



Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

- Dachprojekt zur Clusterentwicklung -

Dokumentation der drei Ideenworkshops:

**„Marketingkooperationen“
„Qualitätskooperationen“ und
„Qualifizierung im Holzbau“**

Dokumentation
des Instituts für Mittelstand an der Universität Trier e.V. (Inmit)
und Landesforsten Rheinland-Pfalz mit der Forschungsanstalt für
Waldökologie und Forstwirtschaft (FAWF) und Kommunikation
und Marketing (KOMMA)

für das
Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz
Rheinland-Pfalz



Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....2

1 Einführung3

 1.1 Einordnung der Workshops in den Gesamtkontext des Dachprojekts4

 1.2 Ziele und Vorgehensweise der Workshops6

2 Die drei Ideenworkshops8

2.1 Ideenworkshop I: „Marketingkooperationen im Holzbau“9

 2.1.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)9

 2.1.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)12

2.2 Ideenworkshop II: „Qualitätskooperationen“14

 2.2.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)15

 2.2.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)17

2.3 Ideenworkshop III: „Qualifizierung im Holzbau“19

 2.3.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)19

 2.3.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)22

Literatur24

Anhang25

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modularer Projektaufbau5

Abbildung 2: Einordnung der Workshops ins Dachprojekt6

Abbildung 3: Methodische Vorgehensweise7

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ergebnisse der Kartenabfrage (WS I)12

Tabelle 2: Ergebnisse der Kartenabfrage (WS II)18

Tabelle 3: Ergebnisse der Kartenabfrage (WS III)23

1 Einführung

1.1 Einordnung der Workshops in den Gesamtkontext des Dachprojekts

Die Holzbaubranche befindet sich derzeit in einer starken Umbruchsituation. Strukturwandeltendenzen auf vielen Ebenen prägen das Branchenbild. Schlagworte wie Sicherung der Rohstoffversorgung, Nutzungskonkurrenz zwischen stofflicher und energetischer Nutzung, Globalisierung der Holzmärkte, Wegbrechen traditioneller Märkte, Konzentrationsprozesse, Verdrängungswettbewerb oder Innovationsdruck stellen die Unternehmen des Holzbaus bereits heute und auch zukünftig vor neue Herausforderungen. Auch veränderte soziodemografische Entwicklungen tragen hierzu bei.

Zur Bewältigung der zukünftigen Herausforderungen wird das Arbeiten in Netzwerken und die Zusammenarbeit mit Unternehmen und anderen Institutionen für den unternehmerischen Erfolg eine immer bedeutendere Rolle einnehmen. Bisherige Untersuchungen gehen auch für den Holzbau von der besonderen Bedeutung einer kooperativen Unternehmensstrategie aus (KNAUF/FRÜHWALD 2004). Besonders für kleine und mittlere Unternehmen bieten sich durch den Aufbau von Kooperationen und die Einbindung in Netzwerke erhebliche Erfolgspotenziale, da sie hierdurch größenbedingte, aber nicht leistungsbezogene Nachteile gegenüber größeren Unternehmen ausgleichen können. Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette sowie mit ergänzenden Institutionen steht im Fokus einer Cluster-Entwicklung.

Für die erfolgreiche Entwicklung eines Clusters sind allerdings einige Grundvoraussetzungen unabdingbar.

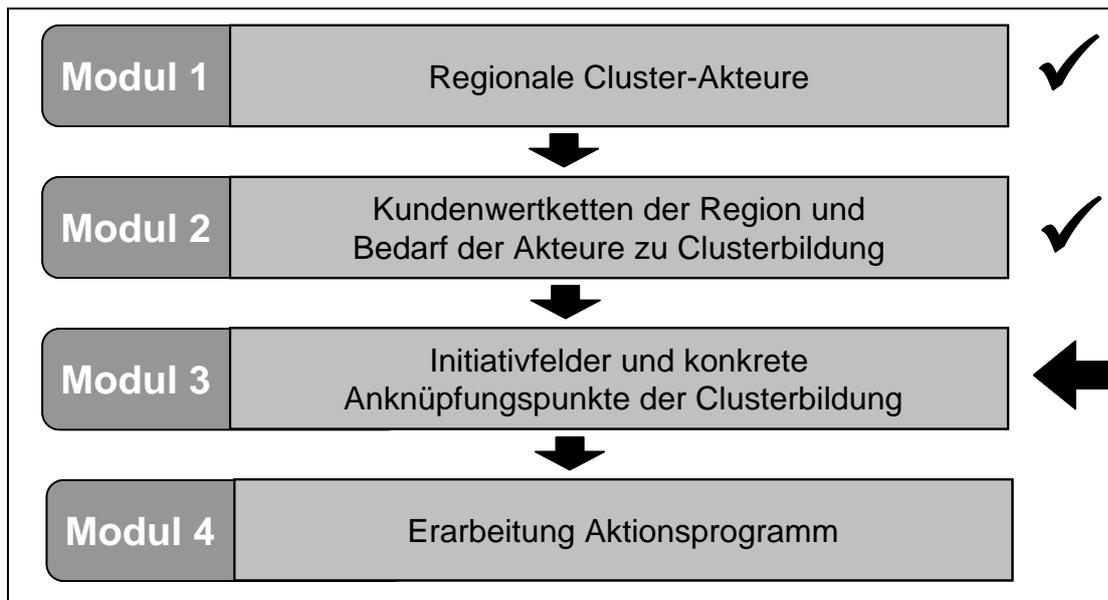
- Konkrete Anknüpfungspunkte bzw. Kompetenzfelder müssen vorhanden sein
- Vorhandensein einer kritischen Masse aktiver und sich ergänzender Akteure
- Akteure müssen sich mit dem Cluster identifizieren
- Akteure müssen die Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Unternehmen in einem Cluster aufzeigen

Diese Voraussetzungen wurden in zwei Studien zur rheinland-pfälzischen Forst- und Holzwirtschaft untersucht (SEEGMÜLLER 2005, 2007). Durch die Clusterstudie des Jahres 2005 konnte die hohe wirtschaftliche Bedeutung der Holzwirtschaft im Hinblick auf Umsatzgenerierung/Wertschöpfung und Beschäftigung innerhalb der rheinland-pfälzischen Wirtschaft nachgewiesen werden. Innerhalb der Holzwirtschaft kann Rheinland-Pfalz im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald besondere Konzentrationen aufweisen, die eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Clusterentwicklung darstellt.

Im Rahmen des Dachprojektes erfolgte erstmals eine komplette Erfassung der Holzbauunternehmen in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald. Insgesamt 1.070 Holzbauunternehmen wurden verarbeitungsstufenspezifisch erfasst (Modul 1). Diese Datenbank war auch Grundlage einer Unternehmensbefragung, mit deren Hilfe beantwortet werden sollte, ob die regionalen Holzbaukonzentrationen zufällig entstanden sind oder bereits ein Ergebnis einer Clusterbildung darstellen. Im Rahmen der Befragung wurde

darüber hinaus die Kooperationsbereitschaft, der konkrete Kooperationsbedarf sowohl im Hinblick auf die bevorzugten Kooperationspartner als auch auf die relevantesten Kooperationsthemen/-bereiche ermittelt. Schließlich wurden weitere Unterstützungsbedarfe der Holzbauunternehmen erhoben (Modul 2) (siehe Präsentation im Anhang). Auf der Basis der Unternehmensbefragung wurden Initiativefelder für mögliche Maßnahmen abgeleitet (Modul 3).

Abbildung 1: Modularer Projektaufbau

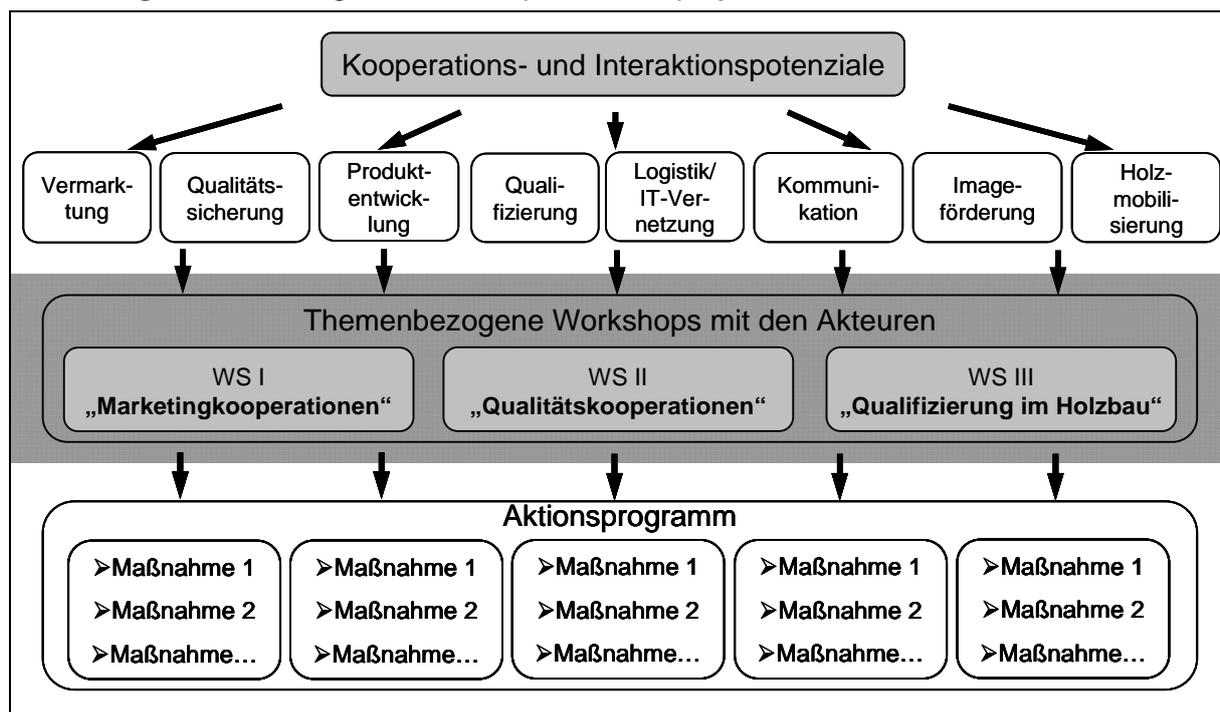


Quelle: INMIT

An dieser Stelle des Dachprojektes setzen die themenbezogenen Ideenworkshops an. Zur Vertiefung der Ergebnisse der vorangegangenen Untersuchungen im rheinland-pfälzischen Holzbau, insbesondere in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald (SEEGMÜLLER 2005, 2007 und INMIT/FAWF 2008) wurden im Rahmen des Dachprojektes zur Clusterentwicklung „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“ insgesamt **drei Ideenworkshops** durchgeführt.

Zielsetzung der Workshops war es, gemeinsam mit den Akteuren der Holzbaubranche (Unternehmen, Verbände, Kammern etc.) zu den jeweiligen Themenbereichen „**Marketingkooperationen im Holzbau**“ (Ransbach-Baumbach, 23.10.2008), „**Qualitätskooperationen**“ (Daun, 28.10.2008) und „**Qualifizierung im Holzbau**“ (Trier, 30.10.2008) **konkrete Projektideen** zu erarbeiten, die zur Verbesserung der Wettbewerbssituation im Holzbau in den Projektregionen Trier und Mittelrhein-Westerwald wesentlich beitragen.

Schließlich sollen die gemeinsam mit den Akteuren des Holzbaus erarbeiteten Projektideen in ein mittelfristiges **Aktionsprogramm** zur Unterstützung des Holzbaus in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald einfließen (Modul 4).

Abbildung 2: Einordnung der Workshops ins Dachprojekt

Quelle: INMIT

1.2 Ziele und Vorgehensweise der Workshops

Jeder der drei Workshops gliedert sich in zwei größere Blöcke. Der erste Block liefert den thematischen Input bzw. die Impulse für die weitere Bearbeitung konkreter Projektideen im zweiten Teil der jeweiligen Veranstaltung. Im ersten Teil des Workshops wurden daher vom Projektteam zunächst themenrelevante Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung präsentiert, die anschließend durch weitere Impulse von externen Branchenexperten ergänzt und vertieft wurden. Auf Grundlage dieser Impulse und in Rückgriff auf die Branchenerfahrungen der Workshopteilnehmer wurden in einem zweiten Block mögliche Projektideen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Holzbaubranche erarbeitet.

Die methodische Vorgehensweise während des zweiten Blocks der Workshops sieht drei Ablaufschritte vor (Abb. 3):

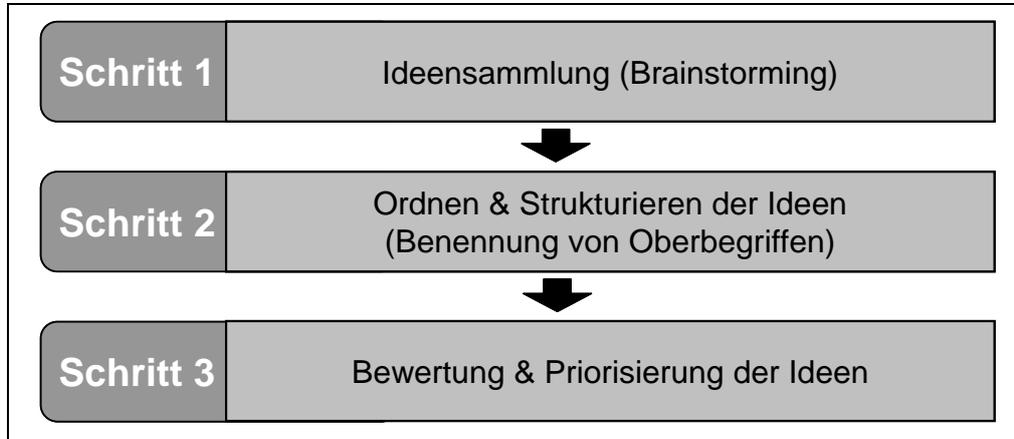
Der **erste Schritt** innerhalb dieses Blocks bildet ein **Brainstorming**, bei dem die Workshop-Teilnehmer zu den zuvor generierten Themenfeldern¹ mittels Kartenabfrage wichtige Projektbereiche auflisten konnten. Im Anschluss daran wurden die Karten der Reihe nach thematisch gesammelt, so dass den Workshop-Teilnehmern die Möglichkeit eröffnet wurde, ein kurzes Statement zu ihren Projektideen abzugeben.

Im anschließenden **zweiten Schritt** wurden die gesammelten **Ideen geordnet** („Ideencluster“) und mit Oberbegriffen versehen, die letztendlich in einem **dritten Schritt**

¹ Generierung der Themenfelder auf Basis der Ergebnisse der Unternehmensbefragung sowie Impulse aus den Diskussionen während der Workshops

durch die Workshop-Teilnehmer mit Klebepunkten bewertet wurden, so dass eine **Rangfolge** prioritärer Projektbereiche bzw. -bedarfe entstand.

Abbildung 3: Methodische Vorgehensweise



Quelle: INMIT

2 Die drei Ideenworkshops

2.1 Ideenworkshop I: „Marketingkooperationen im Holzbau“

Ort: Gala-Restaurant der Stadthalle Ransbach-Baumbach
Datum/Zeit: Donnerstag, den 23. Oktober 2008 (13:00-19:00)
Moderation: Marco van Elkan, Inmit
Martin Grünebaum, KOMMA Landesforsten Rheinland-Pfalz

Das Zusammenbringen von Unternehmen, die gemeinsam Produkte oder Dienstleistungen vermarkten, die Unterstützung sowie die Organisation von Vermarktungsaktivitäten bilden klassische Betätigungsfelder eines organisierten Clusters. Insbesondere vor dem Hintergrund eines sich verschärfenden Wettbewerbs in der Holzbau-Branche (zunehmende internationale Konkurrenz bei gleichzeitig schrumpfenden Heimatmärkten) und einem fortschreitenden Konzentrationsprozess („Zwang zur Größe“) (BEHRENDT et. al 2007, S. 23 ff), haben kooperative Vermarktungsstrategien besonders für kleinere Unternehmen an Bedeutung gewonnen. Die hohe Bedeutung von „Marketingkooperationen“ für die Holzbauunternehmen bestätigte auch die Unternehmensbefragung im Rahmen des Dachprojekts „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“ (INMIT/FAWF 2008). Innerhalb der Unternehmensbefragung wurde der Bereich „gemeinsame Vermarktung und gemeinsame Messeauftritte“ von den befragten Holzbauunternehmen als priorisiertes Handlungsfeld für zukünftige Kooperationen gesehen. Hierbei sind insbesondere die Bereiche Dachmarken, gemeinsame Messeauftritte und Exportkooperationen bzw. internationale Absatzmärkte als wichtige Themen benannt worden.

2.1.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)

2.1.1.1 Begrüßung und Vorstellung der Initiative Forst & Holz

Nach der Begrüßung durch Herrn Marco van Elkan (Inmit) ordnete Herr Hubertus Mauerhof, Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz (MUFV) das Projekt in die Forstpolitik der Landesregierung ein und hob die hohe Bedeutung der Clusterentwicklung hervor.

Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holz und themenrelevanter Ergebnisse

Herr Marco van Elkan (Inmit) und Herr Dr. Stefan Seegmüller (FAWF) stellten themenrelevante Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung im Rahmen des Dachprojekts vor (siehe Präsentation im Anhang).

2.1.1.2 Impulsvorträge und Interviews mit externen Branchenvertretern

Vortrag zum Thema: „Vermarktungspotenziale im Holzbau“

Referent: Manfred Filippi, Holzabsatzfonds, Bonn

Herr Filippi stellte in seiner Präsentation Visionen des Holzbaus vor, die den Workshop-Teilnehmern neue Trends und neue Denkrichtungen für den Holzbau der Zukunft aufzeigen

sollten. Neben den Aspekten Ökologie und Nachhaltigkeit im Wohnungs- und Wirtschaftsbaubetonte Herr Filippi insbesondere die Chancen für den Holzbau im Kontext demografischer Wandel und Erschließung internationaler Märkte (siehe Präsentation im Anhang).

Kooperative Vermarktungsstrategien: Die Dachmarken „ZimmerMeisterHaus“ und „81 fünf“

Vortrag: Vorstellung der Dachmarke „ZimmerMeisterHaus“

Referent: Wilhelm Bauer, ZimmerMeisterHaus, Schwäbisch-Hall

Herr Wilhelm Bauer, Geschäftsführer von „ZimmerMeisterHaus“, stellte in einem Kurzvortrag die Aktivitäten dieser Dachmarke vor. ZimmerMeisterHaus-Partner² profitieren insbesondere von einer gemeinsamen Vermarktung, dem ständigen Erfahrungsaustausch untereinander sowie von angebotenen Qualifizierungsmaßnahmen (siehe Präsentation im Anhang).

Vorstellung der Dachmarke „81 fünf“ in Form einer Interviewsituation

Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit

Interviewpartner: Josef Liesch, LIFE Holzbau, Kastellaun

Unter dem Dach der 81 fünf high-tech & holzbau AG haben sich Holzbauunternehmen, Architekten, Vertriebsgesellschaften und Bauträger zusammen geschlossen , um ökologisch hochwertige, moderne und energiesparende Holzhäuser auf Grundlage des Hauskonzeptes 81fünf zu bauen und zu vermarkten. Als regionaler Partnerbetrieb vertritt Herr Josef Liesch in einer Interviewsituation die Dachmarke 81fünf.

81fünf ist ein Zusammenschluss von derzeit rund 60 bundesweiten Partnerbetrieben, die insbesondere von einem regen Erfahrungsaustausch untereinander profitieren. In diesem Kontext wies Herr Liesch explizit auf eine Kooperation in sogenannten ERFA-Gruppen hin. Unter dem Dach „81 fünf“ finden sich Partnerbetriebe zu einem intensiven Wissens- und Erfahrungsaustausch zusammen, um gemeinsam neue Strategien zur Verbesserung der Wettbewerbsbedingungen für die angeschlossenen Betriebe zu erarbeiten. Herr Liesch betonte in diesem Kontext den hohen Nutzen (Know-how), den er für sein Unternehmen aus diesen Kooperationen zieht, so dass ein höheres Qualitätsniveau sicher gestellt werden kann.

Darüber hinaus berichtete er von seinen persönlichen Erfahrungen als Unternehmer mit der Dachmarke 81fünf. Hierbei wurden Fragestellungen zu den Bereichen Vermarktung, interbetriebliche Kooperation und Kommunikation zwischen den regionalen 81fünf-Partnern behandelt.

² ZimmerMeisterHaus: bundesweiter Zusammenschluss von rund 80 Holzbauunternehmen.

Interviewrunde: Internationale Märkte – Export/Internationalisierung

Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit

Interviewpartner: Manfred Filippi, Holzabsatzfonds, Bonn
Rolf Weidmann, HWK Koblenz

Die Internationalisierung und Globalisierung, die auch vor der Holzbaubranche keinen Halt gemacht hat und ein sich verschärfender Wettbewerb durch zunehmende ausländische Konkurrenz macht die Erschließung neuer auch internationaler Märkte zu einer wichtigen Voraussetzung zur Sicherung der aktuellen und zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit. In seinen Ausführungen zu Vermarktungspotenzialen im Holzbau wies Herr Filippi bereits auf die bisher weitgehend vom deutschen Holzbau ungenutzten Potenziale der Auslandsmärkte hin. In einer Interviewsituation zum Themenbereich „Internationale Märkte – Export/Internationalisierung“ stellten Herr Manfred Filippi vom Holzabsatzfonds sowie Herr Rolf Weidmann von der Handwerkskammer Koblenz die Aktivitäten ihrer jeweiligen Institution in diesem Feld vor. Herr Weidmann wies insbesondere auf das Beratungs- und Unterstützungsangebot der Handwerkskammern, auch für den Bereich Export sowie auf die Betreuung gemeinsamer Messestände durch die Kammern hin.

2.1.1.3 Zusammenfassende Darstellung der Diskussionen im Impulseteil

Angeregt durch die vorgestellten Impulsvorträge und in Rückgriff auf den eigenen Erfahrungsschatz sind im Laufe der Veranstaltung folgenden Themenbereiche intensiv diskutiert worden:

- Bedeutung von Multiplikatoren:
Im diesem Kontext wurde über die Einflussnahme von Architekten auf die Investitions- bzw. Materialentscheidung des Bauherrn diskutiert. Qualifizierung der Architekten kommt in diesem Zusammenhang sehr hohe Bedeutung zu. Darüber hinaus ist eine Imageverbesserung des Werkstoffes Holz für einen weiteren Anstieg der Holzbauquote, nicht nur im Wohn- sondern auch im Kommunalbau von höchster Wichtigkeit. Lobbyarbeit zur Information von kommunalen Entscheidungsträgern zum Roh- und Werkstoff Holz wurde von der Workshop-Gruppe als Ansatzpunkt zukünftiger Aktivitäten angeregt („In Bebauungsplänen den Werkstoff Holz zulassen.“).
- Präsentation von Good-Practice-Beispielen:
Nach einhelliger Meinung ist eines der effektivsten Mittel zur Imageverbesserung und Kundenakquise die Präsentation ausgewählter Projektbeispiele („Holzhäuser“). Hierzu wurde aus Reihen der Workshop-Gruppe die Möglichkeit von Pressefahrten oder Hausbesichtigungstouren genannt.
- Kundenkontakt:
Auch im Bereich Kundenkontakt / professionelleres Auftreten gegenüber dem Kunden besteht nach Ansicht der Gruppe Verbesserungspotenzial.

2.1.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)

Der zweite Block der Veranstaltung widmet sich der Erarbeitung konkreter Projektideen. Hierzu wurden - wie bereits oben beschrieben - per Kartenabfrage Projektideen gesammelt und anschließend bewertet (Kap. 1.2).

Folgende Themenfelder, zu denen die Workshop-Teilnehmer Projektideen nennen konnten, haben sich aufgrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung sowie der Diskussionen während des Workshops als für die Branche besonders wichtig erwiesen und wurden daher in der weiteren Bearbeitung aufgegriffen:

- **Internationale Märkte**
- **Serviceleistungen für den Holzbau**
- **Sensibilisierung/Lobby**
- **Kooperative Vermarktungsansätze im Holzbau**

Die Kartenabfrage und die anschließende Clusterung (Benennung von Oberbegriffen) sowie deren Bewertung durch die Workshop-Teilnehmer ergab folgendes Bild:

Tabelle 1: Ergebnisse der Kartenabfrage³ (WS I)

Themenfelder	Rang	Oberthemen
Internationale Märkte	1	Kommunikation/Vernetzung
	1	Info und Beratung
	2	Messe
	2	Image und Kontakte
	3	Markterkundung/-erschließung
Serviceleistungen für den Holzbau	1	Information und Beratung
	2	Kommunikation
	2	Qualifizierung
	3	Clustermanagement
	4	Einkaufskooperationen
Sensibilisierung/Lobby	1	Politikbearbeitung
	2	Image
	3	Normen
	4	Anreize schaffen
Kooperative Vermarktungsansätze im Holzbau	1	Profilbildung/Image
	2	Leuchtturmprojekte
	3	Absatzkooperation
	3	Produktoptimierung
	4	Messen

Quelle: INMIT

³ mit Priorisierung der Oberthemen

Im Themenfeld internationaler Märkte haben die Workshop-Teilnehmer den Bereichen Kommunikation/Vernetzung sowie Information und Beratung die höchste Priorität zugemessen. Auch im Themenfeld Serviceleistungen für den Holzbau ist das Oberthema „Information und Beratung“ von den Anwesenden mit Abstand als Bereich mit dem höchsten Handlungsbedarf für zukünftige Projekte genannt worden. Neben der Politikbearbeitung (Themenfeld: Sensibilisierung/Lobby) wurde imagebildenden bzw. -verbessernden Maßnahmen sehr hohe Bedeutung zugewiesen. In drei der vier Themenfelder wurden solche (imagebildende bzw. –verbessernde) Maßnahmen als mögliche Projektfelder benannt (im Themenfeld „Kooperative Vermarktungsansätze im Holzbau“ sogar als Oberbegriff höchster Priorität).

Die in Tabelle 1 aufgeführten Oberbegriffe stellen lediglich einen kleinen Teil der Ergebnisse des Ideenworkshops „Marketingkooperationen im Holzbau“ dar. Eine Liste aller generierten Projektideen ist im Anhang zu finden.

2.2 Ideenworkshop II: „Qualitätskooperationen“

Ort: TGZ Daun-Nerdlen
Datum/Zeit: Dienstag, den 28. Oktober 2008 (13:00-19:00)
Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit
Martin Grünebaum, KOMMA Landesforsten Rheinland-Pfalz

Qualitätskooperationen haben im Holzbau zwei Dimensionen. Zum einen zählen hierzu Aktivitäten der **Qualitätssicherung** entlang der Wertschöpfungskette; zum anderen sind auch Aktivitäten aus den Bereichen **Produktentwicklung** und **Wissenstransfer** hierzu zu zählen.

Der **Qualitätssicherung** kommt im Holzbau eine besondere Bedeutung zu. Nicht zuletzt deshalb, da Holz zwar als Baumaterial grundsätzlich ein außerordentlich positives Image besitzt, bei der tatsächlichen Baumaterialentscheidung Holz als wesentlicher Baustoff für den Hausbau allerdings eine lediglich untergeordnete Rolle spielt. So entfielen rheinland-pfalzweit von allen Baugenehmigungen für den Wohnungsbau im Jahr 2004 knapp 15% auf den Holzhausbau. Zwar stieg dieser Anteil bis zum Jahr 2007 auf rund 18%, ein fundamentaler Wandel der Präferenzstrukturen der Bauherren konnte allerdings nicht festgestellt werden. Die ZUFO-Studie „Holz aus Verbrauchersicht – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung“ konstatiert eine relativ statische Vorstellung und verfestigte Wahrnehmungsstrukturen, wie ein Haus zu sein hat. Als Gründe für die skeptische Haltung gegenüber Holzhäusern werden Vorbehalte im Tragwerksbereich, im Feuerschutz, beim Aufwand der Instandhaltung sowie die vermeintlich geringere Wertbeständigkeit genannt.

Um ein positives Image des Holzbaus in der Bevölkerung zu verankern und die Holzbauquote nachhaltig zu erhöhen, ist es daher elementar wichtig, dass die Qualitätserwartungen der Kunden und die Qualitätsversprechen der Unternehmen erfüllt werden – und dies nicht nur durch die Unternehmen am Ende der Wertschöpfungskette, sondern durch sämtliche an der Wertschöpfung der Endprodukte beteiligten Unternehmen, da die einzelnen Verarbeitungsstufen auf die Leistung der vorhergehenden Stufen zur Sicherung ihrer eigenen Qualität angewiesen sind.

Experten der Holzbau-Branche räumen dem Bereich der **Produktinnovationen** einen hohen Stellenwert für die weitere Entwicklung der deutschen Holzindustrie ein. In diesem Zusammenhang werden als Zukunftstrends für die Holzwirtschaft genannt: Standardisierung von Holz(werkstoff)produkten, die Trends zu Systemlösungen, zu Verbund-Materialien, zu schnell verarbeitbaren Produkten, zu leichten Produkten, zu Produkten, die den (End)Kunden einen Zusatznutzen bieten, zu hybriden Produkten und zu Holzprodukten, die für die Außenanwendung resistenter gemacht werden. Die künftige Wettbewerbsfähigkeit von Holz hänge davon ab, vorhanden Nachteile von Holz als Baustoff zu beseitigen.

Andererseits legen die Endkunden der Holzbauunternehmen zumindest der Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald nur wenig Wert auf standardisierte Produkte, während wenigstens die Kunden des Handwerklichen Holzbaus der Region Trier offen für Innovationen sind (INMIT/FAWF 2008). Insofern reicht es nicht, Qualität rein technisch zu definieren.

Das Herausbringen von Innovationen sowie die Entwicklung neuer Produkte erfordern von den innovierenden Unternehmen häufig einen hohen Ressourceneinsatz. Großunternehmen verfügen daher meist über eigenständige Entwicklungsabteilungen, deren Budgets oftmals zweistellige Umsatzanteile ausmachen. Vor diesem Hintergrund ist die Innovationsentwicklung, gerade für kleinere Unternehmen, ein häufiges Kooperationsthema, da auch das hierzu benötigte Know-how oftmals in einem Unternehmen allein nicht vorhanden ist. Forschungsinstitute/ -einrichtungen nehmen in diesem Kontext eine besondere Bedeutung ein – sie sind häufig der Quell neuer Produkte und Dienstleistungen. Einem regelmäßigen Wissensaustausch zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtung kommt daher bei der Produktverbesserung, dem Einsatz neuer Technologien und der Qualitätssicherung im Unternehmen besondere Bedeutung zu.

2.2.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)

2.2.1.1 Begrüßung und Vorstellung der Initiative Forst & Holz

Nach der Begrüßung durch Herrn Marco van Elkan (Inmit) ordnete Herr Hubertus Mauerhof, Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz (MUFV) das Projekt in die Forstpolitik der Landesregierung ein und hob die hohe Bedeutung der Clusterentwicklung hervor.

Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holz und themenrelevanter Ergebnisse

Herr Marco van Elkan (Inmit) und Herr Dr. Stefan Seegmüller (FAWF) stellten themenrelevante Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung im Rahmen des Dachprojekts vor.

Durch die Unternehmensbefragung wurden im Themenkontext „Qualitätssicherung“ vor allem

- eine verbesserte Kommunikation entlang der Wertschöpfungskette durch verstärkten Austausch mit Lieferanten und Kunden,
- Sensibilisierungsmaßnahmen für die am Wertschöpfungsprozess beteiligten Partner im Hinblick auf die Bedeutung der Qualitätssicherung
- die Einhaltung von Qualitätsstandards, Information zu den am Markt vorhandenen Qualitätszertifikaten
- und eine verstärkte Zusammenarbeit mit Prüfinstituten als Bedarfe genannt.

Im Kontext der Produktinnovation konnte als besonderer Schwerpunkt der Bereich des Wissenstransfers identifiziert werden. In diesem Zusammenhang haben die befragten Unternehmen einen hohen Bedarf an Informationen zu neuen Materialien, Verfahren und

Technologien geäußert. Auch Kooperationen mit Forschungsinstituten, Universitäten oder Fachhochschule wurden in diesem Zusammenhang ein hoher Stellenwert zugewiesen. Im rheinland-pfälzischen Holzbau fehlen solche Forschungs- und Lehrinrichtungen allerdings bislang noch weitgehend. Neben den technologischen Holzbauaspekten wurde das Thema Design als weiterer Schwerpunkt im Bereich der Entwicklung neuer Produkte – insbesondere im handwerklichen Bereich – desöfteren als wichtiger Bereich genannt. (siehe Präsentation im Anhang).

2.2.1.2 Impulsvorträge und Interviews mit externen Branchenvertretern

Vortrag zum Thema „QHA – Umsetzung qualitätssichernder Maßnahmen in der Holzbau-Praxis“

Referent: Herr Stephan Meiners, QHA, Berlin

Herr Meiners stellte in seiner Präsentation das Zertifizierungsverfahren der QHA vor. Dabei ging er insbesondere auf die Umsetzung der qualitätssichernden Verfahren im Rahmen von QHA ein und hob die Nutzeneffekte für die zertifizierten Betriebe hervor (siehe Präsentation im Anhang).

Vortrag zum Thema „Wertschöpfungsstufenübergreifende Qualitätssicherung im Holzbau aus Sicht eines Planers“

Referent: Herr Marcus Rommel, Marcus Rommel Architekten, Stuttgart

In seinem Vortrag betonte der auf den Holzbau spezialisierte Architekt Marcus Rommel die Rolle des Architekten sowie der Planung bei der Qualitätssicherung im Holzbau. Kooperationspotenziale sieht er insbesondere im Zusammenschluss kleinerer Holzbauunternehmen zum Zweck der gemeinsamen Auftragsabwicklung. In diesem Zusammenhang berichtete Herr Rommel von einem Projekt, bei dem eine solche kooperative Strategie hervorragend funktioniert hat.

Als weiteres Kooperationspotenzial sieht er die Abbundplanung, die ein wesentlicher Bereich im Kontext der Qualitätssicherung von Holzbauunternehmen darstellt; kleinere Unternehmen könnten sich zur Auslastung einer Planungsabteilung zusammenschließen. Darüber hinaus stellte Herr Rommel die Notwendigkeit einer holzbauspezifischen Architekten-Weiterbildung heraus (siehe Präsentation im Anhang)

Vortrag zum Thema: „Kundenwertorientierter Einkauf“

Referent: Dr. Matthias Kuhl, Frankfurt a. M.

Dr. Matthias Kuhl führte aus, dass Qualität keine produktimmanente Eigenschaft, sondern eine Vorstellung des Kunden ist. Im betrieblichen Geschehen gehe es darum, diesen Kundenwert bestmöglich zu erfüllen. Zu diesem Zweck könne es sinnvoll sein, den Einkauf

nicht allein unter Kostengesichtspunkten, sondern eher unter Wertaspekten zu betrachten. Konkret gehe es darum, Einkaufsnetzwerke sowie Abnehmer-Lieferanten-Beziehungen wertorientiert zu gestalten (siehe Präsentation im Anhang).

2.2.1.3 Zusammenfassende Darstellung der Diskussionen im Impulseteil

Angeregt durch die vorgestellten Impulsvorträge und in Rückgriff auf den eigenen Erfahrungsschatz sind im Laufe der Veranstaltung folgenden Themenbereiche intensiv diskutiert worden:

- In den Diskussionen ist „Design“ als Thema mit erheblichem Potenzial genannt worden. Der Einsatz von Holz als atmosphärisches/gestalterisches Mittel im Städtebau ist besonders für Architekten ein Thema der Zukunft. Darüber hinaus wurde diesem Thema in der Unternehmensbefragung vor allem von handwerklicher Seite Kooperationspotenzial attestiert. Die Vereinigung unterschiedlicher Werkstoffe wird in diesem Zusammenhang als Trend der Zukunft erkannt.
- Im Themenkontext Qualitätssicherung wurden von den Workshop-Teilnehmern Informationsveranstaltungen zu neuen Produkten, Techniken und Verfahren gewünscht. Qualität ist ohne entsprechende Fort- und Weiterbildung nicht möglich. Daher kommt dem Querschnittsthema Qualifizierung auch im Kontext Qualitätssicherung /-sensibilisierung hohe Bedeutung zu.
- Wie im ersten Workshop wurde auch in dieser Veranstaltung explizit auf die hohe Ausstrahlungswirkung von Referenzbauten verwiesen. Mit höchsten Qualitätsansprüchen umgesetzte Holzbauten sind nach Ansicht der Gruppe das beste Werbemittel. Darüber hinaus wurde dem Bereich imageverbessernden Maßnahmen (im Gesamten) hohe unterstützende Wirkung zur Verbesserung der Wettbewerbssituation im Holzbau zugesprochen.
- Ebenfalls wurde (wie im Workshop „Marketingkooperationen“) dem Themenbereich „Ausschreibung und Bebauungsplan“ Aufmerksamkeit gewidmet. Hierbei wurde von Seiten der Gruppe eine Veränderung von Ausschreibungsunterlagen zugunsten des Werkstoffes Holz angesprochen. Grundlage hierfür ist jedoch ein positiveres Image des Werkstoffes bei öffentlichen Entscheidungsträgern notwendig.

2.2.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)

Der zweite Block der Veranstaltung widmet sich der Erarbeitung konkreter Projektideen. Hierzu wurden - wie bereits oben beschrieben - per Kartenabfrage Projektideen gesammelt und anschließend bewertet (Kap. 1.2).

Folgende Themenfelder, zu denen die Workshop-Teilnehmer Projektideen nennen konnten, haben sich aufgrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung sowie der Diskussionen während des Workshops als für die Branche besonders wichtig erwiesen und wurden daher in der weiteren Bearbeitung aufgegriffen:

- **Qualitätssicherung**
- **Innovation / Wissenstransfer**

- Unterstützende Maßnahmen für den Holzbau

Die Kartenabfrage und die anschließende Clusterung (Benennung von Oberbegriffen) sowie deren Bewertung durch die Workshop-Teilnehmer ergab folgendes Bild:

Tabelle 2: Ergebnisse der Kartenabfrage⁴ (WS II)

Themenfelder	Rang	Oberthemen
Qualitätssicherung	1	Stärken der Kundenwertketten durch wertschöpfungsstufenübergreifende Zusammenarbeit
	2	Sensibilisierung der Bevölkerung für die Qualität des Holzbaus
	2	Herstellung von Label-Transparenz (Qualitätszertifikate, Dachmarken, etc.)
	3	Bereitstellung von Instrumenten und Infrastrukturen
	4	Qualifizierung von Multiplikatoren
Innovation / Wissenstransfer	1	Imageförderung für den Holzbau
	2	Lehrstuhl und Qualifizierung
	2	Wissenstransfer
	3	Leuchtturmprojekte
	4	Marketing
	5	Bereitstellung von Instrumenten und Infrastrukturen

Quelle: INMIT

Im Themenfeld „Qualitätssicherung“ haben die Workshop-Teilnehmenden dem Bereich der Stärkung der Kundenwertketten durch wertschöpfungsstufenübergreifende Zusammenarbeit von Holzbauunternehmen die höchste Priorität zugemessen und insofern die Ergebnisse der Studie bestätigt. Im Themenfeld „Innovation / Wissenstransfer“ sehen die Teilnehmenden im Bereich der Imageförderung die höchste Relevanz. An zweiter Stelle folgen Aktivitäten, die auf die Einrichtung eines auf den Holzbau spezialisierten Lehrstuhls und Qualifizierungsmaßnahmen als Voraussetzung für die Innovationsfähigkeit der Betriebe.

Die in Tabelle 2 aufgeführten Oberbegriffe stellen lediglich einen kleinen Teil der Ergebnisse des Ideenworkshops „Qualitätskooperationen“ dar. Eine Liste aller generierten Projektideen ist im Anhang zu finden.

⁴ mit Priorisierung der Oberthemen

2.3 Ideenworkshop III: „Qualifizierung im Holzbau“

Ort: WIP – Wissenschaftspark Trier
Datum/Zeit: Donnerstag, den 30. Oktober 2008 (13:00-19:00)
Moderation: Marco van Elkan, Inmit
Martin Grünebaum, KOMMA Landesforsten Rheinland-Pfalz

In Zeiten von Fachkräftemangel und eines sich verschärfenden Wettbewerbs ist Qualifizierung zu einem wichtigen Handlungsfeld zur Sicherung der aktuellen und zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit geworden. Die Herstellung qualitativ hochwertiger Produkte unter Verwendung neuer Materialien und neuer Verfahrenstechniken, das Herausbringen von Innovationen sowie die zunehmende Internationalisierung stellen in einer komplexer werdenden Wirtschaftswelt besondere Anforderungen an die Qualifikation der Beschäftigten und Unternehmer/-innen.

Der beruflichen Ausbildung, aber auch betrieblichen sowie überbetrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen kommt in diesem Kontext hohe Bedeutung zu. Dies spiegeln auch die Ergebnisse der Unternehmensbefragung wieder (INMIT/FAWF 2008). Von den befragten Holzbauunternehmen wurde dabei der Bereich „Qualifizierung“ als ein wichtiges Handlungsfeld mit besonderem Kooperationsbedarf benannt. Als Querschnittsthema haben berufsqualifizierende Maßnahmen ganz wesentlichen Einfluss auf die produzierte Qualität und die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens.

2.3.1 Impulse/Thematischer Input (Block 1)

2.3.1.1 Begrüßung und Vorstellung der Initiative Forst & Holz

Nach der Begrüßung durch Herrn Marco van Elkan (Inmit) ordnete Herr Hubertus Mauerhof, Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz (MUFV) das Projekt in die Forstpolitik der Landesregierung ein und hob die hohe Bedeutung der Clusterentwicklung hervor.

Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holz und themenrelevanter Ergebnisse

Herr Marco van Elkan (Inmit) und Herr Dr. Stefan Seegmüller (FAWF) stellten themenrelevante Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung im Rahmen des Dachprojekts vor (siehe Präsentation im Anhang).

2.3.1.2 Interviews mit externen Branchenvertretern zum Thema: Strategien gegen den Fachkräftemangel / Qualifizierung im Holzbau“

Interviewrunde I: Qualifizierung im Holzbau aus Sicht eines Architekten / Qualifizierung von Multiplikatoren

Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit

Interviewpartner: Hubertus Hillinger, Architektur9+, Trier

Herr Hillinger, Partner bei Architektur9+, stellte in seinen Ausführungen zunächst einige von seinem Architekturbüro realisierte Holzbauprojekte sowohl im Wohn- als auch im Kommunalbau vor. Vielbeachtet ist u.a. das in Holzbauweise errichtete Gemeindehaus in Lorscheid, bei dem Architektur9+ federführender Planer war.

Die geringe Bedeutung während des Studiums, sehr spärliche Versorgung mit Produktinformationen sowie den höheren Planungsaufwand führte Hillinger als Gründe, die für den Planer gegen eine stärkere Nutzung des Baustoffes Holz sprechen. Verstärkt wird dies noch durch das weitverbreitete oftmals mit negativen Attributen behaftete Image des Werkstoffes Holz und durch fehlende oder nicht ausreichende Weiterbildungsangebote für Architekten/Planer. Qualifizierung von Multiplikatoren, aber auch die Initiierung imageverbessernder Maßnahmen bzw. Projekte (Holzbaupreise, Forschungsinstitute, die für ein höheres Qualitätsniveau im Holzbau stehen, etc.) würde nach Ansicht Hillingers zu einer Verbesserung der Wettbewerbssituation des Holzbaus beitragen.

Seiner Ansicht nach bergen Firmenzusammenschlüsse, nicht nur während des Baus, sondern bereits während der Planungsphase und die Einbindung spezialisierter Holzbau-Architekten erhebliche Optimierungspotenziale in sich.

Interviewrunde II: Betriebliche Aus- und Weiterbildung

Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit

Interviewpartner: Sabine Fusenich, Ochs GmbH, Kirchberg
Tanja Klassen; Berufsbildende Schule Prüm
Dr. Matthias Schwalbach, HWK Trier

Innerhalb des Interviews wurden von verschiedenster Seite Probleme im Bereich Kommunikation angesprochen, sowohl zwischen Ausbildungsbetrieb und Schule als auch zwischen Handwerkskammer und Ausbildungsbetrieb. Nach Ansicht Aller sollte hier eine engere Kooperation und Kommunikation etabliert werden (Stichwort: Monatsreporting).

Die Idee eines Ringtauschs von Auszubildenden als neue Form der Ausbildung zwischen Unternehmen wurde von den Workshop-Teilnehmern als sehr skeptisch angesehen. Von den anwesenden Unternehmensvertretern wurde hierbei insbesondere die zu geringe Verweildauer des Auszubildenden im eigenen Ausbildungsbetrieb bemängelt.

Von Unternehmensseite wurde gewünscht, dass besonders zu Beginn der Ausbildung verstärkt eine fachbezogenere Ausbildung angestrebt werden sollte. Aufgrund der

Gruppengröße werden bisher zu Beginn der Ausbildung in vielen Fällen alle Bauberufe gemeinsam unterrichtet. Kleinere Klassengrößen und die Übernahme von fachbezogenen Lehraufträgen durch Meister aus den Ausbildungsbetrieben (u.a. zur Vermittlung von Spezialwissen im Umgang mit Maschinen, neuen Werkstoffen etc.) wurden als Wege zur Verbesserung der Ausbildungsqualität angeregt.

Zum Thema Rekrutierung der Auszubildenden wurde von der Workshopgruppe eine stärkere Einbindung der Abschlussklassen der Haupt- und Realschulklassen in den betrieblichen Ablauf in Form von z.B. Schulerkundungstouren vorgeschlagen. Auch die stärkere Bindung von Kindern und Jugendlichen an das Thema Holz/Berufsleben durch holz-/berufsnahe Ferien- oder Freizeitangebote kam in diesem Zusammenhang zur Sprache (z.B. Angebot der HWK Koblenz: „Junior-Techniker“, „Junior-Kaufmann“ etc., „Schulerkundungswochen“).

Von unternehmerischer Seite wurde die Angebotsbreite (bezogen auf das Angebot der Handwerkskammern) als gut eingestuft. Was fehlt sind besonders Weiterbildungsangebote für Lehrer. In diesem Zusammenhang wurde von Frau Klassen die Schaffung von praxisnahen Angeboten für Lehrer oder die Einladung von Lehrern zu Informationsveranstaltungen (z.B. der Innungen, Verbände etc.) angeregt. Von unternehmerischer Seite wurden Mitarbeiterschulungs- und -weiterbildungsangebote der Fachhochschule (in Kooperation mit den Kammern) zu technischen Neuerungen, Bauphysik, Altbausanierung etc. gewünscht („Höhere Qualifikation bewirkt höhere Qualität“).

Dr. Schwalbach regte ein Art „Meister-Plus“-Premiumkonzept zur Fortbildung über den Meisterbrief hinaus an. Hierzu sind noch speziellere Angebote zu schaffen.

Die meist sehr technisch ausgerichteten Qualifizierungsangebote der Handwerkskammer sind nach Ansicht von Dr. Schwalbach in Zukunft durch verstärkte gestalterische Aktivitäten auszubauen (z.B. Gestaltung mit Holz-Werkstoff-Kombinationen). Darüber hinaus sieht Dr. Schwalbach derzeit Verbesserungspotenziale bei der Ausbildung von Handwerkern im Bereich Planung. Selbst während der Meisterausbildung ist dieser Teilbereich seiner Meinung nach noch unterrepräsentiert (Schaffung eines gemeinsamen Kursangebotes für Architekten/Planer und umsetzende Handwerker).

Interviewrunde III: Akademische Holzbauausbildung und Duale Hochschule Rheinland-Pfalz

Moderation: Marco van Elkan, Geschäftsführer des Inmit

Interviewpartner: Prof. Dr. Rüdiger Falk, Duale Hochschule Rheinland-Pfalz, Koblenz
Prof. Dr.-Ing. Tino Schatz, Fachhochschule Trier

Zu Beginn des Interviews stellte Herr Prof. Dr. Schatz die derzeitige akademische Holzbauausbildung an der Fachhochschule Trier vor und ordnete sie in die bundesweite Forschungs- und Ausbildungslandschaft ein. In den meisten Fällen wird Holzbau lediglich als ein Bestandteil der Bauingenieurausbildung gelehrt, was den geringen zeitlichen Aufwand, den die Studierenden diesem Fach widmen, erklärt. Für Forschung bleibt an Fachhochschulen in der Regel kaum Platz, da oftmals personelle und zeitliche Gründe entgegenstehen. Lediglich in sehr eingeschränktem Maße ist Forschung an einer

Fachhochschule möglich (Vergabe von Diplomarbeiten zu interessanten Forschungsfeldern). Weitergehende bzw. intensivere Forschung ist jedoch aufgrund der Struktur der Fachhochschullehrstühle (aufgrund fehlender personeller, finanzieller und zeitlicher Ressourcen) oftmals nicht oder nur sehr bedingt möglich. Die Anregungen aus den vorherigen Gesprächsrunden bezüglich der Schaffung neuer Weiterbildungsangebote an der Fachhochschule Trier wird Herr Prof. Schatz prüfen.

Desweiteren wurden aus der Workshop-Gruppe engere Kooperationen zwischen Fachhochschule und Unternehmen bei der Vergabe von praxisnahen Forschungsaufträgen (Diplomarbeiten) sowie Exkursionen zu Holzbauunternehmen, die den Studierenden einen tieferen Einblick in Unternehmen bieten, angeregt.

Im weiteren Verlauf des Interviews stellte Herr Prof. Dr. Falk die duale Hochschule Rheinland-Pfalz vor. Hierbei ist die gegenseitige Anerkennung von Leistungen sowohl von betrieblicher/schulischer Seite als auch von akademischer Seite einer der Herausforderungen für die Umsetzung des Konzeptes. Prinzipiell sind unter bestimmten Voraussetzungen auch duale Studiengänge für den Holzbau möglich. Solche kombinierten Lösungen sind nicht nur für den Ausbildungsbereich durchführbar, auch im Zuge der oben angesprochenen „Meister-Plus-Idee“ wäre eine Weiterbildung auf akademischen Niveau mit Erlangung des akademischen Grades Bachelor als Premiumangebot zukünftig denkbar.

2.3.2 Erarbeitung von konkreten Projektideen (Block 2)

Der zweite Block der Veranstaltung widmet sich der Erarbeitung konkreter Projektideen. Hierzu wurden - wie bereits oben beschrieben - per Kartenabfrage Projektideen gesammelt und anschließend bewertet (Kap. 1.2).

Folgende Themenfelder, zu denen die Workshop-Teilnehmer Projektideen nennen konnten, haben sich aufgrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung sowie der Diskussionen während des Workshops als für die Branche besonders wichtig erwiesen und wurden daher in der weiteren Bearbeitung aufgegriffen:

- **Verbesserte Ausbildung**
- **Verbesserte Weiterbildung**
- **Unterstützende Maßnahmen**

Die Kartenabfrage und die anschließende Clusterung (Benennung von Oberbegriffen) sowie deren Bewertung durch die Workshop-Teilnehmer ergab folgendes Bild:

Tabelle 3: Ergebnisse der Kartenabfrage⁵ (WS III)

Themenfelder	Rang	Oberthemen
Verbesserte Ausbildung	1	Werbung für Holzberufe
	2	Überbetriebliche Ausbildung
	2	Betreuung in der Ausbildung
	3	Holzbau-Lehrstuhl in Rheinland-Pfalz
	3	Praxisbezogene akademische Ausbildung
	4	Auswahl Azubis
	5	Neue Wege in der betrieblichen Ausbildung
Verbesserte Weiterbildung	1	Praxisbezogene akademische Weiterbildung
	2	Zielgruppenorientierte Weiterbildung
	2	Gestalten von strukturierten Weiterbildungsangeboten
	2	Weiterbildung in Netzwerken
	3	BWL-Weiterbildung

Quelle: INMIT

Der Bereich „Werbung für Holzberufe“ genießt im Themenfeld „Verbesserte Ausbildung“ mit deutlichem Abstand höchste Priorität. An zweiter Stelle folgen Projektideen zu den Oberbegriffen „Überbetriebliche Ausbildung“ sowie „Betreuung während der Ausbildung“. Im Bereich „Verbesserte Weiterbildung“ lag der Projektfokus eindeutig auf einer Verbesserung des akademischen Weiterbildungsangebot, im Speziellen wurden hier Fachhochschul-Weiterbildungsangebote (z.B. im Bereich Bauphysik) sowie ein Ausbau dualer Studiengänge (im Rahmen der Dualen Hochschule Rheinland-Pfalz) für den Holzbau genannt.

Die in Tabelle 3 aufgeführten Oberbegriffe stellen lediglich einen kleinen Teil der Ergebnisse des Ideenworkshops „Qualifizierung im Holzbau“ dar. Eine Liste aller generierten Projektideen ist im Anhang zu finden.

⁵ mit Priorisierung der Oberthemen

Literatur

BEHRENDT, S.; HENSELING, C.; ERDMANN, L.; KNOLL, M. (2007): *Holzwende 2020plus: Trendreport – Zukunftstrend für das Bauen mit Holz, Wuppertal.*

INSTITUT FÜR MITTELSTANDSÖKONOMIE AN DER UNIVERSITÄT TRIER E.V. (INMIT); FORSCHUNGSANSTALT FÜR WALDÖKOLOGIE UND FORSTWIRTSCHAFT (FAWF) (2008): *Entwicklung von Initiativfeldern und konkreten Anknüpfungspunkten für ein regionales Clustermanagement, Zwischenbericht zum Projekt: Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald – Dachprojekt zur Clusterentwicklung-, Trier/Trippstadt.*

KNAUF, M.; FRÜHWALD, A. (2004): *Trendanalyse Zukunft Holz, Delphistudie zur Entwicklung der deutschen Holzindustrie, Bielefeld.*

SEEGMÜLLER, S. (2005): *Die Forst-, Holz- und Papierwirtschaft in Rheinland-Pfalz. Mitteilungen aus der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz 57.*

SEEGMÜLLER, S. (2007): *Regionale Konzentrationen in der rheinland-pfälzischen Forst-, Holz- und Papierwirtschaft. Trippstadt: Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz.*

Anhang

Ideenworkshop I: „Marketingkooperationen im Holzbau“	26
Ideenworkshop II: „Qualitätskooperationen“	73
Ideenworkshop III: „Qualifizierung im Holzbau“	147

Ideenworkshop I: „Marketingkooperationen im Holzbau“



Agenda zum Themen-Workshop „Marketingkooperationen“

- Donnerstag, 23. 10 2008, 13.00 – 19.00 Uhr •
- Gala-Restaurant in der Stadthalle Ransbach-Baumbach •

Begrüßung und Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holzbau

Marco van Elkan

Geschäftsführer des Inmit

Dr. Stefan Seegmüller

Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft

Vortrag zum Thema: „Vermarktungspotenziale im Holzbau“

Manfred Filippi

Holzabsatzfonds

Kurze Pause

Vorstellung der Dachmarken: ZimmerMeisterHaus und 81 fünf

Vortrag: **Vorstellung der Dachmarke „ZimmerMeisterHaus“**

Wilhelm Bauer

Geschäftsführer von ZimmerMeisterHaus

Interview: **Vorstellung der Dachmarke „81fünf“**

Marco van Elkan (Moderation des Interviews)

Josef Liesch

LIFE-Holzbau (81fünf)

Interviewrunde zum Thema: „Export/Internationalisierung“

Marco van Elkan (Moderation der Interviewrunde)

Rolf Weidmann

HWK Koblenz

Manfred Filippi

Holzabsatzfonds

Kurze Pause

Generierung und Bearbeitung konkreter Projektideen zu den Themen: „Internationale Märkte“ und „Kooperative Vermarktungsansätze im Holzbau“

Moderation:

Marco van Elkan

Geschäftsführer des Inmit

Martin Grünebaum

KOMMA

Schlusswort

Martin Grünebaum (KOMMA)

Ausklang (Imbiss und kleiner Umtrunk)



Cluster Forst & Holzbau Rheinland-Pfalz

Dachprojekt zur Clusterentwicklung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

Ideen-Workshop „Marketingkooperationen“
23. Oktober 2008, Gala-Restaurant der Stadthalle Ransbach-Baumbach

Teilnehmer/-innenliste

Name	Institution/Position	Adresse
<i>Bauer, Wilhelm</i>	ZimmerMeisterHaus	Stauffenbergstraße 20, 74523 Schwäbisch Hall
<i>Elkan, Marco van</i>	Inmit - Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier
<i>Filippi, Manfred</i>	Holzabsatzfonds	Godesberger Allee 142-148, 53175 Bonn
<i>Grünebaum, Martin</i>	Kommunikation und Marketing der Landesforsten (KOMMA)	Neupfalz, 55442 Stromberg
<i>Holzer, Hans-Robert</i>	Glunz AG	Industriegebiet, 56759 Kaisersesch
<i>Johann, Hermann</i>	Kreisverwaltung Cochem-Zell	Endertplatz 2, 56812 Cochem
<i>Kebbel, Manfred</i>	Holzkompetenzzentrum Nettersheim	Römerplatz 12, 53947 Nettersheim
<i>Kohler, Uwe-André</i>	Holzabsatzfonds	Oberherrlinger Straße 84, 89134 Blaustein
<i>Mauerhof, Hubertus</i>	Ministerium für Umwelt Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz; Abteilung Forsten	Kaiser-Friedrich-Straße 1, 55116 Mainz
<i>Liesch, Josef</i>	LIFE HOLZBAU	Auf Dornbruch 10, 56288 Kastellaun
<i>Pröbstl-Strödter, Theresia</i>	Schlag & Pröbstl Zimmerei – Holzbau - Holzhandel	Waldstraße 16, 56414 Herschbach/OWW
<i>Seegmüller, Dr. Stefan</i>	Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz	Hauptstraße 16, 67705 Trippstadt
<i>Schmitt, Thomas</i>	Inmit - Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier
<i>Weidmann, Rolf</i>	HWK Koblenz	Rizzastraße 24-26, 56068 Koblenz

Präsentation des Dachprojekts (WS I)

Marco van Elkan, Inmit

Dr. Stefan Seegmüller, FAWF



Landesforsten
Rheinland-Pfalz



Rheinland-Pfalz
Ministerium für Umwelt, Planung
und Wirtschaft



inmit
Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V.

Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

Dachprojekt zur Clusterentwicklung

- Ideenworkshop Marketingkooperationen im Holzbau -

Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V. (Inmit),
Landesforsten Rheinland-Pfalz mit
der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft (FAWF)
und Kommunikation und Marketing (KOMMA)

Ransbach-Baumbach, 23.10.2008



Einführung und Ziele des Ideenworkshops



**„Auf Dauer werden nur die Unternehmen
Erfolg haben, die auf die Kraft von
Netzwerken bauen“**

Michael E. Porter, Harvard Business School



Einführung und Ziele des Ideenworkshops

Voraussetzungen für die Förderung von Clustern durch die Politik

- _ Konkrete Anknüpfungspunkte bzw. Kompetenzfelder müssen vorhanden sein
- _ Vorhandensein einer kritischen Masse aktiver und sich ergänzender Akteure
- _ Akteure müssen sich mit dem Cluster identifizieren
- _ Akteure müssen die Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Unternehmen in einem Cluster aufzeigen



Dachprojekt

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Potenzial- und Machbarkeitsanalyse zur Clusterbildung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

- _ Identifikation der Akteure
- _ Ist die Agglomeration zufällig entstanden oder Ergebnis einer Clusterbildung?
- _ Ermittlung des Kooperationsbedarfs und der -bereitschaft der Akteure
- _ Ermittlung des Bedarfs an weiteren unterstützenden Maßnahmen und Infrastrukturen



Modularer Projektaufbau

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Modul 1

Regionale Cluster-Akteure

✓

↓

Modul 2

Kundenwertketten der Region und Bedarf der Akteure zur Clusterbildung

✓

↓

Modul 3

Initiativfelder und konkrete Anknüpfungspunkte der Clusterbildung

←

↓

Modul 4

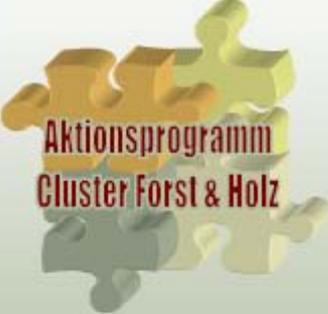
Erarbeitung Aktionsprogramm





Entwicklung eines mittelfristigen Aktionsprogramms

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

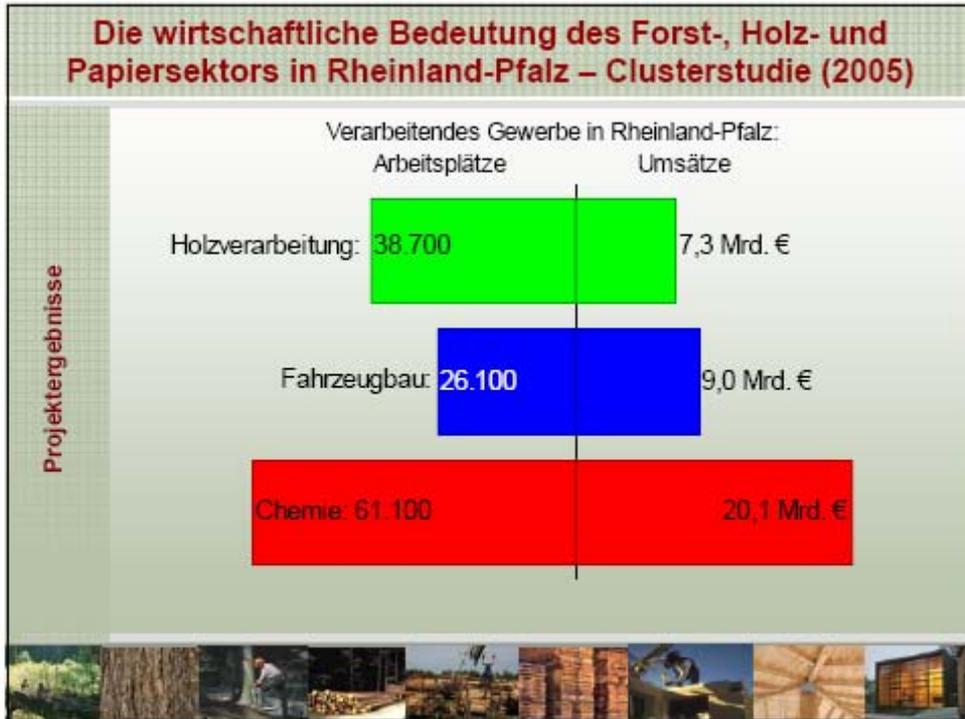


**Aktionsprogramm
Cluster Forst & Holz**

Aktionsprogramm...

- _ gibt den bedarfsorientierten Rahmen vor
- _ Fokus auf das Mehrwert-Potenzial der Maßnahmen
- _ Kooperationsorientiertes Konzept
- _ Engagement der Cluster-Akteure







Regionale Kundenwertketten

Projektresultate

Handwerklicher Holzbau

- ☛ regionaler Ein- und Verkauf
- ☛ eher standardisierte Vorleistungen
- ☛ endkundenferner Kundenauftragsentkopplungspunkt
- ☛ eher qualitätsorientierte Kooperationen

Regionale Versorgungsketten



Gemeinsame Vermarktung und gemeinsame Messeauftritte

In welchen Bereichen sehen Sie am ehesten den Bedarf für künftige Kooperationen?

Projektresultate



Bereich	Prozent
Elektronischer Geschäftsverkehr/IT-Netzwerk	8,4%
Logistik	20,8%
Qualitätssicherung	35,1%
Entwicklung neuer Produkte	32,7%
Gemeinsame Vermarktungsaktivitäten	48,6%
Messeauftritte	21,3%
Aus- und Weiterbildung	23,8%
Sonstige	8,4%

➔ **Vermarktung genießt die höchste Priorität**





Gemeinsame Vermarktung und gemeinsame Messeauftritte - Bedarfe der Holzbau-Unternehmen -

Vorstellung themenrelevanter Befragungsergebnisse und Bedarfe

Bedarfe der Holzbau-Unternehmen

- _ „Zwang“ zur regionalen Ausdehnung / Vergrößerung des Angebotspektrums spiegelt sich in den Wünschen der Unternehmen wider
- _ Exportförderung
- _ gemeinsame Messeauftritte, „Dachmarkenbildung“, „Alles-aus-einer-Hand“-Angebote als Projektfelder

Kapazitätsaspekte und Realisierung von Kostensenkungspotenzialen stehen im Vordergrund

Gemeinsame Vermarktung und gemeinsame Messeauftritte - Bedarfe der Holzbau-Unternehmen -

Vorstellung themenrelevanter Befragungsergebnisse und Bedarfe

Handwerklicher Holzbau

- _Einsatz klassischer Werbung
- _Teilnahme an regionalen Messen
- _“Leistungen-aus-einer-Hand“
- _Zusammenarbeit in Arbeitsgemeinschaften (ARGE)

Industrieller Holzbau

- _Zusammenarbeit mit Lieferanten in Online-Medien
- _Teilnahme an größeren Messen



Gemeinsame Vermarktung und gemeinsame Messeauftritte – weitere Maßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

Vorstellung themenrelevanter Befragungsergebnisse und Bedarfe

Durch welche sonstigen – extern unterstützten – Maßnahmen kann die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen des Holzbaus in ihrer Region insgesamt verbessert werden?

Maßnahme	Anteil (%)
Zentrales Marketing zur Verbesserung des Images von Holz als Werkstoff	61,9%
Überbetriebliche Aus- und Weiterbildung / Qualifizierungsmaßnahmen	58,6%
Hilfestellung bei der Vermarktung	53,0%
Gemeinschaftsstände auf Messen	48,4%
Unterstützung bei der Erschließung neuer, auch internationaler Absatzmärkte	44,7%
Unterstützung bei F&E-Projekten	39,1%
Einführung regionaler Qualitätszertifikate	36,7%
Technologietransferprojekte zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen	33,5%
Unternehmensexterne Durchführung von Markt- und Absatzanalysen	30,2%
Sonstige	11,6%

■=216



Vermarktungspotenziale im Holzbau (WS I)

Manfred Filippi, Holzabsatzfonds

IMPULS DES QUALITÄTSCHEM RECHNIZ
HÖLZVERZVLSEONDZ

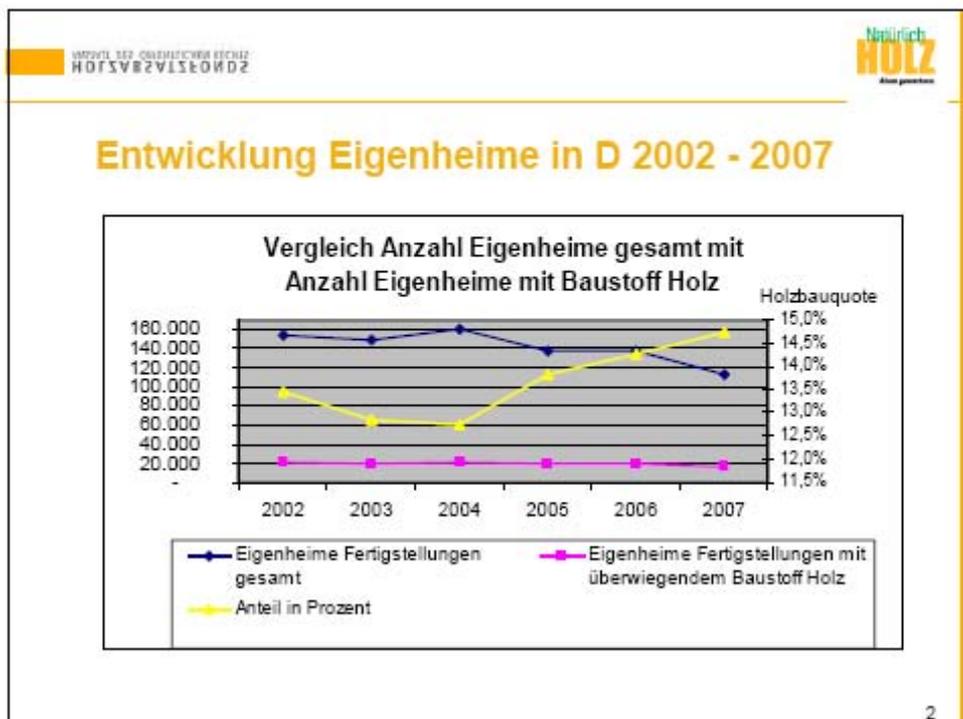
Themenworkshop „Marketingkooperationen“

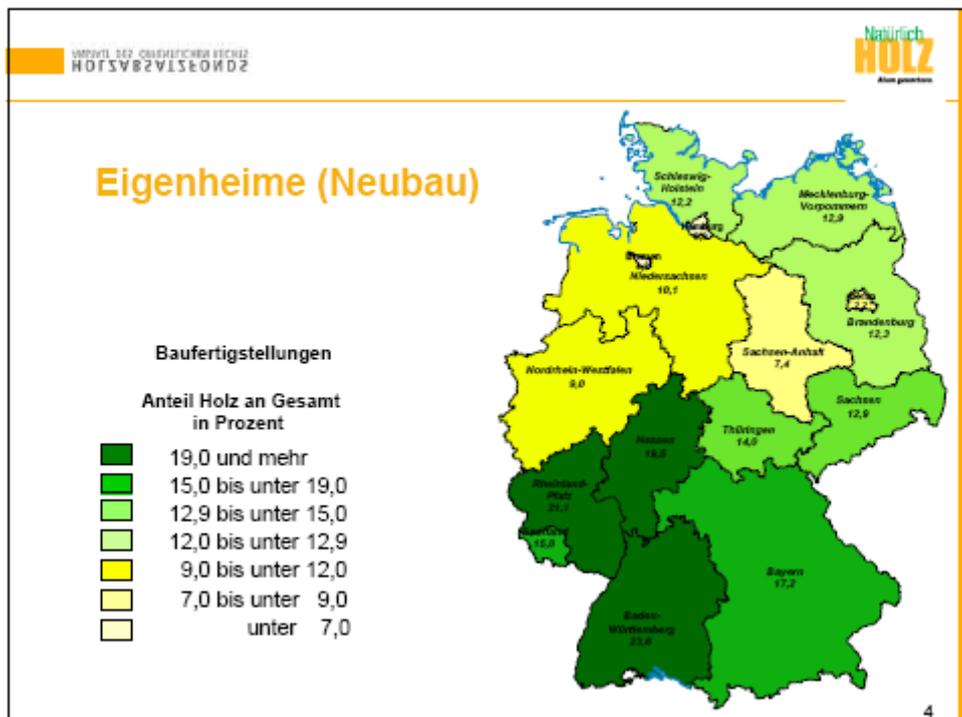
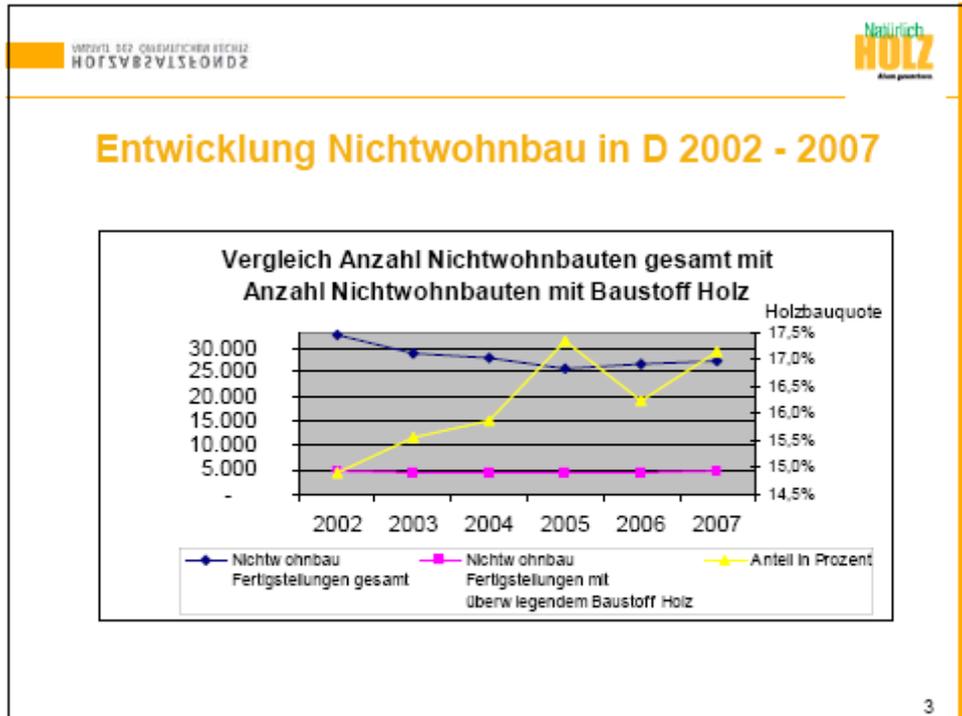


Vermarktungspotenziale im Holzbau, Ransbach-Baumbach, 23. Oktober 2008

Manfred Filippi, Holzabsatzfonds, Bonn

INFORMATIONSDIENST **HOLZ**  GERMANTIMBER





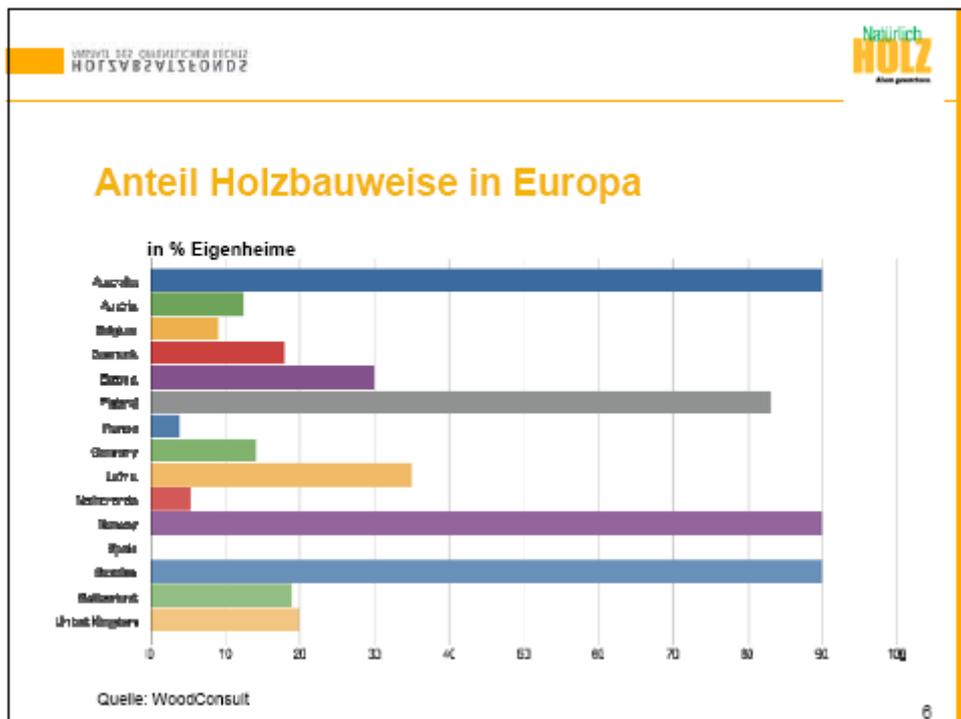
UNIVERSITÄT DER OBERSCHLESISCHEN TECHNIK
HUTTSCHAUERSTRASSE 7

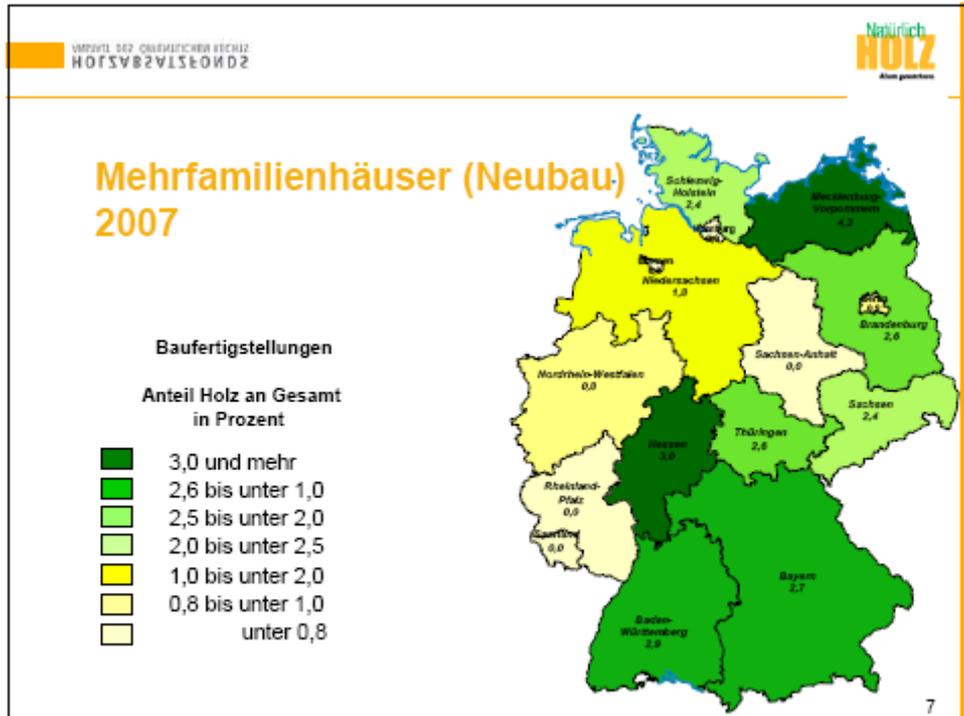
Natürlich
HOLZ
Aussagen

Eigenheime (Neubau) 2007

Bundesländer	Fertigstellungen Gesamt Gebäude 2007	Eigenheime davon Fertigstellungen mit überwiegendem Baustoff Holz Gebäude 2007	Anteil In % 2007	Veränderung des Marktanteils Holz In Prozentpunkten zum Vorjahr 2006/2007
Schleswig-Holstein	4.977	609	12,2	0,6
Hamburg	1.148	36	3,0	-0,3
Niedersachsen	11.901	1.206	10,1	1,1
Bremen	573	28	4,8	2,7
Nordrhein-Westfalen	23.680	2.143	9,0	0,4
Hessen	7.004	1.364	19,5	-0,6
Rheinland-Pfalz	8.074	1.701	21,1	0,6
Baden-Württemberg	15.060	3.554	23,6	1,3
Bayern	22.001	3.789	17,2	0,5
Saarland	1.233	194	15,8	-0,4
Berlin	2.199	168	7,7	-2,3
Brandenburg	5.256	646	12,3	-0,4
Mecklenburg-Vorpommern	2.333	300	12,9	-0,2
Sachsen	3.329	429	12,9	-1,0
Sachsen-Anhalt	1.960	145	7,4	-0,6
Thüringen	1.864	262	14,0	-0,1
Deutschland	112.692	16.670	14,7	0,5

5





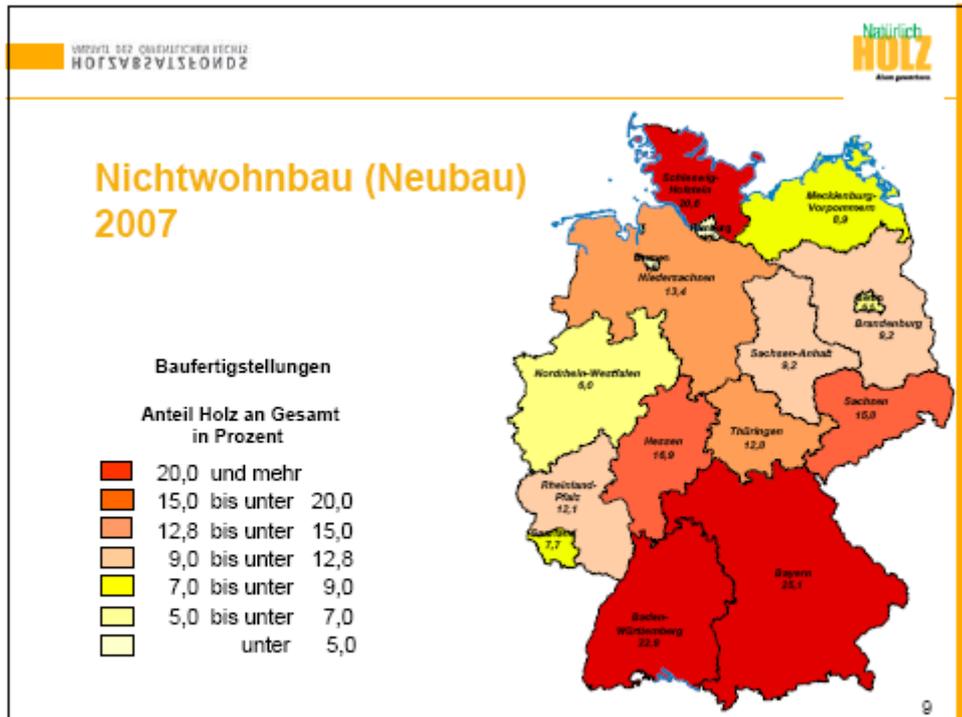
UMWELT, BEZ. QUALITÄTSCHEIN BEZUGS
HOLZVERWERTUNG

Natürlich
HOLZ
Aussagen

Mehrfamilienhäuser (Neubau) 2007

Bundesländer	Mehrfamilienhäuser davon			Veränderung des Marktanteils Holz in Prozentpunkten zum Vorjahr 2006/2007
	Fertigstellungen Gesamt Gebäude 2007	Fertigstellungen mit überwiegendem Baustoff Holz Gebäude 2007	Anteil in % 2007	
Schleswig-Holstein	225	5	2,4	-2,3
Hamburg	170	0	0,0	-1,7
Niedersachsen	543	10	1,8	-1,5
Bremen	33	0	0,0	0,0
Nordrhein-Westfalen	1.757	15	0,8	-0,3
Hessen	603	18	3,0	-1,9
Rheinland-Pfalz	358	0	0,0	-4,5
Baden-Württemberg	1.633	48	2,9	0,3
Bayern	1.699	45	2,7	1,0
Saarland	49	0	0,0	0,0
Berlin	72	1	0,8	-2,3
Brandenburg	93	2	2,6	0,6
Mecklenburg-Vorpommern	179	8	4,3	-0,3
Sachsen	83	2	2,4	-1,9
Sachsen-Anhalt	62	0	0,0	-2,5
Thüringen	78	2	2,6	-8,5
Deutschland	7.847	168	2,0	-0,5

8



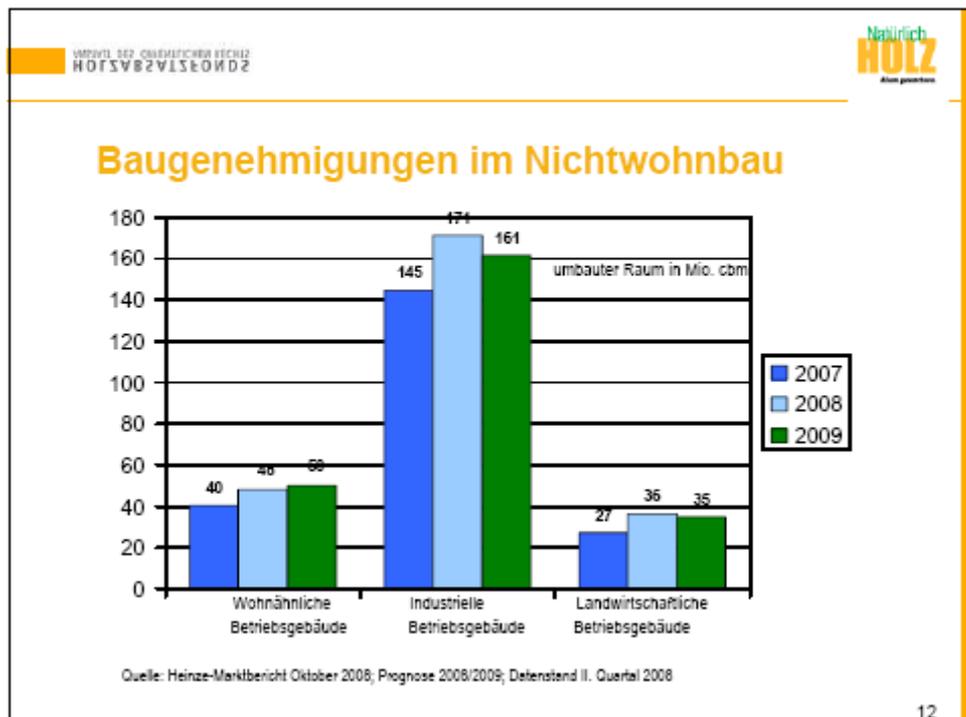
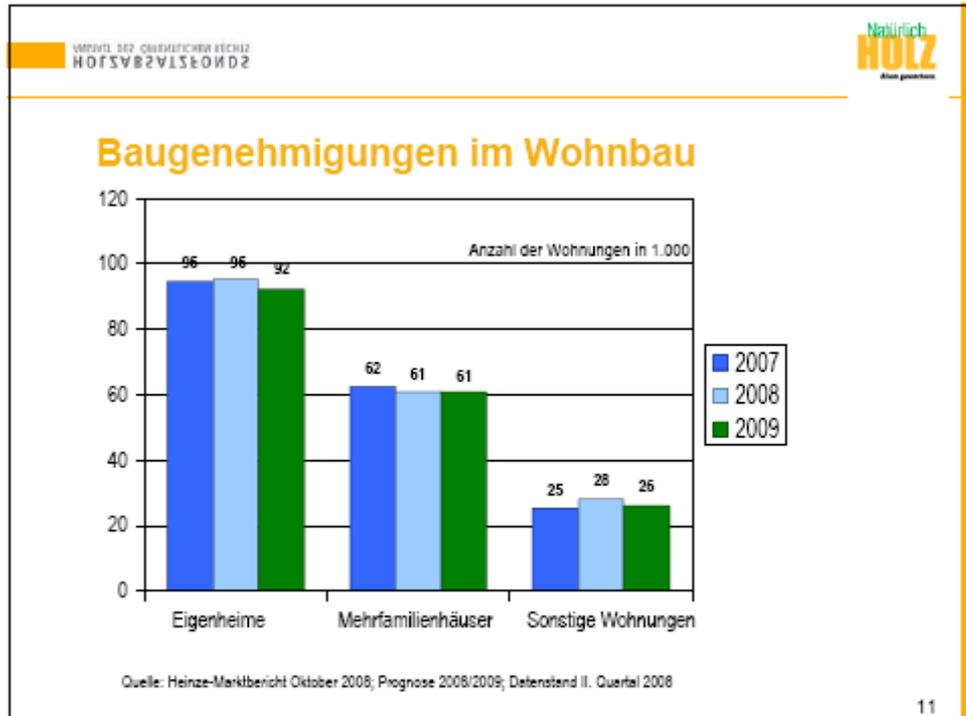
UNIVERSITÄT DER OBEROBERSCHLESISCHEN TECHNISCHEN HOCHSCHULE WROCLAW

Natürlich HOLZ
Aussagen

Nichtwohnbau (Neubau) 2007

Bundesländer	Nichtwohnbau		Anteil in % 2007	Veränderung des Marktanteils Holz in Prozentpunkten zum Vorjahr 2006/2007
	Fertigstellungen Gesamt Gebäude 2007	davon Fertigstellungen mit überwiegender Baustoff Holz Gebäude 2007		
Schleswig-Holstein	1.216	250	20,6	3,9
Hamburg	133	5	4,0	-2,0
Niedersachsen	3.781	507	13,4	-1,9
Bremen	123	2	1,9	-1,3
Nordrhein-Westfalen	3.489	208	6,0	-0,1
Hessen	1.626	276	16,9	-0,8
Rheinland-Pfalz	1.399	169	12,1	0,7
Baden-Württemberg	3.744	859	22,9	2,2
Bayern	7.633	1.918	25,1	2,4
Saarland	253	19	7,7	0,1
Berlin	197	13	6,5	2,6
Brandenburg	604	56	9,2	-0,2
Mecklenburg-Vorpommern	332	29	8,9	0,7
Sachsen	1.311	207	15,8	0,7
Sachsen-Anhalt	683	63	9,2	1,5
Thüringen	734	94	12,8	-1,1
Deutschland	27.268	4.876	17,2	0,8

10



UNIVERSITÄT DER OSTBAYRISCHEN HOCHSCHULE FORSTWIRTSCHAFTLICHE UNIVERSITÄT

Naturlich
HOLZ
Mehr geschichte



::: Vermarktungspotenziale im Holzbau ::: Visionen ?

13

UNIVERSITÄT DER OSTBAYRISCHEN HOCHSCHULE FORSTWIRTSCHAFTLICHE UNIVERSITÄT

Naturlich
HOLZ
Mehr geschichte



Entwicklung des Holzbaus im Wohnungsbau

- 1991: 6,1 %
- 1995: 9,1 %
- 2000: 12,9 %
- 2005: 13,8 %

14

VERBODEN DEEL OVERNEMING RECHTEN
HOUTSVANZELINGEN



**Isolationhaft des Dachstuhls
oder
neue Visionen ?**

15

VERBODEN DEEL OVERNEMING RECHTEN
HOUTSVANZELINGEN



Betriebliche Innenansicht

16

UNIVERSITÄT DER OBERÖFFERER REGION
HÖRSVBRZVLSEONDZ

Mehrheit
HOLZ
Alles verbindet



Material Holz: Die Außensicht

17

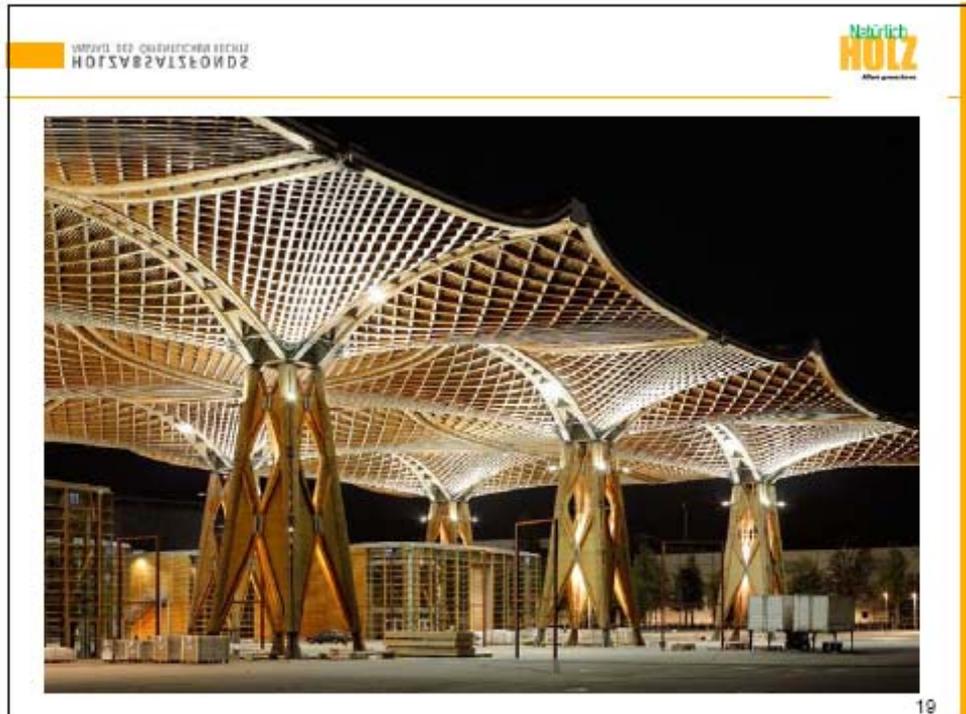
UNIVERSITÄT DER OBERÖFFERER REGION
HÖRSVBRZVLSEONDZ

Mehrheit
HOLZ
Alles verbindet



Neue Akteure
Neue Visionen

18



VERBUND DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZVERWERTUNG



Natürlich
HOLZ
Macht uns glücklich

Vision 1

- Kleine Gemeinde in RP
- 2.800 ha Wald, 15.000 fm Einschlag
- Gute Infrastruktur und Anbindung
- Zuwachs 300 E seit 1995
- Weiteres Wohngebiet: 30 WE in Holzbauweise in Südlage
- Bauökologie, Baubiologie, nachhaltiger Siedlungs- und Wohnungsbau
- Weitere Kommunen warten auf Erfahrungen
- Ziel: Pilotprojekt mit Übertragbarkeit auf andere Regionen

20

VERBUND DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HÖLZVERBÄNDLICHE



Vision 2

Ausgangssituation

- Nichtwohnbau: Holzbauquote 17,2 %
- Wirtschaftsbau: Holzbauquote 2-3 %
- Geringe Präsenz von Holzbaunternehmen
- Fehlende Größe und Erfahrung

Perspektive

- Zunehmende ökonomische Wettbewerbsfähigkeit
- Ökologische CI-Profile
- Nachhaltiges Bauen
- Technische Kompetenz



21

VERBUND DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HÖLZVERBÄNDLICHE



Vision 3

Ausgangssituation: Bauträger hat bislang konventionell „das Feld bestellt“, verfolgt in einem begrenzten Projektrahmen ökologische Angebotslinie: 20 Tafelhäuser in Holzrahmenbauweise.

22

VERBUND DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZVERWERTUNGSGEWERBE

Natürlich
HOLZ
Alles anders



Vision 4

Nachhaltiges Bauen
::: Energieeffizienz

23

VERBUND DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZVERWERTUNGSGEW

Natürlich
HOLZ
Alles anders



Vision 5

3 Fliegen auf einen Streich in Zeiten des demografischen Wandels

24

IMPULS DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZBAU

Natürlich
HOLZ
Mehr gewonnen



Vision 6
War da nicht was ?
BUGA 2011 in Koblenz !
Loebecketurm, Warburg

25

IMPULS DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZBAU

Natürlich
HOLZ
Mehr gewonnen



- Europäische Stammmärkte
- Internationale Leitmärkte
- Internationale Wachstums- und Zukunftsmärkte

26

IMPULS DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZVERWERTUNG

Nährlich
HOLZ
Alles gemacht



Vision 7

Zukunftsmarkt Türkei

Altstadt Istanbul

Quelle: bauen mit Holz

27

IMPULS DER ÖKOLOGISCHEN TECHNIK
HOLZVERWERTUNG

Nährlich
HOLZ
Alles gemacht

Vision 8

Informations- und Kontaktveranstaltungen in Zielmärkten

Türkei 2006 und 2007

Kontaktveranstaltung Türkei



Montag, 20. 02. November 2007
Bekking

BRANDSTADT

28

IMPACT DES ÖKOLOGISCHEN BEWUSSTSEINS
HOLZVERWERTUNG

Natürlich
HÖLZ
Alles gemeinsam

Vision 9

Neue Kunden auf internationalen Wachstums- und Zukunftsmärkten



29

IMPACT DES ÖKOLOGISCHEN BEWUSSTSEINS
HOLZVERWERTUNG

Natürlich
HÖLZ
Alles gemeinsam



Vision 10

Holzbau in Katastrophenfällen

30

UNIVERSITÄT DER SÜDPÄZIFISCHEN REGION
HOGTSV#2VLS&OH2Z

Natürlich
HOLZ
Mehr verbindet

Vision 11

Fachbesuche ausländischer Delegationen

Japanische Delegation 2008

UNIVERSITÄT DER SÜDPÄZIFISCHEN REGION
HOGTSV#2VLS&OH2Z

Museum für Holzbau in Garmisch-Partenkirchen
F+H 1900/1000 1000/1000



Fachbesuch japanische Delegation
2. - 4. Mai 2008
東京府建設庁 建設部
〒100-8501 東京都千代田区千代田

31

UNIVERSITÄT DER SÜDPÄZIFISCHEN REGION
HOGTSV#2VLS&OH2Z

Natürlich
HOLZ
Mehr verbindet

Vision 12

Fernost – wie weit lässt sich der Holzbau tragen ?



32

UMWELT DER CHANGIERENDEN TECHNIK
HOLZSVBZVLKONDZ

Natürlich
HOLZ
Besser gebaut

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !



33

Vorstellung der Dachmarke „ZimmerMeisterHaus“ (WS I)

Wilhelm Bauer, ZimmerMeisterHaus

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf! 

ZimmerMeisterHaus

Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg!

Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf! 



80 Mitgliedsbetriebe im deutschsprachigen Raum

16 starke Marktpartner der Baustoffindustrie

Kompetentes Berater-Netzwerk

Stand Mai 07

Entwicklung



- Gründung 1987 als Arbeitskreis ZimmerMeisterHaus beim LIV Bayern
- Maßgeblicher Anteil am starken Wachstum des handwerklichen Holzhausbaus, der im Jahr 2000 mit ca. 12.000 erstellten Häusern gleichauf mit der Fertighausind. ist.
- Seit 2002 eigene Geschäftsstelle und Geschäftsführung in Schwäbisch Hall. Derzeit Geschäftsführer plus 2 Mitarbeiter.



Die Organisation



Vereinigung ZimmerMeisterHaus e.V.

- Präsidium / Vorstände 5 Personen
- Marketingausschuss 4 Personen

ZimmerMeisterHaus Service GmbH

- Abwicklung aller Geschäfte
 - > Geschäftsbesorgungsvertrag
- Gesellschafter sind die Vorstände der Vereinigung
 - > Treuhandvertrag

ZimmerMeisterHaus®
...frei über den Kopf! 

Leistung der Gruppe

- 82 aktive Mitglieder in D, A und Lux
- Jahresumsatz ca. 236 Millionen €.
- Insgesamt ca. 2.000 Mitarbeiter
- ca. 1500 Objekte p. a.
Neubau, Anbau / Aufstockungen und
Objektbauten



ZimmerMeisterHaus®
...frei über den Kopf! 

Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg

Leistungsfelder der ZMH-Manufakturen

- ✓ Hausbau
- ✓ Aufstockung/Anbau
- ✓ Hauserneuerung/
Energet. Sanierung
- ✓ Objektbau



Hausbau



Aufstockung/Anbau



Hauserneuerung



Objektbau

Die ZimmerMeisterHaus-Manufakturen ZimmerMeisterHaus®
-frau Tisch drauf! 

Umsatz: 0,5 bis 7,0 Mio
im Schnitt: 2,95 Mio. €

Mitarbeiter: 5 bis 60
im Schnitt ca. 24

Architekt im Betrieb: 54 %

Reg. Marktführer: 36 %

Leistungsfähig in Planung und Technik



Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg ZimmerMeisterHaus®
-frau Tisch drauf! 

Leistungsfelder der Vereinigung ZMH

Die Marke	Marketing-Service für Mitgliedsbetriebe
Service und Dienstleistungen	Wissens- und Erfahrungsaustausch



Das Herzstück – Die Marke

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

**Die Marke
Zimmer
Meister
Haus®**

Jährlich über 1500
Objekte schaffen:

- Bekanntheit
- Vertrauen
- Begehrlichkeit

Wir
erfüllen
Lebens-
träume.

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

Bundesweite Präsenz - Pressearbeit

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

Modernisieren
LECHNER • STURPACH • KREATIV • SCHÖN
mit System

Dafür gibt's
Geld vom
Staat!

Eins draufgesetzt:
Mehr Wohnraum
durch Aufstockung

Die richtige Reihenfolge:
Termin und Kosten im Griff

Wenn für Küche und Bad, Tapeten und Mauer gestrichen,
Böden poliert, Möbel gelegt, Treckenbauwerke montiert

**Altes Haus
mit neuem Kern**

Küssen Sie
Ihr Haus
wacht!

Bundesweite Präsenz

ZimmerMeisterHaus®
-freilich drauf!



Anzeigen in Bauzeitschriften



Neubau
Aufstockung
Erneuerung

Küssen Sie Ihr Haus wach!

Individuell & preiswert, sauber & sicher:
Neubau, Hausemuerung, Anbau, Aufstockung oder Objektbau koordiniert und realisiert vom ZimmerMeisterHaus®-Partner aus Ihrer Region – führend im handwerklichen Holzhausbau.

Gratis-Katalog:
Info-Tel. gebührenfrei
(08 00) 964 02 66
info@zmfh.com
www.zmfh.com

20 JAHRE
ZimmerMeisterHaus®

Bundesweite Präsenz

ZimmerMeisterHaus®
-freilich drauf!

- www.zmfh.com
- Information
- Leistungsfähigkeit zeigen.
- Anfragen generieren



Willkommen in Ihrem neuen alten Haus.

ZimmerMeisterHaus®
-freilich drauf!

Auch bei der Erneuerung Ihres jetzigen Hauses ist ZimmerMeisterHaus® der beste Partner.

Mit uns erhalten Sie ein **gestricheltes Haus:**

- strich und 7 andere Anstriche
- neue Fenster und Türen
- neue Heizung und Haartechnik

Mit uns erhalten Sie ein **gestricheltes Haus:**

- neue Raumdecke
- neue Innentüren
- neues Bad
- gelbes Putzwerk

Mit uns erhalten Sie ein **gestricheltes Haus:**

- frische Farbe
- neue Dachdeckung
- neue Fenster

Schönheitswahn kommt an einer Hand gefasst, gelobt und bewundert. Schnell, wieder gut gemacht, ist was man sich wünscht, ist die Antwort.

Name:
Beruf:
Straße:
Postleitzahl:

Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

Marketing-service für ZMH-Betriebe

Professionelle Werbemittel zu bezahlbaren Preisen



Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

Vertriebsbegleitung

- Aktionshäuser / Wohnwelten
- Online Baubeschreibungen
- Präsentationstechnik Copic / CasCados
- Online CRM System

✓ Individuelle Unterstützung

✓ Praxisnah

✓ Gemeinsame Projekte realisieren

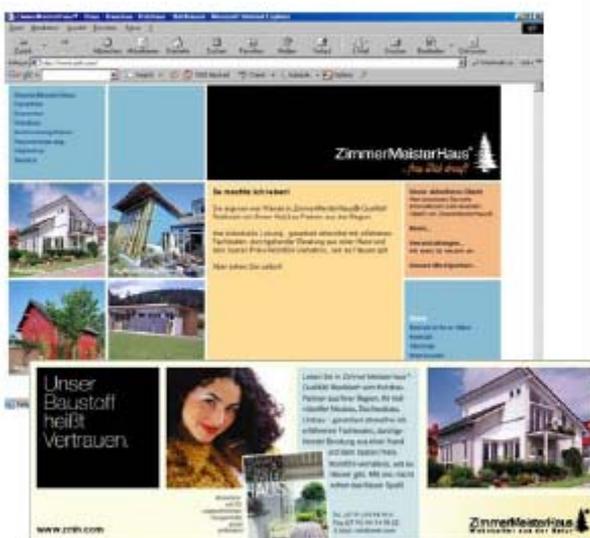


Mehr Kontakte zu Bauinteressenten

ZimmerMeisterHaus®
...freies Zick drauf!

Marketing-service für ZMH Betriebe

✓ Kontakte zu Bauinteressenten



The screenshot shows the ZimmerMeisterHaus website interface. It features a navigation menu on the left, a main content area with several house images, and a sidebar with additional information. The website is designed to showcase different house models and provide contact information for interested parties.

Das Profi-Netzwerk für mehr Erfolg

ZimmerMeisterHaus®
...freies Zick drauf!

Fortbildung und Erfahrungsaustausch

✓ Gezielt
✓ Offen
✓ Effektiv



The photograph shows a group of people in a professional setting, likely a meeting or training session. They are seated around a table, and one person is standing and presenting. The environment is modern and well-lit, suggesting a high-quality professional network.

- Im Frühjahr und Herbst jeweils eine 2-tägige Mitgliederversammlung mit Fachvorträgen, Erfahrungsaustausch und Betriebsbesicht.
- Schulungen speziell für den handwerklichen Holzhausbau

Die Kommunikation

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

- Regelmäßige Rundschreiben
- Passwortgeschützte Extranet



The screenshot displays a web interface for an extranet. At the top, there is a search bar and a navigation menu. The main content area is titled 'Anzeigenvorlagen als PDFs' and lists several PDF files with their respective sizes: 'AZ_Steck_Bla.pdf (165 K)', 'Anzeigenvorlage.pdf (184 K)', 'Werte_Faecher.pdf (184 K)', 'Werte_Umsatz.pdf (184 K)', 'Werte_Waerme.pdf (174 K)', and 'Werte_Waerme2.pdf (174 K)'. The interface is branded with the ZimmerMeisterHaus logo and tagline.

Voraussetzungen für erfolgreiche Netzwerke

ZimmerMeisterHaus®
...frei Dich drauf!

- Klare gemeinsam Ziele.
- Vertrauen in die Partner und deren Kompetenzen.
- Bereitschaft, Informationen, Wissen und Erfahrungen zu teilen und auch aufzunehmen > Keine „Eigenbrödler“
- Bereitschaft von allen in das Netzwerk zu investieren – keine „Mitnahme Mentalität.“
- Akteure, die motiviert die Vernetzung voran treiben
- Netzwerk-Manager, der die Aktivitäten organisiert und koordiniert. > Geschäftsstelle ...

(Angelehnt an Holzwende 2020 plus)

Ideenworkshop I: Projektideen (long-list, ungefiltert)

Themenfeld: Internationale Märkte

Kommunikation/Vernetzung (7 Pkte)

- Anschluss an Counter-partsysteme
 - Sägeindustrie
 - Internationale Partner (Franchise)
- „Huckepack-Verfahren“ bei Internationalisierung
- Hochschulen Ausbildung → Chance
- „Kümmerer“ und Ansprechpartner vor Ort (Vorschriften, Normen, Kontakte)
- Erfa-Gruppen

Info und Beratung (7 Pkte)

- Hilfe bei Verträgen/Verhandlungen...
- Informationsmaterial übersetzen (Übersetzer)
- Grundinformationen ausgewählter Länder
 - Wirtschaftsdaten
 - Standards
 - ...
- Exportberatung
- Länderinformationen zu Holzbaumärkten
- Organisatorische Unterstützung (Auftrag bleibt Firmensache)
- Normen, Vorschriften für den Holzbau
- Sprachbarriere!!

Messe (5 Pkte)

- Internationale Messepräsenz (Kontakt zu internationalen Marktpartnern)
- Messeauftritte
- Messeunterstützung
- Kontaktvermittlung

Image und Kontakte (5 Pkte)

- Benelux-Staaten besser bewerben
- Holzbau „made in Germany“

Markterkundung und Markterschließung (3 Pkte)

- Markterkundung
- Wo, in welchen Ländern ist Markt
- Aufstockungen in Holzbau im Ausland verkaufen

Themenfeld: Serviceleistungen für den Holzbau

Information und Beratung (13 Pkte)

- Berater-Pool
- Info-Telefon
- Adressenpool von Fachleuten (Sprache, Baufach, Juristen...)
- Kostenlose Berater/Helfer, die in die Betriebe kommen
- Ansprechpartner für den Verarbeiter beim Erzeuger
- Beratung (Spezialinfos)
- Dienstleistungs-Pool
- Marktforschung regional und international
- Tatsächlich Arbeit abnehmen und nicht nur sagen, was besser zu machen ist
- Serviceleistung: Bessere Produktabstimmung mit Verarbeiter
- Zusammenstellung von regionalen Planungsinformationen / Ausschreibungen
- Infopool: Internationale Märkte

Kommunikation (4 Pkte)

- Gemeinsames Internetportal
- Presse: regelmäßige Infoartikel, die Mut machen
- Bau-Technik Holzhaus praxisgerecht aufbereitet (Info-online)
- Gutes Gefühl zum Holzbau aufbauen
- Qualitätszirkel
- Innovationstransfer

Qualifizierung (4 Pkte)

- Exportleiterseminare
- Ausbildung Holzbau-Ingenieure

Clustermanagement (2 Pkte)

- Clustermanagement öffentlich fördern

Einkaufskooperationen (1 Pkte)

- Einkaufsverbund

Themenfeld: Sensibilisierung/Lobby

Politikbearbeitung (12 Pkte)

- Marketingaktionen bei politischen Entscheidungsträgern
- Persönliche Kontakte zur Politik aufbauen („Ich fahre mit nach Berlin“)
- Parlamentarischer Abend
- Kamingespräche
- Gruppen bündeln! Eine Stimme!
- Holz an einen Tisch (Tischler, Zimmerer, Parkett, Wald)

- Regionales politisches Netzwerk
- Beauftragten als Lobbyisten → finanziert vom Forst und verarbeitendem Gewerbe
- Werbung bei öffentlichen Auftraggebern

Image (6 Pkte)

- Nachhaltigkeit Image-Kampagne
- Broschüre Cluster Forst & Holz
- Holzbau bewerben (Know-how verbessern)
- Holzbau = Klimaschutz
- Imagekampagne „pro Holz“
- Imagebroschüre, Radio/TV, Veranstaltungen [CMA]!!
- Aktive Pressearbeit

Normen (4 Pkte)

- Präsenz in der Weiterentwicklung des Holzbaus
 - Normen
 - Innovationstransfer
 - Forschung
- Mehr Leute in den Normenausschüssen als Interessenvertreter
- Beteiligungsoffensive → Normen/Ausschüsse

Anreize schaffen (2 Pkte)

- Auf Landes-/Bundesebene „Belohnungen“ für Holzbauten/Bauherren
- Holzbauten durch Steuererleichterungen fördern im gewerblichen Bereich/Schulen

Themenfeld: Kooperative Vermarktungsansätze im Holzbau

Profilbildung/Image (11 Pkte)

- Imagemaßnahmen „Holz ist Leben“
- Zuschüsse zum „Marktmachen“
- Wertigkeit, Nachhaltigkeit, Ökologie in die Köpfe bringen
- Renovierung und Sanierung → Holzbau = Nr. 1
- Marketingoffensive Holzhaus → Bauherren (Profil – Image – Referenzen)
- Selbstdarstellung als Holzbauregion
- Öffentliche Bauten: Entscheidungsträger „umwerben“
- Schwerpunktsetzung in der Zielgruppenansprache (z.B. Schulen → Schüler, Lehrer, Eltern)
- Inhalte HAF?
- Blick über Branche!

Leuchtturmprojekte (6 Pkte)

- Referenzprojekte
- Leitprojekte „Beispielbauten in Holz“ z.B. BUGA 2011

Absatzkooperation (3 Pkte)

- Gemeinsame Vertriebsorganisation
- Kooperation mit Ergänzungsgewerbe (Farbe, Zulieferer...)
- Regionale Kooperationen
- Leistungs-Portfolio aus einer Hand!
- Qualifizierung
- Kooperative Vermarktung: Marketingkonzepte von Erzeuger und Verarbeiter entwickeln (Welches Produkt für welchen Zweck)
- Kontaktpersonen aufbauen

Produktoptimierung (3 Pkte)

- Bausysteme strukturieren → Vereinfachung für Planer

Messen (1 Pkt)

- Selbstdarstellung verbessern: Messeplattformen national / Vermittlung Referenzen (Firmen, Bauobjekte)
- Gemeinsame Messeauftritte
- Messepräsenz

Ideenworkshop II: „Qualitätskooperationen“



Agenda zum Themen-Workshop „Qualitätskooperationen“

- Dienstag, 28. 10 2008, 13.00 – 19.00 Uhr •
- TGZ Daun-Nerdlen •

Begrüßung und Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holzbau

Marco van Elkan
Geschäftsführer des Inmit

Dr. Stefan Seegmüller
Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft

Vortrag zum Thema: „Qualitätssicherung – Umsetzung in der Praxis“

Stephan Meiners
Qualitätsgemeinschaft Holzbau und Ausbau e.V. (QHA)

Kurze Pause

Vortrag zum Thema: „Wertschöpfungsstufenübergreifende Qualitätssicherung im Holzbau aus Sicht eines Planers“

Marcus Rommel
Marcus Rommel Architekten BDA

Vortrag zum Thema: „Kundenwertorientierter Einkauf“

Dr. Matthias Kuhl
Odyssey Financial Technologies GmbH

Kurze Pause

Generierung und Bearbeitung konkreter Projektideen zu den Themen: „Qualitätssicherung“ und „Innovation / Wissenstransfer“

Moderation:

Marco van Elkan
Geschäftsführer des Inmit

Martin Grünebaum
KOMMA

Schlusswort

Martin Grünebaum (KOMMA)

Ausklang (Imbiss und kleiner Umtrunk)



Cluster Forst & Holzbau Rheinland-Pfalz

Dachprojekt zur Clusterentwicklung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

**Themen-Workshop „Qualitätskooperationen“
28. Oktober 2008, TGZ Daun-Nerdlen**

Teilnehmer/-innenliste

Name	Institution/Position	Adresse
Brendel, Carsten	Architekturbüro Brendel & Strobel	Schulstraße 5, 55437 Appenheim
Dreisigacker, Norbert	Baugewerbeverband Rheinland-Pfalz e.V.	Südallee 31-35, 56068 Koblenz
Elkan, Marco van	Inmit - Institut für Mittelstandswirtschaft an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier
Grünebaum, Martin	Kommunikation und Marketing der Landesforsten (KOMMA)	Neupfalz, 55442 Stromberg
Henk, Ralf	Holzbau Dahm GmbH	Brohthalstr. 39, 56651 Niederdürenbach
Johann, Hermann	Kreisverwaltung Cochem-Zell	Endertplatz 2, 56812 Cochem
Kebbel, Manfred	Holzkompetenzzentrum Nettersheim	Römerplatz 12, 53947 Nettersheim
Kohler, Uwe-André	Holzabsatzfonds	Oberherrlinger Straße 84, 89134 Blaustein
Kuhl, Dr. Matthias	Odyssey Financial Technologies GmbH	Messeturm, Friedrich-Ebert-Anlage 49, 60308 Frankfurt a.M.
Lüken, Clemens	Verband der Rheinland-Pfälzischen Säge- und Holzindustrie e. V.	Friedrich-Ebert-Straße 11-13, Neustadt a. d. Weinstraße
Mauerhof, Hubertus	Ministerium für Umwelt, Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz	Kaiser-Friedrich-Straße 1, 55116 Mainz
Meiners, Stephan	Qualitätsgemeinschaft Holzbau und Ausbau e. V.	Kronenstraße 55-58, 10117 Berlin
Pinn, Johannes	Landesforsten Rheinland-Pfalz	Lammersdorfer Straße 7, 54576 Hillesheim
Renz, Susanne	Glunz AG	Industriegebiet, 56759 Kaisersesch
Rosenbaum, Lothar	Anton Rosenbaum Holzbau	Kelberger Str. 63, 56727 Mayen
Rommel, Marcus	Marcus Rommel Architekten BDA	Rotebühlstraße 89/2, 70178 Stuttgart
Seegmüller, Dr. Stefan	Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz	Hauptstraße 16, 67705 Trippstadt
Schmitt, Thomas	Inmit - Institut für Mittelstandswirtschaft an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier

Präsentation des Dachprojekts (WS II)

Marco van Elkan, Inmit

Dr. Stefan Seegmüller, FAWF



Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald
Dachprojekt zur Clusterentwicklung

**- Ideenworkshop
Qualitätskooperationen im Holzbau -**

Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V. (Inmit),
Landesforsten Rheinland-Pfalz mit
der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft (FAWF)
und Kommunikation und Marketing (KOMMA)

Daun, 28.10.2008

Einführung und Ziele des Ideenworkshops

„Auf Dauer werden nur die Unternehmen Erfolg haben, die auf die Kraft von Netzwerken bauen“

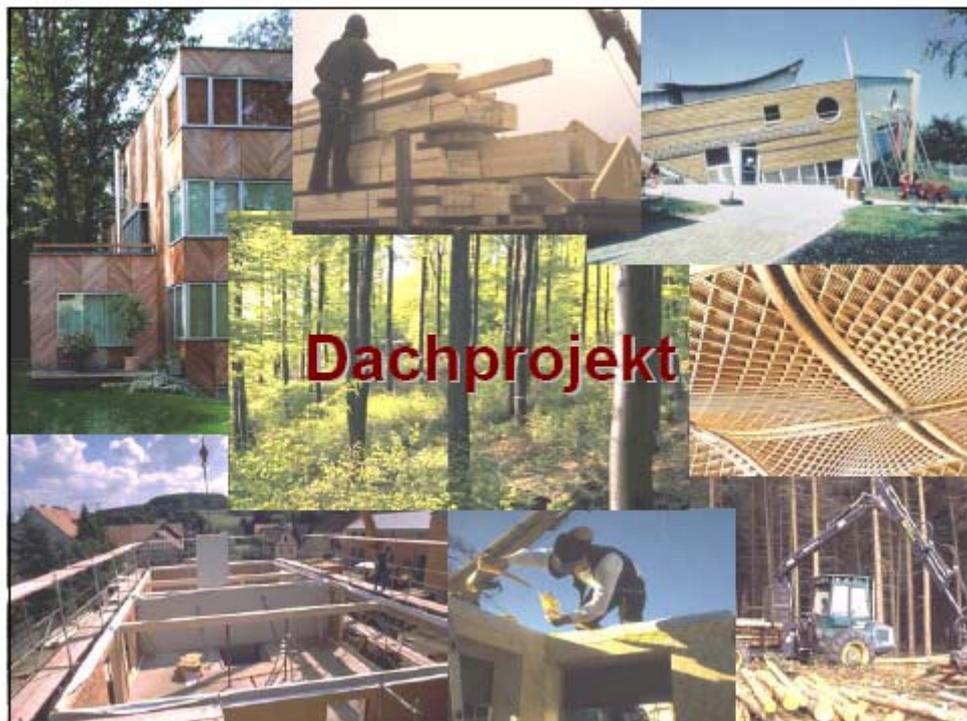
Michael E. Porter, Harvard Business School



Einführung und Ziele des Ideenworkshops

Voraussetzungen für die Förderung von Clustern durch die Politik

- _Konkrete Anknüpfungspunkte bzw. Kompetenzfelder müssen vorhanden sein
- _Vorhandensein einer kritischen Masse aktiver und sich ergänzender Akteure
- _Akteure müssen sich mit dem Cluster identifizieren
- _Akteure müssen die Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Unternehmen in einem Cluster aufzeigen



Dachprojekt

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Potenzial- und Machbarkeitsanalyse zur Clusterbildung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

- _ Identifikation der Akteure
- _ Ist die Agglomeration zufällig entstanden oder Ergebnis einer Clusterbildung?
- _ Ermittlung des Kooperationsbedarfs und der -bereitschaft der Akteure
- _ Ermittlung des Bedarfs an weiteren unterstützenden Maßnahmen und Infrastrukturen



Modularer Projektaufbau

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Modul 1

Regionale Cluster-Akteure

✓

↓

Modul 2

Kundenwertketten der Region und Bedarf der Akteure zur Clusterbildung

✓

↓

Modul 3

Initiativfelder und konkrete Anknüpfungspunkte der Clusterbildung

←

↓

Modul 4

Erarbeitung Aktionsprogramm





Entwicklung eines mittelfristigen Aktionsprogramms

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westervald“

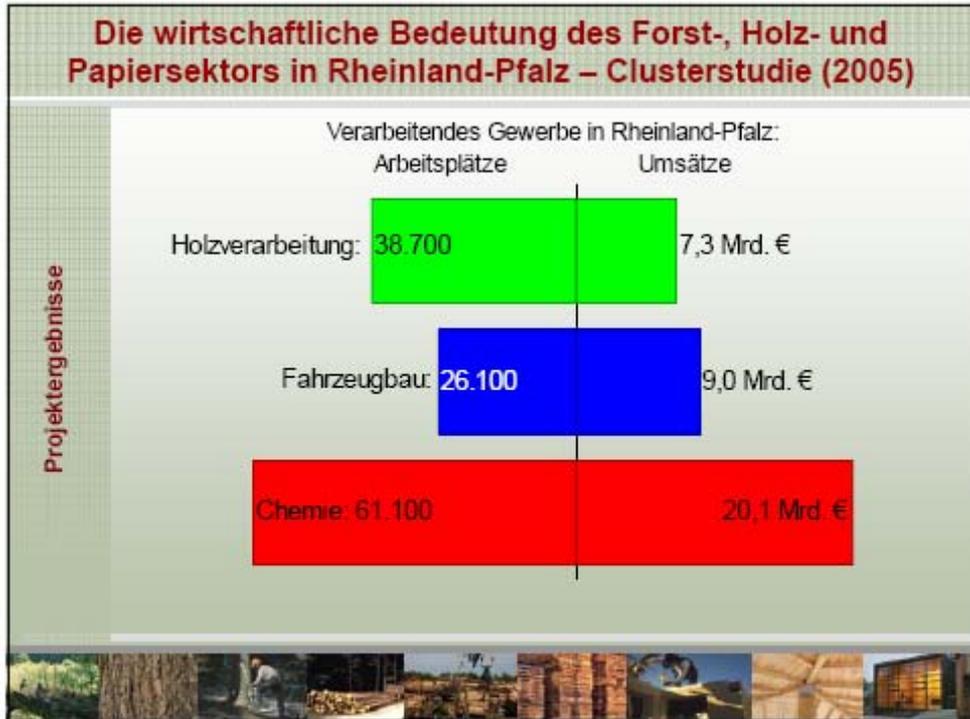


**Aktionsprogramm
Cluster Forst & Holz**

Aktionsprogramm...

- _ gibt den bedarfsorientierten Rahmen vor
- _ Fokus auf das Mehrwert-Potenzial der Maßnahmen
- _ Kooperationsorientiertes Konzept
- _ Engagement der Cluster-Akteure







Regionale Kundenwertketten

Projektergebnisse

Handwerklicher Holzbau

- ☐ regionaler Ein- und Verkauf
- ☐ eher standardisierte Vorleistungen
- ☐ endkundenferner Kundenauftragsentkopplungspunkt
- ☐ eher qualitätsorientierte Kooperationen

Regionale Versorgungsketten



Qualität und Innovation

Projektergebnisse

In welchen Bereichen sehen Sie am ehesten den Bedarf für künftige Kooperationen?

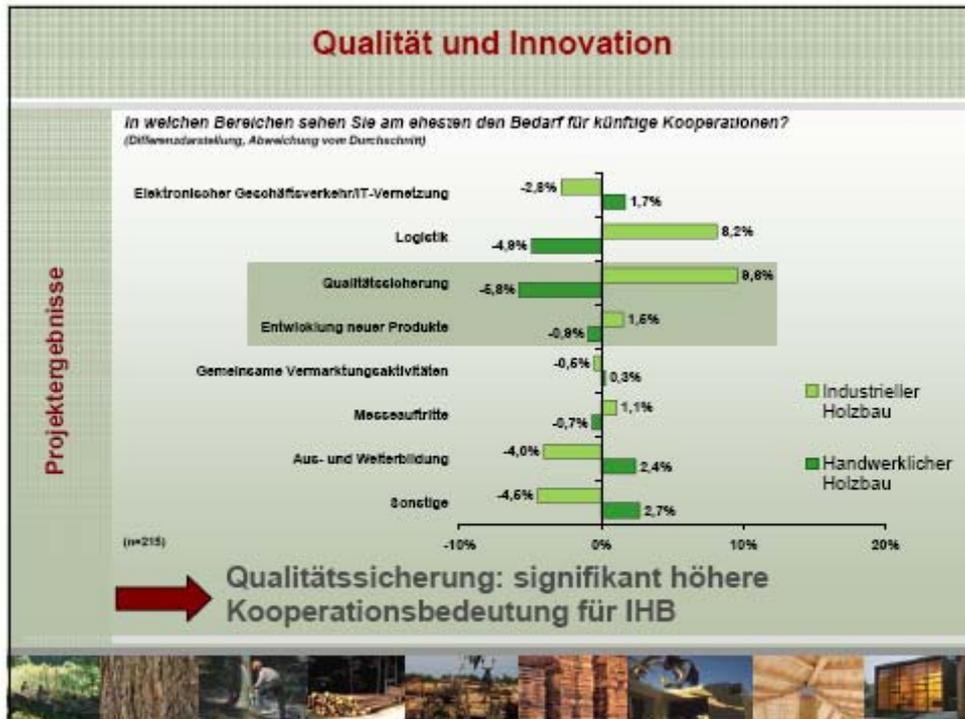


Bereich	Prozent
Elektronischer Geschäftsverkehr/IT-Netzwerk	8,4%
Logistik	20,8%
Qualitätssicherung	36,1%
Entwicklung neuer Produkte	32,7%
Gemeinsame Vermarktungsaktivitäten	48,6%
Messeauftritte	21,3%
Aus- und Weiterbildung	23,8%
Sonstige	8,4%

(n=215)

Qualitätssicherung und Entwicklung neuer Produkte an 2. und 3. Stelle





Qualitätssicherung/-sensibilisierung – Initiativfelder

Projektergebnisse

- _ Aus Unternehmenssicht an 2. Stelle im Hinblick auf künftigen Kooperationsbedarf/ „Industrie-Thema“
- _ Wichtiges Thema zur nachhaltigen Erfüllung der Kundenwünsche und zur langfristigen Erhöhung der Holzbauquote
- _ Sämtliche an der Wertschöpfung des Endprodukts beteiligten Unternehmen sollten qualitätssichernde Maßnahmen ergreifen
- _ Sensibilisierung von Unternehmen u. Bevölkerung, Kommunikation zwischen den Wertschöpfungsstufen fördern



Qualitätssicherung/-sensibilisierung – Impulse

Projektergebnisse

- _ Durchführung von Sensibilisierungsmaßnahmen zum Thema Qualitätssicherung: Stärkung des Wissenstransfers
- _ Stärkung der wertschöpfungsstufenübergreifenden Kommunikation und des Erfahrungs- und Wissensaustauschs zwischen den Unternehmen
- _ Förderung von unternehmensübergreifenden Qualitätszirkel
- _ Potenziale von Zertifizierungen nutzen
- _ Wissenstransfer Hochschulen/Forschung in den Holzbau fördern
- _ ...



Von den Erfahrungen aus anderen Clustern kann bei der Umsetzung eigener Projektideen profitiert werden



Entwicklung neuer Produkte – Initiativfelder

Projektergebnisse

- _ Innovation aus Unternehmenssicht an 3. Stelle im Hinblick auf künftigen Kooperationsbedarf
- _ Zentral für die Wettbewerbsfähigkeit der Holzbauunternehmen
- _ Wissensvermittlung und Wissenstransfer als zentrale Bausteine
- _ Innovation durch Forschung stärken
- _ Design als Innovationsthema berücksichtigen



Entwicklung neuer Produkte – Impulse

Projektergebnisse

- _ Informationsvermittlung / Qualifizierung im Hinblick auf neue Materialien, neue Verfahren und Technologien
- _ Förderung des Innovations- u. Wissenstransfers zwischen den Unternehmen
- _ Maßnahmen zur Verbesserung des akademischen und nicht-akademischen Qualifizierungsangebotes
- _ Stärkung des Wissenstransfers von Forschungseinrichtungen zu den Cluster-Unternehmen
- _ Stärkung des Wissenstransfers im Bereich Design
- _ Sondierung von Anknüpfungspunkten von Instituten aus anderen Forschungsfeldern mit dem Holzbau
- _ ...



Qualitätssicherung – Umsetzung in der Praxis (WS II)

Stephan Meiners, QHA

Qualitätssicherung

-

Umsetzung in der Praxis

„Nur wenn man das kleinste Detail im Griff hat, kann man präzise arbeiten.“

(Niki Lauda, österreichischer Rennfahrer und Unternehmer)

28. Oktober 2008

Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Gliederung

1. Entstehung und Entwicklung der Qualitätssicherung im Holzbau
2. Status Quo
3. Was ist Qualität?
4. Wer ist RAL?
5. Anforderungen im Holzbau
6. Umsetzung in der Praxis

28. Oktober 2008

Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Entstehung und Entwicklung

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.** 

- **Qualitätsgemeinschaft Holzbau und Ausbau e. V.**
 - 7. November 1997

➔ 

Qualitätssicherung

- des Holzhausbaues,
- des Ingenieurholzbaues und
- des Ausbaues



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners 3

Entstehung und Entwicklung

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.** 

- **Ziele und Aufgaben**
 - QM bei der Herstellung und Montage
 - Erfahrungsaustausch
 - fachliche Förderung und Betreuung
 - Weiterentwicklung
 - Schulungen und Weiterbildungen
 - Normungs- und Forschungsarbeit



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners 4

Entstehung und Entwicklung

- Gründung der GHAD
 - RAL-Gütesicherung durch QHA nicht möglich
 - Wandel vom QM in die Gütesicherung
 - alle Fachbereiche abdecken
 - Gründungsversammlung 12. September 2000

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephen Meiners



Entstehung und Entwicklung

- Aufbau der GHAD
 - 7 Fachbereiche:
 - Holzhausbau
 - Ingenieurholzbau
 - Dachbau
 - Treppen- und Geländerbau
 - Umbau und Modernisierung
 - Ausbau
 - Denkmalpflege

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephen Meiners

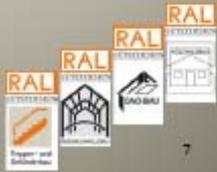


Entstehung und Entwicklung

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.**



- Zweck und Aufgaben der GHAD
 - einheitliche Kennzeichnung
 - zur Verfügung stellen der Strukturen
 - Erarbeitung der GPB in den einzelnen Fachbereichen
 - Güteüberwachung der Produkte und Dienstleistungen
- Von RAL anerkannte Gütegemeinschaft



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephen Meiners 7

Entstehung und Entwicklung

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.**



- Qualitätssicherung im Wandel
 - 2003: Gemeinsame Gütesicherung für den Holzhausbau



Teil1: Herstellung
Teil2: Montage



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephen Meiners 8

Status Quo

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.** 

- Leistungen der QHA
 - Technische Beratung
 - Hilfestellungen
 - Forschung und Entwicklung
 - Seminare
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Information → Wissensvorsprung
 - ...
- Mitgliederstand: 106

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



9

Status Quo

**GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.** 

- Stand der GHAD
 - aktive Fachbereiche
 - Holzhausbau
 - Dachbau
 - Ingenieurholzbau
 - Treppen- und Geländerbau
 - 179 Mitglieder im Gesamtverein

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



10

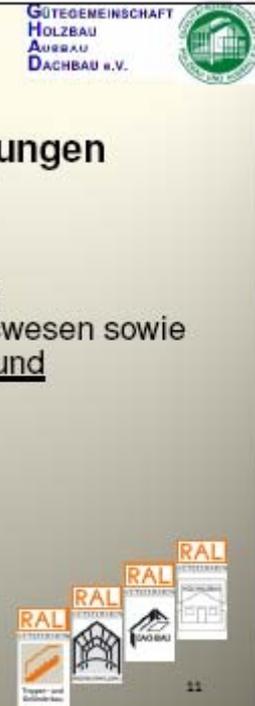
Wer ist RAL?

Reichs-Ausschuss für Lieferbedingungen

Der ursprüngliche Gütegedanke
Förderung der Redlichkeit im Handelsverkehr
durch Wahrheit und Klarheit im Bezeichnungswesen sowie
eine verlässliche Kennzeichnung von Waren und Leistungen zum Schutze des Verbrauchers.
(RAL 1925)

Heute:
Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V.

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Wer ist RAL?

- Warum eine RAL-Gütesicherung
 - legt Qualität fest
 - transparent und objektiv prüfbar
 - anerkannt von
 - Fach- und Verkehrskreisen
 - Ministerien
 - Forschungseinrichtungen
 - (Verbraucher-) Verbände
 - kein kompliziertes QM
 - bekannt in der Öffentlichkeit
 - Orientierung, Vertrauen, Sicherheit

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Wer ist RAL?

- Prinzip der RAL-Gütesicherung
 - Eigenüberwachung
 - werkseigene Produktionskontrolle
 - Fremdüberwachung
 - durch anerkannte Sachverständige
 - Erstüberwachung → Verleihung des Gütezeichens
 - regelmäßige Überwachung

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Was aber ist Qualität

Anforderungen oder Erwartungen

↓ ↑

**vorhandene
Eigenschaften und Merkmale**

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Was aber ist Qualität

**Qualität ist
gesetzlich geregelt !**

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



The slide features the logo of Gütegemeinschaft Holzbau Ausbau Dachbau e.V. in the top right corner. In the bottom right corner, there are several RAL certificates for different construction materials, including RAL 1001 for wood, RAL 1002 for wood, RAL 1003 for wood, and RAL 1004 for wood.

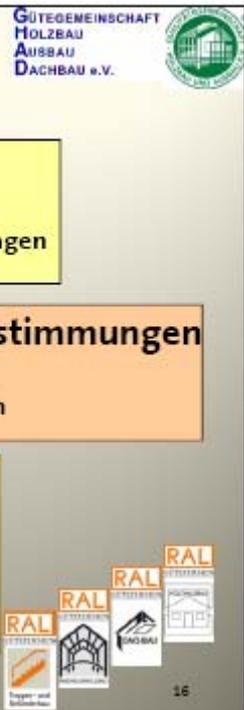
Was aber ist Qualität

Landesbauordnungen
Gesetzl. Mindestanforderungen an bauliche Anlagen

BRL A Teil 1 / Liste der Technischen Baubestimmungen
Angabe der maßgeblichen technischen Regeln

Geltende Technische Regeln
Normen, Richtlinien, Verordnungen.....
Spezifizierung der Anforderungen
an Produkte und Ausführungen

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



The slide features the logo of Gütegemeinschaft Holzbau Ausbau Dachbau e.V. in the top right corner. In the bottom right corner, there are several RAL certificates for different construction materials, including RAL 1001 for wood, RAL 1002 for wood, RAL 1003 for wood, and RAL 1004 for wood.

Was aber ist Qualität

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

Ein großer und unnötiger **KOSTENFAKTOR**
im Unternehmen ist der **FEHLERANTEIL**

Fehler sind

- **Mängel:** alle Abweichungen von den gesetzlichen bzw. anerkannten technischen Regeln
- **Schäden:** Erscheinungen, die die Sicherheit oder Gebrauchstauglichkeit des hergestellten Objektes einschränken

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Was aber ist Qualität

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

- **Fehlervermeidung durch**
 - **Organisation**
 - Verantwortlichkeiten
 - Dokumentation
 - **Kontrolle**
 - interne Selbstkontrolle der Abläufe und Produkte
 - externe neutrale Prüfung und Unterstützung
 - **frühzeitiges Eingreifen**
 - der „zweitbilligste“ Fehler ist der früh erkannte Fehler

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Anforderungen im Holzbau

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



19

Anforderungen im Holzbau

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



- Probleme im Holzbauunternehmen
 - Produktkennzeichnung
 - bautechnische Nachweise
 - Rücksprachen mit Planern
 - Einhaltung von Allgemeinen Bauaufsichtlichen Zulassungen
 - Einhaltung sämtlicher Normen und Vorschriften
 - Nachweispflicht

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



20

Anforderungen im Holzbau



GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.

3.3.2.1	<p><u>Beidseitig bekleidete oder beplankte</u> Wand-, Decken- und Dachelemente; z.B. Holztafeln für Holzhäuser in Tafelbauart</p>	<p>DIN 1052-1, -2, -3:1988-04, DIN 1052-1/A1, -2/A1, -3/A1:1996-10 Zusätzlich gilt: Richtlinie für die Überwachung von Wand-, Decken- und Dachtafeln für Holzhäuser in Tafelbauart nach DIN 1052 Teil 1 bis Teil 3 (1992-06) und Anlage 3.1 Je nach Bauprodukt gilt: DIN 4102-4:1994-03 und DIN 4102-4/A1:2004-11 in Verbindung mit Anlage 0.1.1</p>	ÜZ	Z
3.3.2.2	<p>Beidseitig bekleidete oder beplankte Wand-, Decken- und Dachelemente; z.B. Tafelbauelemente für Holzhäuser in Tafelbauart</p>	<p>DIN 1052:2004-08 Zusätzlich gilt sinngemäß: Richtlinie für die Überwachung von Wand-, Decken- und Dachtafeln für Holzhäuser in Tafelbauart nach DIN 1052 Teil 1 bis Teil 3 (1992-06) Je nach Bauprodukt gilt: DIN 4102-4:1994-03, DIN 4102-4/A1:2004-11 und DIN 4102-22:2004-11 in Verbindung mit Anlage 0.1.1</p>	ÜZ	Z

Anforderungen im Holzbau



GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.

3.3.1.1.1	<p>Tragende Holzbauteile und geklebte <u>ragende Holzbauteile</u> außer Bauprodukte nach lfd. Nr. 3.3.1.2.1 und lfd. Nr. 3.3.2.1</p>	<p>DIN 1052-1, -2:1988-04, DIN 1052-1/A1, -2/A1:1996-10 Zusätzlich gilt: Anlagen 3.1 und 3.3 Je nach Bauprodukt gilt: DIN 4102-4:1994-03 und DIN 4102-4/A1:2004-11 in Verbindung mit Anlage 0.1.1</p>	ÜH	Z
3.3.1.1.2	<p>Tragende Holzbauteile und geklebte tragende Holzbauteile außer Bauprodukte nach lfd. Nr. 3.3.1.2.2, lfd. Nr. 3.3.1.3 und lfd. Nr. 3.3.2.2</p>	<p>DIN 1052:2004-08 Zusätzlich gilt: Anlage 3.3 Je nach Bauprodukt gilt: DIN 4102-4:1994-03, DIN 4102-4/A1:2004-11 und DIN 4102-22:2004-11 in Verbindung mit Anlage 0.1.1</p>	ÜH	Z



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners 22

Anforderungen im Holzbau

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



- Pflicht und Kür → Ü-Kennzeichnung ist Pflicht

Baurechtlich geforderte Kennzeichnung von Holztafelelementen

Tragende Holzbauteile und geklebte tragende Holzbauteile (einseitig bekleidete oder beplankte Bauteile)

Beidseitig bekleidete oder beplankte Wand-, Decken- und Dachbauteile, z.B. Holztafeln für Holzhäuser in Tafelbauart



28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



23

Umsetzung in der Praxis

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



- Eigenüberwachung
 - Wareneingangskontrolle
 - werkseigene Produktionskontrolle
- Fremdüberwachung
 - durch anerkannte Sachverständige
 - Erstüberwachung → Verleihung des Gütezeichens
 - regelmäßige Überwachung (halbjährlich)

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



24

Umsetzung in der Praxis

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



- **Eigenüberwachung**
Herzstück des Systems

Wareneingangskontrolle

was ?
wann ?
wer ?
wieviel ?
welche Kennzeichnung ?
welche Mängel/Schäden ?
.....und **wieder zurück !!!**

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



25

Umsetzung in der Praxis

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V.



Formblatt 4 Wareneingangskontrolle für Bauprodukte

Beauftragter (Kürzel): _____ Projekt (BAU, _____)
(falls projektbezogen)

Lieferschein-Nr.	Bestellnummer	anwirtsch. Lieferdatum	Lieferart	Bauprodukt (Bezeichnung / Abmessungen)	Menge (m ² , m ³)	Kennzeichnung (U-Kennz., DIN, Zusätze)	Maß (%)	sichtbare Mängel / Anfalligkeiten	Rückmeldung (Bewertung) Erreichte Erhaltung

(Ort, Datum) _____ (Unterschrift) _____

Umsetzung in der Praxis





- Elementdatenblatt für den HHB
- für die verschiedenen Elementaufbauten
- alle Angaben auf einen Blick
- durchgängige Eigenüberwachung
- Nachweis von AV bis Auslieferung

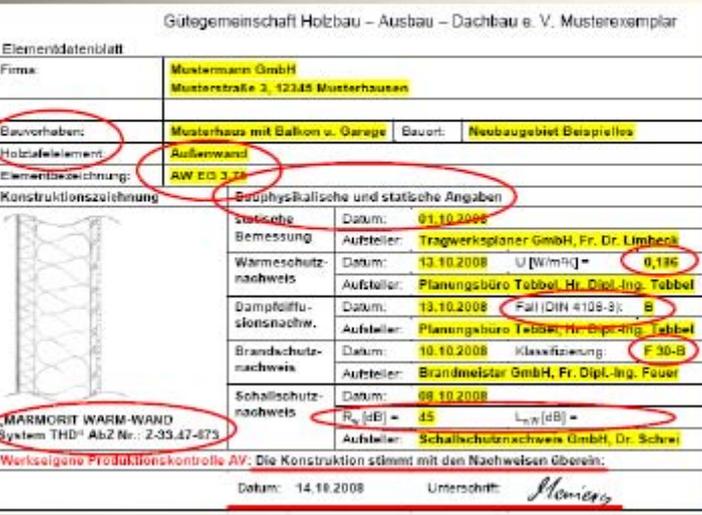
28. Oktober 2008
Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis



Gütegemeinschaft Holzbau – Ausbau – Dachbau e. V. Musterexemplar



Elementdatenblatt

Firma: **Mustermann GmbH**
Musterstraße 2, 12345 Musterhausen

Bauvorhaben: **Musterhaus mit Balkon u. Garage** Bauort: **Neubaugelbiet Beispielort**

Holzelement: **Außenwand**

Elementbezeichnung: **AW EC 3-23**

Konstruktionszeichnung: **Geophysikalische und statische Angaben**

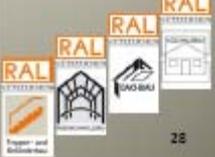
Statische	Datum:	01.10.2008
Bemessung	Aufsteller:	Tragwerksplaner GmbH, Fr. Dr. Limberk
Wärmeschutz-nachweis	Datum:	13.10.2008
	Aufsteller:	Planungsbüro Tebbel, Hr. Dipl.-Ing. Tebbel
	Datum:	13.10.2008
	Aufsteller:	Planungsbüro Tebbel, Hr. Dipl.-Ing. Tebbel
Brandschutz-nachweis	Datum:	10.10.2008
	Aufsteller:	Brandmeister GmbH, Fr. Dipl.-Ing. Fauer
Schallschutz-nachweis	Datum:	08.10.2008
	Aufsteller:	Schallschutznachweis GmbH, Dr. Schwa

MARMORIT WARM-WAND
System THD[®] Abz Nr.: Z-33.47-673

Werkseigene Produktionskontrolle AV: Die Konstruktion stimmt mit den Nachweisen überein.

Datum: 14.10.2008 Unterschrift: *Meiners*

28. Oktober 2008
Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis



Datum: 14.10.2008 Unterschrift: *Meiners*

Konstruktionsaufbau:		vom: Innen	nach: Außen	WPK
Nr.	Bauprodukt	Eigenschaften	Dimension	Abstand / Ankerabst.
W 1	Gipsplatte nach DIN 18180 GKF DIN EN 520 A2-s1, d0, t= 12,5 mm			<input type="checkbox"/>
W 2	AGEPAN OSB PUR << 0,03 ppm, DIN EN 13986, B2, D-s2-d0, 600 kg/m³			<input checked="" type="checkbox"/>
W 3	Rippen KVH NSI Fichte, S10 nach DIN 4074, 60/180 mm, en 62,5 cm			<input checked="" type="checkbox"/>
W 4	Schwelle BSH Lärche GL24 nach DIN 1052, 60/160 mm			<input checked="" type="checkbox"/>
W 5	MiWo Filz DIN EN 13162 DIN EN 13501-1 A1 Isover Z 23, 15-1459, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,035 W/(mK), 180 mm			<input checked="" type="checkbox"/>
W 6	Holzfaserdämmplatte THD 230 N+F Agepan AbZ Nr.: Z-33.47-673, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,050 W/(mK), 40 mm			<input checked="" type="checkbox"/>
E 7	Außenputzsystem Marmor II, AbZ Nr.: Z-33.47-473			<input type="checkbox"/>
8				<input type="checkbox"/>

Vorbindungsmittel:		Einbauebene	Abstand
Zul.	Art	[mm]	[mm]
1	Haubold Klammer 22 mm	22	90
2	Haubold Klammer 50 mm; d ₁ = 1,53 mm	50	75
5	Haubold Breitriekenklammer rostfrei 27 x 85 mm; d ₁ = 2,12 mm	85	90

Wichtigste Produktionskontrolle Herstellung der Elemente: Die Ausführung entspricht den Vorgaben

Beanstandung / Bemerkung siehe Rückseite Datum: Unterschrift:

28. Oktober 2008
Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis



Gütegemeinschaft Holzbau – Ausbau – Dachbau e. V. Musterexemplar

Anlage: Beanstandungen/ Bemerkungen zum Elementdatenblatt

Bauvorhaben: Musterhaus mit Balken & Garage

Genaue Beschreibung festgestellter Beanstandungen, Erläuterungen und Hinweise

Fehlerbehandlung Maßnahmen:

Beanstandungen / Bemerkungen / Hinweise	Fehlerbehandlung / Maßnahmen	zu erledigen von:
Gipsplatte auf Rippe 3 und 7 nicht gekantet	nach klammern	Hr. Koch

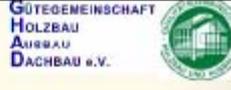
16.10.08
Datum

Meiners
Unterschrift

28. Oktober 2008
Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis



Datum: 14.10.2008 Unterschrift: *Meiners*

Konstruktionsaufbau:		vorn	Innen	nach	Außen	WPK
Nr.	Bezeichnung	Eigenschaften	Dimension	Abstand / Abstand	Abstand / Abstand	
1	Gipsplatte nach DIN 18189 GKF DIN EN 520 A2-s1, d0, t= 12,5 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
2	AGEPAN OSB PUR <= 0,03 ppm, DIN EN 12966, B2, D-a2-d0, 600 kg/m³					<input checked="" type="checkbox"/>
3	Rippen KVH NSI Fichte, S10 nach DIN 4074, 60/180 mm, e= 62,5 cm					<input checked="" type="checkbox"/>
4	Schwelle BSH Lärche GL24 nach DIN 1952, 60/180 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
5	MWo Filz DIN EN 13162 DIN EN 13501-1 A1 leaver Z 23.15-1459, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,035 W/mK, 180 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
6	Holzfaserdämmplatte THD 230 N+P Agepan AbZ Nr.: Z-33.47-673, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,035 W/mK, 40 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
7	Außenputzsystem Marmorit II, AbZ Nr.: Z-33.47-673					<input type="checkbox"/>
8						<input type="checkbox"/>

Ausführung im Wes.
 Ausführung auf der Baustelle
 Fertigstellung auf der Baustelle

Nr.	Art	Eigenschaften	Dimension [mm]	Abstand [mm]	WPK
1	Haubold Klammer 22 mm		22	80	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Haubold Klammer 50 mm; d ₁ = 1,53 mm		50	75	<input checked="" type="checkbox"/>
5	Haubold Brettklammer rostfrei 27 x 85 mm; d ₁ = 2,12 mm		85	80	<input checked="" type="checkbox"/>

Werkseigene Produktionskontrolle Herstellung der Elemente: Die Ausführung entspricht den Vorgaben

Beanstandung / Bemerkung siehe Rückseite
 Datum: 17.10.08
 Unterschrift: *Meiners*

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners





Gütegemeinschaft Holzbau – Aisbau – Dachbau e.V. Musterbogen

Elementbezeichnung: **Mauerwerk Giebel**
 Musterstraße 3, 51347 Musterhausen

Bauverfahren: **Mauerwerk mit Balken u. Gänge**
 Bauart: **Hauboldgerüst System**

Bauteilbezeichnung: **Außenwand**
 Oberflächeneinrichtung: **200 80 878**



Konstruktionszeichnung

Bauphysische und statische Angaben
 statische Berechnung Datum: 01.10.2008
 Ausfühler: **Trappenbergler GmbH, Dr. Linbach**
 Wärmeleitfähigkeit Datum: 15.10.2008 U [W/m²K] = 0,180
 Ausfühler: **Pfanzagl/Lehmann, Dr. Dipl.-Ing. Lehmann**
 Dampfdiffusionsäquivalentwert Datum: 15.10.2008 S [m²hPa·s/m] = 9
 Ausfühler: **Pfanzagl/Lehmann, Dr. Dipl.-Ing. Lehmann**
 Brandschutznachweis Datum: 16.10.2008 Klassifizierung: **F 30-S**
 Ausfühler: **Brandhäuser GmbH, Dr. Dipl.-Ing. Feuer**
 Schallschutznachweis Datum: 01.10.2008
 R_w [dB] = 45 L_p [dB] =
 Ausfühler: **Schallschutztechnik GmbH, Dr. Schell**

Werkseigene Produktionskontrolle: Die Konstruktion stimmt mit den Nachweisen überein.

Datum: 14.10.2008 Unterschrift: *Meiners*

Konstruktionsaufbau:		vorn	Innen	nach	Außen	WPK
Nr.	Bezeichnung	Eigenschaften	Dimension	Abstand / Abstand	Abstand / Abstand	
1	Gipsplatte nach DIN 18189 GKF DIN EN 520 A2-s1, d0, t= 12,5 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
2	AGEPAN OSB PUR <= 0,03 ppm, DIN EN 12966, B2, D-a2-d0, 600 kg/m³					<input checked="" type="checkbox"/>
3	Rippen KVH NSI Fichte, S10 nach DIN 4074, 60/180 mm, e= 62,5 cm					<input checked="" type="checkbox"/>
4	Schwelle BSH Lärche GL24 nach DIN 1952, 60/180 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
5	MWo Filz DIN EN 13162 DIN EN 13501-1 A1 leaver Z 23.15-1459, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,035 W/mK, 180 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
6	Holzfaserdämmplatte THD 230 N+P Agepan AbZ Nr.: Z-33.47-673, Bemessungswert der Wärmeleitfähigkeit 0,035 W/mK, 40 mm					<input checked="" type="checkbox"/>
7	Außenputzsystem Marmorit II, AbZ Nr.: Z-33.47-673					<input type="checkbox"/>
8						<input type="checkbox"/>

Ausführung im Wes.
 Ausführung auf der Baustelle
 Fertigstellung auf der Baustelle

Nr.	Art	Eigenschaften	Dimension [mm]	Abstand [mm]	WPK
1	Haubold Klammer 22 mm		22	80	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Haubold Klammer 50 mm; d ₁ = 1,53 mm		50	75	<input checked="" type="checkbox"/>
5	Haubold Brettklammer rostfrei 27 x 85 mm; d ₁ = 2,12 mm		85	80	<input checked="" type="checkbox"/>

Werkseigene Produktionskontrolle Herstellung der Elemente: Die Ausführung entspricht den Vorgaben

Beanstandung / Bemerkung siehe Rückseite
 Datum: 17.10.08
 Unterschrift: *Meiners*



Umsetzung in der Praxis

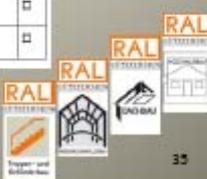



Bauvorhaben: _____ Projektnummer: _____

Kriterium	Im Leistungsumfang	Stichprobenartige Kontrolle					Bemerkungen/Beanstandungen	Seite Anlage
		Messung	Augenschein	keine Mängel festgestellt	Bemerkung	Beanstandung		
4. Wände								
4.1. Vorfertigungsgrad gelieferter Elemente:		[1] Rippenwerkklappe <input type="checkbox"/>		[2] einseitig beklebte Elemente <input type="checkbox"/>				
		[3] beidseitig beklebte Elemente <input type="checkbox"/>						
4.2. Toleranzen DIN 18 202, höchstzulässige Kontrolle der Winkel und Ebenheitsabgängen, je mindestens 3 Werten. Werte [1] und [2] seien Einzelanforderung auf die Bauteile Holzqualität, Holzleuchte, Kennzeichnung		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.3. Holzschutz allgemein Kontakter Holzschutz / Chemischer Holzschutz, Nadelholzschutz		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.4. Holzschutz der Schwelle auf Nichtbauteilen Holzschutzmaßnahme, Abdichtung unter der Schwelle		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.5. Auflockerung der Elemente Kaufteilbasierte Unterfütterung der Schwelle		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.6. Ausführung gemäß Stahl im [1] und [2] bzw. soweit erkennbar Holzbohrungen, Verbohrungstiefe, Anschluss-Detailskizzen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.7. Verankerung Ausführung und Anordnung der Anker laut Stahl und Verankerungsplan		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.8. Ausführung des Wärmee- und Feuchteschutzes je nach Vorfertigungsgrad		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

• Baustellendokumentation

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis

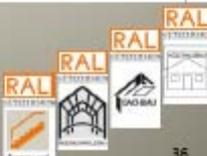



Bauvorhaben: _____ Projektnummer: _____

Kriterium	Im Leistungsumfang	Stichprobenartige Kontrolle					Bemerkungen/Beanstandungen	Seite Anlage
		Messung	Augenschein	keine Mängel festgestellt	Bemerkung	Beanstandung		
4.10. Ausführung des Brandschutzes je nach Vorfertigungsgrad		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.11. Ausführung des Schallschutzes je nach Vorfertigungsgrad		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.12. Luftdichtheit Verbindungen, Anschlüsse zu benachbarten Bauteilen und Durchdringungen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.13. Öffnungen und Durchdringungen Toleranzen, Lage		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.14. Fachgerechte Ausbildung konstruktiver Verbindungen und Stöße		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4.15. Beschädigungen, weitere Bemerkungen:		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

• Baustellendokumentation

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners



Umsetzung in der Praxis

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

Wozu denn das Ganze?

- eindeutige Zuweisung von Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten
- Schaffung von Hilfsmitteln zur Organisation des Bauprozesses
- Vorsorge / Fehlerminimierung
- Vermeidung kostenträchtiger Nacharbeiten
- Marketingaspekt
- Auftragslegitimation und seriöse Absatzförderung
- Risikominimierung
- Nachweise und Rückverfolgbarkeit für Produkte und Leistungen

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners  37

Umsetzung in der Praxis

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

Der Mensch hat dreierlei Wege, klug zu handeln:
erstens durch Nachdenken, das ist die edelste
zweitens durch Nachahmen, das ist die leichteste und
drittens durch Erfahrung, das ist die bitterste.

(Konfuzius, chin. Philosoph, 551-479 v. Chr.)

Die GHAD gibt Ihnen Hilfestellungen zum Nachahmen und bringt Sie zum Nachdenken damit Sie keine bitteren Erfahrungen machen müssen!

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners  38

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

Warum eine Gütesicherung ???
.....oder
warum eigentlich nicht ???

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners

 39

GÜTEGEMEINSCHAFT
HOLZBAU
AUSBAU
DACHBAU e.V. 

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!
Wir wünschen
maximalen Wissenszuwachs im
weiteren Verlauf der Veranstaltung!

28. Oktober 2008 Dipl.-Ing. (FH) Stephan Meiners

 40

Werterschöpfungsstufenübergreifende Qualitätssicherung im Holzbau aus Sicht eines Planers

Marcus Rommel, Marcus Rommel Architekten BDA

„als einziges Baumaterial, das geboren wird, lebt und stirbt, ist das Holz dem menschlichen Körper verwandt.....Holz ist das einzige Baumaterial, das nie flüssig ist wie Lehm, Stahl oder Beton. Deshalb ist es keinen Unsicherheiten unterworfen. Es erlaubt keine strukturellen Mogeleien und verlangt den präzisen Entwurf jeder Verbindung.“

Dagere Aase



Marcus Rommel Architekten BDA



„Ein sorgfältig entworfener und konstruierter Holzbau entzieht sich der Beliebigkeit und der unkontrollierten Freiheit zugunsten der Klarheit und der tektonischen Disziplin.“

Marcus Rommel Architekten BDA

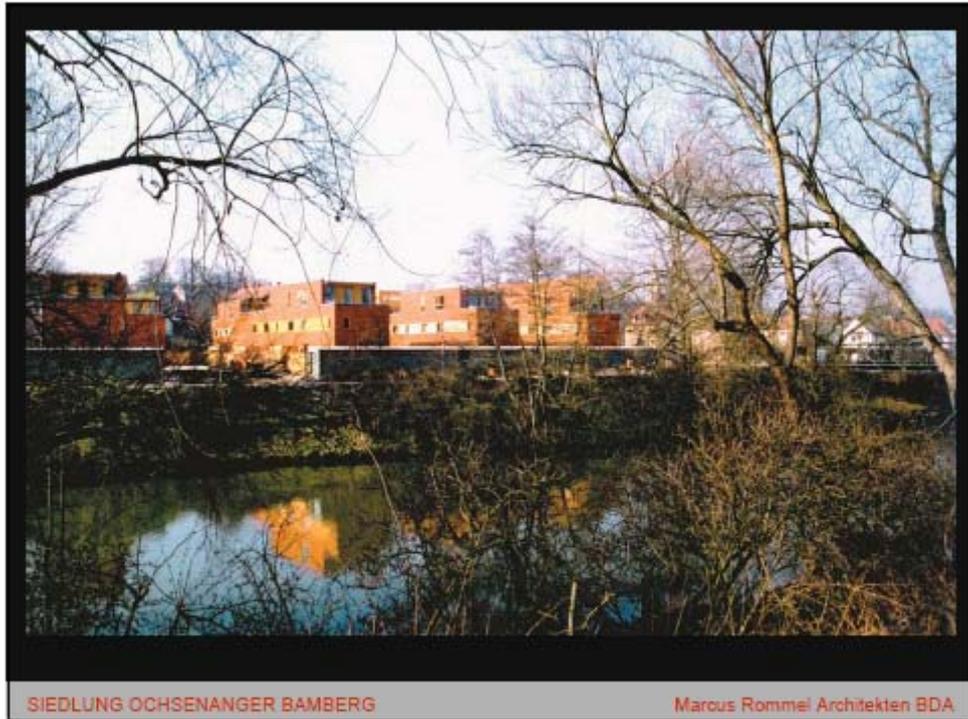
Baufaufgabe	Aufstiege Wohnsiedlung mit 28 kostengünstigen Eigenheimen und Gemeinschaftseinrichtungen	
Wettbewerb	1. Preis 11/1997	
Wohnfläche	2.703 qm	
Baukosten brutto DIN 276 KG 3-7	EUR 4.430.000	
Baukosten brutto qm WF DIN 276 KG 3-7	EUR 965 qm	
BRG	10.950 cbm	
Geschäftszahl	0,63	
Bauzeit	11/1998 - 3/2000	
Auszeichnungen	Beispiel Gestaltungspreis der Wöstenrotstiftung Auszeichnung BDA-Preis Franken 2000 Besondere Anerkennung Bauherrenpreis 2002 „Hohe Qualität - Tragbare Kosten“ Anerkennung Holzbaupreis Bayern 2002	
SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG		



SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG
Marcus Rommel Architekten BDA





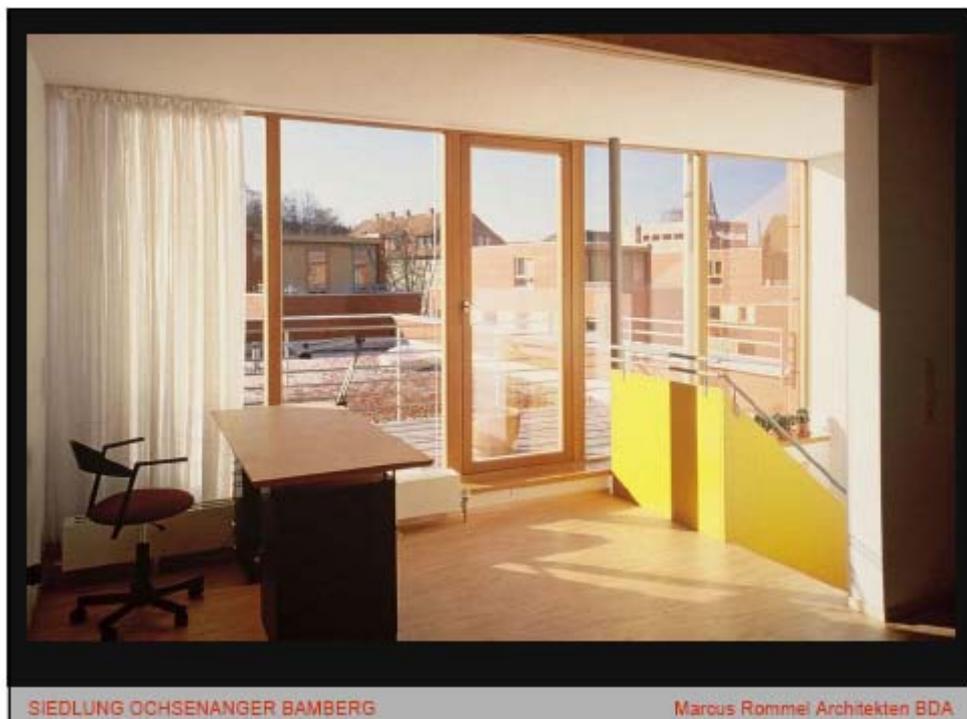






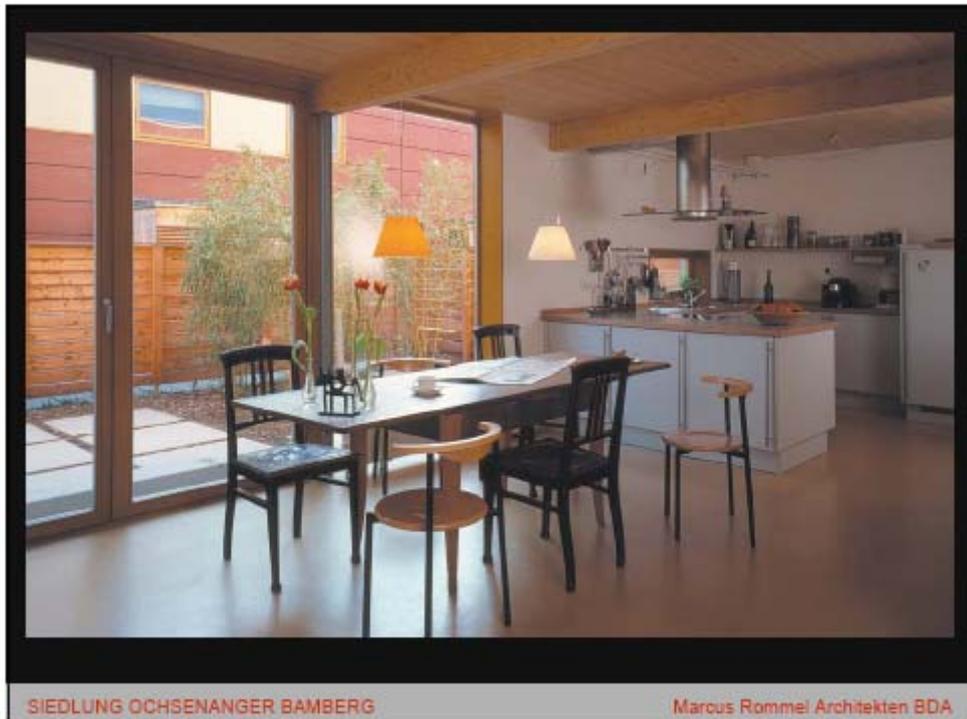
SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG

Marcus Rommel Architekten BDA



SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG

Marcus Rommel Architekten BDA





SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG

Marcus Rommel Architekten BDA



SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG

Marcus Rommel Architekten BDA

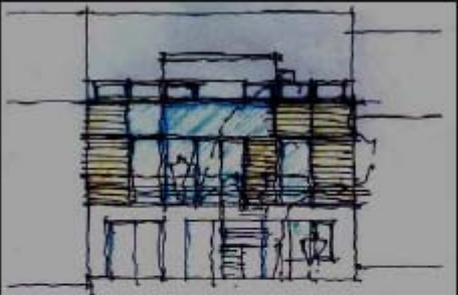






SIEDLUNG OCHSENANGER BAMBERG

Marcus Rommel Architekten BDA

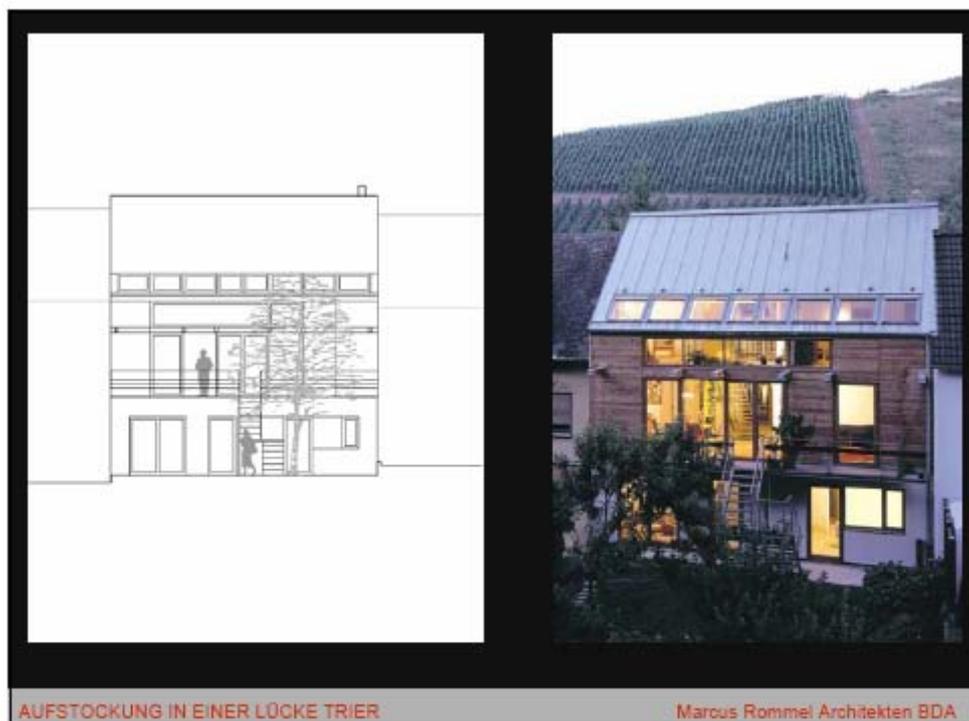
Baufaufgabe	Aufstockung und Sanierung eines Wohngebäudes	
Wohnfläche	210 qm	
Baukosten brutto DIN 276 KG 3-7	EUR 310.000	
Baukosten brutto /qm WF DIN 276 KG 3-7	EUR 1298	
BRI	738 cbm	
Bauzeit	4/1996 - 12/1996	
Auszeichnungen	Anerkennung Holzbaupreis Rheinland- Pfalz 1997 Hauptpreis Badenia Förderpreis für Kosten- und Flächensparendes Bauen 1997	

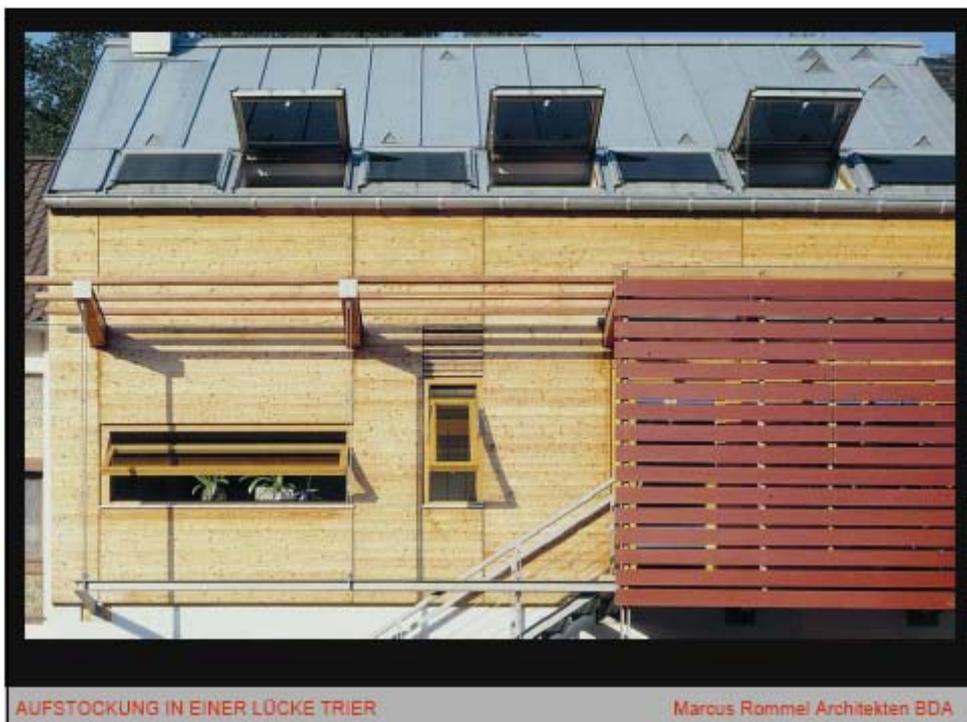
AUFSTOCKUNG IN EINER LÖCKE TRIER

Marcus Rommel Architekten BDA









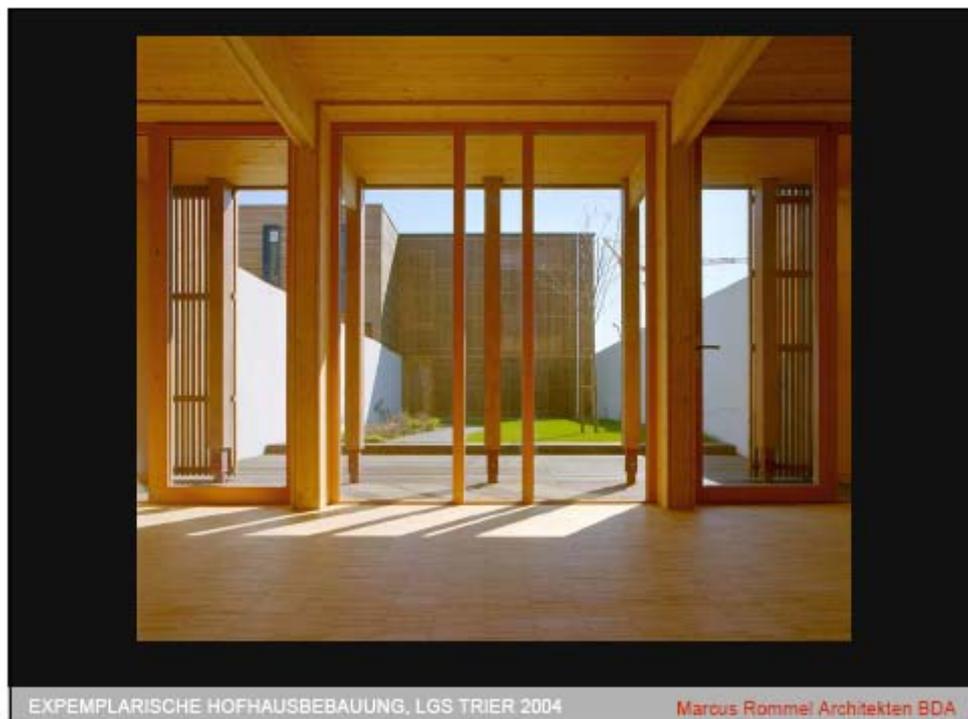
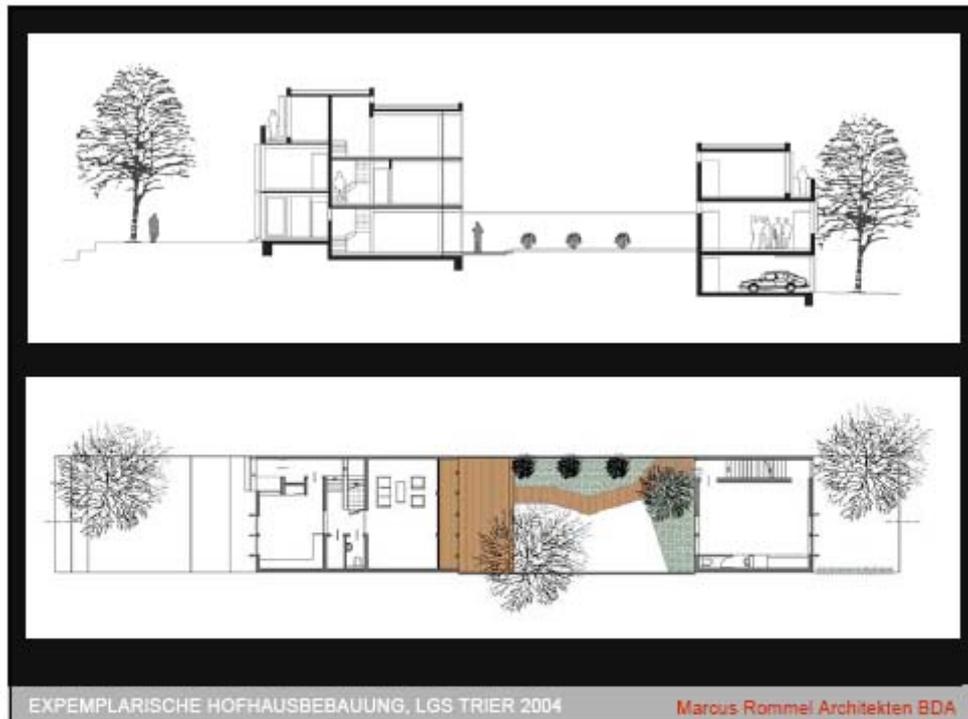
Baufgabe	Exemplarische Hofhausbebauung Landesgartenschau Trier 2004
Wohnfläche	349 qm
BRI	1053 cbm
Bauzeit	11/2003 - 4/2004
Auszeichnungen	Preis BHW Starteishaus Wettbewerb 2004
	Engere Wahl Deutscher Holzbaupreis 2005
	Besondere Anerkennung Architekturpreis Rheinland-Pfalz 2005
	Deutscher Bauherrenpreis 2006 „Hohe Qualität - Tragbare Kosten“
	Preis LBS-Wettbewerb 2005
	Preis Holzbaupreis Rheinland-Pfalz 2006

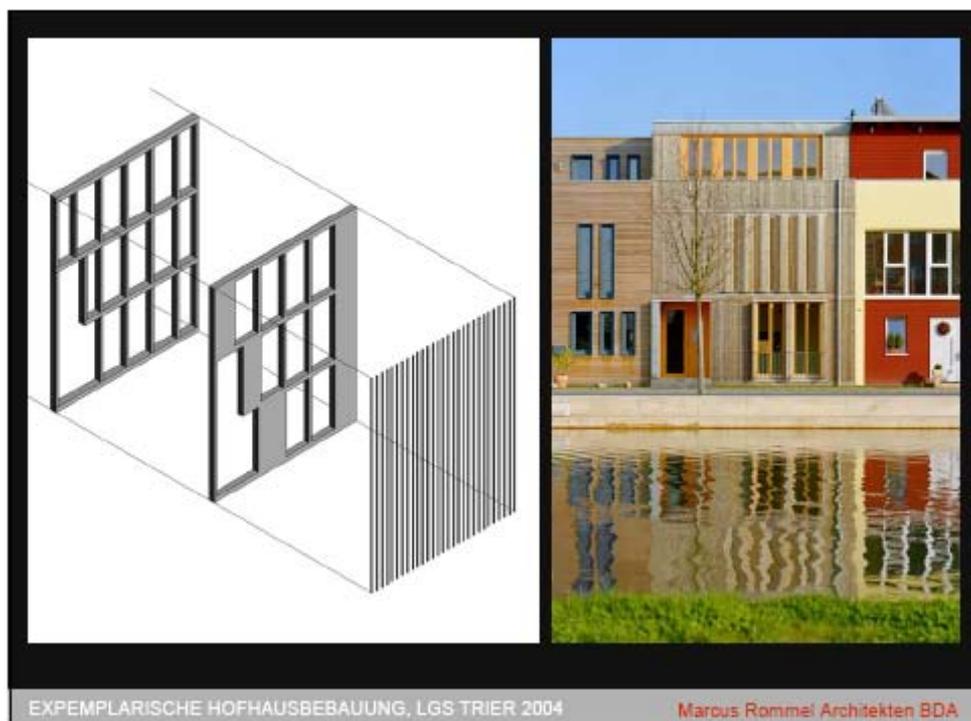


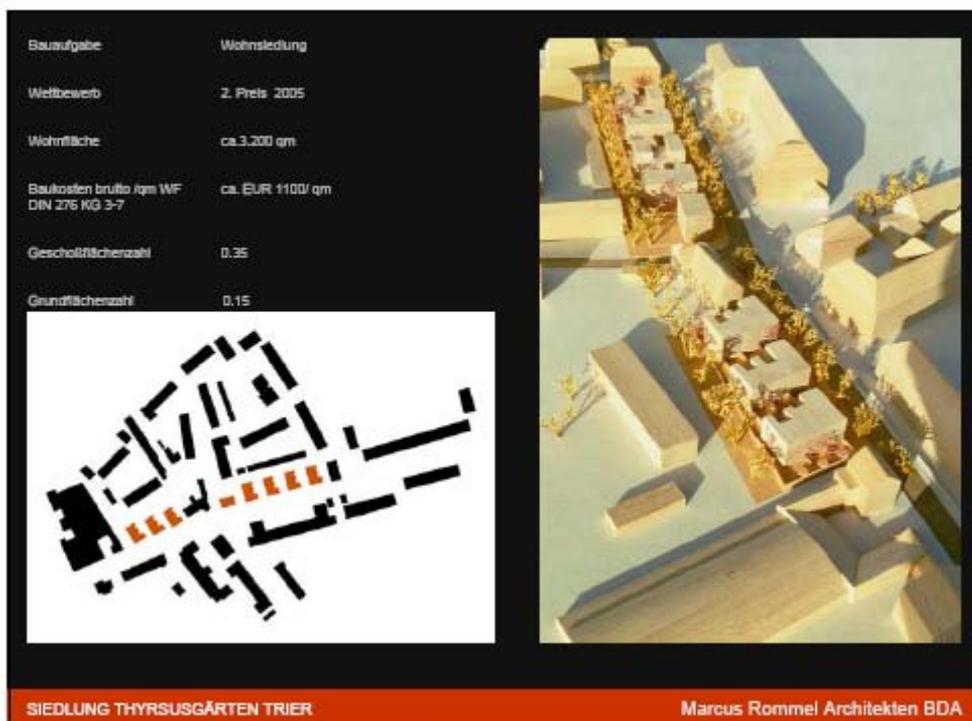
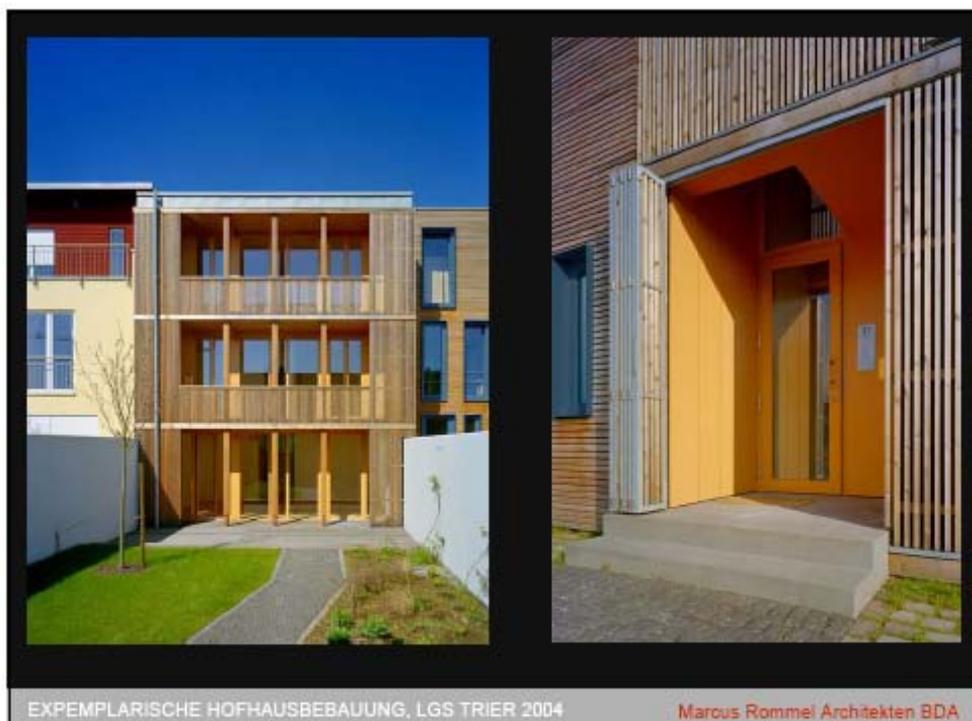
EXEMPLARISCHE HOFHAUSBEBAUUNG, LGS TRIER 2004 **Marcus Rommel Architekten BDA**




EXEMPLARISCHE HOFHAUSBEBAUUNG, LGS TRIER 2004 **Marcus Rommel Architekten BDA**











Kundenwertorientierter Einkauf

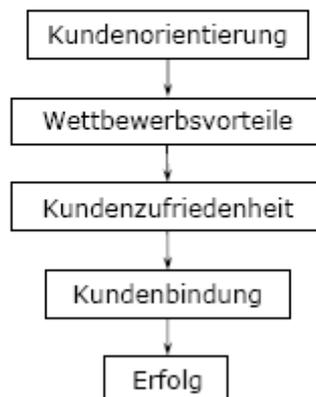
Dr. Matthias Kuhl

Kundenwertorientiertes Supplymanagement

*Dr. Matthias Kuhl
Senior Global Account Manager
Luegallee 102
40545 Düsseldorf
kuhlma@gmail.com*

*Praxis-Workshop II: „Qualitätskooperationen“
Dienstag, den 28. Oktober 2008, 13:00 – 18:35 Uhr, TGZ Daun-Nerdlen, Daun*

Grundgedanken des modernen Marketing



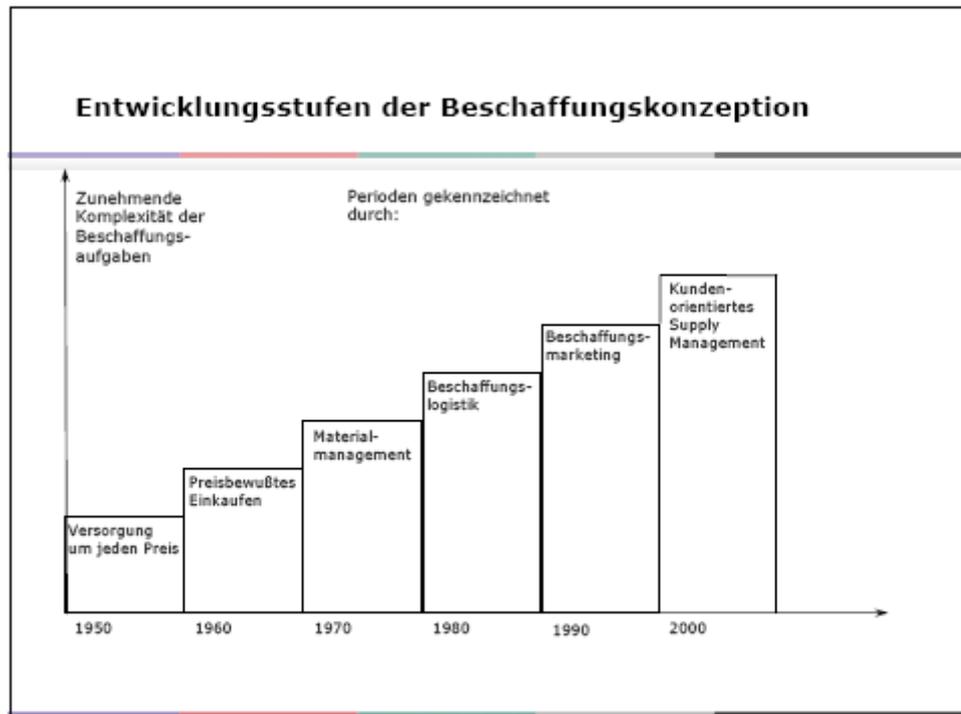
Arten von Wettbewerbsvorteilen

- Qualitätsvorteil bzw. Nutzensvorteil („besser“)
- Kostenvorteil („kostengünstiger für den Kunden“)



Traditionelle Einkaufsfunktion

- Lieferanten mit dem geringsten Preis werden ausgewählt
- Einkauf vollzieht sich vorwiegend im Inland (umliegende Region traditionelle Bezugsquelle)
- Häufig nur kurzfristige Verträge
- Alle Inputfaktoren werden bei einer breiten Lieferantenbasis beschafft
- Die Beschaffungsfunktion handelt isoliert für die Bedarfsträger innerhalb des Unternehmens (Erfüllungsgehilfe)
- Der Anschaffungspreis (nicht die Gesamtkosten) allein ausschlaggebend für die Lieferantenauswahl
- Zusammenarbeit mit anderen Funktionsbereichen nur situativ von Zeit zu Zeit



Definition Kundenwertorientiertes Supplymanagement

Kundenwertorientiertes Supplymanagement ist das Bündel aller Maßnahmen, das in Kooperation mit den Zulieferern die Ausrichtung der gesamten Wertschöpfungskette auf die Anforderungen der Kunden am Absatzmarkt in

- qualitativer,
- quantitativer,
- räumlicher und
- zeitlicher Hinsicht

zum Ziel hat.

Quelle: Kuhl, Matthias (1999): Wettbewerbsvorteile durch kundenorientiertes Supply Management, Wiesbaden.

Merkmale Kundenwertorientiertes Supply-management

- Kundenorientierung
- Systematische Lieferantenauswahl
- Differenzierte Beschaffungsstrategie
- Analyse von Lebenszykluskosten
- Reduzierung der Lieferantenzahl
- Zusammenarbeit mit Lieferanten in Forschung und Entwicklung
- Kosten- und Nutzenanalyse
- Win-Win-Gemeinschaft
- Just-in-Time-Konzepte
- Informationstechnische Vernetzung
- Global Sourcing
- Flexible team- und prozessorientierte organisatorische Einbindung der Beschaffungsfunktion

Kosten/Nutzenbewertung der Beschaffungsstrategien

Systematisierungsansatz	Strategie	Beitrag zum Kundenvorteil	
		Nutzenvorteile	Kostenvorteile
Träger der Wertschöpfung	In sourcing	+++	-
	Outsourcing	+	+++
Anzahl der Bezugsquellen	Sole Sourcing	++	-
	Single Sourcing	++	+
	Dual Sourcing	+	++
	Multiple Sourcing	+	+++
Komplexität des Inputfaktors	System Sourcing	++	+
	Modular Sourcing	++	+
	Component Sourcing	o	++
	Parts Sourcing	o	++
Ausdehnung der Beschaffungsmärkte	Internal	+++	o
	Local Sourcing	++	o
	Domestic Sourcing	+	o
	Global Sourcing	+	+++
Zeit der Bereitstellung	Stock	++	-
	Demand Tailored	++	o
	Just-in-Time	++	o
Beschaffungs-subjekt	Individual	++	-
	Collective	-	++

Aufgabenprofil eines kundenorientierten Supply Managers (1)

Der kundenorientierte Supply Manager...

- denkt in Kundenanforderungen anstatt in vorgegebenen Produkten.
- denkt in Problemlösungen für den Kunden, anstatt vorgegebene Produkte über den Preis einzukaufen; nutzt Dienstleistungselemente zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen.
- betrachtet die Zufriedenheit des Kunden als wichtigstes Qualitätsmerkmal.
- weiß, dass er Lieferanten benötigt, die sich durch exzellente Qualität, kurze Lieferzeiten und Kosteneffizienz auszeichnen.
- erkennt, dass er kundenorientierte Lieferanten braucht, um weltweit Stärken zu entwickeln und auszubauen.
- eliminiert alle Aktivitäten, die keinen direkten Wert für den Kunden am Absatzmarkt haben.
- unterstützt eine Prozessorganisation, die seine Lieferanten einschließt.
- sieht die gesamten Kosten über den gesamten Prozess ("Life Cycle Costs"; "Cost-of-Ownership") und nicht nur einzelne Kostengrößen.

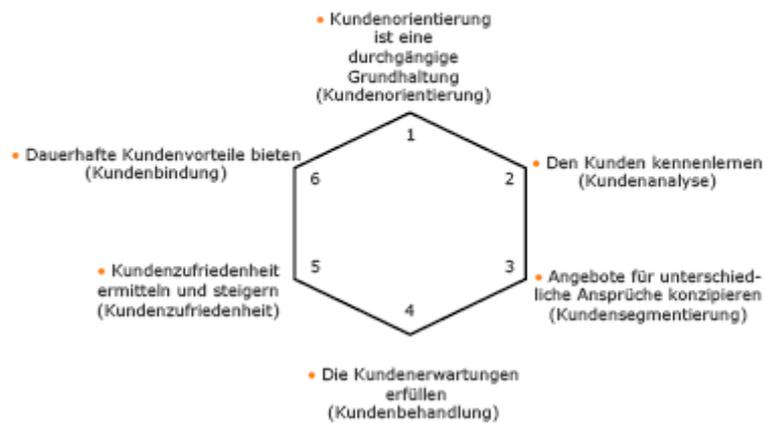
Aufgabenprofil eines kundenorientierten Supply Managers (2)

Der kundenorientierte Supply Manager...

- bezieht die Entwicklung und Konstruktion sowie andere Schnittstellen aufweisende Abteilungen so früh wie möglich ein, um Wettbewerbsvorteile zu sichern und Entwicklungszeiten zu reduzieren.
- unterhält proaktive, initiative Zusammenarbeit mit Lieferanten, die die Fähigkeiten haben, an der Spitze der technischen Entwicklung mitzuarbeiten.
- beobachtet und beachtet systematisch die Markt-, Technologie- und Konkurrenzentwicklung.
- übersetzt in funktionsübergreifenden Teams die Kundenanforderungen in Lieferantenanforderungen.
- stimmt sich mit Funktionsbereichen wie etwa Forschung & Entwicklung, Produktion, Logistik, aber auch mit Vertrieb und Marketing(-Services) ab.
- gibt Information mit Hilfe von Kommunikationsspielregeln und Informationsmanagement weiter, dazu ist eine systematische Rückkopplung vom Markt erforderlich.

Backup Slides

Elemente der Kundenorientierung



Kundenorientierung

- In Wettbewerbsvorteilen zu denken und zu handeln heißt Kundenorientierung!
- Der Wettbewerbsvorteil ist niemals „objektiv“ gegeben. Es ist die Sicht des Kunden, die über das Vorhandensein oder Nichtvorhandensein eines Wettbewerbsvorteils entscheidet.

Der Kunde entscheidet darüber,

- was er für wichtig hält,
- nach welchen Kriterien er bewertet,
- auf wen er die Kriterien anwendet.
- Der Kunde“ ist i.d.R. keine Einzelperson, sondern die Kaufentscheidung wird von mehreren Personen beeinflusst und getroffen.

Kundenorientierung des Unternehmens

Kundenorientierung des Unternehmens ist eine Ausrichtung des Führungssystems des Unternehmens, die auf

- die rechtzeitige und vollständige Wahrnehmung der (bewussten und/oder unbewussten) Erwartungen der Kunden,
- die Umsetzung der Erwartungen in ein entsprechendes Leistungsprofil sowie auf
- die Erfüllung der Kundenerwartungen

bei der arbeitsteiligen Umsetzung in **allen** Funktionsbereichen des Unternehmens gerichtet ist.

Definition Kundenwert

Kundenwert aus Nachfragersicht (Customer Value)

Aus einer wertorientierten Perspektive entscheiden sich Kunden beim Kauf einer Anbieterleistung für diejenige Alternative mit dem höchsten „customer value“ bzw. mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Der Kundenwert aus Nachfragerperspektive ist damit der vom Kunden wahrgenommene, bewertete Beitrag des Anbieters zur Erreichung der monetären und nicht-monetären Ziele des Kunden.

Definition Kundenzufriedenheit

Im Rahmen eines automatisch erfolgenden, komplexen Informationsverarbeitungsprozesses findet ein psychischer Vergleich statt, bei dem der Kunde die Bewertung aktueller **Erfahrungen** mit den Leistungen eines Anbieters (Ist) und die **Erwartungen** bzw. ein Anspruchsniveau (Soll) einander gegenüberstellt.

Zufriedenheit als das Ergebnis dieses psychischen Vergleichsprozesses tritt nach allgemeiner Auffassung ein, wenn mindestens Übereinstimmung zwischen subjektiven Erwartungen und der tatsächlich erlebten Bedürfnisbefriedigung besteht bzw. die Erwartungen übererfüllt werden.

Unzufriedenheit beruht auf einer merklichen (negativen) Abweichung der erlebten Leistungen von den Erwartungen.

Quelle: Schütze, Roland: Kundenzufriedenheit in Geschäftsbeziehungen, Wiesbaden 1992, S. 129 f.

Definition Kundenbindung

Kundenbindung umfasst sämtliche Maßnahmen eines Unternehmens, die darauf abzielen, sowohl die bisherigen Verhaltensweisen als auch die zukünftigen Verhaltensabsichten eines Kunden gegenüber einem Anbieter oder dessen Leistungen positiv zu gestalten, um die Beziehung zu diesem Kunden für die Zukunft zu stabilisieren beziehungsweise auszuweiten.

Quelle: Homburg, Christian/Bruhn, Manfred (1999): Kundenbindungsmanagement - Eine Einführung in die theoretischen und praktischen Problemstellungen, in: Bruhn, Manfred/Homburg, Christian (Hrsg.): Handbuch Kundenbindungsmanagement, 2. Aufl., Wiesbaden, S. 3-35, hier S. 8.

Ideenworkshop II: Projektideen (long-list, ungefiltert)

Themenfeld: Qualitätssicherung/-sensibilisierung

Kundenwertketten stärken (13 Pkte)

- Unterstützung beim Einkauf individueller Vorleistungen
- Recherche / Übersicht Kundenorientierung Qualitätszeichen?
- Definition Qualität? = Orientierung Kunde/Markt!
- Qualitätssicherung vom Wald bis zum Holzhaus
- Lückenloser Qualitätsnachweis vom Forst über Sägewerk, Industrie bis zum Verarbeiter
- ERFA (regional) initiieren
- Wertschöpfungskette muss in Rheinland-Pfalz bleiben
- Qualitätssicherung
 - Sinnvoll abstufen
 - Bezahlbar und machbar machen
 - Ergebnisorientiert ausbilden
- Holzbau aus/in Rheinland-Pfalz: Voraussetzung bei öffentlichen Ausschreibungen: Holz aus Rheinland-Pfalz
- Rheinland-Pfalz verarbeitet nur Mondphasenholz

Label-Transparenz (8 Pkte)

- Überschaubare für Kunden Zertifizierungslabels Zusammenfassung
- Leitfaden / Zusammenfassung Qualitätszeichen / Zertifikate
- Kreieren eines „Deckelbegriffs“ aller Qualitätssiegel: z.B. „Zertifizierter Holzbau Rheinland-Pfalz“
- Einheitliche Gütezeichen
- Marktentwicklung

Sensibilisierung (8 Pkte)

- Holz und Eigenschaften „erfahrbar“ machen (Stärken und Schwächen)
- Vergrautes Holz bietet keine Standsicherheitsprobleme! Vorträge und Informationen evtl. Flyer
- Informationstage für Endverbraucher „Wie gut muss mein Holz sein?“ Douglasie statt Bangkirai
- Good-Practice-Beispiele verbreiten

Instrumente (1 Pkt)

- Blower-Door-Test als Verpflichtung für Holzhausbauer
- Qualitätsausschüsse Innungen
- Regionale Qualitätssicherungszentrum

Qualifizierung (0 Pkte)

- Aus- und Weiterbildung fördern (z.B. Meisterhaftkampagne des Baugewerbeverbandes im Holzbau fördern)
- Architekten qualifizieren und sensibilisieren

Themenfeld: Innovation und Wissenstransfer

Imageförderung (7 Pkte)

- Sensibilisierung in Kindergärten, Schulen, Ausbildung um den Rohstoff Holz
- Holz im Kindergarten/Schule
- In Arbeitsgemeinschaften zu Schulen über einheimische Hölzer informieren (Verwendungszwecke...)
- Kommunikation der Vorteile des Holzbaus in der Presse
- Kommunikation und Lobbyarbeit für den zertifizierten und nachweislich hochwertigen Holzbau
- Verbraucherinformationen (Haltbarkeit Holzbau, Klimaschutz)
- „Vermarktung“ Holz in Bezug auf Klimabilanz und Nachhaltigkeit
- Renovierung, Sanierung, Aufstockung ist nicht ein Thema für den Maurer und Stuckateur
- Holzbautour (Besichtigungsfahrt innovativer Projekte für Planer und Holzbauer)

Lehrstuhl und Qualifizierung (6 Pkte)

- Initiierung, Unterstützung (personell, finanziell, strukturell) von Forschungsvorhaben bezogen auf Material, Baustellenabläufe (extern) und Firmenabläufe (intern)
- Forschungslehrstuhl an einer Hochschule in Rheinland-Pfalz als Kooperation zwischen Bauingenieurwesen und Architektur
- Höhere Anzahl an Uni-/FH-Lehrstühlen für Holzbau
- Zusammenarbeit Hochschulen – Holzbaubetriebe (Praktika/Forschungsprojekte)
- Holzbauseminare an Fachhochschulen und Technischen Universitäten für zukünftige Architekten und Ingenieure
- Akademische Einrichtungen in Rheinland-Pfalz etablieren
- Lehrstuhl „Holzbau“
- Qualifizierung bezüglich neuer Technologien und Materialien und Verfahren
- Schnellere Umsetzung von Forschungsergebnissen in Hinblick auf praktische Anwendung
- Finanzielle und strukturelle Förderung von Stipendien, Stage, Semesterarbeit, Doktorarbeit in führenden Holzbauunternehmen
- Studentenwettbewerb für Holzbau oder Holzwerkstoffe in Anwendung für alle Hochschulen in Rheinland-Pfalz

Wissenstransfer (6 Pkte)

- (schnellere) Umsetzung von Architektenerfolgen, -erfahrungen (z.B. bei energetischer Fassadengestaltung)

- Gemeinsame Produkterprobung
- F&E durch kompetente Netzwerke / Bildung von Interessengemeinschaften
- Zusammenführung Planer, Ausführende, Lehre/Forschung (Innovation mit konkreten Projekten)
- Zielgerichtete Zusammenführung von Zulieferindustrie, ausführenden Firmen, Architekten, Uni/Forschungsinstituten (z.B. wegen Innovation im Material)

Leuchtturmprojekte (5 Pkte)

- Förderung des öffentlichen Holzhausbaus
- Modellvorhaben im Wohnungsbau in Zusammenarbeit mit Finanzministerium (Herr Sommer)
- Mehr Holz bei öffentlichen Gebäuden als Signalgeber für private Bauherren
- Innovative Leitprojekte (z.B. Wohne und Leben im Zeichen des demographischen Wandels)

Marketing (3 Pkte)

- Holzbaumesse Rheinland-Pfalz
- Gemeinschaftsauftritte Forst-Säge- und Handwerksunternehmen
- Kundenbefragungen Informationen an Hersteller und Zulieferer

Information (1 Pkt)

- Kompetenzzentrum Holz/Holzbau
- Kompetenzzentrum Holzbau

Instrumente (1 Pkt)

- Kommunikations-Plattform Wissenstransfer
- „Datenbank“ (Konstruktionen, Details, Literatur, Ausschreibungsbausteine)
- Innovationsbörse
-

Themenfeld: Ideenspeicher (Unterstützende Maßnahmen)

- Bauen im Bestand
 - Ortskerne
 - Kommunen sensibilisieren
- Eichenbauholz für den Terrassenbau etc. etablieren
- Modellkommune
- Projektidee: Mehrgenerationenhaus (3 Generationen)
 - im ländlichen Raum im Umfeld Wald und Natur
 - Hauskonzept sollte anpassungsfähig (leicht umzubauen) sein
- Zertifizierung Nachhaltigkeit
- Holzbaupreise und Wanderausstellungen stärker nutzen
- Unterstützung beim Produzenteneinkauf

- Projekt: Kindertagesstätten
- In Zusammenarbeit Holzbaubetriebe – HWK (überbetriebliche Ausbildung)

Ideenworkshop III: „Qualifizierung im Holzbau“



Agenda zum Themen-Workshop „Qualifizierung im Holzbau“

- Donnerstag, 30. 10 2008, 13.00 – 19.00 Uhr •
- WIP - Wissenschaftspark Trier •

Begrüßung und Vorstellung der Initiative Cluster Forst & Holzbau

Marco van Elkan

Geschäftsführer des Inmit

Dr. Stefan Seegmüller

Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft

Interviewrunden zum Thema: „Strategien gegen den Fachkräftemangel / Qualifizierung im Holzbau“

Moderation:

Marco van Elkan

Geschäftsführer des Inmit

Runde 1: Qualifizierung im Holzbau aus Sicht eines Architekten / Qualifizierung von Multiplikatoren

Hubertus Hillinger

Architektur9+

Kurze Pause

Runde 2: Betriebliche Aus- und Weiterbildung

Dr. Matthias Schwalbach

Handwerkskammer Trier

Tanja Klassen

Berufsbildende Schule Prüm

Sabine Fusenich

Ochs GmbH

Runde 3: Akademische Holzbauausbildung und Duale Hochschule Rheinland-Pfalz

Prof. Dr. Rüdiger Falk

Duale Hochschule Rheinland-Pfalz

Prof. Dr.-Ing. Tino Schatz

Fachhochschule Trier

Kurze Pause

Generierung und Bearbeitung konkreter Projektideen zu den Themen: „Verbesserte Aus- und Weiterbildung im Holzbau“

Moderation:

Marco van Elkan

Geschäftsführer des Inmit

Martin Grünebaum

KOMMA

Schlusswort

Martin Grünebaum (KOMMA)

Ausklang (Imbiss und kleiner Umtrunk)



Cluster Forst & Holzbau Rheinland-Pfalz

Dachprojekt zur Clusterentwicklung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

Themen-Workshop „Qualifizierung im Holzbau“

30. Oktober 2008, WIP – Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Str. 6 (Anbau), 54296 Trier

Teilnehmer/-innenliste

Name	Institution/Position	Adresse
Bauer, Marco	HWK Koblenz	Rizzastraße 24-26, 56068 Koblenz
Dreisigacker, Norbert	Baugewerbeverband Rheinland-Pfalz e.V.	Südallee 31-35, 56068 Koblenz
Elkan, Marco van	Inmit - Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier
Falk, Prof. Dr. Rüdiger	Duale Hochschule Rheinland-Pfalz	Konrad-Zuse-Str. 1, 56075 Koblenz
Floss, Peter	Floss Zimmerei und Blockhaus GmbH	Lindenstr. 20b , 54614 Schönecken
Fusenich, Sabine	Ochs GmbH	Bahnhofstr. 37, 55481 Kirchberg
Grünebaum, Martin	Kommunikation und Marketing der Landesforsten (KOMMA)	Neupfalz, 55442 Stromberg
Hillinger, Hubertus	Architektur9+	Saarstr. 58, 54290 Trier
Klassen, Tanja	Berufsbildende Schule Prüm	Kreuzerweg 16, 54595 Prüm
Kopper, Dieter	Zimmerei Dieter Kopper	Industriestraße 27, 56307 Dürrholz
Krause, Christoph	HWK Koblenz	Rizzastraße 24-26, 56068 Koblenz
Kreutz, Heiko	Kreisverwaltung Cochem-Zell	Enderplatz 2, 56812 Cochem
Mauerhof, Hubertus	Ministerium für Umwelt Forsten und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz; Abteilung Forsten	Kaiser-Friedrich-Straße 1, 55116 Mainz
Pinn, Johannes	Landesforsten Rheinland-Pfalz	Lammersdorfer Straße 7, 54576 Hillesheim
Seegmüller, Dr. Stefan	Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft Rheinland-Pfalz	Hauptstraße 16, 67705 Trippstadt
Schatz, Prof. Dr.-Ing. Tino	FH Trier, Fachrichtung Bauingenieurwesen	Schneidershof, 54293 Trier
Schmitt, Thomas	Inmit - Institut für Mittelstandsökonomie an der Universität Trier e.V.	WIP-Wissenschaftspark Trier, Max-Planck-Straße 22, 54296 Trier
Schmitz, Stefanie	HWK Koblenz	Rizzastraße 24-26, 56068 Koblenz
Schweibach, Dr. Matthias	HWK Trier	Leobstraße 18, 54293 Trier

Präsentation des Dachprojekts (WS III)

Marco van Elkan, Inmit

Dr. Stefan Seegmüller, FAWF



Landesforsten
Rheinland-Pfalz



Hochschule Trier
Wissenschaftliche Fakultät für Planung
und Kommunikation



inmit
Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V.



Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

Dachprojekt zur Clusterentwicklung

- Ideenworkshop Qualifizierung im Holzbau -

Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V. (Inmit),
Landesforsten Rheinland-Pfalz mit
der Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft (FAWF)
und Kommunikation und Marketing (KOMMA)

Trier, 30.10.2008



**„Auf Dauer werden nur die Unternehmen
Erfolg haben, die auf die Kraft von
Netzwerken bauen“**

Michael E. Porter, Harvard Business School

Einführung und Ziele des Ideenworkshops



Einführung und Ziele des Ideenworkshops

Voraussetzungen für die Förderung von Clustern durch die Politik

- _Konkrete Anknüpfungspunkte bzw. Kompetenzfelder müssen vorhanden sein
- _Vorhandensein einer kritischen Masse aktiver und sich ergänzender Akteure
- _Akteure müssen sich mit dem Cluster identifizieren
- _Akteure müssen die Bereitschaft zur Kooperation mit anderen Unternehmen in einem Cluster aufzeigen



Dachprojekt

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Potenzial- und Machbarkeitsanalyse zur Clusterbildung im Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald

- _ Identifikation der Akteure
- _ Ist die Agglomeration zufällig entstanden oder Ergebnis einer Clusterbildung?
- _ Ermittlung des Kooperationsbedarfs und der -bereitschaft der Akteure
- _ Ermittlung des Bedarfs an weiteren unterstützenden Maßnahmen und Infrastrukturen



Modularer Projektaufbau

Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald“

Modul 1

Regionale Cluster-Akteure

✓

↓

Modul 2

Kundenwertketten der Region und Bedarf der Akteure zur Clusterbildung

✓

↓

Modul 3

Initiativfelder und konkrete Anknüpfungspunkte der Clusterbildung

←

↓

Modul 4

Erarbeitung Aktionsprogramm





Entwicklung eines mittelfristigen Aktionsprogramms

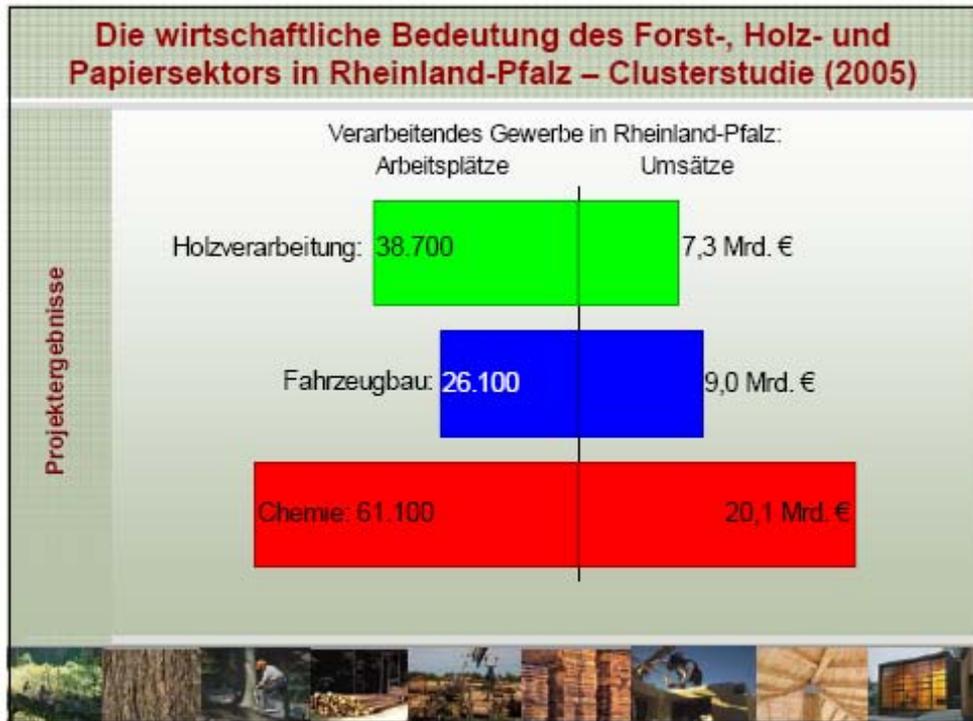
Vorstellung des Dachprojektes „Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerrwald“

**Aktionsprogramm
Cluster Forst & Holz**

Aktionsprogramm...

- _ gibt den bedarfsorientierten Rahmen vor
- _ Fokus auf das Mehrwert-Potenzial der Maßnahmen
- _ Kooperationsorientiertes Konzept
- _ Engagement der Cluster-Akteure







Regionale Kundenwertketten

Projektsergebnisse

Handwerklicher Holzbau

- ☞ regionaler Ein- und Verkauf
- ☞ eher standardisierte Vorleistungen
- ☞ endkundenferner Kundenauftragsentkopplungspunkt
- ☞ eher qualitätsorientierte Kooperationen

Regionale Versorgungsketten

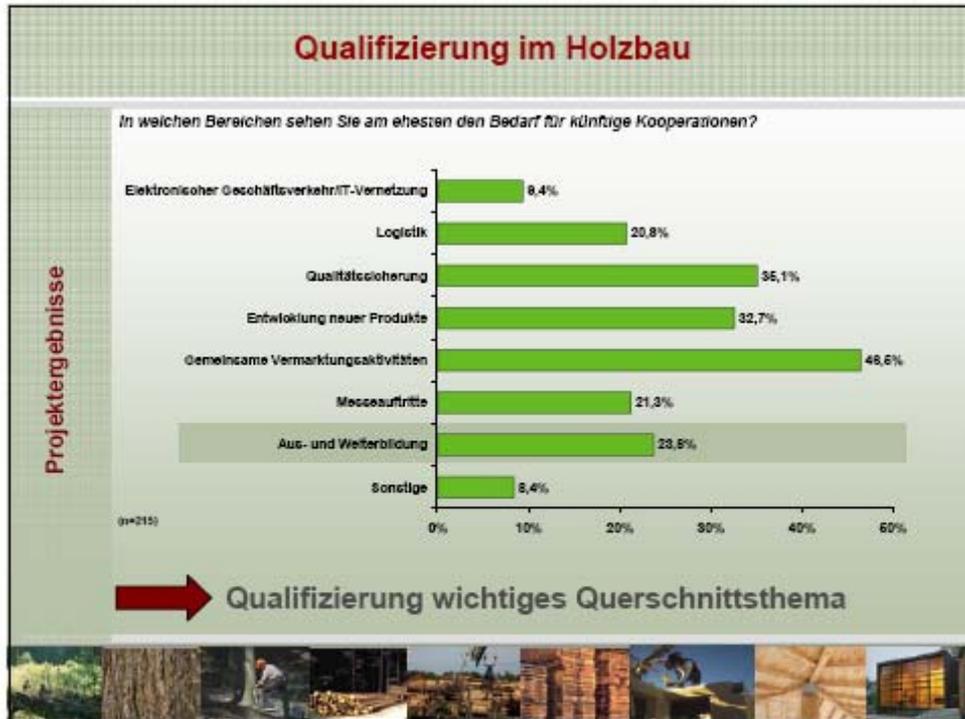
Qualifizierung im Holzbau – Weitere Maßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

Durch welche sonstigen – extern unterstützten – Maßnahmen kann die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen des Holzbaus in Ihrer Region insgesamt verbessert werden?

Projektsergebnisse

Maßnahme	Anteil (%)
Zentrales Marketing zur Verbesserung des Images von Holz als Werkstoff	61,9%
Überbetriebliche Aus- und Weiterbildung / Qualifizierungsmaßnahmen	58,6%
Hilfestellung bei der Vermarktung	53,0%
Gemeinschaftsstände auf Messen	48,4%
Unterstützung bei der Erschließung neuer, auch internationaler Absatzmärkte	44,7%
Unterstützung bei F&E-Projekten	39,1%
Einführung regionaler Qualitätszertifikate	36,7%
Technologietransferprojekte zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen	33,5%
Unternehmensexterne Durchführung von Markt- und Absatzanalysen	30,2%
Sonstige	11,6%

n=216



- ### Qualifizierung im Holzbau – Initiativfelder
- _Qualifizierung aus Unternehmenssicht an 4. Stelle im Hinblick auf künftigen Kooperationsbedarf
 _Bei den weiteren Maßnahmen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit im Ranking ganz vorne
 _Querschnittsthema, das in andere Handlungsfelder hineinstrahlt
 _Wissensvermittlung und Wissenstransfer als zentrale Bausteine
 _Erhöhung der Angebotstransparenz notwendig
 _Neue Wege in der Ausbildung / Qualifizierung
 _Ausbau des holzbauspezifischen akademischen Angebots
 _Qualifizierung von Multiplikatoren
-

Qualifizierung im Holzbau – Impulse

Projektergebnisse

- _Kommunikation zwischen den Unternehmen stärken (Wissenstransfer)
- _Bündelung der Qualifizierungsangebote und Schaffung von mehr
Transparenz im Angebot der einzelnen Bildungsträger
- _Schaffung v. Bildungsangeboten zu neuen Produkten, Verfahren u. Techniken
- _Maßnahmen zur Verbesserung des akademischen und nicht-akademischen
Qualifizierungsangebotes
- _Neue Wege in der beruflichen Ausbildung beschreiten
- _...



**Strategien gegen den Fachkräftemangel /
Qualifizierung im Holzbau**

Impulse

Interviewrunden zum Themenfeld:
**Strategien gegen den Fachkräftemangel /
Qualifizierung im Holzbau**



**Strategien gegen den Fachkräftemangel /
Qualifizierung im Holzbau**

Impulse

**Qualifizierung im Holzbau aus Sicht eines Architekten /
Qualifizierung von Multiplikatoren**

Hubertus Hillinger
Architektur9+



**Strategien gegen den Fachkräftemangel /
Qualifizierung im Holzbau**

Betriebliche Aus- und Weiterbildung

Tanja Klassen, BBS Prüm
Dr. Matthias Schwalbach, HWK Trier
Sabine Fusenich, Ochs GmbH

Impulse



**Strategien gegen den Fachkräftemangel /
Qualifizierung im Holzbau**

**Akademische Holzbauausbildung und
Duale Hochschule Rheinland-Pfalz**

Prof. Dr. Rüdiger Falk
Prof. Dr.-Ing. Tino Schatz

Impulse



Kontakt

Weitere Informationen unter www.holzbau-cluster.de

The screenshot shows the website www.holzbau-cluster.de. The navigation menu includes Home, **Impressum**, Good Practice, and Presse. The main content area features a search bar and a section titled "Schritt 1 - Potenzial- und Marktanalyse zur Clusterbildung". This section contains a diagram with two main boxes: "Regionale Cluster-Analyse" and "Anzahl der Akteure zur Clusterbildung".

Schritt 1 - Potenzial- und Marktanalyse zur Clusterbildung

Regionale Cluster-Analyse

- Welche Akteure des Holzbau sind in der Region tätig und überwiegen? (Anzahl, Umsatz, etc.)

Anzahl der Akteure zur Clusterbildung

- Welche Akteure der Wertschöpfungskette sind mit Akteuren der Region besetzt?
- Gibt es Synergieeffekte zwischen den Akteuren?
- Wie können Synergieeffekte genutzt werden?

At the bottom of the page, there are logos for "HolzbauCluster" and "inmit".

Ideenworkshop III: Projektideen (long-list, ungefiltert)

Themenfeld: Verbesserte Ausbildung

Werbung für Holzberufe (10 Pkte)

- Marketing für Ausbildung im Bereich Holz
- Lehrlingswettbewerb „Bauen mit Holz“
- Tag der Betriebe in Schulen, 8./9. Klasse (Schulen und Schüler sollen Ausbildungsbetriebe besser kennen lernen)
- Holzbauwoche als Schulprojekt
- Lehrer zu Informationsveranstaltungen und Schulungen einladen

Überbetriebliche Ausbildung (5 Pkte)

- Kurse spezialisieren
- Finanzielle Unterstützung der Handwerkskammern bei der „übertariflichen“ Bezahlung qualifizierter Ausbilder
 - Auflösung langfristiger Verträge zugunsten kurzfristiger Zeitverträge (für neue Verträge nur noch 2 Jahre)
- Meister aus Betrieben in die Überbetriebliche Lehrlingsunterweisung (ÜLU) einbinden

Betreuung in der Ausbildung (5 Pkte)

- Projektbezogene Ausbildung (Weiterentwicklung)
- Zusatzangebote über die Überbetriebliche Lehrlingsunterweisung hinaus
- Meistersprechstunde (festes Angebot der BBS an die Betriebe zum Austausch, um Probleme frühzeitig zu erkennen)
- Paten für Lehrlinge
- Einführung eines monatlichen „Reportings“ über den Stand der Ausbildung zwischen Handwerkskammer, ausbildendem Betrieb und Berufsschule

Holzbau-Lehrstuhl in Rheinland-Pfalz (4 Pkte)

- Architektenqualifizierung bei Holzbau
- Architektenqualifizierung
- Holzbau-Lehrer-Fortbildung
- Holzbau-Lehrstuhl an einer Universität in der Region
- Länderübergreifende (NRW-RLP) Zusammenarbeit „Holzcampus“

Praxisbezogene akademische Ausbildung (4 Pkte)

- Studienbegleitender unternehmerischer Support (Diplomanden, Projektvergaben)
- Studierende bearbeiten konkrete Fragestellungen in BA-Arbeit für einen Betrieb
- Exkursionen für Studierende / Betriebsbesichtigungen

Auswahl Azubis (3 Pkte)

- Zentraler Eignungstest

- Auswahl Lehrlinge
- Eignungstest

Neue Wege in der betrieblichen Ausbildung (1 Pkt)

- Ringtausch Lehrlinge
- Lehrlingsaustausch Ausland (Österreich etc.)
- Verbessertes Schulabschluss (mehr Zeit im Betrieb)

Themenfeld: Verbesserte Weiterbildung

Praxisbezogene akademische Weiterbildung (12 Pkte)

- Förderung von Studenten für längere/intensivere Praktika in Holzbaufirmen [Lehrplan – Uni – FH]-Holzbau-Firma
- Duales Angebot: Bachelor und Holz(Meister) Kooperationen: Kommunen, FHs (TR/KO)
- Politisch noch stärkere Unterstützung der „dualen Hochschule Rheinland-Pfalz“, auch und gerade für den Holzbaubereich
- Holzcampus (Regionales Zentrum für Aus- und Weiterbildung im Holzbau)
- FH-Angebote entwickeln
- Weiterbildungsangebote → Bauphysik (FH und HWK)
- Praxisseminare an der Hochschule zu bestimmten Themen

Zielgruppenorientierte Weiterbildung (7 Pkte)

- Weiterbildungsangebot an Architektenkammer
- Praxisorientierte Weiterbildung für Lehrer
- Gastvorlesungen in BBS

Gestalten von strukturierten Weiterbildungsangeboten (7 Pkte)

- Regionenübergreifendes Weiterbildungs-Programm von mehreren Weiterbildungsanbietern
- Baufeuchte, Bauausführung
- Neue Angebote z.B. Gestaltung
- Unternehmensumfragen zur Feststellung des tatsächlichen Schulungsbedarfs
- Kooperationsprojekt mit HWKs „Holzbaumeister plus“

Weiterbildung in Netzwerken (7 Pkte)

- Netzwerke vertiefen
- Zusammenarbeit Architekten
- Internationales Zimmerertreffen (Austausch) → gemeinsame Projekte Kindergarten

BWL-Weiterbildung (0 Pkte)

- Weiterbildung Marketing / Kundenmanagement
- Kommunikation- und Marketingweiterbildungsangebot für Unternehmen

- Weiterbildung Kooperationsmanagement

Themenfeld: Unterstützende Maßnahmen

- Holztour (Regelmäßige, überbetriebliche Informationsfahrt zu innovativen Holzbauten etc.)
- Unterkunft für wandernde Gesellen
- Kompetenzzentrum Holz
- Medien für Holzbau
- Regionale Holzbaupreise ausschreiben
- Regionale Informationsveranstaltungen → Berufsfindungstage mit Ansprechpartnern aus Unternehmen
- Bebauungspläne ohne Reglementierung des Holzbaus
- Einfluss der Landesregierung auf die Kommunen, „holzhemmende“ Bebauungspläne nicht aufzustellen
- Einbindung der Kommunen: Holzbauten in Bebauungsplänen nicht diskriminieren
- Good-Practice-Tour für Bauherren
- Checkliste Holzbau für ihre Kunden
- Informationsveranstaltungen für Schulklassen im Unternehmen (Anschauungsunterricht in praktischen Bereichen)
- Ferienprogramm – Workshops
- Ferienangebote: „Häuschen bauen“
- Symposium und Wettbewerb BUGA 2011
- BUGA Vorzeigeobjekt

Impressum

Dokumentation der drei Ideenworkshops zum Projekt:

Holzbau in den Regionen Trier und Mittelrhein-Westerwald – Dachprojekt zur Clusterentwicklung

Projektteam:

Inmit - Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V.

Landesforsten Rheinland-Pfalz mit

FAWF - Forschungsanstalt für Waldökologie und Forstwirtschaft (FAWF) und

KOMMA - Kommunikation und Marketing

Bearbeitung:

Inmit - Institut für Mittelstand an der Universität Trier e.V.

Stand:

November 2008

Trier

