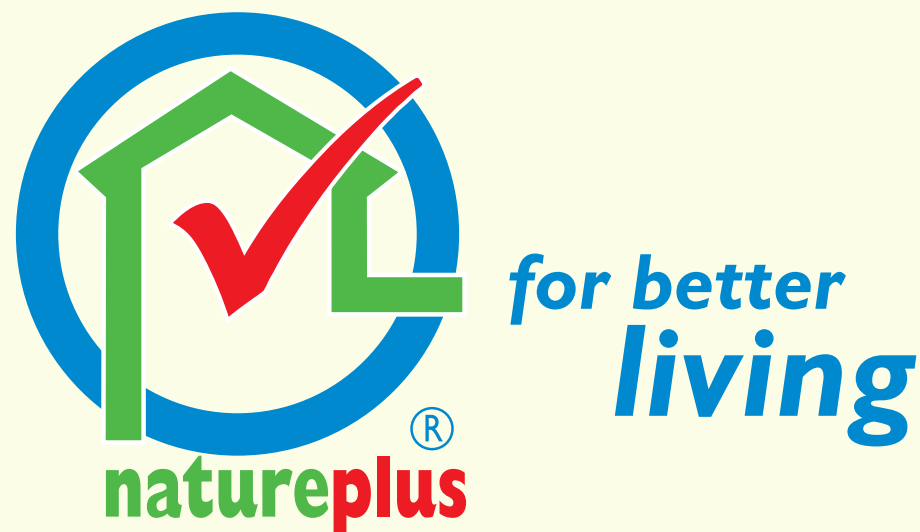




Umweltzeichen-Enquete 2005



Internationales Umweltzeichen für nachhaltige Bauprodukte

Hildegund Mötzl (natureplus Österreich)

Bedeutung von Bau und Gebäudebetrieb für die Umwelt



Der Bau- und Wohnbereich verschlingt

- ca. 40 % der weltweiten Ressourcen
- ca. 25 % des Gesamtabfallaufkommens ohne Bodenaushub
- ca. 30 % der Energievorräte
- Millionen von Tonnen chemisch-synthetischer Stoffe

Die Folge sind hohe Umweltbelastungen



Bedeutung der Bau und Gebäudebetrieb die Gesundheit



- Sick-Building-Syndrome
- **25 %** der Erwachsenen in Deutschland gelten als **Allergiker**, **30 %** der Kinder
- Schimmel-Problematik in **40 %** der (falsch) modernisierten Gebäuden
- Trends „Cocooning“, „Homing“, „Wellness“

Produktrends gestützt durch das Cocooning und Homing lassen sich hier verstärkt feststellen, u.a.

- **Wohnungsaufbau -umbau,**
Wohnungseinrichtung



Verbrauchern und Profis fehlt Orientierung



- Informationsdefizit: **50 %** glauben, gesunde, nachhaltige Produkte zu kaufen, aber nur **3 %** tun dies tatsächlich

Barrieren

- Preisvorbehalte
- Schwere Erhältlichkeit
- Verarbeitungsnachteile und Ästhetikdefizit
- Gewohnheitsbarrieren und Imagebelastung
- Echtheitszweifel und Irrelevanzeindruck

Die Folgen

- Planer, Handel und Handwerk raten oft zu “bewährten” konventionellen Produkten
- Innovative Hersteller haben hohen Werbe- und Informationsaufwand (Transaktionskosten)



Ein Zeichen für alle



- **Vereinigung bestehender Label**
- **Einheitlich in ganz Europa**
- **natureplus®-zertifizierte Produkte sind**
 - ✓ **umweltfreundlich**
 - ✓ **gesundheitsverträglich**
 - ✓ **gebrauchstauglich**



Pluralistische Organisation umfasst alle Interessensgruppen



Sechs gleichberechtigte Sparten (Vorstand)

- Handel
- Hersteller
- Umwelt
- Verbraucher
- Anwender
- Prüfer



Unterstützung durch glaubwürdige Institutionen



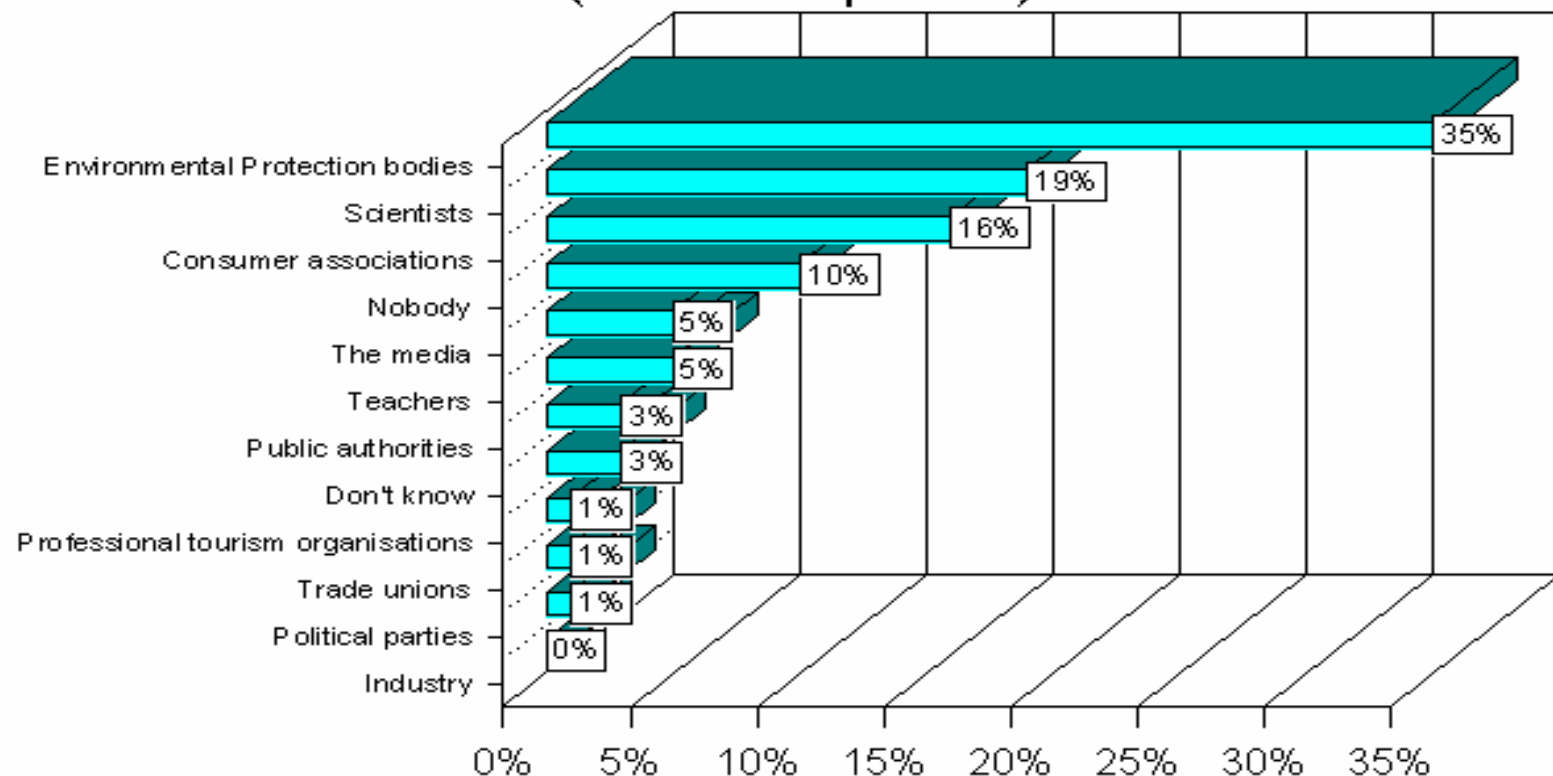
- **Öko-Test: sehr gut**
- **VI label-online und bfub: empfehlenswert**
- **Verbraucherzentrale NRW Baulabelvergleich**
- **WWF Finanzierung**
- **BUND Mitträgerschaft**
- **Bundesministerin Künast Schirmherrin**
- **Greenpeace Kooperation**



Glaubwürdigkeit von Umweltorganisationen beim Verbraucher



Reliable information sources on the state of the environment
(one answer possible)



Source: Eurobarometer 1395

Marktziele



Lenkungswirkung des Qualitätszeichens:

- max. **20%** der jeweiligen Produktgruppe **auszeichnen**
- dann Anforderungen **verschärfen**

Marktanteil der Naturbaustoffe steigern:

- heute 1-5%
- künftig **20-30%**



Qualitätszeichen nutzt allen Zielgruppen



Verbraucher / Bauherren:

- Orientierung in der Zeichenvielfalt
- Bewusstseinsbildung

Planer, Berater, Behörden:

- Erfüllung politischer und wissenschaftlicher Vorgaben
- Ausschreibungssicherheit

Handel Baumaterialien:

- bessere Erträge
- Beratungssicherheit

Handwerk und Bauindustrie:

- Profilierung
- Kundenzufriedenheit

Baustoff-Hersteller:

- Innovationslenkung
- zukunftssträchtige Vermarktung



Kommunikationsoffensive an Baufachzielgruppen



- ✓ **Bekanntheit bei Bauprofis** signifikant steigern
- ✓ **Widerstände** und **Misstrauen** bei Architekten, Planern, Handwerkern und Verbrauchern abbauen
- ✓ **Baustoff-, DIY- und Holzhandel** als Multiplikator zum Kunden und als Dampfmacher am Markt
- ✓ **Akzeptanz** gewinnen, staatliches Beschaffungswesen einbeziehen
- ✓ **Aus- und Fortbildung** forcieren
- ✓ **Baufinanzierer** und **Hausbaufirmen** als Partner
- ✓ **Baustoffhersteller** motivieren



Danke für die Aufmerksamkeit



www.natureplus.org

- Alle Richtlinien
- Alle Produkte
- Alle Mitglieder
- Alle Abläufe
- In Deutsch, Englisch, Französisch
- Online-newsletter

