswerter sein (VI) Sonstiges. Abb. 7.5 vergleicht gruppenübergreifend, welcher Anteil jedes Clusters angibt, dass bestimmte Fördermaßnahmen die Bereitschaft, Fenster mit Holzrahmen einzubauen, maßgeblich steigern. Die den Interviewten genannten Maßnahmen sind folgende: (I) Mit staatlich geprüften Qualitätslabels, (II) Mit Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters (z.B. allfünfjähriger Anstrich), (III) Bei umfassendem Informationsmaterial, (IV) Bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/ Planer, (V) Bei Empfehlung von Freunden/ Bekannten, (VI) Mit Garantie, dass Fenster aus heimischem Holz hergestellt sind, (VII) Bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen. Abb. 7.4 und 7.5 beziehen sich auf Befragte, die keine Holzrahmenfenster verwenden würden. (n=647)

In der nun folgenden Darstellung der acht Holztypen wird jeweils im Unterkapitel „Fördermaßnahmen“ auf Abb. 7.2 bis 7.4 maßgeblich Bezug genommen.

## 7.1 Die Holztraditionalisten

Dieser Typ zeichnet sich durch eine insgesamt hohe Betroffenheit und ein sehr starkes Beunruhigungspotenzial aus. Auf gesellschaftlicher Ebene sind die diffusen Bedrohungsgefühle besonders stark ausgeprägt. Menschen in dieser Gruppe fürchten sich in besonderem Maße vor terroristischen Anschlägen, Kriminalität und Einwanderung. Aber auch die klassischen politischen Themenfelder wie Arbeitslosigkeit, Gesundheit und Rente sind Beunruhigungsfaktoren. Das arithmetische Mittel des Faktorwerts ist mit 0,3 aber durchaus gering.



Die Umwelteinstellung entspricht bei diesem Typ stark dem klassischen Umweltkatastrophenbewusstsein. Einhergehend mit dieser Einstellung ist der stark ordnungspolitisch verankerte Gedanke des Umweltschutzes sowie die Abwehrhaltung gegen eigene Umweltverantwortung. Beide Werte sind mit 0,9 und 0,7 hoch. Die Probleme der Umwelt werden sehr dramatisch wahrgenommen. Dies deckt sich mit dem hohen Beunruhigungspotenzial nicht direkt erlebbarer politischer Themenfelder. Umweltprobleme und diffuse Bedrohungen haben gemeinsam, dass es sich um globale Themen handelt, bei denen der Einfluss des Einzelnen nicht explizit wahrgenommen werden kann. Die Abwehr persönlicher Verantwortung drückt dies mit einem noch höheren Wert (0,9 gegenüber 0,7) aus. Inhalt der Abwehrhaltung ist auch ein ordnungspolitisches Verständnis. Die Holztraditionalisten fordern aktiveres Umweltschutzhandeln von Politikern und sehen den Staat und die Industrie als wesentliche Akteure des Umweltschutzes.

Die Waldwahrnehmung dieses Typus ist insbesondere durch ein Waldverständnis geprägt, das sich auf einen unberührten Waldzustand fixiert, ähnlich des historisch-mythischen Märchenwaldes. Wald wird als Natur mit Wildnischarakter wahrgenommen. Die Wahrnehmung prägt auch, dass die Forderung des menschlichen Schutzes sowie nach weitere ordnungspolitischen Maßnahmen für den Waldschutz in diesem Cluster auf positive Resonanz stoßen. Gleichzeitig bejaht der Typus der Holztraditionalisten die Waldbewirtschaftung. Für diese Gruppe ist Wald zugleich als Rohstoffquelle und Naturraum kein Widerspruch.

Den drei wesentlichen Dimensionen von Holz als Baumaterial, die sich bei der Faktorenanalyse ergeben haben, stimmt diese Gruppe tendenziell zu. Holz als Baumaterial erfüllt einen übergeordneten ebenso wie einen rationalen Nutzen. Dem Faktor, Holz sei teuer, wird in dieser Gruppe aber auch zugestimmt. Holz erfreut sich im Cluster der Holztraditionalisten eines sehr positiven Images. Vor diesem Hintergrund ist auch der vermeintliche Widerspruch zwischen den positiven Werten bei beiden diametral liegenden Waldimensionen (Rohstoff – Natur) zu werten. Wald hat einen hohen Stellenwert für dieses Cluster. Holz als Baustoff ist gleichzeitig ein traditionelles Material, dessen Eigenschaften sehr geschätzt werden.

Die beiden Holzendproduktgruppen werden von der Gruppe der Holztraditionalisten vor allem bezüglich der von uns als atypische Vorteile bezeichneten Dimensionen geschätzt. Holzhäuser schneiden dabei insgesamt besser ab als Holzrahmenfenster. Wenig Sinn hat diese Gruppe für die wohngesundheitlichen und Umweltaspekte bei Holzhäusern und Holzrahmenfenstern. Zwar werden diese Faktordimensionen nicht negativ bewertet, sie liegen aber sehr nahe bei null. Folglich ist davon auszugehen, dass die modernen Features, mit denen für Holzprodukte geworben wird, in diesem Cluster auf wenig Resonanz stoßen. Interessant ist jedoch, dass gerade den konstruktiven Eigenschaften der Holzbauweise im allgemeinen viel zugetraut wird. Die Gruppe der Holztraditionalisten teilt nur in sehr geringem Maße die Vorbehalte, die diesbezüglich in breiten Bevölkerungsschichten vorherrschen.

Die Gruppe der Holztraditionalisten bildet jedoch eher keine Verbrauchergruppe, die als potenzielle Kunden angesehen werden könnte. Dies zeigt sich vor allem in der Betrachtung der soziodemografischen Merkmale sowie der univariaten Daten der Befragung zur tatsächlichen Holzaffinitäten in den untersuchten Produktgruppen.

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

Die positive Holzeinstellung, die in dieser Gruppe einen Normcharakter besitzt, spiegelt sich nicht in den tatsächlichen Quoten wieder. Holz ist in dieser Gruppe weder im Standardbau noch im Prestige-

bau verankert. Mit 72% ist der konventionelle Bau mit Mauer-/Ziegelstein klar dominierend. Der Anteil der Befragten, die einen Neubau gebaut haben und dabei im Planungsprozess Holz einbezogen haben, sich aber letztendlich gegen Holz entschieden haben, fällt mit 25% recht groß aus. Für weitere 12,7% scheiterte die Holzbauweise schon vor dem konkreten Planungsprozess. Es wird deutlich, dass Holz in dieser Gruppe als Alternative wahrgenommen wird, aber bezüglich der Wahrnehmung von Holz als Baumaterial unter anderem die Kosten einen entscheidenden Minuspunkt darstellen. Unter den Befragten, die einen Altbau gekauft haben, ist das Ergebnis genau umgekehrt. Der Anteil derer, die Holz ernsthaft in den Planungsprozess einbezogen haben, liegt nur bei 11,6%. Für 21,6% war Holz nur eine hypothetische aber keine konkrete Erwägung.

Warum das Cluster der Holztraditionalisten keine potenzielle Kundengruppe darstellt, zeigt auch die Frage nach dem Anteil derer, die in den nächsten fünf Jahren Bauabsichten hegen. Mit 4,3% fällt dieser Anteil sehr gering aus. Allerdings ist der Anteil derer, die ein Holzhaus am ehesten wählen würden, mit 50% überdurchschnittlich hoch aus.

Bei Holzrahmenfenster liegt der Anteil mit 48,1% unter denen, die schon einmal Fenster einbauen ließen, oberhalb des Durchschnitts des Gesamtsamples. Allerdings verliert Holz bei denjenigen Personen, die in den nächsten fünf Jahren einen Fenstereinbau planen, an Beliebtheit ( $n = 25$ ; 44,4%) und pendelt sich auf dem Niveau des Durchschnitts in unserer Studie ein.

Während die Holzhausneubauquote bei Holztyp 1 unter den aktuellen Zahlen für Deutschland bleibt und zukünftig aufgrund sehr geringer Bautätigkeit keine große Steigerung zu erwarten ist, verschlechtert sich die Lage für Holzrahmenfenster zusehends. Noch deutlicher wird dieses Ergebnis unter Berücksichtigung soziodemografischer Besonderheiten.

### ***Soziodemografische Besonderheiten***

Mit einer Eigentumsquote von knapp 70% liegt dieses Cluster sehr stark über dem gesellschaftlichen Durchschnitt (vgl. Datenreport 2006). Bezieht man das Alter noch in die Analyse mit ein, erhält man einen Medianwert von 61 Jahren; der häufigste Wert ist 72 Jahre. Daraus wird deutlich, dass in dieser Gruppe keine großen privaten Bautätigkeiten zu erwarten sind. Dem Alter entsprechend ist der Großteil der Gruppe im Ruhestand und die Einkommen liegen unterhalb des Durchschnitts (= 2.000 € Nettohaushaltseinkommen). Typisch für diese Gruppe ist auch der ländliche/dörfliche Wohnsitz, der auch die hohe Eigentumsquote innerhalb der Gruppe mit erklärt.

### ***Fördermaßnahmen***

Holzaverse Holzhausplaner fühlen sich insbesondere durch staatlich geprüfte Qualitätslabels, weniger Bauvorschriften und Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses bzw. der Wohnung angesprochen. Bis auf Empfehlungen durch Freunde und Bekannte sowie Systemlösungen halten sie auch die restlichen abgefragten Fördermaßnahmen für nachhaltig sinnvoll. Holzaverse Nichtplaner stimmen durchgehend den vorgelegten Absatz fördernden Maßnahmen zu. Den niedrigsten Wert hat dabei der Verkauf durch einen Hersteller mit Markennamen; den höchsten die Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses bzw. der Wohnung. Holzrahmenfenster sollten nach Meinung dieses Clusters insbesondere pflegeleichter und langlebiger werden. Eine verbesserte Farbbeständigkeit wird nur marginal als sinnvolle Weiterentwicklung betrachtet. Die Holztraditionalisten fühlen sich von allen vorgeschlagenen Fördermaßnahmen für Holzrahmenfenster angesprochen. Dabei sind staatlich geprüfte Qualitätslabels die favorisierte Maßnahme, der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen die

Maßnahme, die am wenigsten Zustimmung erfährt. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Aufgrund der oben dargelegten Gruppenspezifika kann das Cluster der Holztraditionalisten insgesamt aber nur schwer als potenzielle Kunden im privaten Haus- und Wohnungsbau angesehen werden. Ein positiver Aspekt jedoch sind die in dieser Gruppe kaum vorhandenen klassischen Vorbehalte gegen die Holzbauweise. Als nicht zu vernachlässigende Sparte für den Holzhausbau ist in dieser Gruppe das Marktsegment altersgerechtes Wohnen anzusehen. Ein Großteil der Menschen in diesem Cluster wird über kurz oder lang nach altersgerechten Wohnformen suchen (müssen). Die große Beliebtheit von Holz als Baumaterial und die hohe Holzaffinität deutet an, dass eine vermehrte Holzverwendung im öffentlichen oder sozialen Wohnungsbau sowie im altersgerechten Bau eine ernstzunehmende Alternative in der Gruppe der Holztraditionalisten sein könnte. Für Holzrahmenfenster gilt in dieser Gruppe die gleiche Argumentation. Absatzsteigerungen bei Holzrahmenfenstern sind in erster Linie durch verstärkten Einsatz im halböffentlichen und öffentlichen Bau zu erwarten. Dazu sind allerdings Lösungen notwendig, die Wartung und Instandhaltung mit einschließen.

### **Resümee**

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-/Zweifamilienhausbau auch vermehrt den mehrgeschössigen Wohnungsbau als Absatzmarkt erschließen.

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

## 7.2 Die Holzdesinteressierten

Diese Gruppe zeichnet sich durch ein allgemeines Desinteresse aus: sowohl die gesellschaftspolitischen Themenfelder als auch die Umwelteinstellung weisen kaum eine Zustimmung- oder Ablehnungstendenz auf. Beunruhigung über die momentanen gesellschaftspolitischen Probleme sind in dieser Gruppe kaum vorhanden. Die Holzdesinteressierten sind emotional apolitisch. Die allgemeine Umwelteinstellung deutet in geringem Maße eine Ignoranz gegenüber dem Umweltschutz an. Mit -0,2 wird der Tendenz nach persönliche Betroffenheit abgelehnt und mit 0,1 tendenziell die persönliche Verantwortung abgewehrt.

Ähnlich weist die Waldwahrnehmung eine nicht stark ausgeprägte Waldeinstellung auf. Tendenziell wird der Wald positiv als unberührte Natur gesehen und die Rohstoffkomponente des Waldes abgelehnt. Die Haltung der Holzdesinteressierten wird insbesondere durch die überdeutliche Ablehnung einer übergeordneten Nutzenfunktion von Holz als Baumaterial sichtbar (-1,4). „Weiche“ Faktoren wie Gesundheits- und Wohlfühlfaktoren sowie die Natürlichkeit von Holz spielen in diesem Cluster überhaupt keine Rolle. Ihnen wird mit voller Ablehnung begegnet. Diese Haltung kann auch als objektiv rational orientierte Haltung interpretiert werden. Nachweise für die Vorteilhaftigkeit von Materialien müssen wissenschaftlichen Kriterien genügen und einen konkreten messbaren Nutzen mit sich bringen.

Spezifisch ist für diese Gruppe ebenfalls, dass Holz nicht als moderner Baustoff wahrgenommen wird. Es ist davon auszugehen, dass Wohnmaterialien wie Kunststoff und Aluminium in dieser Gruppe sich einer besonders starken Beliebtheit erfreuen. Der Faktor „rationaler Nutzen“, der konstruktive Eigenschaften von Holz thematisiert, wird ebenfalls der Tendenz nach abgelehnt. Die klassischen Vorbehalte gegenüber Holz sind in diesem zweiten Holzcluster trotz der eher uninteressierten Haltung vorhanden und können als Verstärker für eine Anti-Holz-Einstellung angesehen werden.

Die von uns untersuchten Holzendproduktgruppen bestätigen die Ergebnisse aus dem allgemeinen Holzwahrnehmungsteil. Der übergeordnete Nutzen wird auch hier deutlich verneint, auch wenn in der Einstellung zu Holzhäusern die Ablehnung deutlicher ist als bei Holzrahmenfenstern. Die klassischen Vorurteile gegenüber Holz prägen auch hier die Wahrnehmung trotz Desinteresses. Selbst die einfach zu erbringenden Eigenleistungen und der einfache An- und Umbau, typische Vorteile der Holzbauweise, werden als solche verneint, wenn auch nur der Tendenz nach.

Aus der Einstellung gegenüber der Umweltthematik und der Waldwahrnehmung sowie der Holzeinstellung im allgemeinen und spezifischen deutet sich an, dass diese Gruppe eine holzablehnende Haltung hat. Bei der Betrachtung der Holzhaus- und Holzrahmenfensteraffinitäten und der soziodemografischen Besonderheiten bestätigt sich diese Haltung. Es zeigt sich, dass die Holzdesinteressierten als potenzielle Käufergruppe für Holzendprodukte nur sehr schwer zu gewinnen sind.

### **Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten**

Mit 3,1% hat dieses Cluster mit Abstand die niedrigste Holzhausbauquote, worin die allgemein stark verbreitete Skepsis dieser Gruppe gegenüber Holz zum Ausdruck kommt. Mit 23,8% geben jedoch ein knappes Viertel der Holzdesinteressierten an, Holz als Alternative beim Haus- oder Wohnungsbau mit berücksichtigt zu haben, während weitere 6,7% wenigstens darüber nachgedacht haben. Bei den Haus- oder Wohnungskäufern sieht die Situation ähnlich aus. Von Ingesamt 34 Haus- oder Wohnungskäufern in diesem Cluster geben 8% an, die Holzbauweise in Erwägung gezogen zu haben. Der Anteil derer, die mit Holz zumindest geliebäugelt haben, ist mit 16,8% zweieinhalb mal so groß wie

bei den Neubauern.

Mit 7,8% ist der Anteil derer, die einen Neubau in den nächsten 5 Jahren planen, relativ groß. Zusammen mit weiteren 6,8% die „vielleicht“ neu bauen, liegt der Gesamtanteil der Bauwilligen bei 14,6%. Dabei fällt bei der Wahl des Baumaterials der Anteil von Holz im Vergleich zu den anderen Baustoffgruppen gering aus. Für knapp 47% ist Ziegel/Mauerstein die erste Wahl. Holz liegt noch hinter Stahlbeton (23,5%) auf dem dritten Platz (15%). Dieser Wert entspricht jedoch ungefähr dem momentanen Anteil von Holzhäusern an Neubauten in Deutschland. Im Vergleich zur bisherigen Bautätigkeit wäre eine de facto Realisierung dieser Quote in diesem Cluster ein Erfolg. Das Abschneiden von Holzhäusern bei den Holzdesinteressierten fällt bei denen, die keine Bauabsichten hegen, mit 13,6% noch schlechter aus. Die desinteressierte Haltung gegenüber Umweltthemen, kein vorhandenes Katastrophenbewusstsein und nur sehr geringe Waldvorlieben machen es schwer, diese Gruppe als Holzkunden zu gewinnen.

Die Situation bei den Holzfenstern sieht ähnlich aus. Die skeptische Haltung gegenüber wohnklimatische, gesundheitliche sowie ökologische Aspekte von Holzfenstern drückt sich durch geringe Bestands- und Planungsquoten aus. 37% dieser Gruppe haben Holzrahmenfenster eingebaut. Da dies jedoch auch schon viele Jahre zurückliegen kann, sagt die Zahl alleine noch wenig aus. Betrachtet man die Einbauplanungen so wird deutlich, dass Holz beinahe durchgehend von anderen Produkten verdrängt wurde. Nur 13% wollen bei der für den in den nächsten fünf Jahren geplanten Fensterkauf auf Holz zurückgreifen. Bei den fiktiven Fensterkäufern liegt der Anteil mit 22% deutlich höher. Dies könnte aber auch darauf zurückzuführen sein, dass die fehlende Absicht zu einer positiveren Einschätzung führt. Zusammenfassend stellt man aber auch bei Holzrahmenfenstern fest, dass die Holzdesinteressierten nur wenig Potenzial als Holzkunden haben. Die schlechten Chancen für Holzprodukte zeigen sich auch bei den soziodemografischen Besonderheiten in dieser Gruppe.

### ***Soziodemografische Besonderheiten***

Der Großteil der Holzdesinteressierten wohnt zur Miete. 46,9% der Gruppe verfügt über kein Wohneigentum. Im Zusammenhang mit den eher niedrigen Abatzmöglichkeiten durch geringe beabsichtigte Bau- und Sanierungstätigkeit kommt hinzu, dass nahezu die Hälfte der Holzdesinteressierten im Fenstersanierungsbereich keinen Einfluss auf die Materialwahl hat. Allerdings wollen in diesem Cluster gut 8,9% der Befragten in den nächsten fünf Jahren Fenster sicher neu einbauen. Das ist im Vergleich zu den anderen Clustern ein hoher Wert und wird nur noch von einem weiteren Cluster übertroffen. Fraglich bleibt, wie diese Fenstereinbauwilligen erreicht werden können. Hinzu kommt, dass es bei diesem Cluster einen hohen Anteil von junge Menschen gibt. Gut 40% der Befragten sind unter 40 Jahre; in deren Vorstellung mag Holz häufig einen nostalgischen Charakter besitzen. Das mittlere Alter in der Gruppe liegt allerdings bei 44 Jahren (Median). Interessant an diesem Cluster ist jedoch, dass die jüngste Altersgruppe (bis 29 Jahre) wieder mehr Holz präferiert. Am skeptischsten sind gerade die 30-39 Jährigen gegenüber Holz, sprich die Generation, die in Deutschland als Hauptgruppe privater Bautätigkeiten im Ein und Zweifamilienhausbau auftritt. Das Cluster der Holzdesinteressierten weist einen Frauenüberhang auf. Die Bildung ist im mittleren Bereich angesiedelt. Der Status der Erwerbstätigkeit ist zu gleichen Teilen zwischen Vollerwerbstätigkeit und Ruhestand aufgeteilt. Tendenziell ist das Einkommen in dieser Gruppe eher niedrig. Außerdem hat dieses Cluster eine hohe Verweigerungsquote. Ein Großteil des Cluster lebt in Single- und Zweipersonenhaushalten. Am häufigsten ist dieser Typus in mittelgroßen Städten und kleinstädtischen Strukturen zu finden.

### **Fördermaßnahmen**

Die Holzhausaversen dieses Clusters reagieren auf die vorgeschlagenen Fördermaßnahmen generell zurückhaltend: die Planenden noch reservierter wie die Nichtplanenden. Die Holzaversen Planer fühlen sich insbesondere durch umfassendes Informationsmaterial und staatlich geprüfte Qualitätslabels angesprochen. Am wenigsten Potential weisen sie Empfehlungen von Freunden und Bekannten, Systemlösungen und Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen zu. Diese drei Items bewerten auch die Nichtplanenden am geringsten; allen restlichen schreiben sie moderat Absatz steigernde Potenz zu. Holzrahmenfenster sollten nach Ansicht der Holzrahmenaversen dieses Clusters pflegeleichter, langlebiger, weniger wartungsintensiv und preiswerter sein. Farbbeständigkeit ist indes kein ausschlaggebendes Kriterium. Bei Fördermaßnahmen für Holzrahmenfenstern zeigt sich dieses Cluster ebenfalls zurückhaltend. Am meisten sprechen die Holzrahmenaversen noch staatlich geprüfte Qualitätslabels an, am wenigsten Empfehlungen von Freunden und Bekannten und der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Es wird insgesamt deutlich, dass herkömmliche Argumente des Marketings im Holzwohnungsbau wie die Betonung wohnklimatischer Aspekte oder ökologisch bewussten Wohnens wegen der starken Ablehnung der „weichen“ Wohnfaktoren in dieser Gruppe kaum Chancen haben werden. Fördermaßnahmen im Bereich des Holzfensterbau haben noch schlechtere Erfolgsaussichten. Zusammenfassend jedoch muss auch hier gesagt werden, dass die Stärke der persönlichen Einschätzung der Befragten in diesem Cluster, was ihren Entscheidungsprozess in Richtung Holz beeinflussen könnte, gegenüber anderen Clustern weitaus zurückhaltender ist. Eine einheitliche Strategie zur Gewinnung dieser Gruppe wird sich nur sehr schwer finden und stets von der Überzeugungskraft einzelner im Planungsprozess beteiligter Akteure abhängen.

### **Resümee**

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.

### 7.3 Die etablierten Holzaffinen

Das Cluster der etablierten Holzaffinen ist eine stark individualisierte Gruppe, die eine Beunruhigung durch gesellschaftspolitische Themen vehement ablehnt. Sorgen um den Zustand des Renten- oder Gesundheitssystems machen sich die Menschen dieser Gruppe nicht, was der Wert -1,3 deutlich zeigt. Aber auch Themen wie Kriminalität, Einwanderung und Terrorismus werden als Furchtdimensionen eher abgelehnt. Die Einstellung zu gesellschaftlichen Themenfeldern fällt in dieser Gruppe stark emotionslos aus und deutet auf eine etablierte Stellung hin, die einen gesicherten Status mit sich bringt. Die Umwelteinstellung in diesem Cluster unterliegt, was die Verantwortung betrifft, einer sehr heterogenen Einstellung. Der Wert null als arithmetisches Mittel der Faktorwerte besagt, dass insgesamt die Haltung als neutral eingestuft werden kann und keine Richtung aufweist. Die etablierten Holzaffinen scheinen das Thema Umweltschutz und -verantwortung in unterschiedlicher Weise zu betrachten: das Spektrum reicht von Ignoranz bis zu einem Selbsttätigwerden. Persönlich Betroffenheit, eine emotionsgeladene Haltung gegenüber Umweltkatastrophen und medialer Berichterstattung wird jedoch stark abgelehnt. Das klassische Umweltkatastrophenbewusstsein findet sich in dieser Gruppe nicht.

Die Waldwahrnehmung ist stark ökonomisch geprägt. Die etablierten Holzaffinen befürworten deutlich eine Waldnutzung im Sinne der Waldbewirtschaftung. Für unberührte Natur haben sie wenig übrig. Die Rohstoffkomponente des Waldes wird von dieser Gruppe ausdrücklich unterstützt. Auch stößt das Argument des Schutzes anderer Rohstoffe durch Holznutzung auf Zustimmung. Weiterer Waldschutz durch Gesetzesvorschriften begegnet deutlichem Unverständnis. Betrachtet man die durchschnittliche Häufigkeit der Waldbesuche, so sieht man, dass die Befragten aus diesem Cluster mit knapp 60% sehr regelmäßig im Wald sind und so Waldnutzung durch den Menschen nicht nur als ökonomische Nutzung verstehen, sondern auch als Nutzung als Erholungsraum. Mit 8,5% hat dieses Cluster den kleinsten Anteil an Personen, die nie in den Wald gehen. Der Hauptgrund für die Waldbesuche sind dabei die klassischen Anlässe wie Wandern und Spaziergehen. Moderne Formen wie Mountainbiken oder Walken fallen eher unterdurchschnittlich aus.

Die drei wesentlichen Dimensionen der Einschätzung von Holz als Baumaterial weisen eine gewisse Zurückhaltung und eine eher heterogene Ausformung auf. Die modernen gesundheitlichen und ökologischen Aspekte von Holz werden von der Gruppe der etablierten Holzaffinen der Tendenz nach anerkannt. Die Vorteilhaftigkeit von Holz bezüglich seiner Natürlichkeit gegenüber anderen Materialien findet in dieser Gruppe Anklang. Holz wird der Tendenz nach positiv bewertet. Im Unterschied zu den eher „weichen“ Faktoren wird Holz von diesem Cluster bezüglich seiner konstruktiven und ökonomischen Merkmale deutlich besser bewertet. In dem Cluster der etablierten Holzaffinen hat Holz bezüglich seiner Wertbeständigkeit, Langlebigkeit sowie Feuerbeständigkeit ein positives Image. Der Kostenaspekt von Holz weist dagegen keine Tendenz auf.

Betrachtet man die beiden untersuchten Holzendprodukte, so wird deutlich, dass die Holzverwendung in den konkreten Bereichen Holzfenster und Holzhäuser an positivem Image verliert. Die positive Ein-

schätzung von Holz als Baumaterial bezüglich seiner konstruktiven und ökonomischen Eigenschaften wird in der Endproduktgruppe Holzhaus der Tendenz nach negiert. Holz als Hauptbaustoff im Hausbau scheint mit gewissen Vorbehalten verbunden zu sein. Auch die typischen Vorteile der Holzbauweise wie einfache Um- und Anbaumöglichkeiten sowie einfach zu erstellende Eigenleistungen werden in der Gruppe der etablierten Holzaffinen der Tendenz nach abgelehnt. Die Werte deuten jedoch auf eine nicht allzu starke Homogenität der Antwortmuster hin. Bei Holzrahmenfenster verändert sich das Bild. Hier trifft der übergeordnete Nutzen, der sich schon bei Holz als Baumaterial feststellen ließ, wieder zu. Natürlichkeit und gesundheitliche Aspekte von Holz werden unter Umständen eher durch Holzrahmen, die direkt sichtbar auch den Innenausbau mit betreffen, wahrgenommen. So werden auch die von uns als atypische Vorteile bezeichnenden Aspekte in dieser Gruppe ebenfalls wieder der Tendenz nach positiv bewertet. Unter Umständen erklärt sich dieser Zusammenhang dadurch, dass Holzrahmen nicht die selben konstruktiven Eigenschaften aufweisen müssen wie die Holzverwendung im Tragwerksbau. Auch die optisch-ästhetische Dimension und die Vielfältigkeit von Holzfenster werden in dieser Gruppe der Tendenz nach positiv bewertet.

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

Die positive Bewertung der rationalen Aspekte von Holz als Baumaterial zeigt ihren Einfluss auch auf die Affinität zu Holzhäusern. Die Quote der Holzhausbauer bzw. -käufer in diesem Cluster liegt mit 23% sowohl deutlich über dem Durchschnitt der anderen Cluster als auch merklich höher als die aktuelle Holzhausquote bei Neubauten. Die etablierten Holzaffinen zeigen eine deutliche Neigung zu Holzhäusern, auch wenn die positive Bewertung von Holzhaus eher mager ausfällt. Holz scheint weniger durch ein besonders stark ausgeprägtes Umweltbewusstsein noch durch die Betonung wohngesundheitliche Aspekte punkten zu können. Es liegt die These nahe, dass Holzhäuser in dieser Gruppe eher ihr starker Besonderheitscharakter auszeichnet. Holzhäuser werden in dieser Gruppe als Prestigeobjekt gesehen. Betrachtet man den Anteil derer, die ein Holzhaus mit in den Planungsprozess einbezogen haben, fällt auf, dass beinahe ein gleich großer Anteil Holz im Entscheidungsprozess wieder verworfen hat. Holzhäuser haben trotz der großen Resonanz in dieser Gruppe gewisse Verwirklichungsschwierigkeiten. Unter den zukünftigen Planern fällt Holz mit einer Quote von 32,2% derjenigen, die Holz am ehesten wählen würden, durchschnittlich hoch aus. Unter den Befragten, die keine konkreten Bauabsichten haben, fällt der Holzanteil ein wenig höher aus. Hier könnten sich immerhin 35,5% vorstellen, ein Haus in der Holzbauweise zu errichten. Es wird aber sichtbar, dass der Holzhausanteil in dieser Gruppe bei zukünftigen privaten Bauherren höher sein könnte. Die Skepsis gegenüber der Holzbauweise ist kaum vorhanden und mit beinahe einem Drittel könnten sich eine größere Gruppe Holz als wesentliches Material gut vorstellen. Neben der Gewinnung von Holzskptikern gilt es gerade in dieser Gruppe, vor allem diejenigen, die Holz präferieren, zu unterstützen, dass sie schlussendlich auch in der Holzbauweise bauen.

Trotz eher neutraler und sehr heterogener Antwortmuster aus der Befragung bezüglich des Nutzens und der Vorteile von Holzrahmenfenstern weist das Cluster der etablierten Holzaffinen eine überraschend hohe Quote an Holzrahmenfenstern auf – im Vergleich über die Cluster hinweg der höchste Anteil. 54,8% geben an, schon einmal Holzrahmenfenster in ihre Wohnung oder ihr Haus eingebaut zu haben. Die Beliebtheit von Holzfenstern zeigt sich auch am Anteil derer, die in den nächsten 5 Jahren eine Fenstererneuerung planen. Holzrahmenfenster erreichen beinahe den selben Wert (54%). Allein die fiktive Holzfenstererneuerung gibt Grund zum Bedenken. Mit 48% fällt der Anteil hier im Vergleich zum Anteil derjenigen, die schon einmal Holzrahmenfenster eingebaut haben, um 6 Prozentpunkte, was ein nicht zu vernachlässigender potenzieller Verlust darstellt. Es gilt hier Strategien zu entwickeln und genauer zu untersuchen, warum selbst in der Gruppe der Personen mit starker Holz-



fensteraffinität der potenzielle Kundenanteil fällt. Dennoch ist in der Gruppe der etablierten Holzaffinen auch im Bereich der fiktiven Fenstererneuerung der Holzanteil mit deutlichem Abstand am höchsten; diese Gruppe ist somit wichtiges Klientel für Holzrahmenfenster.

### **Soziodemografische Besonderheiten**

Die Gruppe der etablierten Holzaffinen sind in aller Regel Wohneigentumsbesitzer und haben die niedrigste Mietquote im Vergleich zu allen anderen identifizierten Clustern. Es dominiert mit 58% deutlich das „eigene Haus“. Schließt man die Kategorie Wohnung mit ein, so erreicht diese Gruppe eine Wohneigentumsquote von rund 71%. Die Etablierten-Konservativen sind in aller Regel männlich. Die Geschlechterverteilung ist 31,7% Frauen zu 68,3% Männern. Das Alter dieser Gruppe ist sehr ausgewogen. Der Durchschnitt von Median und Mittelwert liegt bei 48 Jahren, so dass es keine größeren Ausreißergruppen nach unten oder oben im Alter gibt. Es sind sowohl junge Familien als auch Menschen zwischen 50-59 mit einem höheren Status, die dieses Cluster dominieren. Die typische Haushaltsform ist der Vier-Personenhaushalt. Es dominiert mittlere bis gehobene Bildung. Vollzeitarbeit ist die hauptsächliche Form der Berufstätigkeit. Dabei tritt hier eine Überrepräsentation von Selbstständigen und Freiberuflern auf. Das Einkommen ist durchwegs hoch. Die Wohnlage ist eher ländlich. Insgesamt ist die Gruppe der etablierten Holzaffinen als zukünftige potenzielle Bauherren von Holzhäusern eher weniger wichtig. Der Großteil der Gruppe besitzt sein Eigenheim und nur ein kleinerer Teil hat Absichten in den nächsten Jahren zu bauen. Die Gruppe ist bezüglich der Haubautätigkeit als eher gesättigt anzusehen. Dennoch kann sie wegen ihrer Holzaffinität sowohl bei Holzhäusern als auch bei Holzrahmenfenstern die Funktion von Multiplikatoren übernehmen.

### **Fördermaßnahmen**

Holzaverse Hausplaner bevorzugen als Fördermaßnahmen insbesondere Kundenservice durch den Hersteller, weniger Bauvorschriften durch die Behörden und staatlich geprüfte Qualitätslabels. Weniger Erfolg versprechend erachten sie Empfehlungen von Freunden und Bekannten sowie Systemlösungen. Holzaverse Nichtplaner dieses Clusters fühlen sich von allen abgefragten Fördermaßnahmen gleichermaßen angesprochen; lediglich der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen fällt hier etwas ab. Gemäß der Holzrahmenfensteraversen dieser Gruppe sollten bezüglich einer Produktverbesserung zuvörderst Pflege und Wartung der Rahmen vereinfacht werden. Die abgefragten Fördermaßnahmen erfahren generell gleichmäßige Zustimmung auf moderatem Niveau; allein der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen wird auch bei der Produktgruppe Holzfenster als am wenigsten Absatz fördernd eingeschätzt. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Bei einer näheren Betrachtung des Clusters fällt auf, dass sich diese Gruppe in zwei etwa gleichgroße Lager spaltet. Ein kleinerer Teil der etablierten Holzaffinen präferiert zuvörderst Fördermaßnahmen, die einen unbürokratischen Bauprozess ermöglichen und finanzielle Vorteile beim Bau von Holzhäusern und beim Einbau von Holzrahmenfenster mit sich bringen. Diese Gruppe lehnt dabei markenbewusste Marketingstrategien eher ab. Qualitätslabels oder Umweltzertifikate spielen hier nur eine sehr untergeordnete Rolle. Ein zweiter größerer Teil der Gruppe entpuppt sich jedoch als sehr marken- und qualitätsbewusst. Für diese Gruppe wiederum ist es spezifisch, dass Bankkredite, staatliche Förderungen und Aspekte des verbesserten Kundenservice als eher unwichtig angesehen werden. Mit einer Doppelstrategie könnte das Cluster der etablierten Holzaffinen annähernd nahtlos erreicht werden. Die relative Neutralität gegenüber den spezifischen Vorteilen von Holz deutet an, dass dieser Personenkreis über diversifizierte Strategien, die konkrete Eigenschaften betreffen, eher weniger stark ansprechbar sind. Eher Statussymbolik und Prestigetragchtigkeit scheinen Holz in dieser

Gruppe attraktiv zu machen. Aufgrund der hohen Holzaffinität kann diese Gruppe den Status der Multiplikatoren einnehmen und so die Entscheidungen anderer Cluster positiv in Richtung Holz verstärken. Es wird aber auch sichtbar, dass kein automatischer Zusammenhang zwischen Umwelteinstellungen, Waldwahrnehmung, Holzeinschätzung und die Affinität zu Holz als Baustoff besteht. Neben diesen Einstellungsmerkmalen sind weitere Aspekte relevant, die etwa im Individualisierungsgedanken und Status/Prestige-Bereich zu suchen sind.

### **Resümee**

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 Festereinbau 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<sup>48</sup>) auf soziale Anerkennung und Auszeichnung.<sup>49</sup>

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

---

<sup>48</sup> Begriff nach Kreikebaum/Rinsche 1961.

<sup>49</sup> Vgl. Kreikebaum/Rinsche 1961, S.113f., Veblen 1958, S.79ff., Gold 2007, S.9.

## 7.4 Die überlasteten Holzaversen

Mitglieder dieses Clusters fühlen sich im Allgemeinen überlastet. Sie nehmen generell zu gesellschaftlichen Themen eine distanzierte Haltung ein. Sowohl die Betroffenheit gegenüber gesellschaftspolitischen als auch gegenüber diffusen Bedrohungen werden der Tendenz nach abgelehnt. Persönliche Betroffenheit durch Themen, die die Weltgesellschaft so wie die eigene unmittelbare Umgebung betreffen, wird nicht affektiv erlebt. Die Einstellung des Clusters der überlasteten Holzaversen bezüglich der Umwelt verstärkt diese Annahme aus den gesellschaftlichen Themenfeldern. Die persönliche Betroffenheit über die Umweltproblematik, die Furcht vor Umweltkatastrophen, welche als traditionell-klassische Umwelteinstellung interpretiert werden kann, wird der Tendenz nach abgelehnt. Während im klassischen Umweltverständnis die persönliche Verantwortung auf die politische und unternehmerische Seite abgewiegt wird, sind die überlasteten Holzaversen hier anderer Meinung. Dieses Cluster zeichnet sich insbesondere durch eine Haltung aus, die die eigene Verantwortung betont und der Meinung ist, selbst umweltverantwortlich zu handeln und, was nicht weniger wichtig ist, den Beitrag als relevant ansieht.

Die Waldwahrnehmung sowie die Einschätzung zur Waldbewirtschaftung ist in diesem Cluster eher heterogen. So verzeichnet die Dimension des unberührten Waldes keine Richtung. Ebenso ist die Wahrnehmung und Bedeutung der Waldbewirtschaftung sowie der Holzproduktion ambivalent. Die Faktordimension Wald als Rohstoff wird in dieser Gruppe der Tendenz nach dann doch deutlich negativ bewertet. Die Nutzung von Wäldern für den Menschen, der Aspekt von Holz als regenerativer Rohstoff findet bei den überlasteten Holzaversen keine positive Resonanz. Die Verbindung von Wald als Rohstoffquelle und als Natur wird demnach in diesem Cluster ebenfalls negativ gesehen.

Holz als Baumaterial verfügt in dieser Gruppe über keinen besonders guten Ruf. Besonders auffallend sind die starken Vorbehalte gegenüber seinen konstruktiven Eigenschaften. Holz gilt in dieser Gruppe als leicht entflammbar, wenig wertbeständig und als kurzlebig. Die rationalen Nutzenaspekte von Holz als Baumaterial werden mit -0,8 deutlich negativ beurteilt. In dieser Gruppe unterliegt Holz den klassischen Holzvorurteilen, die andere Autoren als Schlachthausparadox bezeichnet haben (siehe Kap. 4). Allerdings wird der Kostenaspekt, „Holz ist teuer“ in dieser Gruppe der Tendenz nach nicht geteilt. Auffallend ist auch, dass der übergeordnete Nutzen von Holz nicht positiv gesehen wird. Hier schließt sich der Kreis zur Waldwahrnehmung. Holzproduktion ist an sich schon in dieser Gruppe negativ bewertet. Folglich muss auch die Holznutzung als Baustoff wenig positiv eingeschätzt werden.

In den Kategorien Holzhaus und Holzrahmenfenster sieht die Beurteilung des Clusters nur wenig anders aus. Bis auf die übergeordneten Nutzen von Holzhäusern und Holzrahmenfenstern bleiben die wesentlichen Vorteilskategorien von Holz in den Dimensionen typische und atypische Holzvorteile negativ bewertet. Insbesondere drastisch gilt dies für die Kategorie Vielfalt und Design bei Holzrahmenfenster. Hier sehen die überlasteten Holzaversen überhaupt keinen nennenswerten Vorteil von Holz (-1,7).

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

4,8% Holzhausanteil in diesem Cluster zeigt die Marginalität der Holzbauweise in diesem Cluster. Die Gruppe der überlasteten Holzaversen hat gemeinsam mit der Gruppe der Holzdesinteressierten die geringste Quote im Holzhausbau. Der Anteil von Personen, die in ihrem Leben schon einmal gebaut oder ein Haus gekauft haben, nimmt zwar mit 48% im Vergleich zu den anderen eruierten Gruppen den letzten Platz ein; trotzdem stellt dieser Anteil keine zu vernachlässigende Größe dar. Mit 81,8%

der Investoren in Wohneigentum bevorzugen beinahe alle Personen aus diesem Cluster den Baustoff Ziegel-/Mauerstein. Versucht man das künftige Potenzial von Holz in dieser Gruppe zu prognostizieren, so bleiben die Chancen für Holz als Baustoff in dieser Gruppe deutlich abgeschlagen hinter allen anderen zu erwarteten Absatzchancen in den einzelnen Gruppen zurück. Mit 34,5% (Frage an Personen mit Bauabsicht) und 26,9% (hypothetische Frage an Personen ohne Bauabsicht) erreicht der Anteil derjenigen, die Holz als Baustoff am ehesten wählen würden, wie in allen Gruppen relativ hohe Werte; dies sollte aber nicht überbewertet werden. Dieses Urteil erhärtet sich bei der Betrachtung des Personenkreises, der ursprünglich eine Holzbauweise mit in den Entscheidungsprozess einbezogen hat. Der Anteil derer, die von einer Holzbauweise im Laufe des Bauentscheidungsprozesses wieder Abstand genommen haben, liegt beim Dreifachen der letztendlich realisierten Holzbauten. Legt man die Abbruchquoten als Konstante fest, so bleibt auch bei zukünftigen Bauvorhaben der Anteil von Holz gering. Hinzukommt, dass sich dieses Cluster insbesondere durch eine sehr geringe Bauplanungsquote auszeichnet. Im Vergleich zwischen den Gruppen fällt diese am geringsten aus.

Betrachtet man die Affinität dieses Clusters zu Holzrahmenfenstern, so fällt ebenfalls die sehr geringe Holzrahmenfensterquote auf. Mit 46% haben in diesem Cluster weniger als die Hälfte in ihrem Leben schon einmal Fenster einbauen lassen. Das ist im Vergleich zu den anderen Clustern der geringste Anteil. Das dominante Material war dabei Kunststoff mit 64,1%. 30% geben an, Holzrahmenfenster eingebaut zu haben. Das ist ebenfalls mit die niedrigste Quote im clusterübergreifenden Vergleich. Auch hier drückt sich die skeptische Haltung gegenüber spezifischen Vorteilen von Holz in einer sehr geringen Absatzquote aus. Einbauabsichten von Fenstern in den nächsten 5 Jahren gibt es in dieser Gruppe kaum, so dass dieses Cluster als besonders schwieriges Klientel zu bezeichnen ist. 4,9% geben an, in den nächsten fünf Jahren sicherlich Fenster erneuern zu lassen. Weitere 9% wollen vielleicht neue Fenster einbauen lassen. Dabei spielt Holz eine marginale Rolle. Nur 18% derjenigen, die zumindest vielleicht neue Fenster einbauen lassen wollen, würden dabei auf Holz zurückgreifen. Holz stellt in diesem Cluster keine wirkliche Alternative im Fensterbau dar, wie die Charakterisierung dieser Gruppe bezüglich der Faktordimensionen zu Holzrahmenfenster schon gezeigt hat. Der allgemein negative Absatztrend von Holzrahmenfenster wird in dieser Gruppe besonders deutlich und bekommt durch die Einstellung und Einschätzungen eine Begründung und ein Gesicht. Es sind vor allem Menschen, deren Wertschätzung von Holzprodukten kaum vorhanden ist und bei denen andere Baustoffarten einen besonderen Stellenwert einnehmen. Betrachtet man in dieser Gruppe die besonderen Verbesserungsvorschläge um Holz als Alternative interessant zu machen, so fällt auf, dass der Großteil nur sehr wenige Verbesserungsvorschläge hat. Holz wird in dieser Gruppe wahrscheinlich aus Geschmacksgründen abgelehnt.

### ***Soziodemografische Besonderheiten***

Die überlasteten Holzaversen sind ein eher junges Cluster. Das Durchschnittsalter liegt bei 39 Jahren, wobei der Median 36 Jahre ist. Der höhere Wert des arithmetischen Mittels ist durch ein paar Ausreißer in der Alterskala nach oben zu erklären. Durchaus plausibel ist es, dass aufgrund des geringen Durchschnittsalter die Mietquote in dieser Gruppe mit 42% mit am höchsten liegt und dass Investitionen in Eigenheime noch in unbestimmter Ferne sind. Mit 34,6% hat diese Gruppe den höchsten Anteil an Personen im Alter zwischen 18 und 29 Jahren, was sich auch auf den derzeitigen Ausbildungsstatus und das Bildungsniveau auswirkt. 25% des Cluster haben Abitur als höchsten Bildungsabschluss angeben. Weitere 25% einen Studienabschluss. Die größte Gruppe innerhalb des Cluster gab an, einen weiterführenden Abschluss ohne Abitur zu haben. Im Vergleich zwischen den Clustern hat das Cluster der überlasteten Holzaversen den durchwegs höchsten Abituranteil, was auch auf das Alter der Gruppe zurückzuführen ist; im Gruppenvergleich fällt der Hochschulabschluss eher ins Mittelfeld.

Das kann daran liegen, dass ein Teil der Abiturienten noch im Ausbildungsprozess stecken. 9% geben an Schüler oder Studenten zu sein und weitere 4% sind noch in beruflicher Ausbildung. In diesem Cluster ist ein deutlicher Frauenüberhang zu verzeichnen. Gemäß einer modernen Weltsicht ist das traditionelle kleinfamiliäre Ein-Ernährer-Modell faktisch in dieser Gruppe nicht vorhanden. Nur eine Person gibt an Hausfrau zu sein. Den größten Erwerbstätigkeitsstatus hat im Vergleich zwischen den Gruppen die Teilzeitbeschäftigung. Die Gruppe der Modernen-Individualisten hat einen im gesamtgesellschaftlichen Vergleich erhöhten Beamtenanteil. Das Einkommen ist eher höher. Mit über 50% ist der Single- und Paarhaushalt die häufigste Lebensform in dieser Gruppe. Aber auch der Drei-Personenhaushalt ist in diesem Cluster im Vergleich zu den anderen Clustern am höchsten. Andere Haushaltsformen sind zu vernachlässigen. Dieses Cluster ist großstädtisch geprägt.

### **Fördermaßnahmen**

Die Holzhausaversen Planenden des Clusters der überlasteten Holzaversen zeigen sich insbesondere von Zuschüssen der öffentlichen Hand und weniger Bauvorschriften durch die Behörden angetan. Zudem begrüßen sie umfassendes Informationsmaterial und Kundenservice durch den Hersteller. Die übrige abgefragten Fördermaßnahmen fallen bei den Zustimmungswerten etwas ab. Die Nichtplaner favorisieren Zuschüsse der öffentlichen Hand und staatlich geprüfte Qualitätslabels. Systemlösungen und der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen werden am wenigsten Erfolg versprechend angesehen. Die Holzrahmenfensteraversen würden sich in Sachen Produktentwicklung zuvörderst eine Verbesserung hin zu leichter Pflege und Wartung der Holzrahmen wünschen. Als Fördermaßnahmen zur Steigerung des Absatzes von Holzrahmenfenstern sehen sie eine Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters und umfassendes Informationsmaterial als besonders sinnvoll an. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Aufgrund der Lebensstilanalyse und der Einstellungen zu Holz im allgemeinen und speziellen deutet sich an, dass Holz in den Vorstellungen der überlasteten Holzaversen eher aus Lifestyle-Gesichtspunkten abgelehnt wird. Als Zielgruppe für Holzendprodukte kann diese Gruppe nur in geringem Maße angesehen werden. Dies spiegelt sich in dem Cluster der überlasteten Holzaversen auch bei der selbst eingeschätzten Empfänglichkeit für mögliche Förderungen der Holzbauweise in den beiden Produktgruppen Holzhaus und Holzrahmenfenster wider. Dabei lassen sich einige Unterschiede zwischen den beiden Produktgruppen eruieren. Während bei Holzhäusern die Befragten in einigen Statementdimensionen geradezu euphorisch reagieren, werden im Schnitt beinahe alle Statements zu Holzrahmenfenstern von der Mehrzahl abgelehnt. Bei den Holzhäusern zeichnen sich die Befragten durch eine hohe Affinität zu Fördermaßnahmen aus, die sich auf finanzielle Aspekte, staatliche Qualitäts-Labels und einen exklusiven Kundenservice durch Hersteller beziehen. Am wenigsten empfänglich ist die Gruppe der überlasteten Holzaversen für „Alles aus einer Hand-Lösungen“ sowie für den „Verkauf durch Hersteller mit Markennamen“. Für Holzhäuser kann man somit sagen, dass das negative Bild, das durch das empirische Material vermittelt wird, hier doch noch eine positivere Konnotation erhält. Man kann die These aufstellen, dass durch geschickte und ausgereifte Marketingstrategien ein Teil der Bauwilligen für Holz gewonnen werden kann. Fördermaßnahmen für die Holzbauweise gehen aber auch in dieser Gruppe nicht unabhängig von intermediären Akteuren, die als Lobbyisten für Holz auftreten, sowie durch staatliche Förderprogramme, die die Holzbauweise in dem Maße fördern, dass Qualität und Vorteilhaftigkeit direkt erkennbar und leicht messbar vermittelbar ist. Die Neutralität gegenüber dem übergeordneten Nutzen von Holzhäusern ließe sich auch dahin interpretiert werden, dass wohngesundheitsliche Aspekte sowie Umweltaspekte durch die richtigen Unterstützungen verstärkt und zu einem schlagkräftigen positiven Argument für Holz werden könnten.

Beim Holzrahmenfensterbau können solche positiven Feedbackaspekte nicht eruiert werden. Allerdings sind hier auch die Vorbehalte gegenüber Holz deutlich geringer und beschränken sich im wesentlichen auf die Dimension der Gestaltung und Vielfalt. Der übergeordnete Nutzen von Holzrahmenfenster wird im wesentlichen positiv bewertet. Es gibt kein einheitliches Bild von weiteren Erfolg versprechenden Fördermaßnahmen. Eine positive Einstellung zur Dimension übergeordneter Nutzen geht einher mit einer Zurückhaltung bezüglich Fördermaßnahmen der Holzbauweise und einer stark rückläufigen Holzquote bei den Fensterneubauwilligen. Im Bereich der Endproduktgruppe Holzrahmenfenster ist die Empfänglichkeit der Menschen aus diesem Cluster für Fördermaßnahmen weniger stark ausgeprägt. Trotz positiver Bewertungen des übergeordneten Nutzens von Holzrahmen, scheint die Negierung der gestalterischen Möglichkeiten bei Holzrahmenfenstern ausschlaggebend dafür zu sein, dass Holz im Fensterbau in diesem Cluster insgesamt einen schweren Stand hat.

### **Resümee**

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 beimistereinbau 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 Festerinbau und umfassendes Informationsmaterial werden von den überlasteten Holzaversen 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 Holzaversen kann mögliche Ansatzpunkte für Marketingstrategien darstellen.

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

## 7.5 Die Holznewcomer

Die Holznewcomer zeichnen sich insbesondere durch eine starke Betroffenheit in den gesellschaftlichen Faktordimensionen aus. Sowohl gesellschaftspolitische Themen wie auch diffuse Bedrohungen werden in dieser Gruppe als Furchtdimensionen wahrgenommen. Das Cluster erweist sich sowohl sensibel für klassische Innenpolitik als auch diffus bedroht bezüglich der globalen Themen wie Terrorismus oder Einwanderung. Auch die Kriminalität wird besonders Angst einflößend wahrgenommen. Die ausgeprägte emotionale Haltung deutet auf ein großes Maß an Interesse an gesellschaftlichen Themen hin, die jedoch durch die ebenfalls stark ausgeprägte diffuse Bedrohungskategorie ein gewisses Maß an Oberflächlichkeit oder Unerfahrenheit suggeriert. Bei der allgemeinen Einstellung zur Umwelt erhärtet sich diese These. Die Betroffenheit über Umweltkrisen und -katastrophen werden eher stärker wahrgenommen als die Kategorie der persönlichen Verantwortung. Jedoch wird diese in konsistenter Richtung wahrgenommen. Die unerfahrenen Interessierten sind der Tendenz nach der Meinung, dass jede Person zum Umweltschutz beitragen kann und die Verantwortung nicht an Staat und Wirtschaft abgeschoben werden darf.

Die Waldwahrnehmung dieses Clusters ist der Tendenz nach ähnlich ausgeprägt wie bei den Holztraditionalisten. Der Wald wird als Naturkategorie wahrgenommen, die auf einen unberührten Waldzustand fixiert ist. Dies entspricht einem historisch-mythischen Märchenwald. Wald wird als Naturerlebnis mit Wildnischarakter wahrgenommen. Die Wahrnehmung prägt auch, dass die Forderung nach menschlichen Schutz sowie weitere ordnungspolitische Maßnahmen in diesem Cluster auf positive Resonanz stoßen. Dennoch ist für die Gruppe der Holznewcomer Wald als Rohstoffquelle und als Naturraum kein Widerspruch.

Holz als Baumaterial wird in dieser Gruppe vorwiegend über seinen übergeordneten Nutzen definiert. Im gruppenübergreifenden Vergleich erfährt Holz – abgesehen vom Cluster der Holztraditionalisten – die positivste Konnotation. Die weichen Faktoren wie gesundheitliche Aspekte oder Umweltaspekte werden hier besonders gewürdigt. Spirituelle und esoterische Sichtweisen könnten zu dem positiven Holzbild beitragen. Beim bauphysischen rationalen Nutzen von Holz wie Pflege, Wertbeständigkeit und Feuerbeständigkeit werden der Tendenz nach die klassischen Vorbehalte gegenüber dem Baumaterial Holz sichtbar. Der Kostenaspekt dagegen lässt keine Einheitlichkeit erkennen und weist mit 0,1 eine marginal bejahende Tendenz gegenüber Holz auf. Die Einstellung zu Holz ist eine eher „bauchorientierte“ und nicht wissensgeleitete rational begründete Grundhaltung.

In den Kategorien Holzhaus und Holzrahmenfenster bleibt die Richtung des Antwortverhaltens ähnlich. Der übergeordnete Nutzen verliert zwar gegenüber dem allgemeinen Holzimage an Boden, bleibt aber in beiden Gruppen der Tendenz nach positiv konnotiert, wobei der übergeordnete Nutzen der Holzbauweise (0,4) noch höher liegt als beim Holzrahmenfensterbau (0,3). Die von uns als atypische Vorteile bezeichnenden Aspekte von Holz in den von uns untersuchten Holzendproduktgruppen erfahren – wie schon in der allgemeinen Dimension – eine vorbehaltlos behaftete Einschätzung, wobei die Ablehnung bei Holzhäusern (-0,7) höher ausfällt als bei Holzrahmenfenstern (-0,4). Die in der Gesellschaft von vielen Autoren (vgl. Kap.4) zitierte Paradoxie im Holzimage wird in dieser Gruppe besonders deutlich. Dennoch erfährt Holz gerade in den modernen Kategorien des Wohngesundheitsbewusstseins und Wohnklimas einen besonders positiven Feedback. Die typischen Vorteile der Holzbauweise bezüglich der kürzeren Bauzeit und den einfacher zu erstellenden Eigenleistungen wird ebenfalls der Tendenz nach zugestimmt. Dies könnte als „Do it yourself“ Mentalität“ interpretiert werden.

### **Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten**

Der Wahrnehmungsgegensatz zwischen dem negativ betrachteten rationalen Nutzen und dem anerkannten übergeordneten Nutzen von Holz als Baustoff löste sich bisher zu Ungunsten von Holzhäusern auf. Das Cluster der Holznewcomer hat einen Anteil an Holzhäusern, der eher unterdurchschnittlich ist. Nur 8,2% der Befragten der Gruppe, die schon einmal ein Haus gekauft oder gebaut hat (53,7%), haben sich für die Holzbauweise entschieden. Nur ein sehr geringer Teil derjenigen, die nicht in der Holzbauweise gebaut haben, hat Holz in den Planungs- und Entscheidungsprozess als ernsthafte Alternative mit einbezogen (8,3% der Neubauer). Deutlich wird jedoch, dass häufig in dieser Gruppe ein Grundinteresse schon vorhanden ist, da 14,5% der Neubauer durchwegs mit dem Gedanken geliebäugelt haben, jedoch nicht ernsthaft darüber nachgedacht haben. Bei den Holznewcomern, die einen Altbau gekauft haben, ist die Holzbauweise durchweg interessanter. Hier geben 20,2% an, Holz in den Planungsprozess mit einbezogen zu haben und weitere 11,6%, Holz mit berücksichtigt, ohne es jedoch ernsthaft in Erwägung gezogen zu haben. Es wird auch in dieser Gruppe deutlich, dass die Holzbauweise ein weit höheres als das tatsächlich ausgeschöpfte Potential hat. Die tief verwurzelten Vorbehalte gegenüber den konstruktiven Eigenschaften von Holz stellen immer noch ein Hemmnis dar. Auf der anderen Seite steht ein positive Image etwa bei wohnklimatischen Aspekten.

Bei Holzfenstern ist das Bild um einiges negativer. Hier fällt der Anteil von Holz im gruppenübergreifenden Vergleich weitaus unterdurchschnittlicher aus als es noch bei den Holzhäusern der Fall ist. Mit 29,1% hatte Holz beim vollzogenen Fenstereinbau die schlechteste Quote. Die Holznewcomer gehören allerdings zu der Gruppe, die als potenzielle Kunden in den nächsten Jahren gewonnen werden könnten. Überdurchschnittliche viele aus diesem Cluster geben an, dass sie in den nächsten fünf Jahren Fenster erneuern lassen wollen. Die Holzquote unterliegt dabei einer vorsichtig positiven Tendenz. Unter den Menschen mit Einbauabsichten geben 32% an, Holz verwenden zu wollen. Bei den Personen ohne konkrete Einbauabsicht ist die Quote ungefähr genau so groß (33%). Der wahrgenommene rationale Nutzen von Holzfenstern ist positiver als der bei Holzhäusern. Kann man dies durch Verkaufsstrategien nutzen, könnte diese Gruppe einen positiven Ausschlag für den Absatzmarkt von Holzfenstern geben.

### **Soziodemografische Besonderheiten**

Die Holznewcomer wohnen im Gruppenvergleich leicht überproportional oft zur Miete. Sie verfügen über eine mittlere Bildung und sind mittleren Alters. Mit 15% hat diese Gruppe einen überproportionalen Anteil an Selbstständigen. Das Haushaltsmonatsnettoeinkommen ist eher niedrig und liegt bei knapp 60% der Gruppe unterhalb 2.000 €, wobei für gut  $\frac{1}{4}$  das Einkommen zwischen 1.500-2.000 € liegt. Bildung, Einkommens und berufliche Stellung deuten darauf hin, dass es sich bei den Selbständigen um Kleinunternehmen, in erster Linie im handwerklichen Bereich handelt. Der Anteil der Arbeiter in der Gruppe der Holznewcomer ist im gruppenübergreifenden Vergleich ebenfalls mit am höchsten. Die Gruppe ist sehr nahe am Arbeitermilieu anzusiedeln, beziehungsweise als untere Mittelschicht zu bezeichnen. Die Arbeitslosigkeit in dieser Gruppe fällt mit 4,8% gering aus. Mit 27% sind aber auch gut ein  $\frac{1}{4}$  der Gruppe schon aus dem Erwerbsleben ausgeschieden. Die Geschlechter in dieser Gruppe sind annähernd gleich verteilt – 51,4% sind Frauen und 48,6% Männer. Dies entspricht annähernd exakt der gesamtgesellschaftlichen Verteilung zwischen Frauen und Männern (vgl. Statistisches Bundesamt 2006, 23). Hier liegt der Anteil der Frauen bei 51% und der Anteil der Männer bei 49%. Holznewcomer haben im Gruppenvergleich den höchsten Anteil an Singlehaushalten. Nimmt man den Anteil der Zwei-Personenhaushalte und der Drei-Personenhaushalte noch hinzu, so leben über 80% der Holznewcomer in Kleinhaushaltsstrukturen. Der Drei-Personenhaushalt liegt in dieser Gruppe deutlich



höher als in der gesamten Gesellschaft (vgl. Statistisches Bundesamt 2006, 34). Die Holznewcomer bilden mit 80% Städter ein klassisches mittel- und großstädtisches Cluster und sind weniger auf dem Land zu finden.

### **Fördermaßnahmen**

Die Holzhausaversen Planenden des Clusters der Holznewcomer fühlen sich insbesondere durch umfassendes Informationsmaterial, günstige Kredite von Banken und Sparkassen sowie Beratung und Empfehlung durch den Architekten bzw. Planer angesprochen; Empfehlungen durch Freunde und Bekannte, Systemlösungen und Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen erfahren bei der Bewertung weniger Zustimmung. Die Planenden begrüßen am stärksten umfassendes Informationsmaterial und staatlich geprüfte Qualitätslabels. Als Produktverbesserungsvorschläge bei Fenstern präferieren die Holzrahmenfensteraversen Holznewcomer zuvörderst Entwicklungen zur Erleichterung der Pflege und zur Sicherstellung der Langlebigkeit. Als Fördermaßnahmen zur Steigerung des Absatzes von Holzrahmenfenstern schätzen sie staatlich geprüfte Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters und umfassendes Informationsmaterial besonders Erfolg versprechend ein. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Die latenten Vorbehalte gegenüber Holz und seinen konstruktiven Eigenschaften stehen – wie gezeigt – den eher positiv bewerteten Aspekte von Holz als Baumaterial in der Kategorie des übergeordneten Nutzens gegenüber. Geringe Holzbauquoten und eher geringe Holzrahmenfensternutzung sind die eruierten Konsequenzen. Die in der Tendenz nach eher neutrale Haltung gegenüber den beiden Holzendproduktgruppen lassen viel Spielraum für Förder- und Aktivierungsmaßnahmen in dieser Gruppe. Betrachtet man die abgefragten Reaktionen zu Vermarktungsstrategien und Fördermaßnahmen bei Holzrahmenfenster, so fällt auf, dass der größte Teil der Gruppe eher skeptisch und zurückhaltend auf Förderstrategien reagiert. Während ein geringer Anteil der Befragten sowohl markenbewusste Strategien als auch unbürokratische Fördermaßnahmen vehement präferieren, lehnt der größte Teil der Gruppe diese beide Förderrichtungen eher ab. Die Gruppe erweist sich insgesamt als nicht besonders empfänglich für Geldzuwendungen und Serviceleistungen. Nur knapp über der Hälfte gibt an, dass umfassendes Informationsmaterial, Kundenbetreuung nach Fenstereinbau und staatlich geprüfte Qualitätslabels positiven Einfluss auf die Berücksichtigung von Holz bei ihrer Entscheidungsfindung haben könnten. Holzrahmenfenster erscheinen auch in dieser Gruppe eher als nüchternfunktionales Produkt. Weder die ideelle noch die ästhetische Komponente spielen eine gewichtige Rolle bei der Wahl des Werkstoffs für Fenster.

Bei Holzhäusern sieht das Bild ein wenig anders aus. Hier scheint das Cluster deutlicher durch Fördermaßnahmen beeinflussbar zu sein. Gerade staatliche Qualitätslabels und Zuschüsse von der öffentlichen Hand sowie günstige Kredite erreichen hier höchste Zustimmungswerten. Aber auch umfassendes Informationsmaterial wird von 80% als relevant eingestuft. Weniger bedeutend sind so genannte „Alles aus einer Handlösungen“ und Markennamen der Produkte. Ähnlich wie in anderen Clustern wird bei den Holznewcomern eine Strategie alleine nicht ausreichen, um das Potenzial für Holzhäuser zu erschließen. Vielmehr muss es sich um eine Kombination von synchron laufenden Maßnahmen handeln, die sowohl finanzielle Anreize setzen und die Qualität der Produkte sicherstellt. Klassische bauphysische Vorbehalte gegenüber der Holzbauweise können zuvörderst durch Qualitätslabels und umfassendes Informationsmaterial abgebaut werden. Hierbei ist aber wichtig, nicht nur die ohnehin schon als positiv wahrgenommenen Aspekte bezüglich des Wohnklimas und der Umwelt zu betonen. Es müssen insbesondere Beratungsleistungen erbracht werden, die die negativen Vorurteile hinsichtlich Feuerbeständigkeit, Preis sowie Pflege und Wertbeständigkeit beseitigen bzw. abmil-

dern. Das Umweltbewusstsein ist bei den Holznewcomern stark ausgeprägt. Die eigene Verantwortung für die Umwelt wird gesehen. Jedoch bedeutet dies nicht, dass Holzprodukte als ökologische Produkte automatisch für diese Gruppe interessant sind. Gerade bei langlebigen Investitions-/Konsumgütern spielt der rationale Nutzen, Qualität und Wertbeständigkeit des Produktes die entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung.

### **Resümee**

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.

## 7.6 Die selektiv-interessierten Holzaaffinen

Die selektiv-interessierten Holzaaffinen interessieren sich insbesondere für die klassischen innenpolitischen Themen wie Gesundheitspolitik. Diffuse Bedrohungen wie Einwanderung, Kriminalität oder Terrorismus spielen eine eher untergeordnete Rolle. Die Beunruhigung bezieht sich in dieser Gruppe somit zuvörderst auf direkt erfahrbare gesellschaftliche Teilgebiete. Das Interesse ist dabei eher selektiv. So zeigt die Umweltthematik in dieser Gruppe weder das klassische traditionelle Bild des Katastrophenbewusstseins noch die moderne Ausprägung der Umweltverantwortung. Die selektiv-interessierten Holzaaffinen sind hinsichtlich der Betroffenheit durch die Umweltsituation eher neutral. Umweltprobleme werden der Tendenz nach negiert. Empörung und andere affektive Reaktionen sind den Menschen in diesem Cluster eher fremd. Zudem lehnen die selektiv-interessierten Holzaaffinen die persönliche Verantwortung für die Umwelt ab. Die Gefährdung der Umwelt wird vielfach als übertrieben angesehen und Staat sowie Wirtschaft werden für den Schutz der Umwelt in die Pflicht genommen. Der eigene Beitrag zum Umweltschutz wird als irrelevant und schwierig eingeschätzt. Die Umwelteinstellung dieser Gruppe könnte folglich als eher verharmlosend eingestuft werden. Beschwichtigung charakterisiert spezifisch die Umwelteinstellung dieses Clusters und kann nicht als allgemeine Einstellung zu gesellschaftlichen Themen angesehen werden.

Die Waldwahrnehmung sowie die Einstellung zum Wald und dessen Bewirtschaftung ist eher neutral geprägt. Die Dimension „Wald ist unberührte Natur“ erhält den Wert null. Das Cluster der selektiv-interessierten Holzaaffinen hat keine eindeutige Meinung zum Thema Wald. Weder die Antworten zum Schutz des Waldes noch jene zur Naturkomponente des Waldes zeigen eine eindeutige Richtung. Die Wahrnehmung des Waldes ist in dieser Gruppe eher rational; es zeigt sich keine emotionale Bindung. Dies wird auch deutlich bei der Betrachtung der Häufigkeiten der Waldbesuche: Mit 43,6% fällt der Anteil derer, die mehr als fünfmal in den letzten drei Monaten im Wald waren, im Clustervergleich mit am niedrigsten aus. Dagegen wurde die Kategorie „nie im Wald“ mit am häufigsten ausgewählt. Mit 22% ist der Anteil derer, die aus Gründen der Fitness in den Wald gehen, jedoch überdurchschnittlich hoch. Waldbesuche sind somit in dieser Gruppe stärker als in anderen Gruppen durch Fitnessaktivitäten geprägt und besitzen weniger die ansonsten dominante Erholungs- und Entspannungskomponente. Interessanterweise wird der Wald als Rohstoffquelle jedoch der Tendenz nach abgelehnt. Ressourcenschutz durch die Nutzung des regenerativen Rohstoffs Holz wird in dieser Gruppe der Tendenz nach als nicht relevant betrachtet. Holzwirtschaft hat einen eher schlechten Ruf und die menschliche Nutzung des Waldes wird abgelehnt.

Die selektiv-interessierten Holzaaffinen haben zu Holz als Baumaterial keine gefestigte Einstellung. Ähnlich wie der Wald unterliegt Holz als Baumaterial einer eher neutralen Beurteilung. Der übergeordnete Nutzen von Holz als Baumaterial wird zwar tendenziell bejaht, jedoch nur leicht. Ähnlich verhält es sich mit dem Kostenaspekt von Holz. Dieser wird in diesem Cluster als weder teuer noch billig wahrgenommen. Einzig der rationale Nutzen von Holz als Baumaterial unterliegt einer eindeutigen Einstellungsrichtung. Die Gruppe der selektiv-interessierten Holzaaffinen hat deutliche Vorbehalte gegenüber dem Baumaterial Holz. Hinsichtlich seiner Langlebigkeit, seiner Wert- und Feuerbeständigkeit hat Holz ein negatives Image, das weder durch wohnklimatische Aspekte noch Kostenaspekte einen positiven Gegentrend erfährt. Gegenüber Holz bestehen in dem Cluster der selektiv-interessierten Holzaaffinen die typischen Vorurteile. Holz schimmelt, fault und brennt.

Bei den beiden Holzendproduktgruppen Holzrahmenfenster und Holzhäuser zeigt sich ein anderes Bild: Während der übergeordnete Nutzen bei Holz als Baumaterial der Tendenz nach noch positiv bewertet wird, ist der übergeordnete Nutzen bei Holzhäusern mit dem Wert null neutral. Interessanter-

weise werden jedoch die atypische Vorteile von Holz, die in enger Verbindung mit der dem rationalen, bauphysischen Nutzen von Holz als Baumaterial stehen, deutlich positiv bewertet. Holzhäuser sind nach Meinung der selektiv-interessierten Holzaffinen pflegleicht, feuerbeständig und wertbeständig. Wie es zu dieser Asymmetrie kommt, ist eine offene Frage. Interessanterweise werden jedoch die typischen Vorteile der Holzbauweise wie einfach zu erstellende Eigenleistung oder die unkomplizierten An- und Umbaumöglichkeiten andererseits deutlich verneint.

Bei den Holzrahmenfenstern ist das Bild wieder ähnlich der Einschätzung von Holz als Baumaterial. Dem übergeordneten Nutzen wird der Tendenz nach zugestimmt, auch wenn die Zustimmung nicht besonders stark ausgeprägt und im gruppenübergreifenden Vergleich eher geringer anzusehen ist. Im Gegensatz zu der Holzbauweise werden die atypischen Vorteile bei Holzrahmenfenstern negativ bewertet. Wartungsaufwand, Preis und Haltbarkeit von Holzrahmenfenstern werden skeptisch beurteilt, allerdings nur auf sehr geringem Niveau. Vielfalt und Design wird zwar positiv und als Vorteil von Holz bewertet; dabei ist mit 0,1 der Wert jedoch ebenfalls nur eine Richtungsangabe.

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

Die Gruppe der selektiv-interessierten Holzaffinen bietet grundsätzlich ein relativ großes Potenzial für Holzprodukte. Nur knapp über die Hälfte des Clusters hat bis zu dieser Befragung in Wohneigentum investiert. Das Potenzial drückt sich auch in der relativ hohen Quote der Personen mit konkreten Bauabsichten in den nächsten fünf Jahren aus. Gut 9% wollen sicher bauen. Weitere 4,5% überlegen noch, ob sie ihren Bauwunsch umsetzen. Die bisherige Holzbauquote ist allerdings recht niedrig. Nur 4,5 % des Clusters hat bis zum jetzigen Zeitpunkt schon einmal in Holz gebaut oder ein Holzhaus gekauft. Neben den Holzdesinteressierten und den überlasteten Holzaversen ist das diesbezüglich die niedrigste Quote. Mit 87,4% dominiert in dieser Gruppe die konventionelle Bauweise in Mauer/Ziegelstein. Kaum viel versprechender sieht die Quote derer aus, die Holz als alternatives Baumaterial im Hausbau in den Planungsprozess miteinbezogen haben. Knapp 12% geben an Holz als ernsthafte Alternative in Betrachtung gezogen zu haben. Weitere 3% haben über die Holzverwendung nachgedacht, aber frühzeitig die Holzbauweise wieder verworfen. Unter denen, die ein Haus gekauft haben, ist der Anteil der Personen, die Holz in Erwägung gezogen haben, im Vergleich zu den Hausbauern höher. Insgesamt haben sich hier 34% Gedanken zur Alternative Holz gemacht, 17% davon die Bauweise ernsthaft in Erwägung gezogen. Unter den Personen aus dem Cluster, die in Zukunft Bauabsichten hegen, liegt der Anteil derer, die sich unter momentanen Kenntnisstand und Präferenzstruktur für Holz entscheiden würden, im Vergleich zu der bisherigen Holzquote deutlich höher. Jedoch bleibt dieser Anteil mit knapp 11% im Vergleich zum deutschlandweiten momentanen Holzanteil bei Bauvorhaben weiterhin unterdurchschnittlich. Nach wie vor ist Mauer/Ziegelstein mit knapp 84% ungeboren der Favorit unter den Werkstoffen im Hausbau. Betrachtet man den Anteil der Personen aus diesem Cluster, der keine Bauabsichten hegt, fällt der Anteil der mit Holz Bauenden, deutlich besser aus: Die Holzbauweise erreicht hier einen Spitzenwert von 23%.

In der Produktgruppe Holzrahmenfenster zeigen die selektiv-interessierten Holzaffinen deutlich größere Holzpräferenzen und -affinitäten. Mit 68% hat ein sehr großer – im Gruppenvergleich überdurchschnittlicher – Anteil schon einmal Fenster erneuern lassen. Bemerkenswert ist der deutlich überdurchschnittliche Anteil an Holzrahmenfenster; 49% geben an, Holzrahmenfenster eingebaut zu haben. Holz erreicht damit im Vergleich zu den anderen Clustern den ersten Platz. Bei den selektiv-interessierten Holzaffinen ist Holz das beliebteste Material im Fensterbau. Das Ergebnis wird allerdings durch eine sehr geringe Quote an zukünftig geplanten Fenstererneuerungen relativiert. Nur 5,5% wollen sicher in den nächsten fünf Jahren Fenster erneuern. Weitere 7% geben an, vielleicht

neue Fenster einbauen zu lassen. Außerdem verliert Holz in der diachronischen Betrachtung sehr stark an Beliebtheit. Von vormals 49% Holzanteil in der Gruppe der selektiv-interessierten Holzaffinen geht der Anteil bei den Planern auf 31% zurück. Allerdings ist unter denjenigen, die keine Fenstererneuerung planen, der Meinungsumschwung weg von Holzrahmenfenstern nicht so drastisch. Hier liegen Holz und Kunststoff ungefähr bei 40% auf gleicher Augenhöhe.

### ***Soziodemografische Besonderheiten***

Die Gruppe der selektiv-interessierten Holzaffinen stammt verstärkt aus der bürgerlichen Mitte. Mit einem Hausbesitzeranteil von 51% und einem Eigentumswohnungsbesitzeranteil von 14% wohnen sie überdurchschnittlich in Wohneigentum. Der Altersdurchschnitt in diesem Cluster liegt bei 52 Jahren, wobei der Median 53 Jahre ist. Ferner zeichnet sich dieses Cluster durch einen deutlichen Überhang an Frauen aus. Die Geschlechterverteilung ist 56% Frauen und 44% Männer. Die Bildungsverteilung zeigt eine Tendenz zu einem mittleren Bildungsniveau. Es dominieren die Kategorien Berufsabschlüsse sowie weiterführende Schulen ohne Abitur. Der größte Teil der Gruppe befindet sich im Ruhestand. Außerdem hat diese Gruppe einen relativ hohen Anteil an Hausfrauen und Hausmännern. Wie der hohe Anteil der Rentner schon andeutet, hat diese Gruppe im gruppenübergreifenden Vergleich eine sehr niedrige Vollerwerbstätigenquote. Nur 29,3% geben an vollerwerbstätig zu sein. Die Gruppe der selektiv-interessierten Holzaffinen hat außerdem mit 11% den größten Anteil an nicht Erwerbstätigen und Arbeitslosen im Gruppenvergleich. Die vorherrschende berufliche Stellung ist in dieser Gruppe der Angestelltenstatus. Mit 78% ist dieser Wert der höchste unter den Holztypen. Das Einkommen ist zu 55% unter 2.000€. Dabei ist der Anteil derer, die nur bis 900€ zu Verfügung haben, deutlich erhöht in dieser Gruppe. Das mag an dem hohen Rentner- und Frauenanteil in dieser Gruppe liegen. Die hauptsächlichsten Haushaltslebensformen sind zu 48% der Zwei-Personenhaushalt sowie ein im gruppenübergreifenden Vergleich überdurchschnittlicher Anteil an Single-Haushalten. Die Menschen aus dem Cluster der selektiv-interessierten Holzaffinen leben zum Großteil in Dörfern oder in kleinen bzw. mittelgroßen Städten. Deutlich unterrepräsentiert ist in diesem Cluster die Großstadtbevölkerung. Neben dem ersten Cluster der Holztraditionalisten haben die selektiv-interessierten Holzaffinen mit einem Anteil von 15% den geringsten Großstädteranteil.

### ***Fördermaßnahmen***

Die holzhausaversen Planenden des Clusters der selektiv-interessierten Holzaffinen zeigen sich insbesondere von umfassendem Informationsmaterial, Zuschüssen der öffentlichen Hand sowie günstigen Krediten von Banken und Sparkassen angetan. Staatlich geprüfte Qualitätslabels und Systemlösungen erfahren die niedrigsten Zustimmungsraten. Die Nichtplaner fühlen sich von allen vorgeschlagenen Absatz steigernden Fördermaßnahmen in hohem Maße angesprochen; lediglich Empfehlungen von Freunden und Bekannten, Systemlösungen und der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen werden weniger Erfolg versprechend gesehen. Als Verbesserungsvorschläge bei Holzrahmenfenstern präferieren die holzrahmenfensteraversen selektiv-interessierten Holzaffinen Entwicklungen zu größerer Langlebigkeit und geringerer Wartungsintensität. Bezüglich Fördermaßnahmen zeigen sie sich in erster Linie gegenüber staatlich geprüften Qualitätslabels, Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters, umfassendem Informationsmaterial sowie Beratung und Empfehlung durch den Architekten bzw. Planer aufgeschlossen. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Deutlich wird in diesem Cluster unter anderem die Bedeutung von Planern und anderen intermediären Akteuren. Im Vergleich unbedeutend dazu ist die Meinung von Freunden und Bekannten. Gerade bei den Personen dieses Clusters, die in der Bauvorbereitung bzw. im Planungsprozess sind, wird deut-

lich, dass Bauvorschriften und „Alles aus einer Hand-Lösungen“ nur einen sehr geringen Einfluss auf die Entscheidung für ein bestimmtes Baumaterial haben. Die Komplexität des Bauentscheidungs- und Planungsprozesses steht dem Bauvorhaben kaum im Weg. Bei einer so tragweiten Entscheidung wie dem Bau eines Eigenheims sind Vorschriften und viele Verhandlungspartner kein vordringliches Problem. Vielmehr geht man auf Nummer sicher und tendiert wohl auch deshalb zu konventionellen Bauweisen. Vergleicht man das Ergebnis mit den Personen aus diesem Cluster, die ebenfalls kein Holzhaus bauen würden jedoch keine Bauabsicht haben, so erkennt man, dass bürokratische Aspekte hier eine viel größere Entscheidungsrelevanz haben. Je weiter der mögliche Bau noch in der Zukunft liegt oder auch schon in der Vergangenheit angesiedelt ist, desto positiver werden Systemlösungen oder die Minderung behördlicher Bauvorschriften gesehen.

Die tatsächliche hohe Holzrahmenfensterquote deutet an, dass trotz der eher neutralen Haltung der selektiv-interessierten Holzaffinen eine Holzaffinität vorhanden ist, die durch Verbesserungen gerade in den Bereichen Langlebigkeit und Wartungsintensität auch erhalten bleiben könnte. Finanzielle Aspekte sind für die meisten, die kein Holz verwenden würden, nur sehr zweitrangige Gründe. Nur 6,9% geben an, dass sie Holz verwenden würden, wenn dieses billiger wäre. Die selektiv-interessierten Holzaffinen reagieren auch eher zurückhaltend auf die von uns zur Bewertung gestellten Fördermaßnahmen bezüglich Holzrahmenfenster. Im gruppenübergreifenden Vergleich zeigen sie sich jedoch stärker zugänglich für Förderinitiativen als die anderen Gruppen. Besonders deutlich wird der Einfluss von Planern und Architekten sowie eine verbesserte Kundenbetreuung nach Einbau der Fenster. Durch besser Informationsstrategien und Serviceleistungen könnte der sich abzeichnende Verlust an Holznutzern in dieser Gruppe aufgehalten werden. Marketingzielgruppe sind hier weniger Neukunden als vielmehr zuvörderst Personen, die von Holz auf Kunststoff umsteigen wollen.

### **Resümee**

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 Anbauens 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 hohem 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.

## 7.7 Die desinteressierten Holzaufsteiger

Das siebte Cluster zeigt sich insbesondere bezüglich gesellschaftlicher Themenfeldern als auffallend desinteressiert; dies drückt sich durch eine sehr geringe Beunruhigung in den beiden gesellschaftlichen Dimensionen aus: Weder die klassischen sozialpolitischen Themenfelder wie Gesundheit- Renten- oder Arbeitsmarktpolitik noch die diffusen gesellschaftlichen Bedrohungsfelder wie Kriminalität oder Terrorismus rufen in dieser Gruppen emotionale Reaktionen hervor. Es deutet darauf hin, dass dieses Cluster es nicht nötig hat, Befürchtungen bei gesellschaftspolitischen Themen zu haben. Die nicht vorhandene Beunruhigung ist in der Dimension „Sensibilität für gesellschaftliche Themenfelder“ noch stärker als bei den diffusen Bedrohungen.

Die desinteressierte Haltung gegenüber gesamtgesellschaftlichen Themen zeigt sich auch in der allgemeinen Einstellung zur Umwelt. Umweltbetroffenheit, insbesondere Umweltkatastrophenbewusstsein, liegt dieser Gruppe fern. Die Ablehnung dieses Faktor ist im Vergleich zu allen anderen Clustern mit -1,2 mit Abstand am höchsten. Ebenfalls vertritt die Gruppe die Meinung, dass Politiker sich der Umweltthematik schon genug angenommen haben. Unspezifische Gefühle sind ihnen fremd. Die Abwehr von persönlicher Verantwortung ist in dieser Gruppe eher neutral mit der Tendenz zur Akzeptanz von persönlicher Verantwortung. Die Haltung der desinteressierten Holzaufsteiger ist nicht absolut desinteressiert; Personen in diesem Cluster sind vielmehr in besonderem Maße individualistisch geprägt. So erklärt sich auch die ablehnende Haltung gegenüber gesamtgesellschaftlichen Problemfeldern sowie eine distanzierte Haltung gegenüber der Verantwortlichkeit der Politik.

Diese Gruppe lehnt besonders stark die Einstellung ab, Wald sei unberührte Natur. Desinteressierte Holzaufsteiger halten wenig von weiteren Gesetzesinitiativen zum Waldschutz. Der Waldzustand ist ihrer Meinung nach nicht so schlecht, dass auf die Holzproduktion verzichtet werden sollte. Dass im Wald die Menschen der Natur am nächsten sein sollten, wird in dieser Gruppe so nicht gesehen. Interessanterweise wird die Rohstoffkomponente des Waldes ebenfalls – allerdings nur der Tendenz nach – verneint. Die Nutzung des Waldes durch den Menschen sowie die Bedeutung von Wald als Rohstoffquelle löst in diesem Cluster allerdings Skepsis aus. Wie ist das zu verstehen? Es ist davon auszugehen, dass es sich hierbei um eine Paradoxon handelt. Während die Holzproduktion als unverzichtbar gilt, wird diese jedoch nicht mit der Waldnutzung durch den Menschen gleichgesetzt. Die Waldbesuchsquoten sind mit 50% regelmäßigen Besuchen und weiteren 30% unregelmäßigen Besuchen durchschnittlich. Gerade die neueren, sich auf Fitness und Wellness berufenden Sportarten wie Walken oder auch Mountainbiken erfreuen sich gerade in dieser Gruppe höchster Beliebtheit. Über

35% der Gruppe geben an, den Wald zum Walken oder Mountainbiken aufzusuchen. Es ist also eher davon auszugehen, dass die Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger mit dem Nachhaltigkeitsbegriff und dem Konzept des Schutzes nicht erneuerbarer Rohstoffe durch Holznutzung wenig anfangen können und so eine eher reservierte Haltung gegenüber dieser Kategorie einnehmen.

Holz als Baumaterial unterliegt eher vorsichtigen und nicht gefestigten Meinungen und Haltungen. Besonders auffallend ist die Ablehnung des übergeordneten Nutzens von Holz als Baumaterial. Von so genannten weichen Faktoren, deren Ursprung auf einer emotionalen, gefühlsbetonten Ebene liegen, hält diese Gruppe nichts. Beim rationalen Nutzen, ob funktionaler, konstruktiver oder auch ökonomischer Art, sieht das Bild der Tendenz nach anders aus. Holz wird als ein eher preiswertes Material angesehen und die konstruktiven Eigenschaften sind tendenziell nicht vorurteilsbehaftet. Trotz einer eher allgemein desinteressierten Haltung hat die Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger keine klassischen Vorbehalte gegenüber Holz; hier zeigt das Cluster eine aufgeklärte Einstellung.

Bezüglich der beiden von uns untersuchten Holzendproduktgruppen werden unterschiedliche Einstellungen zu den jeweiligen Produktgruppen erkennbar. Holzhäuser werden bezüglich ihres übergeordneten Nutzens besser bewertet als Holzrahmenfenster, wenngleich auch diesen ein übergeordneter Nutzen deutlich abgesprochen wird. Wohngesundheitliche und wohnklimatische Aspekte werden als unwichtig angesehen. Sowohl die atypischen als auch die typischen Vorteile der Holzbauweise werden mit einer Tendenz zur Neutralität leicht negativ bewertet. Tendenziell sind also sowohl die klassischen Vorbehalte gegen die Holzbauweise als auch eine Skepsis gegenüber einer kurzen Bauzeit, geringen Kosten sowie den einfach zu bewältigenden Eigenleistungen vorhanden.

Betrachtet man die Einstellung zu Holzrahmenfenstern, so fällt eine im gruppenübergreifenden Vergleich geringe Zustimmung zu allen vorgebrachten Vorteilen von Holz im Fensterbau auf. Die „weichen“ Faktoren wie Schaffung eines gesunden Wohnklimas, Umweltfreundlichkeit und ästhetische Vorteile werden eindeutig negativ gesehen. Bestätigt wird diese Einstellung auch durch die geringe Zustimmung zu der Dimension Vielfalt und Design. Wenn Holzrahmen als nicht schön angesehen werden, so ist eine logische Konsequenz, dass auch gestalterische Freiheiten sowie Vielfalt des Designs nicht geschätzt werden.

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

53% der desinteressierten Holzaufsteiger haben schon einmal ein Haus gekauft oder gebaut. Das ist im gruppenübergreifenden Vergleich eher unterdurchschnittlich. Allerdings ist der Anteil derer, die Altbauten präferieren, in dieser Gruppe besonders hoch. Über die Hälfte der Investoren in Wohneigentum haben einen Altbau gekauft, der Instand gesetzt werden musste oder bereits bezugsfertig renoviert war. Der Anteil der tatsächlich erworbenen Holzhäuser ist im gruppenübergreifenden Vergleich der größte. 26% haben ein Holzhaus gekauft oder gebaut. Das ist eine beachtliche Quote. Die Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger hat auch eine große Affinität zu Stahlbeton. Mit 12% Anteil ist dieser Baustoff in diesem Cluster doppelt so weit verbreitet wie im allgemeinen Durchschnitt. Die Erwägung von Holz im Planungsprozess erreicht in dieser Gruppe ebenfalls einen sehr hohen Wert. Gut 20% haben Holz ernsthaft mit in den Planungsprozess einbezogen, die Holzbauweise aber wieder verworfen. Weitere 5,4% haben zumindest mit Holz geliebäugelt. In der Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger ist in den nächsten Jahren in einer mittelfristigen Perspektive mit einer erhöhten Bautätigkeit zu rechnen. 11% geben an, in den nächsten fünf Jahren mit Sicherheit zu bauen. Weitere 11% spielen mit diesem Gedanken, sind sich aber noch nicht sicher. Der potenzielle Holzanteil unter den zukünftigen privaten Bauherren erreicht einen Höchstwert. Nahezu 36% würden in der Holzbauweise



bauen. Das wäre eine nochmalige Steigerung der Holzhausquote um nahezu 10%. Unter den Nicht-Bauplanern fällt der Holzanteil jedoch deutlich zurückhaltender aus. Hier geben nur 21% an, die Holzbauweise zu präferieren.

Die Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger haben bisher seltener Fenster erneuert als der Durchschnitt der gesamten Stichprobe. Unter den Erneuerern liegt die Präferenzstruktur breiter gefächert als in den anderen Clustern. Zwar entspricht der Kunststoffanteil dem Durchschnitt und auch Holz liegt darunter nur minimal, jedoch erkennt man eine deutliche Affinität zu anderen Baumaterialien. So erhält etwa Aluminium in dieser Gruppe einen besonders hohen Anteil bei den bisherigen Fenstererneuerungen (9%). Das Cluster der desinteressierten Holzaufsteiger hat ein hohes Potenzial an zukünftigen Fenstererneuerungen. Gut 10% dieses Clusters planen, in den nächsten fünf Jahren Fenster erneuern zu lassen. Weitere 5% geben an, dass eine Fenstererneuerung vielleicht bei ihnen notwendig wird. Unter den Planern verliert Holz immens an Gewicht und geht um knapp 20 Prozentpunkte auf einen Anteil von 21% zurück. Jedoch wird der Verlust nicht alleine durch einen Wechsel zu Kunststoffrahmenfenstern verursacht. Diese gewinnen nur 8% hinzu. Es ist vor allem die Aluminiumbauweise, die Holzrahmenfenstern die Kunden streitig machen. Ähnlich wie Holz ist Aluminium für 20% der potenziellen Kunden dieser Gruppe die erste Wahl. In der Langfristperspektive sind die Marktanteile von Holzrahmenfenster stark gefährdet. Unter den Personen, die momentan keine Fenstererneuerung planen, fällt die Präferenz von Holz massiv auf 9%. Kunststoff und Aluminium werden als Materialien im Fensterbau vorgezogen.

### ***Soziodemografische Besonderheiten***

Das Cluster der desinteressierten Holzaufsteiger ist in erster Linie ein Cluster junger Familien, die mehrheitlich im eigenen Haus wohnen. Das Durchschnittsalter liegt bei 40 Jahren, wobei der Median 39 Jahre ist. Es ist ein vornehmlich männlich geprägtes Cluster. Der Anteil der Männer liegt bei knapp 72%. Die Bildung ist durchwegs hoch. Mit einem Anteil von 34% haben mehr als ein Drittel eine universitäre Ausbildung; ferner haben 15% ein Fachhochschulabschluss sowie 16% Abitur. Die Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger hat die höchste Vollerwerbstätigenquote im gruppenübergreifenden Vergleich. 59% geben an, vollerwerbstätig zu sein. Dazu kommt noch die höchste Teilzeiterwerbstätigenquote und der geringste Anteil an Hausfrauen und Hausmännern sowie Rentnern und Erwerbslosen/Arbeitslosen. Das häufigste Alter in der Altersverteilung sind in diesem Cluster die 19-jährigen, was auch die hohe Quote der sich noch in der Ausbildung befindenden erklärt. Deutlich überrepräsentiert sind mit einem Anteil von 21% die Beamten, sowie mit einem Anteil von 5% die freiberuflich Tätigen. Das Haushaltsnettoeinkommen liegt bei knapp zwei Dritteln des Clusters über 2.000€. Die unteren Einkommensgruppen sind kaum ausgeprägt. Der Großteil der Personen unter 2.000€ liegt zwischen 1.500 und 2.000€. Das Cluster ist kleinfamiliär geprägt. Ein Drittel der Befragten lebt in Zwei-Personen-Haushalten. Ein Fünftel in Drei-Personenhaushalten und 27% in Vier-Personenhaushalten. Der Wohnlage des Cluster der desinteressierten Holzaufsteiger ist über die peripheren, semiperipheren und großstädtischen Wohngebiete nahezu gleich verteilt.

### ***Fördermaßnahmen***

Die Holzhausaversen Planenden des Clusters der desinteressierten Holzaufsteiger fühlen sich besonders von Kundenservice durch den Hersteller und günstigen Krediten von Banken und Sparkassen angesprochen. Wenig Zustimmung finden Beratung und Empfehlung durch den Architekten bzw. Planer und Systemlösungen. Die Nichtplanenden zeigen sich insgesamt eher weniger durch Fördermaßnahmen beeinflussbar. Allein weniger Bauvorschriften durch Behörden sowie günstige Kredite von

Banken und Sparkassen haben höhere Zustimmungsraten. Als Verbesserungsvorschläge beim Produkt Holzrahmenfenster betonen die Holzrahmenfensteraversen des Clusters der desinteressierten Holzaufsteiger eine Reduzierung des Preises sowie die Entwicklung von einfacher zu pflegenden Fenstern; nur marginal eine Rolle spielt die Langlebigkeit und Farbbeständigkeit. Fördermaßnahmen finden nur auf niedrigem Niveau das Einverständnis der Holzrahmenfensteraversen dieses Clusters. Am höchsten wird eine Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters und die Empfehlung von Freunden und Bekannten bewertet; eine Garantie, dass die Fenster aus heimischen Holz hergestellt sind, wird ähnlich wie der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen als kaum Absatz fördernd erachtet. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Die relativ stark rational geprägte Wahrnehmung von Holzendprodukten und die absolute Ablehnung von „weichen“ Nutzenfaktoren bei der Verwendung von Holz steht in gewisser Weise konträr zu der Häufigkeit des tatsächlichen Holzhausbesitzes in dieser Gruppe. Es ist zu erwarten, dass sich weiterhin ein großer Teil zukünftiger Holzbauten aus diesem Lager speist. Es stellt sich jedoch die Frage, wie sich noch weitere Personen dieses Clusters, deren Mitglieder eher eine desinteressierte Haltung einnehmen, für die Holzbauweise gewinnen lässt. Die Einstellung zur Umwelt sowie zu gesellschaftspolitischen Themen deutet an, dass sich nur schwer geeignete Marketingstrategien für dieses Cluster entwickeln lassen. Die rationale und wenig emotionale Haltung drückt sich auch in den Fördermaßnahmen aus, die diese Gruppe präferiert. Zum einen sind es ökonomische Vorteile – günstige Kreditrahmen und Zuschüsse aus der öffentlichen Hand – und zum anderen verbesserte Kundenserviceleistungen durch Hersteller und Bauträger. Wenig Wert legt dieses Cluster auf „Alles aus einer Hand“-Lösungen oder Beratungen durch Architekten oder Bauplaner. Dagegen wird im Gegensatz zu allen anderen Clustern die Empfehlung von Freunden und Bekannten als sehr wertvoll erachtet. Beim Personenkreis dieses Clusters, die keine Bauabsichten haben, fällt auf, dass die Richtung des Antwortverhaltens ähnlich ist, wobei sie jedoch eine viel zurückhaltender Einstellung gegenüber Fördermaßnahmen haben. Dies steht in engem Zusammenhang zur der ebenfalls geringeren Holzhausaffinität der Nichtplaner. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Gruppe der Bauwilligen, die kein Holz verwenden würden, für Fördermaßnahmen zugänglich zu sein scheint. In aller erster Linie handelt es sich dabei um Maßnahmen, die individuelle finanzielle Vorteile für den Bauherrn mit sich bringen. Auch scheint diese Gruppe empfänglich für so genannte Multiplikatorenstrategien. Bauplaner und Architekten spielen hierbei eine untergeordnete Rolle; dagegen hat der Rat von Freunden und Bekannten viel Gewicht. Strategien, die den emotionalen Nutzen in den Vordergrund stellen, sind bei der Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger wenig Erfolg versprechend.

Bei der Endproduktgruppe Holzrahmenfenster sind die Chancen von Fördermaßnahmen als eher gering einzuschätzen. Die Quote von Holzrahmenfenster nimmt sowohl in der Gruppe der Erneuerwilligen als auch in der Gruppe der Nichtplaner im Vergleich zum derzeitigen Bestand stark ab. Als Gründe, die gegen Holz sprechen, werden von der Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger zuvörderst die mangelnde Farbbeständigkeit und die hohe Wartungsintensivität genannt. Gleichzeitig wird aber auch ersichtlich, dass es sich um ein vielschichtiges Imageproblem bei Holzrahmenfenstern handelt. Neben den oben erwähnten Hauptproblemen werden viele unterschiedliche Gründe gegen Holz im Fensterbau angeführt. Über 33% der Befragten geben zu den abgefragten Bereichen noch weitere selbst formulierte Aspekte unter der Rubrik „Sonstige Gründe“ an. Fördermaßnahmen, die von uns abgefragt wurden, um mögliche vielversprechende Unterstützungsstrategien für den Absatz von Holzrahmenfenster zu ermitteln, finden in dieser Gruppe nur begrenzt Zustimmung. Keine der abgefragten Dimensionen erreicht eine Zustimmung über 34%. Die desinteressierten Holzaufsteiger verhalten sich gegenüber Holzrahmenfenstern deutlich reservierter als alle anderen Gruppen. Allein die Punkte Kundenbetreuung nach Einbau sowie Empfehlung von Freunden und Bekannten erreichen erwähnens-

werte Werte. Es ist zu vermuten, dass diese gefestigte negative Meinung unter anderem mit der entstandenen Konkurrenz durch die Aluminiumbauweise zusammenhängt. Dieser Werkstoff ist bei den desinteressierten Holzaufsteiger äußerst beliebt. Zusammengefasst sind die Chancen der Aktivierung von Holzkritikern im Fensterrahmenbau in dieser Gruppe eher diffizil. Die Ablehnung selbst der klassischen Vorteile von Holz bezüglich Vielfalt und Design macht es äußerst schwierig Strategien zu entwickeln, die die desinteressierten Holzaufsteiger zu Holz „bekehren“.

### **Resümee**

Die desinteressierten Holzaufsteiger reagieren indifferent auf Themenfelder der Innen- und Sozialpolitik. Sie lassen sich von Bedrohungs Faktoren 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.

## 7.8 Die postmateriellen Holzaffinen

Das achte Cluster ist in der gesellschaftlichen Dimension das einzige Cluster, das die beiden Faktoren in unterschiedlichen Richtungen interpretiert. Die von uns als postmaterielle Holzaffine bezeichnete Gruppe ist zum einen besonders sensibel für die Sozialpolitik betreffende gesellschaftspolitische Themenfelder, auch wenn sie selbst – wie es die weitere Analyse zeigen wird – auf das Funktionieren der staatlichen Sicherungssysteme nicht in dem Maße angewiesen sind wie es in anderen Gruppen der Fall ist. Die Einstellung zu der diffusen Bedrohungskategorie – etwa durch den internationalen Terrorismus, Kriminalität und Einwanderung – ist reflektiert-distanziert. Die Gruppe der postmateriellen Holzaffinen lassen sich im gruppenübergreifenden Vergleich am wenigsten durch diese Themen beunruhigen. Emotionale Reaktionen auf medial vermittelte Bedrohungen ist dieser Gruppe fremd.

Die Umwelteinstellung dieser Gruppe ist im Vergleich zu der im letzten Kapitel abgehandelten Gruppe der desinteressierten Holzaufsteiger deutlich emotionaler. Umweltschutz ist für die postmateriellen Holzaffinen nicht allein eine rationale und distanzierte Aufgabe, sondern hat ihren Ursprung auch in einer emotionalen Verbundenheit zu und Sorge um die Umwelt. Umweltschutz geschieht hier nicht aus einer durch Eigeninteressen genährten Motivation, sondern durch emotional verankerter Überzeugung. Besonders stark fällt die Zustimmung zur Verantwortung des Einzelnen für den Schutz der Umwelt aus. Personen aus dem Cluster der postmateriellen Holzaffinen sind sich der Umweltprobleme bewusst und räumen ihnen den selben Stellenwert ein wie der Arbeitsmarktpolitik oder der Preisentwicklung. Umweltpolitik und im speziellen der Umweltschutz ist für sie eine Herausforderung und Aufgabe, zu der jeder seinen Beitrag leisten muss und auch kann.

Der Wald wird in dieser Gruppe deutlich als Wirtschaftsfaktor wahrgenommen. Die Nutzung von Holz steht in keinem Widerspruch zu dem eigenen Umweltengagement. Die Idee des unberührten Waldes widerspricht deutlich dem Waldverständnis dieser Gruppe. Der Wald ist nicht sakrosankte Natur, die nicht vom Menschen genutzt werden dürfte; vielmehr ist der Wald eine erneuerbare Rohstoffquelle, deren Nutzung zudem unter Nachhaltigkeitsaspekten sinnvoll und ökologisch vorteilhaft ist. Für die postmateriellen Holzaffinen ist Wald gleichzeitig Natur und Rohstoff. Dies wird auch deutlich, wenn man die Kategorie der Waldbesuchshäufigkeit mit einbezieht. Hier wird eine starke Verbundenheit zum Wald ersichtlich: Die postmateriellen Holzaffinen haben die höchste Waldbesuchsquote. Über 60% geben an, in den letzten drei Monaten häufiger als fünfmal im Wald gewesen zu sein, zuvörderst um sich beim Spaziergehen und Wandern zu erholen und zu entspannen. Die Wohnlage spielt dabei kaum eine Rolle. Nur zwei Personen geben an, der Waldbesuch sei der übliche Nachhauseweg oder der Wohnort liege am Waldrand.

Holz als Baumaterial wird der Tendenz nach positiv bewertet. Die Klarheit, die bei der Waldwahrnehmung bezüglich seiner Rohstoffkomponente herrscht, ist bei der Einschätzung von Holz als Baumaterial nicht mehr so deutlich. Der einzige Aspekt, der klar für die Holzverwendung als Baumaterial spricht, ist der Preis. Holz wird von der Gruppe der postmateriellen Holzaffinen als günstig eingestuft. Der übergeordnete Nutzen von Holz als Baustoff erreicht nur einen sehr geringen positiven Wert. Gesundheitsaspekte oder Umweltfreundlichkeit von Holz als Baumaterial werden nur in begrenztem Umfang angenommen. Für einen emotionalen Zusatznutzen ist diese Gruppe nur bedingt offen. Ähnlich sieht es auch mit dem rationalen Nutzen aus. Er wird ähnlich zurückhaltend bewertet. Wertstabilität, Langlebigkeit und Feuerbeständigkeit unterliegen zwar im Mittel nicht den klassischen Vorbehalten gegenüber Holz, werden aber nur bedingt positiv gesehen.

Die spezifische Einschätzung der beiden Holzendproduktgruppen unterscheidet sich von der allge-

meinen Einschätzung von Holz als Baumaterial. Während der übergeordnete Nutzen von Holz als Baustoff nur sehr bedingt positiv bewertet wird, erreicht der übergeordnete Nutzen von Holzhäusern eine deutlich positivere Konnotation. Das Haus aus Holz hat in dieser Gruppe ein besonders positives Image, welches insbesondere auf die „weichen“ emotionalen, einen Zusatznutzen schaffenden Funktionen rekurriert. Die Verbindung zwischen Naturschutz, Umweltschutz und Schaffung einer für den Menschen gesunden Wohnumgebung sowie postmaterielle Schönheits- und Ästhetikaspekte werden besonders geschätzt. Es bleiben trotz dieser positiven Einschätzung von Holzhäusern in dieser Gruppe gewisse Vorbehalte erhalten, auch wenn der Wert dabei nur sehr gering ist. Der Tendenz nach werden die atypischen Vorteile der Holzbauweise abgelehnt. Dieser Faktor bündelt bekanntlich Eigenschaften, die klassischerweise dem Baustoff Holz abgesprochen werden und so negative Vorurteile gegenüber Holz darstellen. Feuerschutz, Pflege, Unterhalt, sowie Kosten und Wertbeständigkeit werden der Tendenz nach skeptisch gesehen und als eher nachteilig eingestuft. Auch die typischen Vorteile der Holzbauweise, welche Um- und Anbaumöglichkeiten betreffen, werden nur sehr bedingt positiv bewertet. Ebenso ist eine kurze Bauzeit für viele in dieser Gruppe wohl eher nicht notwendig.

Der übergeordnete Nutzen von Holzrahmenfenster fällt im Vergleich zu den Holzhäusern in dieser Gruppe wieder geringer aus und befindet sich sogar noch unterhalb des Niveaus von Holz als Baumaterial. Dies liegt wohl auch daran, dass Holzrahmenfenster eher über den funktionalen Nutzen definiert werden und das Material an zweiter Stelle stehen. Die atypischen Vorteile werden ebenso wie bei den Holzhäusern in dieser Gruppe der Tendenz nach skeptisch bewertet. Der Wartungsaufwand, die Haltbarkeit sowie die Preiskomponente sind auch hier eher negativ besetzt. Gut schneiden dagegen Holzrahmenfenster in der Kategorie Vielfalt und Design ab. Sie erreichen hier im gruppenübergreifenden Vergleich einen Höchstwert. Die gestalterischen Freiheiten und die Vielfältigkeit der Oberflächen und Farben werden von dieser Gruppe sehr geschätzt. Zusammenfassend kann man sagen, dass bei den postmateriellen Holzaffinen in erster Linie die optisch-ästhetischen sowie die gesundheitlichen Aspekte von Holzrahmenfenstern und Holzhäusern im Vordergrund stehen. Den funktionalen und rationalen Aspekten wird dagegen eher mit den klassischen Vorbehalten begegnet.

### ***Holzhaus- und Holzfensteraffinitäten***

Mehr als die Hälfte der postmateriellen Holzaffinen haben in ihrem Leben schon einmal in Immobilien investiert. Dabei entspricht die Aufteilung in Neu- und Altbau ungefähr dem Durchschnitt der gesamten Stichprobe. Die postmateriellen Holzaffinen haben ähnlich wie die desinteressierten Holzaufsteiger einen überdurchschnittlichen Anteil an Holzhäusern gebaut. Aber auch für andere von der konventionellen Bauweise in Mauer/Ziegelstein abweichende Materialien weist diese Gruppe stärkere Präferenzen auf. Holz stellt insgesamt für den Großteil dieser Gruppe eine ernsthafte Alternative im Hausbau dar. Zu dem hohen Anteil an Holzhäusern kommt noch ein hoher Anteil (22%) an Personen hinzu, die Holz als alternatives Baumaterial ernsthaft mit in den Planungsprozess einbezogen haben. Weitere 19% gaben an, zumindest kurzfristig sich darüber im Baustoffentscheidungsprozess Gedanken gemacht zu haben. Somit erreicht die Popularität und das Wissen um die Holzbauweise in dieser Gruppe mit Abstand den größten Anteil. Geschmälert wird dieses positive Ergebnisse jedoch durch die sehr geringe Bauabsichtsquote in den nächsten Jahren. Nur 2,2% geben an, sicher in den nächsten fünf Jahren bauen zu wollen. Weitere 9% spielen mit dem Gedanken. Unter den Personen aus dem Cluster, die sich sicher sind, in den nächsten 5 Jahren ein Haus zu bauen, präferieren 58% die Holzbauweise. Dies ist ein absoluter Spitzenwert unter allen Clustern. Unter denjenigen die in den nächsten Jahren keine Bauabsichten hegen, fällt die Quote zwar geringer aus, liegt aber auch über der bisherigen. Hier geben 39% an, die Holzhausbauweise zu präferieren.

Rund 66% der postmateriellen Holzaffinen haben schon einmal Fenster erneuern lassen. Dabei erfreute sich Holz größter Beliebtheit. Mehr als die Hälfte gibt an, Holzrahmenfenster eingebaut zu haben. Im Gruppenvergleich ist das die zweithöchste Quote. Das Gesamtmarktpotenzial für die Holzfensterindustrie ist in dieser Gruppe entsprechend dem Gesamtdurchschnitt der Stichprobe. Gut 8% geben an, in den kommenden fünf Jahren mit Sicherheit Fenster zu erneuern. Weitere 7% sind sich noch nicht sicher, ob dieser Schritt notwendig wird. Trotz guter bisheriger Quoten und einer allgemein großen Holzaffinität müssen Holzrahmenfenster auch bei den postmateriellen Holzaffinen „Federn lassen“: Die Präferenz für Holz bei zukünftigen Einbauten sinkt von 57% auf 35%. Das ist ein deutlicher Verlust in der mittelfristigen Perspektive. Langfristig deutet sich jedoch an, dass Holz nicht ganz so stark an Beliebtheit verlieren wird. Unter den Personen, die in den nächsten Jahren keine Fenstererneuerung planen, bleibt die Präferenz auf über 50%.

### **Soziodemografische Besonderheiten**

Die postmateriellen Holzaffinen wohnen typischerweise im Eigentum, wobei es sich dabei vor allem um das eigene Haus handelt. Das Durchschnittsalter – sowohl der Median als auch das arithmetische Mittel – liegt bei 46 Jahren. Zudem zeichnet sich dieses Cluster durch einen Männerüberhang aus. Die Geschlechterverteilung ist 57% Männer gegenüber 43% Frauen. Das Bildungsniveau ist insgesamt eher hoch. Der Studienabschluss dominiert, daneben ist aber auch die weiterführende Schule ohne Abitur stark ausgeprägt. Die postmateriellen Holzaffinen haben neben den desinteressierten Holzaufsteigern die zweithöchste Vollerwerbstätigenquote; sie liegt bei knapp 54%. Der Anteil der Hausfrauen und -männer ist etwas überdurchschnittlich. Ansonsten fällt das Cluster durch seinen überdurchschnittlichen Anteil an Auszubildenden und Selbständigen auf. Das Einkommen ist im Vergleich zu den anderen Holztypen am höchsten. Knapp 64% haben mehr als 2.000€ Nettohaushaltsmonatseinkommen zur Verfügung. Dabei fällt auf, dass gut ein Fünftel mehr als 3.750€ im Monat zur Verfügung hat. Das ist mit Abstand der höchste Wert im Gruppenvergleich in dieser Einkommenskategorie. Zum einen dominiert der Zwei-Personenhaushalt dieses Cluster. Hier erklärt sich das Einkommen wohl durch den DINKS-Status (= double income no kids). Zum anderen tritt neben dem Vier-Personenhaushalt (19,8%) in dieser Gruppe im gruppenübergreifenden Vergleich besonders häufig der Fünf-Personenhaushalt (7,5%) auf. Die Stadt-Land-Verteilung weist keine Auffälligkeiten auf. Es gibt insgesamt einen leichten Überhang der peripheren und großstädtischen Gebiete, während die kleinen und mittelstädtischen Wohnlagen etwas unterrepräsentiert sind.

### **Fördermaßnahmen**

Die Holzhausaversen Planer der Gruppe der postmateriellen Holzaffinen fühlen sich zuvörderst von Zuschüssen der öffentlichen Hand, weniger Bauvorschriften durch Behörden, günstige Kredite von Banken und Sparkassen, staatlich geprüften Qualitätslabels sowie Beratung und Empfehlung durch den Architekten bzw. Planer angesprochen. Weniger wichtig bewerten sie den Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen. Nichtplaner weisen nicht gleichermaßen hohe Zustimmungsraten zu den Fördervorschlägen auf. Sie schätzen alle Maßnahmen moderat hoch als Erfolg versprechend ein; einzig der Markenname ist ihnen ebenfalls weniger von Bedeutung. Die Holzrahmenfensteraversen dieses Clusters sehen bei Holzrahmenfenstern Verbesserungsmöglichkeiten am ehesten bezüglich der leichten Pflege, der Langlebigkeit und des Preises. Hinsichtlich Fördermaßnahmen stimmen sie allen abgefragten Vorschlägen gleichmäßig zu; allein der Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen wird wieder als weniger relevant eingestuft. (vgl. Abb. 7.2 bis 7.5)

Der in dieser Gruppe konstatierte übergeordnete Nutzen der Holzbauweise hat aktiven Einfluss auf

die Holzhausquote. Allerdings zeigen die Zahlen auch, dass gut die Hälfte, die die Holzhausalternative mit in den Bauprozess einbezogen haben, dann doch konventionell gebaut haben, so dass auch in dieser Gruppe noch weiteres erschließbares Potenzial steckt. Die Bauwilligen, die unter gegebenen Umständen kein Holz präferieren, zeigen sich dennoch offen für Fördermaßnahmen. Eine Hälfte der Gruppe schätzt Faktoren, die auf ein gewisses Markenbewusstsein rekurrieren; die andere Hälfte vor allem ökonomische und informationelle Förderaspekte. Zudem bewerten die postmateriellen Holzaffinen Umweltaspekte wie Energiesparchecks oder Serviceleistungen nach Fertigstellung als interessant. Die hohe Holzquote auch unter den zukünftigen potenziellen privaten Bauherren deutet an, dass diese Gruppe langfristig ein Stammkundenpotenzial besitzt. Lediglich die geringe Bauplanungsquote schmälert das Bild. Die Gruppe der postmateriellen Holzaffinen kann aber trotzdem eine Multiplikatorfunktion gerade im Bereich des hochwertigen Holzhausbaus erfüllen. Sie haben Geld, bauen gerne in Holz und noch viel lieber reden sie darüber.

Holzrahmenfenster werden neutraler bewertet als Holzhäuser. Nur durch ihre ästhetisch-optischen Eigenschaften strahlen sie eine deutliche Vorteilhaftigkeit für die Gruppe der postmateriellen Holzaffinen aus. Vor allem bezüglich ihrer Pflegeintensität werden sie negativ bewertet. Wartung spielt eine weniger große Rolle. Dennoch sind die postmateriellen Holzaffinen auch bezüglich der Endproduktgruppe Holzrahmenfenster für Fördermaßnahmen aufgeschlossen. Ihre Zustimmung zu den einzelnen abgefragten Fördermaßnahmen liegen in allen Bereichen deutlich über dem Schnitt der gesamten Stichprobe. Insbesondere staatliche Qualitätslabels sowie Empfehlungen von Freunden und Bekannten erfahren eine hohe Zustimmung. Auch wenn die Holzpräferenz bei den geplanten Fenstererneuerungen niedriger ausfällt, ist davon auszugehen, dass sich durch gezielte Informationen und Kundenservicekonzepte, sowie staatliche Qualitätslabel, die neben Umweltaspekten auch materiale Eigenschaften berücksichtigen, der Einbruch abmildern lässt. In der langfristigen Perspektive sieht es danach aus, dass das momentane Niveau des Holzrahmenfensteranteils gehalten werden kann.

### **Resümee**

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 Umbauens 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 Fenstereinfügungen 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.

## 8 Fazit

Wie aus der Analyse der einzelnen Gruppen ersichtlich wurde, gibt es einige Grundorientierungen, auf die Marketing- und Zielgruppenstrategien Rücksicht nehmen müssen. Zum einen wären da die traditionell Orientierten. Zum anderen etablierte Gruppen mit Wunsch nach Exklusivität und Distinktion. So wird auch in unserer Analyse deutlich, dass die Affinität zu Holzhäusern auf vielerlei Aspekte beruht. Die Analyse der Einstellung macht dies auch im besonderen deutlich. Während ein Teil der identifizierten Cluster noch die klassischen, tief verwurzelten Vorbehalte gegenüber Holz hat, zeigt sich in anderen Clustern eine bereits vollzogene Überwindung oder Relativierung der negativen Vorurteile. Es zeigt sich, dass auch innerhalb der Gruppen keine durchwegs einheitliche Orientierung vorliegt. Hinzu kommt, dass sich ökologische Orientierungen auf sehr vielfältige Weise entfalten können. Bei den einen äußert sich die Umwelteinstellung eher in Form einer Protesthaltung, bei anderen durch Empörung oder „stumme Verweigerung“, beispielsweise durch traditionelle Produkttreue und Ablehnung massiver Werbung und Verpackung (vgl. Haan/Kuckartz 1996, 240). Zusammenfassend kann man sagen, dass nur für einen sehr geringen Teil der Stichprobe ein direkter Zusammenhang zwischen ökologischer Orientierung und der Neigung zum Holzhausbau zu finden ist. Eine ausgeprägte handlungsorientierte ökologische Orientierung lässt sich vor allem in der Gruppe der postmateriellen Holzaffinen finden. Hier steht der ökologische Gedanken auch in enger Verbindung mit der Auswahl der Baumaterialien für den Hausbau. In den anderen Gruppen ist die Affinität zu Holz eher anderen Gründen zuzuordnen. So erweist sich die Überwindung der klassischen Vorbehalte gegenüber Holz gerade bei den etablierten Holzaffinen als Push-Faktor für die Verwendung von Holz. Für die desinteressierten Holzaufsteiger steht wohl eher der Exklusivitätsgedanke im Mittelpunkt. Generell nachteilig sind jedoch die Vorbehalte gegenüber Holz bezüglich seiner konstruktiven Eigenschaften (vgl. Abb. 8.1).

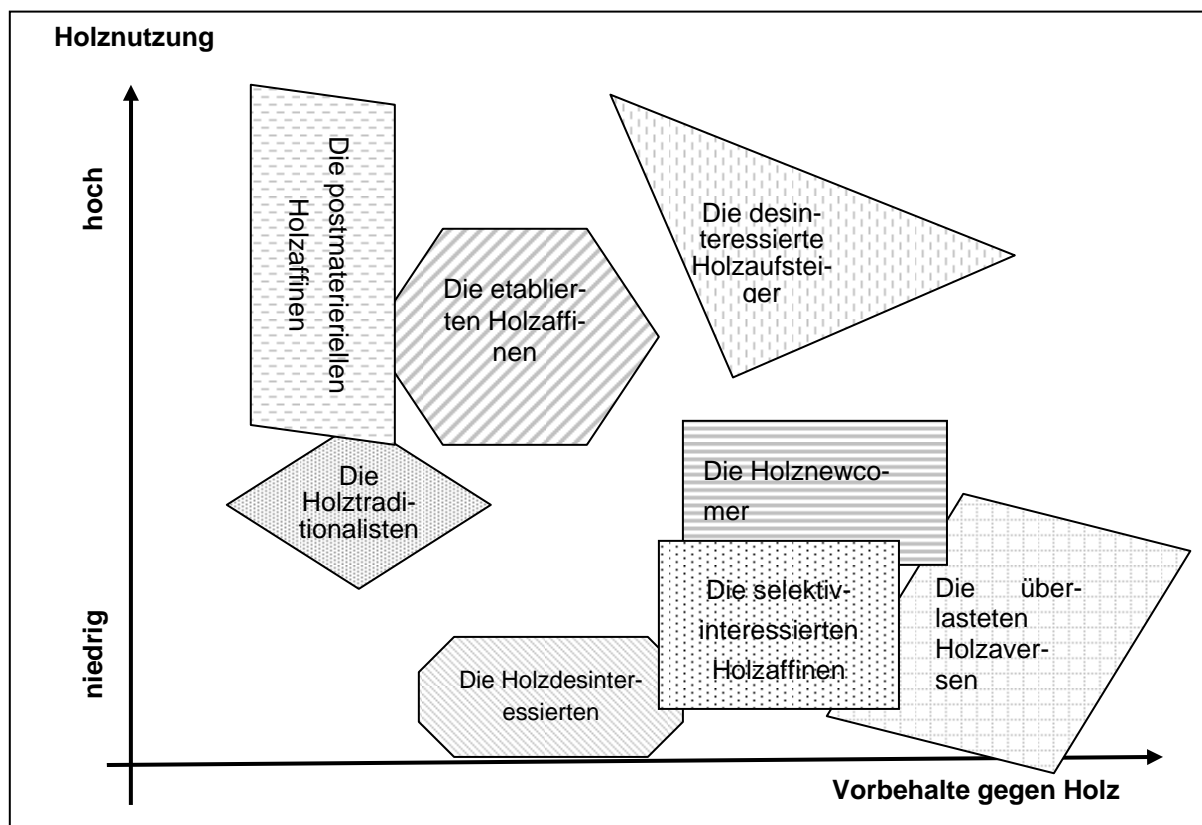
Der Einfluss der ökologischen Orientierung auf die Wahl der Fenster ist im allgemeinen noch schwächer einzuschätzen als bei der Wahl der Holzhäuser. Einen positiven Einfluss auf die Verwendung von Holz haben in aller Regel seine optisch-ästhetische Eigenschaften. Es gibt außerdem starke Hinweise, dass sich die Konsumenten qualitativ hochwertige, gut gestaltete Produkte wünschen. Orientierung hin zu neuen Baustoffen, z.B. Aluminium, und ein Wandel weg von der grundlegenden Wahrnehmung von Holz als ästhetisches Material kann aber das Absatzpotenzial von Holzrahmenfenstern hemmen. Dies trifft gerade auf die desinteressierten Holzaufsteiger und die überlasteten Holzaversen zu. Die gestalterischen Vorteile und die Farbenvielfalt stellen hier keinen ästhetischen Bonus mehr



dar.

So vielfältig die Motivation bei Entscheidungen für Holzhäuser wie Holzrahmenfenster sind, zeigt sich, dass andererseits die Mehrzahl der Befragten über alle Gruppen hinweg – freilich auf unterschiedlichen Niveaus – der Existenz eines übergeordneten Nutzens von Holzprodukten skeptisch gegenüberstehen. Zumindest fällt der Anteil der Befragten, der gesundheitliche, wohnklimatische und ökologische Aspekte als die wichtigsten angibt, geringer als erwartet aus. Wie bei High-Involvement Kaufentscheidung zu erwarten, sind rationale und bauphysische Kriterien bei der Produktwahl ausschlaggebend. Hohe Risiken – finanzieller und/oder gesellschaftlicher Natur – behindern oft neue Perspektiven und erschweren Paradigmenwechsel. Für viele Befragte ist die konventionelle Bauweise in Ziegel bzw. Mauerstein weniger risikoreich. Fenster werden oftmals auf ihre reine funktionale Komponenten reduziert.

**Abb. 8.1:** Darstellung des Zusammenhangs zwischen der Holznutzung und der klassischen Vorbehalte gegenüber Holz



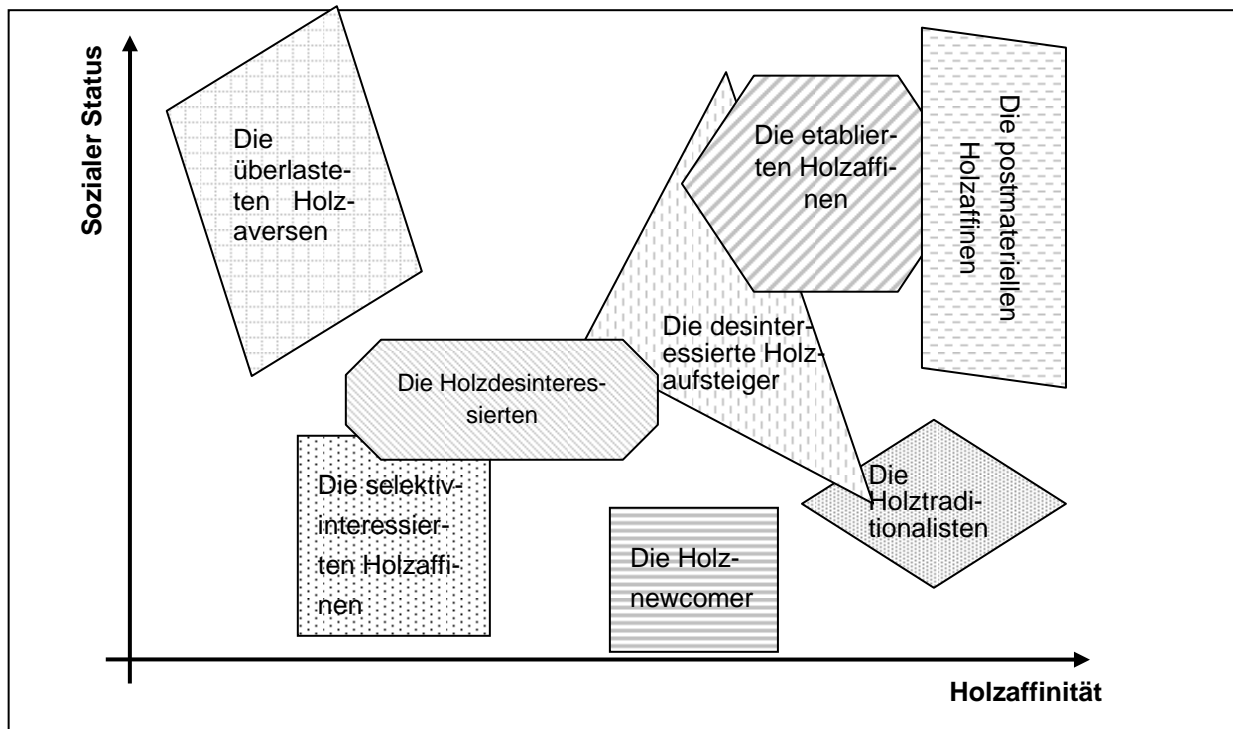
Der Einfluss des sozialen Status auf die Holzaffinität wird durch die Verbraucherumfrage ersichtlich. Höheres Einkommen sowie höhere berufliche Stellungen gehen einher mit einer verstärkten Holznutzung (vgl. Abb. 8.2).

Für zukünftige Trends darf jedoch nicht vernachlässigt werden, in welchem Ausmaß die einzelnen Holztypen Sanierungs- und Bauabsichten hegen. So haben die verschiedenen Cluster zum Teil sehr unterschiedliche Bauabsichtsquoten. Gerade im Neubaubereich ist mittelfristig im Ein- und Zweifamilienhausbau keine Entwicklung wie in den Boomjahren Anfang der 90er Jahre zu erwarten. So zeichnen sich auch bei einigen besonders holzaффinen Typen nur recht geringe Bauquoten ab. Gerade die besonders holzaффine Gruppe der postmateriellen Holzaффinen haben eine kaum nennenswerte geplante Bauquote. Auch die Holznewcomer, die sich besonders aufgeschlossen für die Holzbauweise

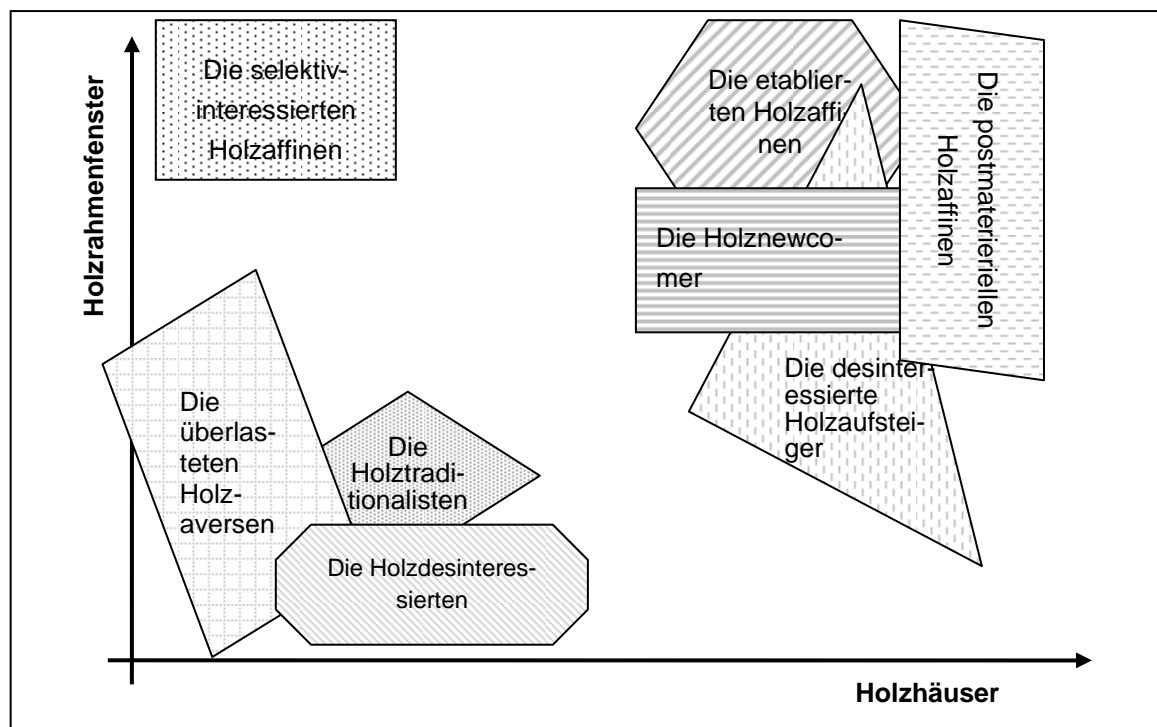
zeigen, haben eine nur sehr gering zu erwartenden Bautätigkeit.

Im Fensterbereich sieht das Bild etwas anders aus. Die niedrigsten zu erwartenden Quoten liegen in dem Gruppenbereich, der ohnehin nur sehr begrenzt als potenzielle Zielgruppe in Frage kommt. Das sind vor allem die Gruppe der Holztraditionalisten und der überlasteten Holzaversen. Von den holzfensteraffinen Gruppen ist mittelfristig eine regere Fenstersanierungsaktivität zu erwarten.

**Abb. 8.2: Überblick über den sozialen Status der Holztypen**



Als potenzielle Holzendproduktkunden können die Gruppen der Holznewcomer, der etablierten Holzaffinen, der desinteressierten Holzaufsteiger und der postmateriellen Holzaffinen angesehen werden. Eine bedingte Zielgruppe stellen die selektiv-interessierten Holzaffinen dar. Wie bei der Untersuchung der Entwicklungstrends gezeigt wurde, kommen die selektiv-interessierten Holzaffinen als Zielgruppe für das Marketing von Holzrahmenfenstern in Frage. Das Cluster der Holztraditionalisten kann trotz geringer klassischer Vorbehalte gegenüber der Holzbauweise aufgrund seiner Gruppenspezifika eher nicht als potenzielle Holzendproduktkunden gesehen werden. Die Holzdesinteressierten und die überlasteten Holzaversen sind keine Zielgruppe für Holzhäuser und Holzfenster.

**Abb. 8.3: Potenzielle Kundengruppen**

Um die Marktpotenziale auszuschöpfen, die in den Clustern identifiziert wurden, sind diversifizierte und umfassende Marketingstrategien notwendig. Die geäußerten Vorstellungen von möglichen Fördermaßnahmen sind insgesamt sehr vielfältig und heterogen. Dennoch lassen sich einige zentrale potenzielle Strategien ableiten:

- 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 Holzbauquote 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).

Zusammenfassend kann man sagen, dass Holz grundsätzlich kein ausgedientes nostalgisches oder altmodisches Material ist. Es erfreut sich auch und gerade in der heutigen Gesellschaft großer 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, Wohnungssanierungen und Nachverdichtungen einbeziehen.

## 9 Literaturverzeichnis

- Backhaus, Klaus (Hrsg.) (2000): Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung. Ausgabe: 9., überarb. und erw. Aufl. Berlin: Springer.
- BauNetz (o.J.): Brandrisiken richtig beurteilen: Ein heißes Thema. [Internet: [http://www.baunetz.de/sixcms\\_4/sixcms\\_upload/media/293/66\\_69\\_brandrisiken.pdf](http://www.baunetz.de/sixcms_4/sixcms_upload/media/293/66_69_brandrisiken.pdf) – Besuch vom 29.05.2007]
- Berger, Peter L. / Luckmann, Thomas (1995): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit – Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt am Main: S. Fischer.
- BMVEL [Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft] (2003): Neue Rolle(n) des Waldes? Ergebnispapier des 15. Runden Tisch am 14./15. Juli 2003. Bonn: Arbeitspapier BMVEL Referat 534 vom 29.9.2003. [Internet: <http://www.nwp-online.de/phase2/rollewald.pdf> – Besuch vom 15.8.2006]
- Bourdieu, Pierre (1998): Der Einzige und sein Eigenheim. Hamburg: VSA-Verlag.
- Braun, Annette (2000): Wahrnehmung von Wald und Natur. Opladen: Leske und Budrich.
- Bundeswaldinventur (2002): Die zweite Bundeswaldinventur - BWI<sup>2</sup> - Das Wichtigste in Kürze. [Internet: <http://www.bundeswaldinventur.de/enid/b38c0a25a78ab618f9cc6f6ea5e1ba1d,0/31.html> – Besuch vom 10.05.2007].
- Compagnon Marktforschung (2000): Marktuntersuchung zum Imageprofil von Holz an der Schwelle zum neuen Jahrtausend. Bonn: Studie im Auftrag des Holzabsatzfonds.
- Compagnon Marktforschung (2002): Der Kaufentscheidungsprozeß bei privaten Bauvorhaben. Bonn: Studie im Auftrag des Holzabsatzfonds.
- de Haan, G. / Kuckartz, U. (1996): Umweltbewusstsein. Denken und Handeln in Umweltkrisen Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Ebner, Alexander et al. (2004): Perspektiven der Evolutorischen Ökonomik – Eine Einleitung. In: Lehmann-Waffenschmidt, Marco u.a. (Hg.): Institutioneller Wandel, Marktprozesse und dynamische Wirtschaftspolitik. Marburg: Metropolis, S.13-28.
- Elias, Norbert (2003): Engagement und Distanzierung. Hrsg./Bearb.: Schröter, Michael [Hrsg.] Einheitssacht.: Involvement and detachment. <dt.> 1. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- FH / ift [Fachhochschule Rosenheim / Institut für Fenstertechnik e.V.] (2002): Abschlußbericht/Analysebericht 2: Fabrikanalyse. Holzfenster der Zukunft. Innovation für Industrie und Handwerk durch integrierten Umweltschutz im Bereich Holzindustrie. Rosenheim. [Internet: <http://edok01.tib.uni-hannover.de/edoks/e01fb04/468480714.pdf> – Besuch vom 23.1.2006]
- Frey, James H. / Kunz, Gerhard / Lüschen, Günther (1990): Telefonumfragen in der Sozialforschung – Methoden, Techniken, Befragungspraxis. Opladen: Westdt. Verl.
- Fuchs, Marek (1994): Umfrageforschung mit Telefon und Computer. Einführung in die computergestützte telefonische Befragung. Weinheim: Beltz, Psychologie-Verl.-Union.
- Gold, Stefan (2007): Kaufentscheidung des Bauherrn. Zufo Arbeitsbericht 10. [Internet: [http://www.zufo.de/downloads/ZUFO-Pap\\_Nr10\\_Gold.pdf](http://www.zufo.de/downloads/ZUFO-Pap_Nr10_Gold.pdf) – Besuch vom 10.07.2007]
- Grunenberg, Heiko / Kuckartz, Udo (2003): Umweltbewusstsein im Wandel. Ergebnisse der UBA-Studie Umweltbewusstsein in Deutschland 2002. Opladen: Leske und Budrich.
- Haus & Grund (2006): Haus und Grund Report 2-2006. [Internet: <http://www2.haus-und-grund.com/hug-report.html>. – Besuch am 20.06.2007]
- ift et.alia. [Institut für Fenstertechnik e.V.] (2002): Abschlußbericht/Zentralbericht. Holzfenster der Zukunft – Innovation für Industrie und Handwerk durch integrierten Umweltschutz im Bereich Holzindustrie. Rosenheim. [Internet: <http://edok01.tib.uni-hannover.de/edoks/e01fb04/468480714.pdf> – Besuch vom 23.1.2006]

- IIASA [International Institute for Applied Systems Analysis] (2001): The future of European Solid Wood Industry, Laxenburg.
- Knauf, Marcus / Frühwald, Arno (2004): Trendanalyse Zukunft Holz – Delphistudie zur Entwicklung der deutschen Holzindustrie. Abschlussbericht.
- Kreikebaum, H. / Rinsche, G. (1961): Das Prestigemotiv in Konsum und Investition. Demonstrative Investition und aufwendiger Verbrauch. In: Schmölders, G. (Hg.): Beiträge zur Verhaltensforschung. Heft 4. Berlin.
- Kromrey, Helmut (1998) Empirische Sozialforschung. 8., durchgreifend überarbeitete und erweiterte Auflage. Opladen: Leske und Budrich.
- Kuckartz (2006): Umweltbewusstsein in Deutschland 2006. Ergebnisse einer repräsentative Bevölkerungsumfrage. Hrsg.: BMU [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit].
- Maloney, M. P. / Ward, M. P. (1973): Ecology – Let's hear from the people. *American Psychologist*, 28 (7), S.583-586.
- Meyers enzyklopädisches Lexikon (1979). 9., völlig neu bearb. Aufl. Mannheim: Bibliogr. Inst.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1996): Alle, nicht jeder: Einführung in die Methoden der Demoskopie. Neu bearb. Fassung. München: Dt. Taschenbuch-Verl., 1996.
- Pauli, Bernhard (2000): Wald und Forstwirtschaft im Meinungsbild der Gesellschaft. München: Mitteilungen aus der Bayerischen Staatsforstverwaltung – Heft 50.
- Pauli, Bernhard et al. (1998): Das Schlachthausparadox oder das Dilemma der forstlichen Öffentlichkeitsarbeit. In: IWF aktuell Nr. 13.
- Rametsteiner, Ewald (1998): Results of the consumer survey. In: Pajari, Brita et al. (Hg.): Potential markets for certified forest products in Europe. Helsinki: EFI Proceedings No. 25, S.57-92.
- Rametsteiner, Ewald (1999): The attitude of European consumers towards forests and forestry. In: *Unasylva* 50(196), S.42-48.
- Rametsteiner, Ewald (2000): Die Österreicher und ihr Wald. Wien: Schriftenreihe des Instituts für Sozioökonomie der Forst- und Holzwirtschaft der Universität für Bodenkultur Band 34.
- Rametsteiner, Ewald / Kraxner, Florian (2003) : European and Their Forests. What Do Europeans Think About Forests and Sustainable Forest Management? A Review of Representative Public Opinion Surveys in Europe. Wien. [Internet: <http://www.unece.org/trade/timber/pr/publist/doc%20to%20upload/Europeans%20and%20their%20forests.pdf> – Besuch vom 4.7.2006]
- Rat für Nachhaltigkeit (2004): Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung an die Bundesregierung zum Thema: „Waldwirtschaft als Modell für nachhaltige Entwicklung: ein neuer Schwerpunkt für die nationale Nachhaltigkeitsstrategie“ [Internet: [http://www.nachhaltigkeitsrat.de/service/download/stellungnahmen/rne\\_empfehlungen\\_wald\\_in\\_der\\_nachhaltigkeitsstrategie\\_15-06-04.pdf](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/service/download/stellungnahmen/rne_empfehlungen_wald_in_der_nachhaltigkeitsstrategie_15-06-04.pdf) – Besuch am 17.04.2007]
- Rösener, Lutz (2001): Typisierung der Käufer von Holzrahmenbauweise. Hamburg: Diplomarbeit im Studiengang Holzwirtschaft an der Universität Hamburg.
- Rubik, Frieder et al. (2006): Verbraucher und Holz – Eine Übersicht zum Stand der Literatur. Zufo Arbeitsbericht 2. [[http://www.zufo.de/downloads/ZUFO-Pap\\_Nr2\\_Rubik.pdf](http://www.zufo.de/downloads/ZUFO-Pap_Nr2_Rubik.pdf) – Besuch vom 17.04.2007]
- Schnell, Rainer / Hill, Paul B. / Esser, Elke (1995): Methoden der empirischen Sozialforschung. Ausgabe 5., völlig überarb. u. erw. Aufl. München [u.a.]: Oldenbourg.
- Schoch, Regina (o.J.): Fenster einmal anders. Steinbeis-Transferzentrum INFOTHEK. [Internet: [http://www.innovationmarket.de/sum\\_druckversion.php?sum\\_id=270#oben](http://www.innovationmarket.de/sum_druckversion.php?sum_id=270#oben) – Besuch vom 16.12.2005]
- Schulze, Gerhard (1993): Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Studienausg., 4. Aufl. Frankfurt/Main; New York: Campus-Verl.
- Statistisches Bundesamt (2005): Fachserie 5, R.1. Wiesbaden.
- Statistisches Bundesamt (2006): Datenreport. Wiesbaden.

Stern (2003): Bauen und Renovieren. Stern TrendProfile 2/03. Hamburg.

Suda, Michael (2001): Holz – Rohstoff ohne Herkunft? München. [Internet: [http://www.stmugv.bayern.de/de/service/umweltbildung/bayernweite\\_projekte/marketing/doc/c\\_holz\\_\\_rohstoff\\_ohne\\_herkunft.pdf](http://www.stmugv.bayern.de/de/service/umweltbildung/bayernweite_projekte/marketing/doc/c_holz__rohstoff_ohne_herkunft.pdf) – Besuch vom 15.8.2006]

Suda, M. / Pauli, B. / Mages, V. / Klins, U. (1998): Wald, Holz und Forstwirtschaft im Spiegel der öffentlichen Meinung – Forstliche Forschungsberichte München, Nr. 172, S. 49-68.

Suda, Michael / Schaffner, Stefan (o.J.): Wahrnehmung und Image der Waldbewirtschaftung in der BRD. München: Studie im Auftrag des Holzabsatzfonds.

Veblen, Thorstein (1958): Theorie der feinen Leute, Köln.

Wüst, Andreas (1998): Die allgemeine Bevölkerungsumfrage als Telefonumfrage. ZUMA Arbeitsbericht.

## 10 Anhänge

### 10.1 Anhang 1: Fragebogen

#### Einleitung

*Guten Tag, mein Name ist ... von der Forschungsgruppe g/d/p. Wir führen zur Zeit eine wissenschaftliche Befragung durch. Diese Befragung wird im Rahmen eines vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekts durchgeführt und ist keine kommerzielle Marktforschung.*

*BEI BEDARF: Sie tragen mit der Beantwortung des Fragebogens maßgeblich zum Erfolg des Projekts bei.*

*Dazu hätte ich gerne mit der Person in Ihrem Haushalt gesprochen, die mindestens 18 Jahre alt ist und als nächstes Geburtstag hat.*

*Es geht bei dieser Befragung um Ihre Meinung und ihre Erfahrungen zum Bereich Wald, Holz und Hausbau. Das Gespräch wird höchstens rund 20 Minuten benötigen.*

#### 1. Wie oft waren Sie in den letzten drei Monaten in einem Wald?

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Nie -> Frage3
- ein- bis zweimal -> Frage 2
- drei- bis fünfmal -> Frage 2
- öfter als fünfmal -> Frage 2

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht -> Frage2
- keine Antwort-> Frage2

## 2. Was war überwiegend der Anlass dafür?

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Spazierengehen, Wandern
- Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)
- Arbeit
- Üblicher Nachhauseweg
- Picknick
- Naturinteresse
- Sammeln (von Pilzen, Beeren, Früchten, Zapfen etc.)
- Sonstiger Anlass (nicht vorlesen), bitte vermerken:

*(nicht vorlesen)*

- Weiß nicht
- Keine Antwort
- 

### **Block 1: Holz als Baumaterial**

*Ich möchte Sie nun zum Thema Holz als Baumaterial befragen. Als Baumaterial wird Holz dann bezeichnet, wenn es zum Bau von Wänden, Decken, Dachstuhl etc. eingesetzt wird. Nicht gemeint ist hier die Verwendung für die Innenausstattung, z.B. für Möbel.*

## 3. Ich werde Ihnen nun einige Aussagen vorlesen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen oder nicht. Holz als Baumaterial ist...

*(automatische Rotation der Aussagen)*

- natürlich
- modern
- gesund
- gemütlich
- optisch schön
- tragfähig
- feuerbeständig
- wertstabil
- langlebig
- teuer
- im Überfluss vorhanden
- umweltfreundlich

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort



**Block 2: Endproduktgruppe „Wohnhäuser“**

Im Folgenden möchte ich Ihnen einige Fragen zum Thema Wohnhausbau aus Holz stellen.

4. Haben Sie bereits einmal ein Haus bzw. Wohnung gekauft bzw. gebaut? (Filter)

- Ja → Frage 5
- Nein → Frage 8

*(nicht vorlesen)*

weiß nicht → Frage 8

- keine Antwort → Frage 8

Falls ja lt. Frage 4

5. War dies ein Altbau oder Neubau? Unter Altbau verstehen wir ein Haus, das bereits bestand/ fertig war unter Neubau ein neu gebautes Haus. War dies also...

*Bitte vorlesen*

- ein Altbau, den Sie instand gesetzt haben
- ein Altbau, den Sie nicht instand setzen mussten
- ein Neubau

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

Falls ja lt. Frage 4

6. Aus was für einem Baustoff besteht dieses Haus / diese Wohnung hauptsächlich

*(Bitte vorlesen, automatische Rotation der Antworten)*

- Stahlbeton
- Ziegel / Mauerstein
- Holz

*(nicht vorlesen)*

- Sonstiger Baustoff
- weiß nicht
- keine Antwort

Falls nicht Holz lt. Frage 6 :

7. Sie sagten gerade, dass dieses Haus bzw. diese Wohnung hauptsächlich aus ... besteht.

Falls Neubau lt Frage 5: Haben Sie bei dem Bau dieses Hauses bzw. dieser Wohnung auch eine Bauweise mit Holz in Erwägung gezogen? Falls Altbau/weiß nicht/ ka lt Frage 5: Haben Sie bei dem Kauf dieses Hauses bzw. dieser Wohnung auch ein Haus bzw. eine Wohnung in Erwägung gezogen, dass bzw. die hauptsächlich aus Holz besteht?

*(bitte vorlesen)*

- Ja, habe ich ernsthaft in Erwägung gezogen
- Ja, habe drüber nachgedacht, aber nicht ernsthaft in Erwägung gezogen
- nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

An Alle

**8.** Planen Sie in den nächsten 5 Jahren ein Haus bzw. Wohnung neu zu bauen?

- Ja, sicher
- Ja, vielleicht
- Nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**9.** Falls ja sicher/ja vielleicht lt. Frage 8 Welchen Baustoff würden Sie dafür am ehesten wählen?/ Falls nein/weiß nicht/ ka lt. Frage 8 Stellen Sie sich vor, Sie wären aktuell in der Situation, ein Haus bzw. eine Wohnung zu bauen. Welchen Baustoff würden Sie dafür am ehesten wählen?

*(Bitte vorlesen, automatische Rotation der Antworten)*

- Stahlbeton
- Ziegel / Mauerstein
- Holz

*(nicht vorlesen)*

- Sonstiger Baustoff
- weiß nicht
- keine Antwort

10. Falls ja sicher/ja vielleicht lt. Frage8 Bitte sagen Sie mir, wie wichtig Ihnen die folgenden Aspekte bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise sind.

Falls nein/weiß nicht/ka lt. Frage8 Stellen Sie sich bitte wieder vor, Sie wären aktuell in der Situation, ein Haus bzw. eine Wohnung zu bauen. Bitte sagen Sie mir, wie wichtig Ihnen die folgenden Aspekte bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise wären.

Ist bzw. sind/ wäre(n) Ihnen bei der Entscheidung für eine bestimmte Bauweise...

*(automatische Rotation der Antworten)*

- eine kurze Bauzeit
- ein behagliches Wohnklima
- geringe Kosten
- der Feuerschutz
- die einfache Pflege
- die Wertbeständigkeit/ Qualität
- die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens
- die für die Region übliche Bauweise
- die einfach zu erstellende Eigenleistung
- Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)
- gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumlufqualität)
- die Ästhetik & Optik

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- sehr wichtig
- eher wichtig
- eher nicht wichtig
- überhaupt nicht wichtig

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

An alle

Verschiedene Bauweisen haben unterschiedliche Vor- und Nachteile. In der folgenden Frage soll es um die Vorteilhaftigkeit von Holz als Baustoff gehen.

11. Bitte sagen Sie mir,

Inwieweit Häuser, die hauptsächlich aus dem Baustoff Holz bestehen, im Vergleich zu Häusern anderer Bauweisen aus Ihrer Sicht vorteilhaft in Bezug auf die folgenden Aspekte sind.

Häuser aus Holz sind in Bezug auf...

*(automatische Rotation der Antworten)*

- gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumlufthqualität)
- die Kürze der Bauzeit
- die Ästhetik & Optik
- ein behagliches Wohnklima
- die einfache Pflege/ den einfachen Unterhalt
- den Feuerschutz
- geringe Kosten
- die Wertbeständigkeit/ Qualität
- Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)
- die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens
- eine einfach zu erstellende Eigenleistung
- die in Ihrer Region üblichen Bauweise

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- sehr vorteilhaft
- eher vorteilhaft
- eher nicht vorteilhaft
- überhaupt nicht vorteilhaft

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

Falls nicht Holz lt. Frage 9

12. Falls ja sicher/ja vielleicht lt. Frage 8: Inwieweit würden die folgenden Ihre Bereitschaft, Holz als hauptsächlichen Baustoff im Haus- bzw. Wohnungsbau einzusetzen, maßgeblich fördern? Würden Sie Holz ... Falls nein/weiß nicht/ka lt. Frage 8: Stellen Sie sich bitte wieder vor, Sie wären aktuell in der Situation, ein Haus bzw. eine Wohnung zu bauen. Inwieweit würden die im Folgenden genannten Punkte Ihre Bereitschaft, Holz als hauptsächlichen Baustoff im Haus- bzw. Wohnungsbau einzusetzen, maßgeblich fördern? Würden Sie Holz ...

*Rotation der Antworten*

- bei Zuschüssen der öffentlichen Hand
- bei günstigen Krediten von Banken und Sparkassen
- bei weniger Bauvorschriften durch Behörden
- bei Beratung und Empfehlung durch den Architekten/Planer
- bei umfassendem Informationsmaterial
- mit Kundenservice durch den Hersteller (Probewohnen, Musterhäuser,)
- bei Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen
- bei einer „Alles aus einer Hand“-Lösung
- bei Empfehlung von Freunden / Bekannten
- mit Kundenbetreuung nach Fertigstellung des Hauses/Wohnung (z.B. allfünftägiger Anstrich,)
- mit Staatlich geprüften Qualitätslabels

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- ganz sicher in Erwägung ziehen
- eventuell in Erwägung ziehen
- wahrscheinlich trotzdem nicht in Erwägung ziehen
- ganz sicher trotzdem nicht in Erwägung ziehen

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**Block 3: Endproduktgruppe „Fenster“**

*Nun kommen wir zu einem Bereich, der Ihnen sicher vertraut ist: Fenster*

13. Haben Sie bereits einmal selbst Fenster in Ihrer Wohnung/ Ihrem Haus eingebaut bzw. einbauen lassen? (Filter)
- Ja -> Frage 14
  - Nein -> Frage 15
  - (nicht vorlesen)
  - weiß nicht -> Frage 15
  - keine Antwort -> Frage 15

Falls ja lt Frage 13

**14.** Aus welchem Material waren die Rahmen dieser Fenster hauptsächlich?

Bitte vorlesen/ Antworten rotieren/ Single Code Hinweis: Wenn verschiedene Fenster vorhanden, das Material nennen, das am häufigsten vorhanden ist.

- Holz
- Kunststoff
- Aluminium

*(nicht vorlesen)*

- Sonstiges Material
- weiß nicht
- keine Antwort

An alle

**15.** Planen Sie in den nächsten 5 Jahren neue Fenster einbauen zu lassen?

- Ja, sicher
- Ja, vielleicht
- Nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**16.** Falls ja sicher/ja vielleicht lt. Frage 15: Aus welchem Material werden die Fensterrahmen wohl hauptsächlich sein?

Falls nein, weiß nicht/ka lt. Frage 15: Stellen Sie sich vor, sie wären aktuell in der Situation, neue Fenster einbauen zu wollen.

Aus welchem Material würden die Fensterrahmen wohl hauptsächlich sein?

Bitte vorlesen/ Antworten rotieren/ Single Code Hinweis: Wenn verschiedene Fenster vorhanden bzw. verschiedene Materialien infrage kommen, das Material nennen, dass am häufigsten vorhanden ist bzw. am ehesten infrage käme.

- Holz
- Kunststoff
- Aluminium

*(nicht vorlesen)*

- Sonstiges Material
- weiß nicht
- keine Antwort

Falls nicht Holz lt. Frage 16

17. Was müsste an Fenstern mit einem Holzrahmen anders sein / verändert werden, damit Sie sich zum Kauf von Fenstern mit einem Holzrahmen entscheiden würden? Fenstern mit einem Holzrahmen...

*Offene Abfrage mit Precodes, Nicht vorlesen*

- sollten weniger wartungsintensiv sein
- sollten preiswerter sein
- sollten langlebiger sein
- sollten farbbeständiger sein
- Sonstiges

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

Falls nicht Holz lt. Frage 16

18. Würden die im Folgenden genannten Punkte Ihre Bereitschaft, Fenster mit Holzrahmen | einzubauen maßgeblich fördern?

*(automatische Rotation der Antworten)*

- Garantie, dass Fenster aus heimischem Holz hergestellt sind
- Beratung und Empfehlung durch den Architekten/Planer
- umfassendem Informationsmaterial
- Verkauf durch Hersteller mit einem Markennamen
- Empfehlung von Freunden / Bekannten
- Kundenbetreuung nach Einbau des Fensters (z.B. allfünfjähriger Anstrich)
- staatlich geprüften Qualitätslabels

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- ja
- nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

(Frage 19 und 20 auch untereinander rotieren)

An alle

**19.** Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie persönlich der jeweiligen Aussage zustimmen oder nicht.  
Holzrahmenfenster...

*(automatische Rotation der Antworten)*

- sind natürlich
- sind umweltfreundlich
- sehen einfach schön aus
- schaffen ein gesundes Wohnklima
- bieten große gestalterische Freiheit
- bieten vielfältige Oberflächen und Farben
- sind lange haltbar
- haben einen geringen Wartungsaufwand
- sind preiswert

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- ja
- nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**20.** Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie persönlich der jeweiligen Aussage zustimmen oder nicht.

- Kunststoffrahmenfenster...

*(automatische Rotation der Antworten)*

- sind natürlich
- sind umweltfreundlich
- sehen einfach schön aus
- schaffen ein gesundes Wohnklima
- bieten große gestalterische Freiheit
- bieten vielfältige Oberflächen und Farben
- sind lange haltbar
- haben einen geringen Wartungsaufwand
- sind preiswert

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- ja
- nein

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort



**Block 4: Allgemeine Einstellungen**

Nun möchte ich Ihnen einige allgemeine Fragen stellen.

**21.** Ich nenne Ihnen im Folgenden einige gesellschaftliche Themen, die jeden einzelnen unterschiedlich stark betreffen oder beunruhigen. Bitte sagen Sie mir, inwieweit diese Themen Sie persönlich beunruhigen. Dabei interessiert uns ihre ganz persönliche Meinung. Es gibt es kein richtig oder falsch! Sagen Sie mir bitte:

*(automatische Randomisierung der Antworten)*

- Der Arbeitsmarkt
- Die Umweltzerstörung
- Die Gesundheitspolitik
- Die Kriminalität
- Die wirtschaftliche Lage
- Die Einwanderung
- Der Terrorismus
- Die Rentenpolitik

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Beunruhigt mich persönlich sehr
- Beunruhigt mich persönlich etwas
- Beunruhigt mich persönlich eher nicht
- Beunruhigt mich persönlich überhaupt nicht

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**22.** Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte, inwieweit Sie jeder der Aussagen zustimmen oder nicht.

*(automatische Rotation der Antworten)*

- Für jemanden wie mich ist es zu schwierig, etwas für die Umwelt zu tun.
- Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu.
- Ich tue das, was für die Umwelt richtig ist, auch wenn mich das mehr Zeit oder Geld kostet.
- Viele Behauptungen über die Gefährdung der Umwelt sind übertrieben.
- Wir machen uns zu viele Sorgen über die Zukunft der Umwelt und zu wenige um Preise und Arbeitsplätze.
- Mit Umweltschutz sollen Staat und Industrie beginnen, nicht ich als einfacher Bürger
- Es ist noch immer so, dass die Politiker viel zu wenig für den Umweltschutz tun
- Wenn ich Berichte über Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend.
- Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssten.

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**Block 5: Wald und Forstwirtschaft**

*Wir sprechen nun über das Thema Wald und Forst.*

**23.** Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

*(automatische Rotation der Aussagen)*

- Im Wald ist der Mensch der Natur am nächsten.
- Der Wald braucht den Schutz der Menschen.
- Der Wald ist ein Ort für Spiel & Spaß
- Wir brauchen mehr gesetzliche Vorschriften um den Wald zu schützen.
- Der Wald sollte vom Menschen genutzt werden.
- Der Wald ist Natur und Rohstoff zugleich.
- Angesichts des Zustands unserer Wälder sollte auf die Holzproduktion so weit wie möglich verzichtet werden.
- Holznutzung dient der Natur, weil dadurch andere Rohstoffe geschont werden.

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**Block 6: Soziodemographisches & Wohnsituation**

*Vielen Dank. Nun habe ich abschließend noch Fragen zu Ihrer Person und zu Ihrem Haushalt.*

**24.** Wie wohnen Sie zurzeit?

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Zur Miete
- In eigenem Haus
- In eigener Wohnung

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**25.** In welchem Jahr wurden Sie geboren?

*(notieren)*

\_\_\_\_\_

**26.** Geschlecht

*(nur notieren, nicht vorlesen, nur eine Antwort)*

- weiblich
- männlich

**27. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?**

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Volksschule ohne abgeschlossene Lehre
- Volksschule mit abgeschlossener Lehre
- Weiterführende Schule ohne Abitur (z.B. Realschule, polytechnische Oberschule)
- Fachhochschule
- Abitur
- Studium
- Kein Abschluss
- Sonstiges (nicht vorlesen):

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**28. Sind Sie erwerbstätig? (Filter)**

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- Voll erwerbstätig (inkl. Wehrdienst/ Zivildienst) -> Frage 27
- Teilzeit beschäftigt (halbtags/stundenweise) -> Frage 27
- In einer beruflichen Ausbildung, Azubi -> Frage 27
- Hausfrau/-mann -> Frage 28
- Schüler/in, Student/in -> Frage 28
- Rentner/in -> Frage 28
- Nicht erwerbstätig, arbeitslos -> Frage 28
- Sonstiges ( Umschulung, Altersteilzeit, Mini-Job, Mutterschutz, Erziehungsurlaub) -> Frage 28

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht -> Frage 28
- keine Antwort -> Frage 28

**29. Und welche Berufsstellung trifft derzeit auf Ihre hauptsächlich ausgeübte Erwerbstätigkeit zu?  
Sind Sie...**

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- selbständig
- frei beruflich tätig
- Angestellte/r
- Beamte/r
- selbständige/r Landwirt/in
- Arbeiter/in
- Auszubildender
- Sonstiges

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**30.** Ich lese Ihnen nun Einkommensgruppen vor. Sagen Sie mir bitte, welche davon auf Ihren Haushalt zutrifft, wenn Sie einmal alles zusammenrechnen, was die Personen in Ihrem Haushalt im Monat verdienen, nach Abzug der Steuern und Sozialversicherung? (Filter)

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- bis 2.000 € -> Frage 29
- mehr als 2.000 € -> Frage 30

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht -> Frage 31
- keine Antwort -> Frage 31

**31.** Und sind das insgesamt...

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- bis 900€
- 900-1.250€
- 1.250-1.500€
- 1.500-2.000€

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**32.** Und sind das insgesamt...

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- 2.000 - 2.500€
- 2.500 - 3.000€
- 3.000 - 3.750€
- mehr als 3.750€

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

**33.** Wie viele Personen, Sie eingeschlossen, leben in Ihrem Haushalt?

*(notieren)*

\_\_\_\_\_

**34.** Würden Sie sagen, dass Sie

*(vorlesen, nur eine Antwort)*

- auf dem Land bzw. in einem Dorf
- in kleineren bzw. mittelgroßen Stadt
- in einer Großstadt

wohnen?

*(nicht vorlesen)*

- weiß nicht
- keine Antwort

## 10.2 Anhang 2: Tabellen

Tab. 8.1: Kreuztabelle Bildung-Geschlecht

### Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss? \* Geschlecht Kreuztabelle

			Geschlecht		Gesamt
			weiblich	männlich	
Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?	Volksschule/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre	Anzahl	39	18	57
		Erwartete Anzahl	29,4	27,6	57,0
	Volksschule/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre	Anzahl	105	94	199
		Erwartete Anzahl	102,7	96,3	199,0
	Weiterführende Schule ohne Abitur (Realschule, Fachhochschule)	Anzahl	171	142	313
		Erwartete Anzahl	161,5	151,5	313,0
	Abitur	Anzahl	72	58	130
		Erwartete Anzahl	67,1	62,9	130,0
	Studium	Anzahl	75	110	185
		Erwartete Anzahl	95,4	89,6	185,0
	Kein Abschluss	Anzahl	1	2	3
		Erwartete Anzahl	1,5	1,5	3,0
	Sonstiger Bildungsabschluss, Bitte weiß nicht/ keine Angabe	Anzahl	8	3	11
		Erwartete Anzahl	5,7	5,3	11,0
Gesamt		Anzahl	518	486	1004
		Erwartete Anzahl	518,0	486,0	1004,0

Tab. 8.2: Korrelation zwischen gesellschaftlichen Themenfeldern und Soziodemografie

		Korrelationen														
		Geschlecht	höchster Bildungsabschluss?	Sind Sie erwerbstätig?	berufliche Stellung	HH-Nettoeinkommen	HH-Größe	Wohnregion	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Der Arbeitsmarkt	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstörung	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Gesundheitspolitik	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Kriminalität	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die wirtschaftliche Lage	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Einwanderung	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Der Terrorismus	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Rentenpolitik
F26 Geschlecht	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	1,000 ,003 1077	,090** ,000 1077	-,201** ,000 1077	,000 ,994 621	,048 ,114 1077	,024 ,428 1077	-,026 ,400 1077	,188** ,000 1077	,155** ,000 1077	,173** ,000 1077	,208** ,000 1077	,165** ,000 1077	,111** ,000 1077	,214** ,000 1077	,109** ,000 1077
F27 Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,090** ,003 1077	1,000 ,000 1077	-,127** ,000 1077	-,100** ,013 621	,190** ,000 1077	,017 ,567 1077	,204** ,000 1077	,175** ,000 1077	,102** ,001 1077	,112** ,000 1077	,262** ,000 1077	,188** ,000 1077	,252** ,000 1077	,228** ,000 1077	,173** ,000 1077
F28 Sind Sie erwerbstätig?	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	-,201** ,000 1077	-,127** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,107** ,008 621	-,200** ,000 1077	-,186** ,000 1077	,058 ,057 1077	-,130** ,000 1077	-,108** ,000 1077	-,056 ,066 1077	-,199** ,000 1077	-,085** ,005 1077	-,106** ,000 1077	-,177** ,000 1077	-,084** ,006 1077
F29 Und welche Berufsstellung trifft derzeit auf Ihre hauptsächlichste zu?	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,000 ,994 621	-,100** ,013 621	,107** ,008 621	1,000 ,004 621	-,114** ,004 621	,072 ,071 621	,008 ,838 621	,048 ,237 621	,049 ,221 621	,007 ,858 621	,013 ,745 621	,017 ,676 621	-,013 ,746 621	-,004 ,925 621	,013 ,756 621
F30 Ich lese Ihnen nun Einkommensgruppen vor. Sagen Sie mir bitte, welche Gruppe auf Ihnen zutrifft?	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,048 ,114 1077	,190** ,000 1077	-,200** ,000 1077	-,114** ,004 621	1,000 ,000 1077	,323** ,000 1077	-,032 ,297 1077	,093** ,002 1077	,089** ,004 1077	,061** ,046 1077	,130** ,038 1077	,063** ,001 1077	,105** ,000 1077	,108** ,000 1077	,077** ,012 1077
F33 Wie viele Personen, Sie eingeschlossen, leben in Ihrem Haushalt?	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,024 ,428 1077	,017 ,567 1077	-,186** ,000 1077	,072 ,071 621	,323** ,000 1077	1,000 ,000 1077	-,202** ,000 1077	-,019 ,541 1077	,030 ,332 1077	,032 ,287 1077	,044 ,153 1077	-,059 ,053 1077	,052 ,090 1077	,074** ,015 1077	,032 ,299 1077
F34 Würden Sie sagen, dass Sie ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	-,026 ,400 1077	,204** ,000 1077	,058 ,057 1077	,008 ,838 621	-,032 ,297 1077	-,202** ,000 1077	1,000 ,000 1077	-,029 ,344 1077	-,032 ,291 1077	-,003 ,917 1077	-,075** ,014 1077	,049 ,105 1077	,072** ,019 1077	,019 ,538 1077	,004 ,893 1077
F21_1 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Der Arbeitsmarkt	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,188** ,000 1077	,175** ,000 1077	-,130** ,000 1077	,048 ,237 621	,093** ,002 1077	-,019 ,541 1077	-,029 ,344 1077	1,000 ,000 1077	,341** ,000 1077	,327** ,000 1077	,309** ,000 1077	,491** ,000 1077	,288** ,000 1077	,269** ,000 1077	,354** ,000 1077
F21_2 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstörung	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,155** ,000 1077	,102** ,001 1077	-,108** ,000 1077	,049 ,221 621	,089** ,004 1077	,030 ,332 1077	-,032 ,291 1077	,341** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,317** ,000 1077	,388** ,000 1077	,272** ,000 1077	,179** ,000 1077	,307** ,000 1077	,288** ,000 1077
F21_3 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Gesundheitspolitik	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,173** ,000 1077	,112** ,000 1077	-,056 ,066 1077	,007 ,858 621	,061** ,046 1077	,032 ,287 1077	-,003 ,917 1077	,327** ,000 1077	,317** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,285** ,000 1077	,308** ,000 1077	,160** ,000 1077	,239** ,000 1077	,412** ,000 1077
F21_4 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Kriminalität	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,208** ,000 1077	,262** ,000 1077	-,199** ,000 1077	,013 ,745 621	,130** ,000 1077	,044 ,153 1077	,075* ,014 1077	,309** ,000 1077	,388** ,000 1077	,285** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,357** ,000 1077	,395** ,000 1077	,551** ,000 1077	,324** ,000 1077
F21_5 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die wirtschaftliche Lage	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,165** ,000 1077	,188** ,000 1077	-,085** ,005 1077	,017 ,676 621	,063** ,038 1077	-,059 ,053 1077	,049 ,105 1077	,491** ,000 1077	,272** ,000 1077	,308** ,000 1077	,357** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,340** ,000 1077	,324** ,000 1077	,318** ,000 1077
F21_6 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Einwanderung	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,111** ,000 1077	,252** ,000 1077	-,106** ,000 1077	-,013 ,746 621	,105** ,001 1077	,052 ,090 1077	,072* ,019 1077	,288** ,000 1077	,179** ,000 1077	,160** ,000 1077	,395** ,000 1077	,340** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,344** ,000 1077	,288** ,000 1077
F21_7 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Der Terrorismus	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,214** ,000 1077	,228** ,000 1077	-,177** ,000 1077	-,004 ,925 621	-,108** ,000 1077	,074** ,015 1077	,019 ,538 1077	,269** ,000 1077	,307** ,000 1077	,239** ,000 1077	,551** ,000 1077	,324** ,000 1077	,344** ,000 1077	1,000 ,000 1077	,286** ,000 1077
F21_8 Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Rentenpolitik	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,109** ,000 1077	,173** ,000 1077	-,084** ,006 1077	,013 ,756 621	,077** ,012 1077	,032 ,299 1077	,004 ,893 1077	,354** ,000 1077	,288** ,000 1077	,412** ,000 1077	,324** ,000 1077	,318** ,000 1077	,268** ,000 1077	,286** ,000 1077	1,000 ,000 1077

\*\* : Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 signifikant (2-seitig).

\* : Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 signifikant (2-seitig).

Tab. 8.3: Umweltzerstörung aufgeteilt nach Altersgruppen

## Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstörung

Altersgruppen			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
bis 29	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	104	67,0	67,0	67,0
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	51	33,0	33,0	100,0
		Gesamt	156	100,0	100,0	
30-39	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	104	66,1	66,1	66,1
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	54	33,9	33,9	100,0
		Gesamt	158	100,0	100,0	
40-49	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	147	75,5	75,5	75,5
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	48	24,5	24,5	100,0
		Gesamt	195	100,0	100,0	
50-59	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	115	77,2	77,2	77,2
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	34	22,8	22,8	100,0
		Gesamt	149	100,0	100,0	
60-69	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	115	84,0	84,0	84,0
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	22	16,0	16,0	100,0
		Gesamt	137	100,0	100,0	
ab 70	Gültig	1 = beunruhigt mich persönlich sehr	117	80,5	80,5	80,5
		2 = beunruhigt mich persönlich etwas	28	19,5	19,5	100,0
		Gesamt	145	100,0	100,0	

**Tab. 8.4: Korrelation zwischen dem Alter und der Beunruhigung durch Umweltzerstörung****Korrelationen**

		Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstör ung	ALTER
Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstörung	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	1 , 1004	-,132** ,000 1004
ALTER	Korrelation nach Pearson Signifikanz (2-seitig) N	-,132** ,000 1004	1 , 1004

\*\* . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

**Tab. 8.5: Bildung korreliert mit Umweltzerstörung****Korrelationen**

			Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstör ung	Bildungs gruppen
Spearman-Rho	Inwieweit beunruhigt Sie die folgende Thematik: Die Umweltzerstörung	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	1,000 , 1077	,107** ,001 1056
	Bildungsgruppen	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,107** ,001 1056	1,000 , 1056

\*\* . Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 signifikant (2-seitig).



**Tab. 8.6: Signifikante Korrelationen zwischen Geschlecht und allgemeiner Umwelteinstellung**

**Korrelationen**

		Wenn ich Berichte über Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend.	Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssten.	Ich tue das, was für die Umwelt richtig ist, auch wenn mich das mehr Zeit oder Geld kostet.	Geschlecht
Wenn ich Berichte über Umweltprobleme lese oder Fernsehsendungen sehe, dann bin ich oft empört und wütend.	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	1,000 , 1077	,066* ,030 1077	,320** ,000 1077	,131** ,000 1077
Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssten.	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,066* ,030 1077	1,000 , 1077	,153** ,000 1077	-,090** ,003 1077
Ich tue das, was für die Umwelt richtig ist, auch wenn mich das mehr Zeit oder Geld kostet.	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,320** ,000 1077	,153** ,000 1077	1,000 , 1077	,084** ,006 1077
Geschlecht	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,131** ,000 1077	-,090** ,003 1077	,084** ,006 1077	1,000 , 1077

\*. Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 signifikant (2-seitig).

\*\*. Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 signifikant (2-seitig).

Tab. 8.7: Waldbesuche nach Wohnregion

## Wie oft waren Sie in den letzten drei Monaten in einem Wald?

Würden Sie sagen, dass Sie ...		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
auf dem Land bzw. in einem Dorf	Nie	58	15,2	15,2	15,2
	ein- bis zweimal	51	13,5	13,5	28,6
	drei- bis fünfmal	48	12,6	12,6	41,2
	öfter als fünfmal	224	58,8	58,8	100,0
	Gesamt	382	100,0	100,0	
in kleineren bzw. mittelgroßen Stadt	Nie	91	22,2	22,2	22,2
	ein- bis zweimal	64	15,6	15,6	37,8
	drei- bis fünfmal	67	16,3	16,3	54,1
	öfter als fünfmal	188	45,9	45,9	100,0
	Gesamt	410	100,0	100,0	
in einer Großstadt wohnen?	Nie	47	22,9	22,9	22,9
	ein- bis zweimal	53	25,6	25,6	48,4
	drei- bis fünfmal	32	15,3	15,3	63,8
	öfter als fünfmal	75	36,2	36,2	100,0
	Gesamt	207	100,0	100,0	
weiß nicht/ keine Angabe	Nie	1	22,8	22,8	22,8
	ein- bis zweimal	1	24,1	24,1	46,9
	drei- bis fünfmal	1	21,7	21,7	68,6
	öfter als fünfmal	2	31,4	31,4	100,0
	Gesamt	5	100,0	100,0	

Tab. 8.8: Alter korreliert mit Waldbesuchen

## Korrelationen

		ALTER	F1 Wie oft waren Sie in den letzten drei Monaten in einem Wald?
ALTER	Korrelation	1	-,069*
	Signifikanz (2-seitig)	,	,029
	N	1004	1004
F1 Wie oft waren Sie in den letzten drei Monaten in einem Wald?	Korrelation	-,069*	1
	Signifikanz (2-seitig)	,029	,
	N	1004	1004

\*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

**Tab. 8.9: Waldbesuche aufgeteilt nach Altersgruppen**

Wie oft waren Sie in den letzten drei Monaten in einem Wald?

Altersgruppen			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
bis 29	Gültig	Nie	30	17,8	17,8	17,8
		ein- bis zweimal	38	22,2	22,2	40,0
		drei- bis fünfmal	22	12,8	12,8	52,8
		öfter als fünfmal	81	47,2	47,2	100,0
		Gesamt	171	100,0	100,0	
30-39	Gültig	Nie	31	17,6	17,6	17,6
		ein- bis zweimal	29	16,5	16,5	34,1
		drei- bis fünfmal	31	17,6	17,6	51,7
		öfter als fünfmal	84	48,3	48,3	100,0
		Gesamt	174	100,0	100,0	
40-49	Gültig	Nie	34	16,7	16,7	16,7
		ein- bis zweimal	32	15,8	15,8	32,5
		drei- bis fünfmal	32	15,7	15,7	48,2
		öfter als fünfmal	106	51,8	51,8	100,0
		Gesamt	204	100,0	100,0	
50-59	Gültig	Nie	23	14,7	14,7	14,7
		ein- bis zweimal	28	18,1	18,1	32,8
		drei- bis fünfmal	24	15,1	15,1	47,9
		öfter als fünfmal	81	52,1	52,1	100,0
		Gesamt	156	100,0	100,0	
60-69	Gültig	Nie	22	14,6	14,6	14,6
		ein- bis zweimal	23	15,8	15,8	30,4
		drei- bis fünfmal	14	9,2	9,2	39,6
		öfter als fünfmal	89	60,4	60,4	100,0
		Gesamt	147	100,0	100,0	
ab 70	Gültig	Nie	58	38,3	38,3	38,3
		ein- bis zweimal	19	12,5	12,5	50,8
		drei- bis fünfmal	26	17,1	17,1	68,0
		öfter als fünfmal	49	32,0	32,0	100,0
		Gesamt	151	100,0	100,0	

Tab. 8.10: Anlässe für Waldbesuche nach Wohnregion

## Was war überwiegend der Anlass dafür?

Würden Sie sagen, dass Sie		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
auf dem Land bzw. in einem Dorf	Spaziergehen, Wandern	196	71,1	71,1	71,1
	Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	52	19,0	19,0	90,1
	Arbeit	20	7,3	7,3	97,4
	Üblicher Nachhauseweg	7	2,6	2,6	100,0
	Gesamt	276	100,0	100,0	
in kleineren bzw. mittelgroßen Stadt	Spaziergehen, Wandern	217	76,0	76,0	76,0
	Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	54	18,9	18,9	94,9
	Arbeit	9	3,1	3,1	98,1
	Üblicher Nachhauseweg	6	1,9	1,9	100,0
	Gesamt	285	100,0	100,0	
in einer Großstadt wohnen?	Spaziergehen, Wandern	109	75,3	75,3	75,3
	Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	30	20,8	20,8	96,0
	Arbeit	3	2,0	2,0	98,0
	Üblicher Nachhauseweg	3	2,0	2,0	100,0
	Gesamt	144	100,0	100,0	
weiß nicht/ keine Angabe	Spaziergehen, Wandern	3	100,0	100,0	100,0

Tab. 8.11: Anlässe für Waldbesuche aufgeteilt nach Altersgruppen

## Was war überwiegend der Anlass dafür?

Altersgruppen			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
bis 29	Gültig	Spaziergehen, Wandern	79	65,0	65,0	65,0
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	28	22,7	22,7	87,7
		Arbeit	8	6,3	6,3	94,0
		Üblicher Nachhauseweg	7	6,0	6,0	100,0
		Gesamt	122	100,0	100,0	
30-39	Gültig	Spaziergehen, Wandern	101	78,3	78,3	78,3
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	23	17,7	17,7	96,1
		Arbeit	4	3,3	3,3	99,3
		Üblicher Nachhauseweg	1	,7	,7	100,0
		Gesamt	129	100,0	100,0	
40-49	Gültig	Spaziergehen, Wandern	99	64,9	64,9	64,9
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	41	26,5	26,5	91,4
		Arbeit	11	7,4	7,4	98,8
		Üblicher Nachhauseweg	2	1,2	1,2	100,0
		Gesamt	153	100,0	100,0	
50-59	Gültig	Spaziergehen, Wandern	90	74,1	74,1	74,1
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	23	18,7	18,7	92,8
		Arbeit	6	4,6	4,6	97,4
		Üblicher Nachhauseweg	3	2,6	2,6	100,0
		Gesamt	121	100,0	100,0	
60-69	Gültig	Spaziergehen, Wandern	91	82,2	82,2	82,2
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	15	13,9	13,9	96,1
		Arbeit	2	1,7	1,7	97,8
		Üblicher Nachhauseweg	2	2,2	2,2	100,0
		Gesamt	110	100,0	100,0	
ab 70	Gültig	Spaziergehen, Wandern	64	88,6	88,6	88,6
		Sportliche Betätigung (Laufen, Mountain Bike, Walken)	7	9,6	9,6	98,2
		Arbeit	1	1,8	1,8	100,0
		Gesamt	73	100,0	100,0	

**Tab. 8.12: Baustoffwahl bei bereits gekauftem Haus/ Wohnung****Aus was für einem Baustoff besteht dieses Haus bzw. diese Wohnung hauptsächlich?**

War dies ein Altbau oder ein Neubau? Mit Altbau		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
ein Altbau, den Sie instand gesetzt haben	Stahlbeton	8	4,9	4,9	4,9
	Ziegel/ Mauerstein	123	79,3	79,3	84,3
	Holz	15	10,0	10,0	94,2
	sonstiger Baustoff, bitte vermerken	9	5,8	5,8	100,0
	Gesamt	156	100,0	100,0	
ein Altbau, den Sie nicht instand setzen mussten	Stahlbeton	4	4,7	4,7	4,7
	Ziegel/ Mauerstein	64	78,7	78,7	83,3
	Holz	10	12,1	12,1	95,4
	sonstiger Baustoff, bitte vermerken	3	3,3	3,3	98,7
	weiß nicht/ keine Angabe	1	1,3	1,3	100,0
	Gesamt	81	100,0	100,0	
ein Neubau	Stahlbeton	22	7,2	7,2	7,2
	Ziegel/ Mauerstein	225	72,8	72,8	80,0
	Holz	42	13,7	13,7	93,7
	sonstiger Baustoff, bitte vermerken	18	5,9	5,9	99,5
	weiß nicht/ keine Angabe	1	,5	,5	100,0
	Gesamt	310	100,0	100,0	

Tab. 8.13: Wichtigkeit der Aspekte bei Baumaterialentscheidung nach Planern/Erwägern/Nichtplanern

## Statistiken

F8 Planen Sie in nächsten 5 Jahre Haus bzw. Wohn zu bauen?		kurze bauteil ...	ein Wohnklima ...	geringe Kosten ...	der Schutz ...	die einfache Pflege ...	die ständig -keit/ Qualität ...	die Möglichkeit eines Um- und Anbauens ...	die für die übliche Bauweise ...	die einfache zu eigenleistung ...	Umweltaspe (Material, nergiespar durch gute ärmedämm ung) ...	gesundheit liche Aspekte Allergien Raumluft qualität) ...	die ästhetik & Optik ...
ja, sicher	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
	Mittelwert	2,19	1,25	1,68	1,58	1,42	1,24	1,92	2,28	2,07	1,43	1,19	1,44
ja, vielleicht	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
	Mittelwert	2,35	1,15	1,60	1,36	1,54	1,31	1,74	2,59	1,83	1,25	1,21	1,47
nein	N	867	867	867	867	867	867	867	867	867	867	867	867
	Mittelwert	2,04	1,15	1,55	1,29	1,47	1,25	1,95	2,50	2,07	1,32	1,19	1,54
weiß nicht/ keine	N	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	Mittelwert	2,24	1,00	3,83	1,00	1,00	1,64	1,27	1,37	1,37	1,37	1,00	3,83

Tab. 8.14: Korrelationen zwischen Eigenschaften von Holzhäusern

Korrelationen

		Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Kürze der Bauzeit ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf ein behagliches Wohnklima ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf geringe Kosten ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf den Feuerschutz ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf die einfache Pflege ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Wertbeständigkeit/ Qualität ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf die in Ihrer Region üblichen Bauweise ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf eine einfach zu erstellende Eigenleistung ...	Häuser aus Holz sind in Bezug auf Umweltaspekte (Material, Energiesparen)	Häuser aus Holz sind in Bezug auf gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität)	Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Ästhetik & Optik ...
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Kürze der Bauzeit ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	1,000 , 1077	,310** , 1077	,386** , 1077	,253** , 1077	,312** , 1077	,307** , 1077	,329** , 1077	,249** , 1077	,347** , 1077	,301** , 1077	,240** , 1077	,266** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf ein behagliches Wohnklima	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,310** , 1077	1,000 , 1077	,271** , 1077	,238** , 1077	,293** , 1077	,332** , 1077	,260** , 1077	,234** , 1077	,241** , 1077	,442** , 1077	,484** , 1077	,464** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf geringe Kosten	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,386** , 1077	,271** , 1077	1,000 , 1077	,408** , 1077	,455** , 1077	,357** , 1077	,297** , 1077	,260** , 1077	,322** , 1077	,260** , 1077	,306** , 1077	,258** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf den Feuerschutz	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,253** , 1077	,238** , 1077	,408** , 1077	1,000 , 1077	,546** , 1077	,500** , 1077	,231** , 1077	,257** , 1077	,225** , 1077	,266** , 1077	,288** , 1077	,168** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die einfache Pflege ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,312** , 1077	,293** , 1077	,455** , 1077	,546** , 1077	1,000 , 1077	,591** , 1077	,322** , 1077	,305** , 1077	,294** , 1077	,313** , 1077	,352** , 1077	,275** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Wertbeständigkeit/ ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,307** , 1077	,332** , 1077	,357** , 1077	,500** , 1077	,591** , 1077	1,000 , 1077	,326** , 1077	,275** , 1077	,276** , 1077	,397** , 1077	,410** , 1077	,319** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Möglichkeit eines unkomplizierten Um- und Anbauens ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,329** , 1077	,260** , 1077	,297** , 1077	,231** , 1077	,322** , 1077	,326** , 1077	1,000 , 1077	,234** , 1077	,380** , 1077	,231** , 1077	,284** , 1077	,242** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die in Ihrer Region üblichen Bauweise ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,249** , 1077	,234** , 1077	,260** , 1077	,257** , 1077	,305** , 1077	,275** , 1077	,234** , 1077	1,000 , 1077	,246** , 1077	,231** , 1077	,203** , 1077	,252** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf eine einfach zu erstellende Eigenleistung ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,347** , 1077	,241** , 1077	,322** , 1077	,225** , 1077	,294** , 1077	,276** , 1077	,380** , 1077	,246** , 1077	1,000 , 1077	,274** , 1077	,284** , 1077	,234** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf Umweltaspekte (Material, Energiesparen durch gute Wärmedämmung)	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,301** , 1077	,442** , 1077	,260** , 1077	,266** , 1077	,313** , 1077	,397** , 1077	,284** , 1077	,231** , 1077	,274** , 1077	1,000 , 1077	,581** , 1077	,373** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf gesundheitliche Aspekte (Allergien, Raumluftqualität) ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,240** , 1077	,484** , 1077	,306** , 1077	,288** , 1077	,352** , 1077	,410** , 1077	,273** , 1077	,203** , 1077	,284** , 1077	,581** , 1077	1,000 , 1077	,414** , 1077
Häuser aus Holz sind in Bezug auf die Ästhetik & Optik ...	Korrelationskoeffizient Sig. (2-seitig) N	,266** , 1077	,464** , 1077	,258** , 1077	,168** , 1077	,275** , 1077	,319** , 1077	,242** , 1077	,252** , 1077	,234** , 1077	,373** , 1077	,414** , 1077	1,000 , 1077

\*\*. Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 signifikant (2-seitig).



Tab. 8.15: Materialwahl bei Fensterrahmen nach Planern/Erwägern/Nichtplanern

**Aus welchem Material werden die Fensterrahmen wohl hauptsächlich sein?/Stellen Sie sich vor, sie wären aktuell in der Situation, neue Fenster einbauen zu wollen. Aus welchem Material würden die Fensterrahmen wohl hauptsächlich sein?/**

Planen Sie in den nächsten 5 Jahren neue			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozenze	Kumulierte Prozenze
Ja, sicher	Gültig	Holz	21	29,7	29,7	29,7
		Kunststoff	44	62,1	62,1	91,8
		Aluminium	4	5,0	5,0	96,9
		sonstiges Material, bitte vermerken	2	2,1	2,1	99,0
		weiß nicht/ keine Angabe	1	1,0	1,0	100,0
		Gesamt	71	100,0	100,0	
Ja, vielleicht	Gültig	Holz	31	36,1	36,1	36,1
		Kunststoff	48	56,1	56,1	92,2
		Aluminium	2	2,7	2,7	95,0
		sonstiges Material, bitte vermerken	1	,7	,7	95,7
		weiß nicht/ keine Angabe	4	4,3	4,3	100,0
		Gesamt	85	100,0	100,0	
Nein	Gültig	Holz	302	35,8	35,8	35,8
		Kunststoff	431	51,0	51,0	86,8
		Aluminium	86	10,2	10,2	97,1
		sonstiges Material, bitte vermerken	7	,8	,8	97,9
		weiß nicht/ keine Angabe	18	2,1	2,1	100,0
		Gesamt	844	100,0	100,0	
weiß nicht/ keine Angabe	Gültig	Holz	2	76,2	76,2	76,2
		Kunststoff	1	23,8	23,8	100,0
		Gesamt	3	100,0	100,0	

Der vorliegende Text ist ein Arbeitsbericht aus dem ZUFO-Verbundvorhaben. Alle weiteren Berichte stehen Ihnen auf der Projekthomepage [www.zufo.de](http://www.zufo.de) kostenlos zum Download zur Verfügung:

Arbeitsbericht 1	Koch, M.	Die ideologiegeprägte Bargaining-Theorie als Faktor des institutionellen Wandels in der Forstwirtschaft
Arbeitsbericht 2	Rubik, F.	Verbraucher und Holz – eine Übersicht zum Stand der Literatur
Arbeitsbericht 3	Wirth, S.	Abhängigkeiten und Potenziale in der Forst-Holz-Wertschöpfungskette – Ressourcenorientierte Analyse von Organisationsalternativen zur Erschließung kettenweiter Innovationspotenziale
Arbeitsbericht 4	Arnold, M.; Ankele, K.	Organisationale Voraussetzungen zur Erschließung von Zukunftsmärkten
Arbeitsbericht 5	Birke, M.; Schwarz, M.	Die Prozessbegleitende Beratung und das Beratungskonzept für die Forst-Holz-Kette
Arbeitsbericht 6	Hoppenbrock, C.; Scheer, D.	Stoffstrombilanzen Holz – Beispiel „Holzfenster“ und „Holzfertighäuser“
Arbeitsbericht 7	Wirth, S.	Strategische Kooperationen in der Forst-Holz-Kette
Arbeitsbericht 8	Scheer, D.	Nachhaltigkeit im Bereich Bauen und Wohnen - ökologische Bewertung der Bauholz-Kette
Arbeitsbericht 9	Arnold, M.; Hoffmann, E.; Jahnke, K.	Ergebnisse der Breitenbefragung Holzhäuser
Arbeitsbericht 10	Gold, S.	Kaufentscheidung des Bauherrn

**Im ZUFO arbeiten die folgenden Institute und Institutionen zusammen:**

- Institut für Forstökonomie, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg  
([www.ife.uni-freiburg.de](http://www.ife.uni-freiburg.de))
- Institut für ökologische Wirtschaftsforschung  
([www.ioew.de](http://www.ioew.de))
- Landesinstitut Sozialforschungsstelle Dortmund (sfs)  
([www.sfs-dortmund.de](http://www.sfs-dortmund.de))
- Holzforum Allgäu  
([www.holzforum-allgaeu.de](http://www.holzforum-allgaeu.de))

