



## **DEUTSCHER SÄGEWERKSKONGRESS 2001**

### **Handelsmarketing**

**Michael Thürmer**

**hagebau GmbH & Co.KG**



**Die Fesseln der Gewohnheit sind meist so fein,  
daß man sie gar nicht spürt.  
Doch wenn man sie dann spürt,  
sind sie schon so stark,  
daß sie sich nicht mehr zerreißen lassen.**

Samuel Johnson (1709-1784)



**In Zukunft müssen sich die Utopien beeilen,  
wenn sie nicht von der Realität  
eingeholt werden wollen.**

Wernher von Braun (1912 - 1977)



# Handelsmarketing

**Erfolgsfaktoren und Beschaffungstrends aus Sicht des Handels**

**die Rolle und Funktion des Handels in modernen  
Schnittholz Distributionskonzepten**

**Logistik-, System- und Serviceanforderungen des Handels an  
die Holzindustrie**

**Differenzierungsansätze für die Industrie im internationalen  
Wettbewerb um attraktive Absatzkanäle**

# Rolle und Funktion des Handels

**Standorte**, Kundennähe, Lagerhaltung

**Sortimentsvielfalt**, Produktkenntnisse

**Systemleistungen**, Systemkenntnisse

**Zielgruppenorientierung**, Zielgruppenkenntnisse

**Service**, Dienstleistungen, Finanzierung, **Beratung**

# Anforderungen an die Holzindustrie

Lager, Strecke (Baustellenlogistik)

**ECR, BauDatenbank, Internet-Portal**

Orientierung am Markt und nicht an der Produktion  
fest definierte Produkte und verlässliche Qualitäten

**DIN-Normen** umsetzen

zielgruppenorientierte und marktgerechte Sortimente  
(KVH 2,57 m, **KVH nach Liste**)

Sortimentstrends erkennen und vorantreiben

Standards entwickeln und durchsetzen

Produktentwicklungen

vorkonfektionieren, Halbfertigprodukte

**Produktsysteme** entwickeln, unterstützen und anbieten



# Anforderungen an die Holzindustrie

**Strukturschwäche Holz** abbauen

Zusammenarbeit mit allen Beteiligten

**Marketing-Konzepte** mit partnerschaftlicher Marktbearbeitung

klare und nachvollziehbare Vertriebskonzepte entwickeln

Vertriebsmannschaft

**Holz-Kampagne**

Dienstleistungen, Service



# Differenzierungsansätze

**Kundennähe (ohne Makler)  
bessere Preise und Leistungen**

**gemeinsame Marktbearbeitung  
Sortimentstrends erkennen und vorantreiben  
gemeinsame Produktentwicklungen  
Produktsysteme entwickeln, unterstützen, anbieten**

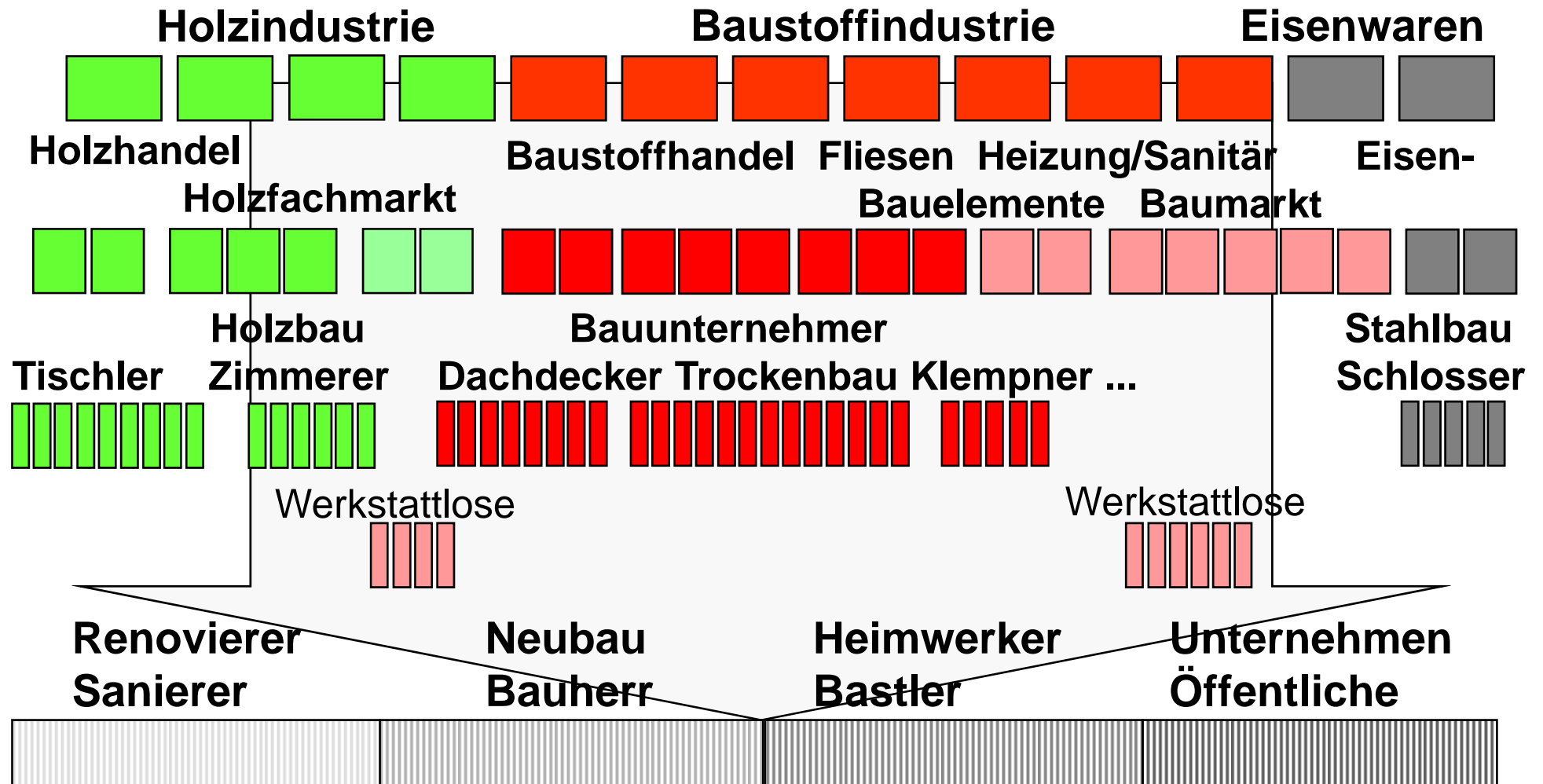
## **Marketing-Konzepte**

**klare, nachvollziehbare und verlässliche Vertriebskonzepte  
Vertriebsmannschaft**

**gemeinsame Holz-Kampagne  
gemeinsame Dienstleistungen**



# Partnerschaftliche Marktbearbeitung



# Kundenmanagement

**Was steht bei Ihnen im Mittelpunkt ?**

- **Die Einführung einer neuen Sägelinie ?**
  - **Die Einführung der Trocknung ?**
  - **Die Einführung eines (neuen) EDV - Systems ?**
  - **Die schlechte Zahlungsmoral Ihrer (Handwerks-) Kunden ?**
  - **Die Kampfpreise der Konkurrenz ?**
  - **Oder Ihre Kunden ?**
  - **Wer sind Ihre Kunden ?**
-

# Kundenmanagement

**Kennen Sie Ihre Kunden ?**

**Kennt Ihr Aussendienst Ihre Kunden ?**

**Kennt Ihr Makler / Agent Ihre Kunden ?**

**Kennen Sie die Kunden Ihrer Kunden ?**

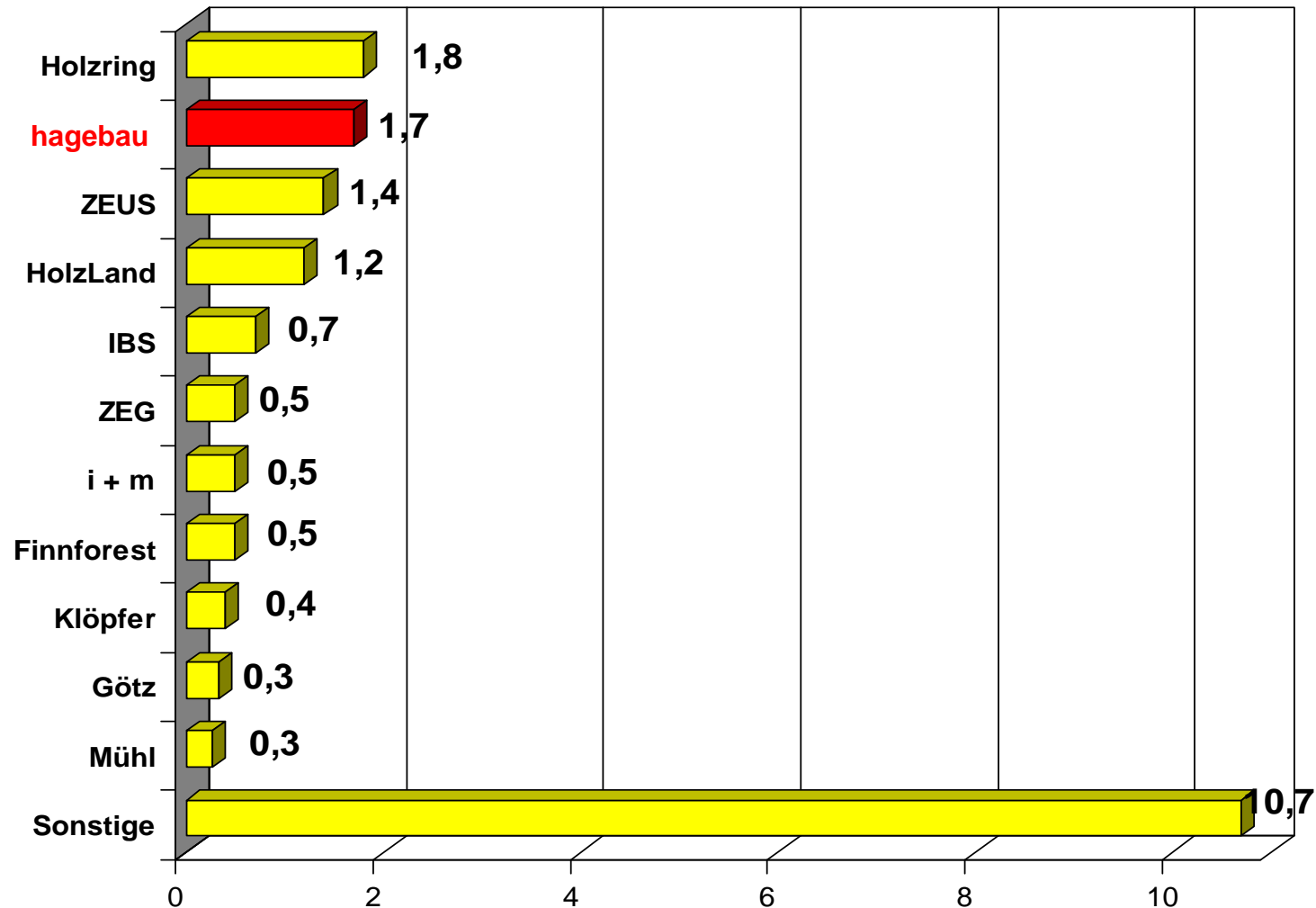
**Kennen Ihr Aussendienst die Kunden Ihrer Kunden ?**

**Kennt Ihr Makler / Agent die Kunden Ihrer Kunden ?**

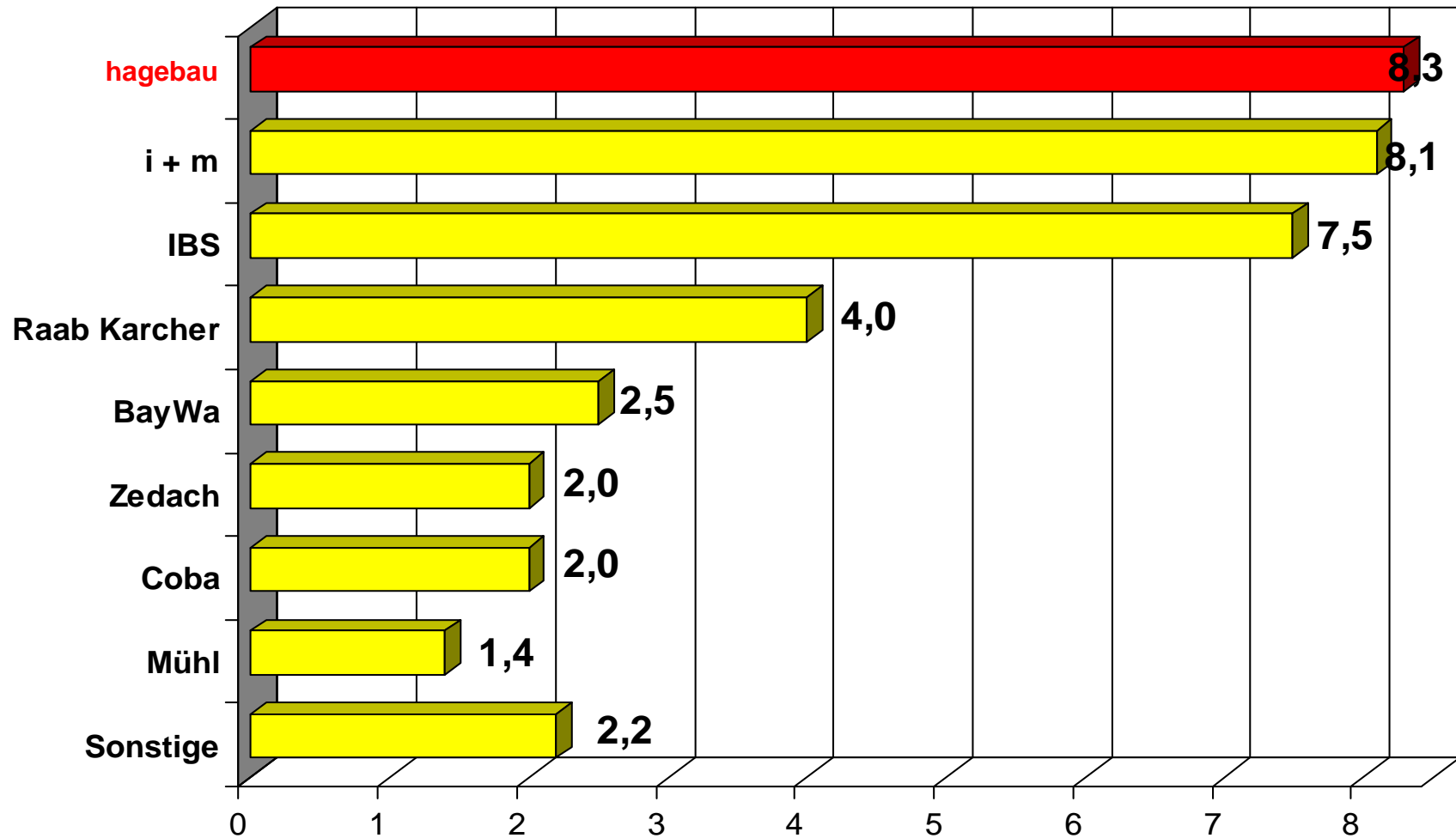
**Und das regional / national / weltweit ?**

**Kennen Sie Ihren Markt ?**

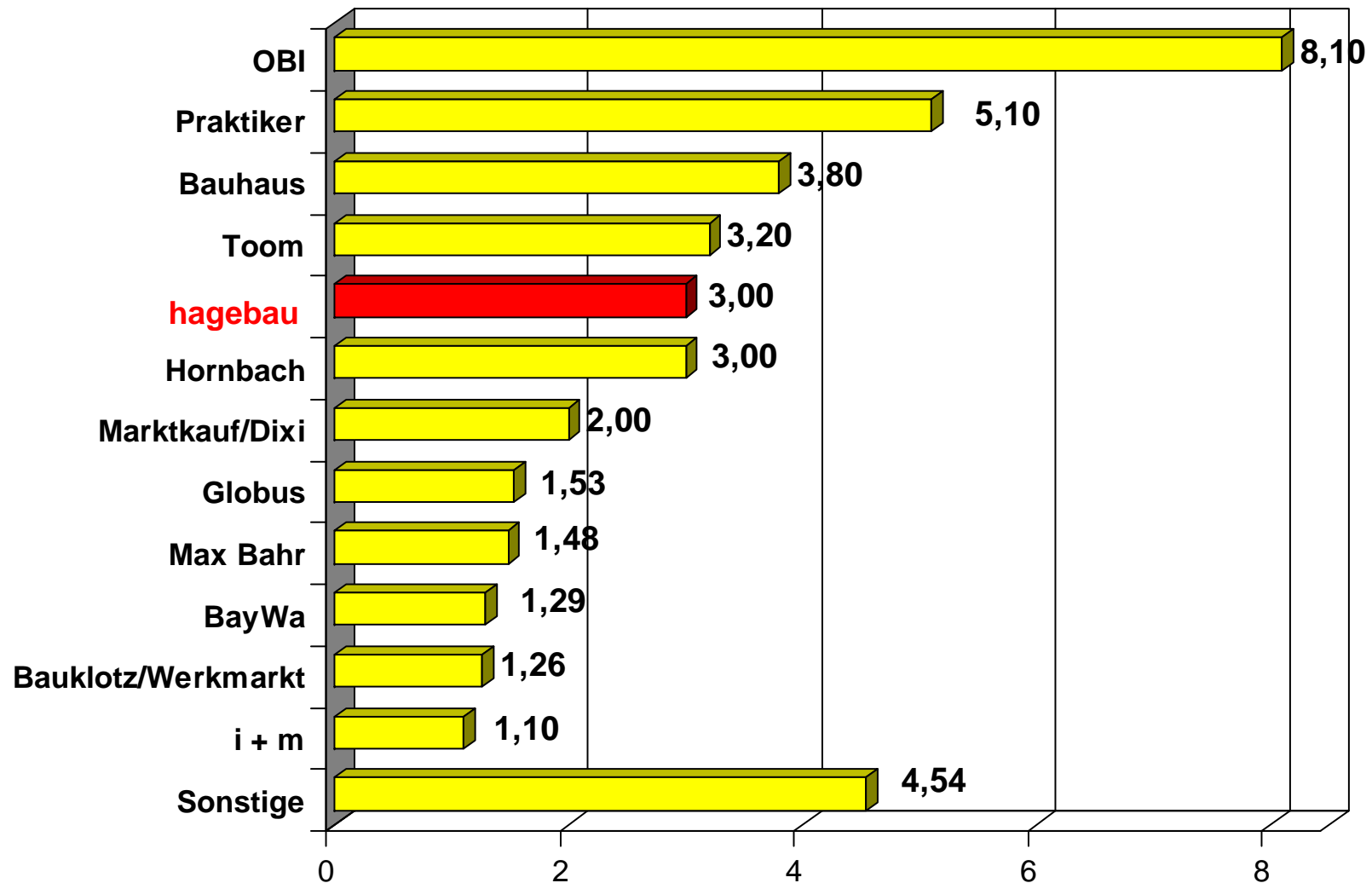
# Holzhandel ca. 20 Mrd. DM



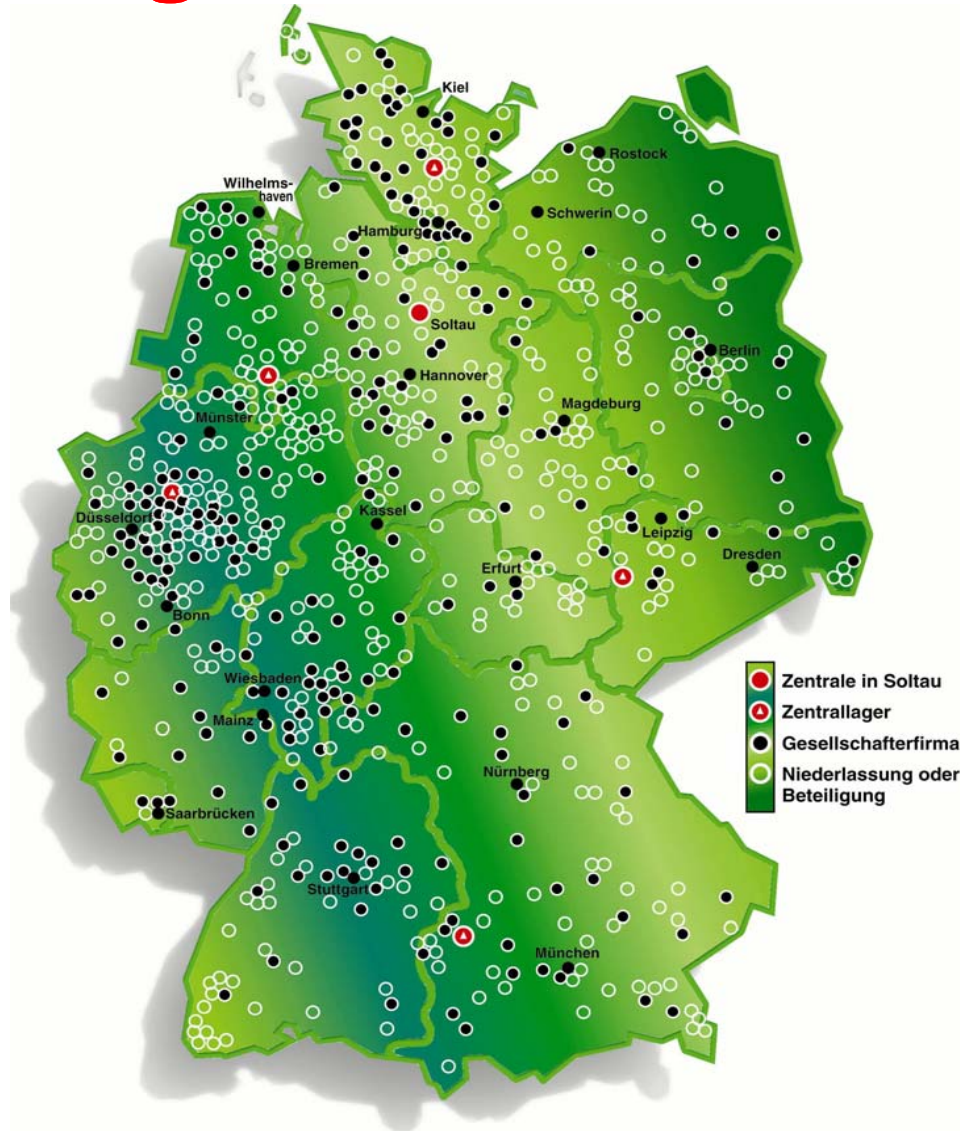
# Baustoffhandel ca. 38 Mrd. DM



# Baumarkt ca. 39 Mrd. DM



# Regionale Verbreitung hagebau

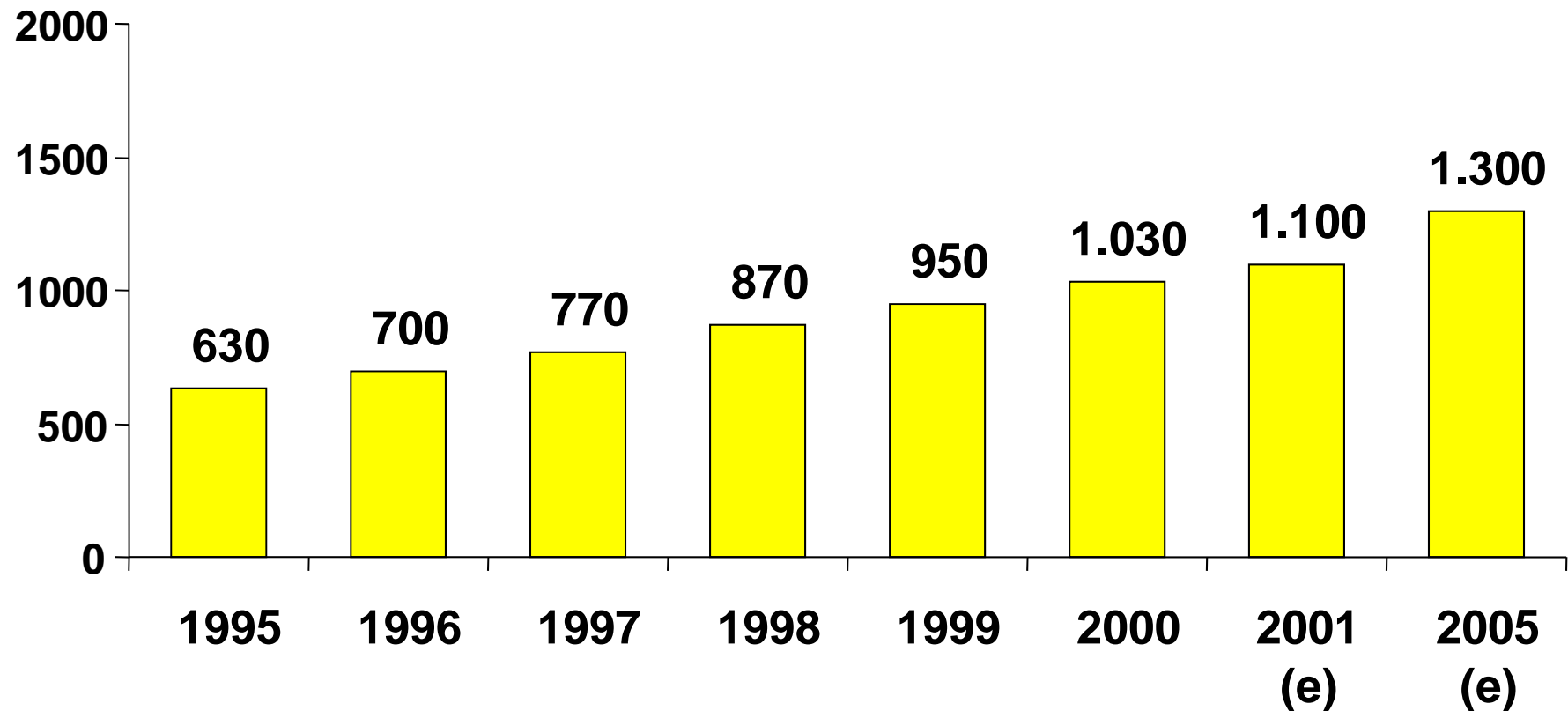


**Deutschland (940 Standorte)**

Baustoffhandel	580
Holzhandel	102
Baumärkte	295
Gartencenter	204

**Zentralläger** 5

# Einkaufsvolumen Holz (in Mio. DM)



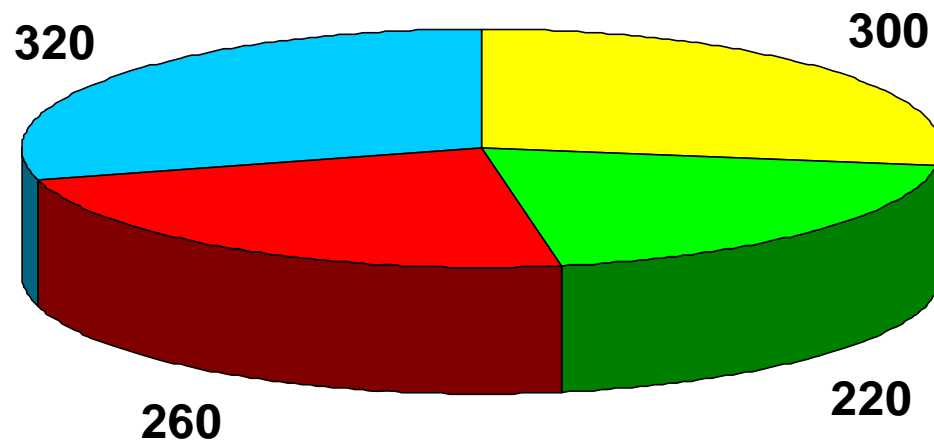
(e = erwartet)



# Einkaufsvolumen Holz (in Mio. DM)

**2000:** 50 Lieferanten machen 70% des Umsatzes

**2001:** 50 Lieferanten machen 75% des Umsatzes










- Schnittholz, Hobelware, Holz im Garten
- Holzwerkstoffe
- Boden/Wand/Decke, Fertigteile
- Bauelemente



# Entwicklung Schnittholz 1998 - 2001

<b>KVH :</b>	<b>+ 450%</b>
<b>BSH :</b>	<b>+ / -</b>
<b>Schnittholz :</b>	<b>+ / -</b>
<b>Deutsche Hobelware :</b>	<b>+ 12%</b>
<b>Skandinavische Hobelware :</b>	<b>+ 56%</b>
<b>Summe:</b>	<b>+ 15%</b>

# Zielgruppen-/Sortimentsmanagement

Zielgruppen		Sortimente
Baustoffhandel	Holzhandel	Endverbraucher
 <b>GALABAU FACHHANDEL</b>	 <b>HOLZBAU FACHHANDEL</b>	 <b>NATURBAUSTOFFE</b>
 <b>DACH+FASSADE FACHHANDEL</b>	 <b>FACHHANDEL FÜR TISCHLER &amp; SCHREINER</b>	 <b>Fenster Türen • Tore</b>
 <b>TROCKENBAU FACHHANDEL</b>		<b>Holzmarkt</b>

# Ziele Vertrieb Holzhandel

Betriebstypen:

**Kombistandort Holzzentrum** - folgende Spezialisierungen

**Holzmarkt**

Holzfachmarkt als Franchisesystem



**Endverbraucher**

**Profi auf Zeit**

**HOLZBAU FACHHANDEL**

Spezialisierungspaket



**Zimmerer / Holzbau**

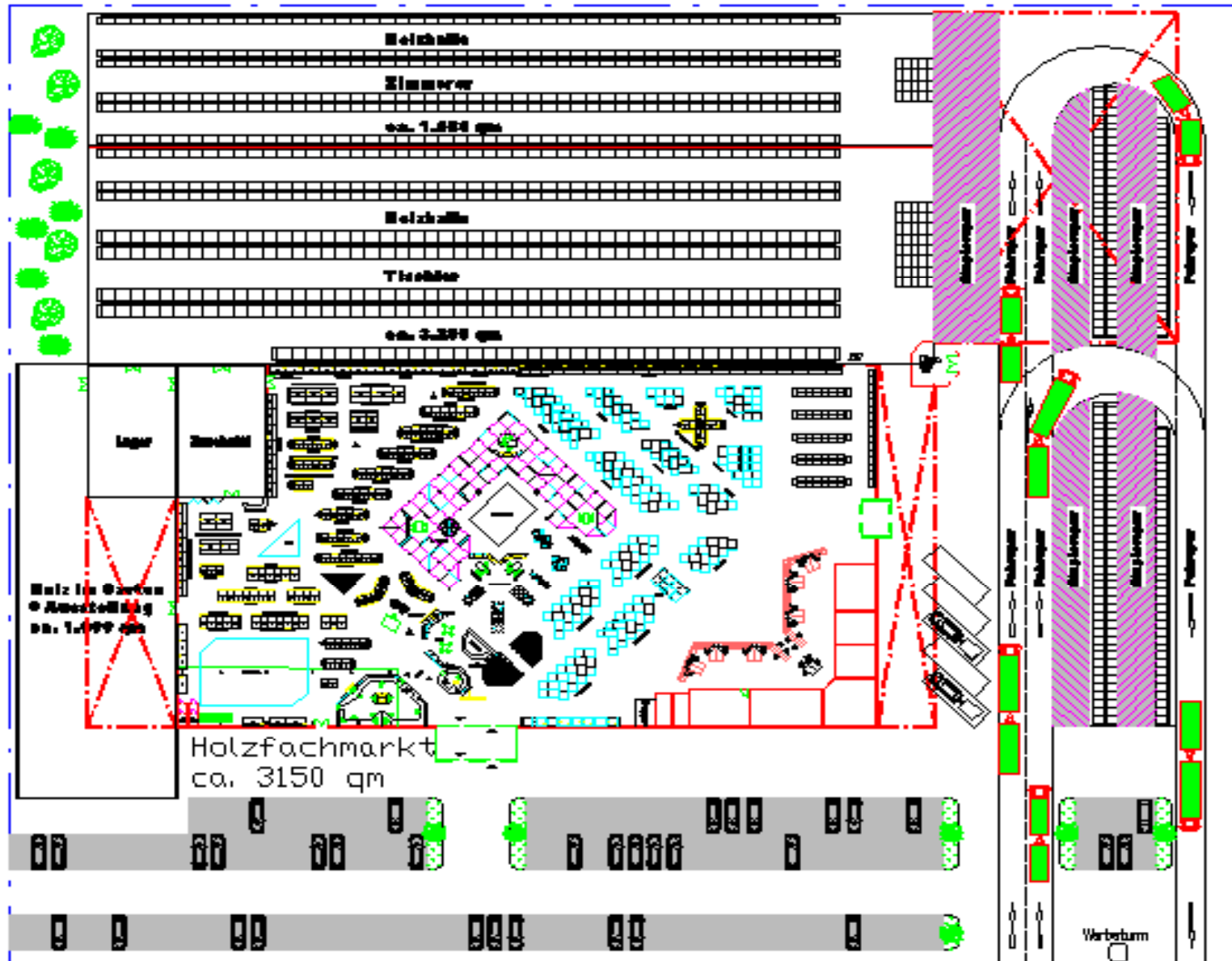
**FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER&SCHREINER**

Spezialisierungspaket



**Tischler / Schreiner**

H  
O  
I  
Z  
-  
Z  
e  
n  
t  
r  
u  
m



# Prinzipien der Spezialisierung

## Ausrichtung eines Betriebes oder einer Abteilung auf eine Zielgruppe

- Personal:** Fachkompetenz für die Zielgruppe erwerben
- Sortiment:** Lagerhaltung Kernsortiment, Angebot Kannsortiment, zusätzlich regionale Sortimente, Konzentration auf starke Lieferanten (Marken)
- Dienstleistungen:** spezielle Dienstleistungen für Zielgruppe entwickeln und umsetzen
- Marketing:** offensive Vermarktung von Sortiment und Dienstleistungen an die Zielgruppe

# Holzmarkt

Arbeitskreis **Holzmarkt**

Arbeitskreis entwickelt Lösungen  
für den Holzeinzelhandel

Projektleiter: **Jörg Westergaard**



# Zielgruppen Holzmarkt

**Der SB Kunde**

**Der beratungsintensive Kunde, der selber macht**

**Der beratungsintensive Kunde, der machen läßt**

**Der Profi auf Zeit**

**Der werkstattlose Schreiner**

**Der Profi**



# Leistungsmodulare Holzmarkt

## Modul 1

**Individuelle Beratung und Hilfestellung unter eigenem Namen.** Sortimentberatung, Planung, Marketing usw.

alle  
Größen

## Modul 2

**Systemleistungen aus Soltau unter eigenem Namen.** Gartenbeilagen, Gartenkatalog, Listung usw.-

alle  
Größen

## Modul 3

**Ganzheitliche Systemleistung aus Soltau unter einheitlicher Marke.** Franchisesystem hagebau Holzmarkt

ab  
2000.-- qm



# Warengruppen Holzmarkt

1. Rohbau mit Holz
2. Bauelemente komplett
3. Innenausbau
4. Innenausbausysteme
5. Holz im Garten plus Zubehör und Ausstattung
6. Hobby

**Komplette Preisleiter in Tiefe und Breite**

# HOLZBAU FACHHANDEL



Spezialisierungspaket **HOLZBAU FACHHANDEL**

Fachgruppe HOLZBAU:           18 Gesellschafter  
  19 Teilnehmer

Umsatz der Fachgruppe:       DM 100 Mio.

Projektleiter: **Andreas Panzer**





# Zielgruppen / Gewerke



**Zimmerer / Holzbau**

**Dachgeschossausbau / Holzhausbau**

# Leistungen des Spezialisten



1. Die Fachverkäufer und Fachberater Holzbau
2. Das komplette Vollsortiment für den Holzbau
3. Die Dienstleistungen als Problemlösungen
4. Das regionale Forum rund um den Holzbau
5. Das Qualitätsmanagement

**Kommuniziert durch gemeinsames und aktives Marketing**

# Highlights 2000



Fachverkäufer HOLZBAU (16 Teilnehmer)

Fachberater HOLZBAU (15 Teilnehmer)

technische Beratungs-Hotline

lokale PR-Kampagne Dachaufstockung

lokale PR-Kampagne EXPO-Dach

Wincon-Luftdichtungsprüfung

Handwerkerschulungen

Holzbautage



# Highlights 2001



Lehrpfad

Holzbau Höhensystem

hagebauplaner für Holzbau

Profi-Ordner

Marketing-Offensive

Handel + Handwerk = "Partner vor Ort"

Bemusterung - Ausstellung - Handwerkerhaus

Holzbautage für Endverbraucher

PR-Arbeit, Beratungsscheck

Kundenvermittlung, Finanzierungsservice



# Vollsortiment



Schnittholz

Eisenwaren

Hobelware

Werkzeuge und Maschinen

Holzwerkstoffe

sonstige Baustoffe

Trockenbau

Zubehör

Dämm- und Dichtstoffe

Bausysteme

Bauelemente

...

**Kombination von Baustoffen mit  
Service- und Dienstleistungen**



# Konstruktionshilfen



HOLZBAU  
FACHHANDEL

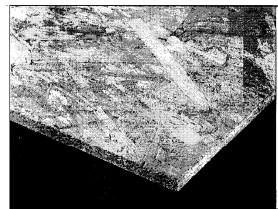
**KONSTRUKTIONSHILFEN**  
Bemessungshilfe Tragwerk  
Überschlägige Bemessung

Mit der folgenden Tabelle soll eine überschlägige Dimensionierung von Deckenbalken ermöglicht werden. Die Angaben ersetzen selbstverständlich nicht den statischen Nachweis. Bei der Entwurfsarbeit oder der Kalkulation kann sich ohne aufwendige Berechnung jedoch eine bessere Planungssicherheit ergeben. Es werden hier ausschließlich Einfeldträger vorbemisst. Aus unterschiedlichen Gründen wird auf die Darstellung von Mehrfeldträgern verzichtet. Die möglichen Varianten würden den Rahmen sprengen. Da Mehrfeldträger (fast) grundsätzlich günstiger bemessen werden, verbleibt eine Planungssicherheit. Eine Ausnahme bilden Träger mit deutlich unterschiedlichen Feldlängen. Der Schallschutz kann verbessert werden. Bei

Spannweite [m]	AUFBAU (Belastung): (3,4 KN/m²)	LEICHT	
		HOHE [cm]	BREITE [cm/m]
3,5	Bauschnittholz S10 2)	20,0	8,6
	Brettschichtholz BS11 Kerto-S	20,0	7,8
4,0	Bauschnittholz S10 2)	22,0	9,6
	Brettschichtholz BS11 Kerto-S	22,0	8,8
4,5	Bauschnittholz S10 2)	24,0	10,6
	Brettschichtholz BS11 Kerto-S	22,0	12,5
5,0	Bauschnittholz S10 2)	24,0	14,6
	Brettschichtholz BS11 Kerto-S	25,0	10,9

Zulässige Spannungen und E-Modul siehe Teil „PRODUKTE“ Seite G + 3, mechanische Werte / Eigenschaften – Hinweise zur Holzfeuchte“  
1) In den Berechnungen wurde das Kriechen nach DIN 1052-1 Abschn. 4.3 ni 2) Für diesen Anwendungsfall ist getrocknetes und maßhaltiges Bauschnittholz zu verwenden.  
**Rechenbeispiel**  
Die Spannweite der Decke beträgt 4,50 m und soll aus Konstruktionsvollholz S10 hergestellt werden. Als Belastung wird der mittlere Aufbau mit 4,4 KN/m² angenommen. Es werden zwei Werte aus der Tabelle abgelesen:  
1. Die angenommene „HOHE“ der Deckenbalken von 24 cm.  
2. Die erforderliche „BREITE“ von 13,7 cm/m. Es kann die Breite der Deckenbalken angenommen

**KONSTRUKTIONSHILFEN**  
Plattenwerkstoffe • CSC  
Allgemeine u



Hersteller: Forest Products Invemess, Schöffland  
Produktname: Sterling OSB

Allgemeine bauaufsichtliche Zulassung	Nummer gültig bis	Z-9.1-275 Okt. 2004
Zulassung	Dickenbereich	8 – 22 mm 4)
Formate	Länge [m] (Faser- richtung der Deckschicht)	* 9 – 25 ** 12,5 – 5,00
	Breite [m]	2,44 – 5,00 ** 0,59 - 1,25
Querverweise	Baubiol. Gutachten Sicherheitsdatenblatt	IBO Neubeuern vorhanden
Kennzeichnung	Herstellerwerk – Zulassung	Fabrikat/Plattentyp
Angaben für die Bestellung	Holzwerkstoffklasse 1)	20 / 100
	Baustoffklasse 2)	B2
Materialklassen	Verklebung	Phenolharzleim < 3 %
	Emissionsklasse 3)	E1
	Oberfläche	unbehandelt oder geschliffen
Rohdichte ρ [kg / m³]		620-640
Wärmeleitfähigkeit λ [W/mK]		0,13
Wasserdampfdiffusionswiderstand μ [ ]		172/603 (15 mm) 160/542 (22 mm)
Schwind- und Quellkoeffizient α [%/‰]		0,03
Ausleierungsfeuchte		~ 8 %
Dickenquellung (24h)		16 % (8-16 mm) 20 % (16-22 mm)
Fußnote		1) Nach DIN 68800-2 2) Nach DIN 4102 3) gemäß ETB-Richtlinie (6.94) (Prüfnorm DIN EN 120)

**KONSTRUKTIONSHILFEN**  
Träger • Bauholz / K  
Elasto-mechanische We

Zulässige Spannungen, Elastizitäts- und Schubsowie Furnierholz jeweils im Lastfall H

Zelle	Beanspruchungsart	Vollholz (NH)	
		S 7	S 10
1	Biegung	zul σ <sub>B</sub>	7 10
2	Zug    Fa	zul σ <sub>Z  </sub>	0 7
3	Zug ⊥ Fa	zul σ <sub>Z⊥</sub>	0 0
4	Druck    Fa	zul σ <sub>D  </sub>	6 8,5
5	Druck ⊥ Fa	zul σ <sub>D⊥</sub>	2,0 (2,5
6	Abscheren	zul τ <sub>a</sub>	0,9
7	Schub aus Querkraft	zul τ <sub>Q</sub>	
8	Torsion 2)	zul τ <sub>T</sub>	0
9	E-Modul Biegung	E <sub>B</sub>	
10	E-Modul    3)	E <sub>  </sub>	8000 10000
11	E-Modul ⊥ 3)	E <sub>⊥</sub>	250 300
12	Schubmodul 3)	G	500
13	Schubmodul Torsion 3)	G <sub>T</sub>	330

1) Bei Anwendung dieser Werte ist mit größeren Eindrückungen zu rechnen, die erforderlichenfalls konstruktiv zu berücksichtigen sind. Anschlüsse mit verschiedenen Verbindungsmitteln dürfen nicht angewendet werden.  
2) Für Kastenquerschnitte gelten die zul τ<sub>Q</sub>-Werte.  
3) Für Vollholz und Brettschichtholz mit der Holzfeuchte u ≤ 12 % sind die Werte abzüglich 1/8 bei allseitiger Bewitterung t bei dauernder Durchfeuchtung.  
4) Wenn abweichend von DIN 1052, Abschn. 5.1.2, zweiter Absatz, der zugehörigen Sortierklassen, im übrigen Bereich mindestens die nächstniedrigere Sortierklasse verwendet wird, darf ein um 10 % erhöhter E-Modul für den Träger insgesamt in Rechnung gestellt werden.  
5) Gilt auch für kraftschlüssig tragvermehrende einseitige Vollholzzugstreifen. Die U-Kennzeichnung ist erforderlich (z.B. KV48).  
6) Holzarten: z.B. Fichte, Kiefer, Tanne, Lärche, Douglasie.  
7) Nicht anwendbar auf die Massensortimente (U-Kennzeichnung erforderlich). Siehe DIN 1052-1 Abschn. 5.1.3

**Ausgleichsfeuchte von Konstruktionsholz\*\*\***  
Als Gleichgewichtsfeuchte (u<sub>g</sub>) gelten folgende Werte:  
- bei allseitig geschlossenen Bauwerken  
- mit Heizung 9 ± 3 %  
- ohne Heizung 12 ± 3 %  
- bei überdeckten offenen Bauten mit allseitig ausgesetzter Seite 15 ± 3 %  
- bei Konstruktionen die der Witterung allseitig ausgesetzt sind 18 ± 3 %  
**ist die Holzfeuchte u beim Einbau höher (... so darf dieses Holz nur für solche Bauwerke verwendet werden, bei denen es nachträglich nicht von deren Bauteile gegenüber der hierbei auftretenden Schwindverformung**

**KONSTRUKTIONSHILFEN** BAUTEILE  
Außenwände • TYP: mit hinterlüfteter Fassade  
O • 1  
Beidseitige Beplankung mit Holzwerkstoffen

Bauteilbeschreibung:  
• Raumbeschließende Außenwand – mit gutem handwerklichem Ausstattungsstandard.  
• Hinterlüftung der Fassade in Ø.  
• Installationen mit speziellen luftdichten Bauteilen.

Legende:  
1 Fassadenplatte oder -schalung  
2 Trag-/ Koterlatung als Umlüftungsebene 2)  
3 Holzfaserplatte als wasserableitende Schicht z.B. 60 x 160 mm²  
4 Rahmenwerk KVH®  
5 Dämmstoff WLG 040  
6 OSB 3; (BFU, FPP1) 2,5 ≤ e<sub>d</sub> ≤ 5 [m]; Luftdichte Ablebung der Fugung;  
7 Gipskartonplatten GKB

Summe: ≥ 241

Wandgewichte (ohne Fassade) [kg/m²]	Rahmenanteil	Dämmdicken [mm]				
		100	120	140	160	180 200
15%	15%	35,1	36,9	38,8	40,6	42,5 44,3
20%	20%	37,5	39,8	42,1	44,5	46,8 49,1
15%	15%	0,405	0,351	0,310	0,277	0,251 0,229
20%	20%	0,428	0,372	0,329	0,295	0,268 0,245

Feuchteschutz nach DIN 4108  
k-Wert [W/m²K]  
τ<sub>a</sub>-Werte: innen: 2,5 bis 5 m; außen: ≤ 0,2 m  
W<sub>v</sub> ≥ 3,0 kg / m²  
Schlagregensicherheit 3)  
Voraussetzung für GK 4)  
Außenbeplankung  
Dämmstoff  
Mineralfaser nach DIN 18 185 5)

Schallschutz 4)  
Bauteilklassifizierung:  
Feuerwiderstandsklasse F 30-B möglich  
Anforderungen an die Bauteilschichten für F 30-B  
Innenbeplankung  
Außenbeplankung  
Rahmenwerk  
Dämmstoff  
Holzwerkstoffplatten ρ ≥ 600 kg/m³; d ≥ 13 mm  
S10; b / d ≥ 40 / 80 mm; zul.σ<sub>g</sub> ≤ 2,5 N / mm²  
Mineralfaserplatten oder -matten mit ρ ≥ 30 kg/m³; d ≥ 80 mm

1) Nur mit zusätzlicher Dampfbremse mit u<sub>g</sub>-Wert ≥ 2,0 m oder einer Außenbeplankung mit u<sub>g</sub>-Wert ≤ 0,05 m  
2) Nach DIN 18 516-1 sind mindestens je 50 cm² Be- und Entlüftungöffnungen je Meter Wandlänge vorzusehen. Bei Vormauerziegel beträgt der Abstand der Schalen mindestens 40 mm.  
3) Die Fassade muß nach DIN 4108-3 schlagregensicher ausgeführt werden. Für die Ausführung vorgehängter Fassaden ist die DIN 18 516 einseitig zu beachten. Die DIN 68 800-2 Abschn. 6 enthält weitere Hinweise.  
4) Zum Erreichen der Gefährdungskategorie 0 gemäß DIN 68 800 (Verzicht auf den vorbeugenden chemischen Holzschutz) bitte die Hinweise im Teil „PLANUNG“ Seite C + 4 „Bemessungshilfe Bauphysik • Holzschutz • Anforderungen an Konstruktionsholz“ beachten.  
5) ... oder Dämmstoffe deren Eignung für den Anwendungsfall der Gefährdungskategorie 0 nach 68 800-3 mit einer allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassung nachgewiesen ist.  
6) Eine exakte Bewertung des Schallschutzes nach DIN 4109 ist aufgrund des Variantenreichtums der einsetzbaren Beplankungen nicht ohne weiteres möglich.  
7) Weitere Quelle: Informationsdienst Holz „Brandschutz – Feuerhemmende Holzbauteile“ Ausgabe 5/94

# Handwerkerhäuser



25

**Konstruktionsvarianten**

im

**Holzrahmenbau**

# Handwerkerhäuser



## **160 verschiedene Bauteile und Bauprodukte plus Anschlüsse**

Sockel, Dämmstoffe, Luftdichtung ...  
Dachflächenfenster, Fenster, Türen ...  
offene und geschlossene Balkenlagen ...  
Unterdeckungen, Verbindungsmittel ...  
Eindeckungen, Dachrinnen, Fassaden ...  
Gesimse, Balkongeländer ...  
Nassbereich, Lüftung, Schornstein ...  
Elektroinstallationen ...

# Handwerkerhäuser



**HANDWERKERHAUS**     **BAUTEILE**

Außenwände • TYP: mit hinterlüfteter Fassade     O • 1 • c

**Gedämmte Installationsebene**

**Bauteilbeschreibung:**  
Raumabschließende Außenwand – mit zusätzlicher gedämmter Querlattung als Installationsebene.

- Aussteifende Beplankung ③ (ggf. ist eine erhöhte Anzahl aussteifender Wände erforderlich), oder ⑥ als Holzwerkstoffplatte abZ.
- Hinterlüftung der Fassade in ②.
- Installationen in ⑦, ⑧ mit üblichen Einbauteilen.

**Wärmeschutz:** U-Wert  $\cong 0,20 \text{ W/m}^2\text{K}$   
**Feuchteschutz:** tauwasserfrei  
 $W_{V} \geq 3,0 \text{ kg/m}^2\text{a}$

**Schallschutz:** k.A.  
**Holzschutz:** keine Holzimprägnierung erf.  
**Brandschutz:** F 0

Legende:				
Nr.	Material	Dicke [mm]	Fabrikat / Format	Hersteller
①	Fassade		schematisch dargestellt	
②	Konterlattung / Traglattung		je nach Fassadentyp	
③	Holzfaserverplatte als wasserableitende Schicht	13	EGGER FORMline DHF 13 mm, 1,25 x 2,50 m	
④	Rahmenwerk KVH® 60 x 160 mm <sup>2</sup>	160	Konstruktionsvollholz	ante-holz
⑤	Dämmstoff WLG 040	160	Klemmfalz, ZKF1, WLG 040	
⑥	Dampfbremse als Luftdichtung	~ 0,5	DB+	
	Luftdichte Abklebung der Stöße		TAPE	
⑦	Querlattung KVH® 40 x 60 mm <sup>2</sup>	60	Konstruktionsvollholz	ante-holz
⑧	Dämmstoff WLG 040	50	UKF1, WLG 035	
⑨	raumseitige Bekleidung	2 x 12,5	Gipskartonplatte 1,25 x 2,00 m	
<b>Summe:</b>		<b>248,5</b>		

Daten- und Infoblätter  
für jede  
Konstruktion

# Dienstleistung Bonitätsprüfung

## Die Bonitätsprüfung bietet Ihnen viele Vorteile!

- rechtzeitige Informationen über die wirtschaftliche Situation Ihrer Kunden
- Verringerung Ihres Forderungsrisikos
- umfassende Auskünfte über Ihre Geschäftspartner
- keine eigene Mitgliedschaft bei einer Wirtschaftsauskunftei, dadurch keine Aufnahmegebühr und keine Jahresbeiträge
- schnelle Informationsbeschaffung durch Telefon- und online-Service
- unbürokratische Abwicklung durch Fax-Anforderung

In Zusammenarbeit mit:



**Dun & Bradstreet  
Deutschland**



...damit Sie sich bei Ihren Kunden/ Lieferanten nicht verrechnen, gehen Sie auf Nummer sicher!

## Diese Firmeninfos stehen Ihnen zur Verfügung:



### Die Kurzauskunft

- allgemeine Daten (z.B.: Anschrift, Tel., etc.)
- Risikoeinschätzung
- empfohlener Kreditrahmen
- wesentliche Daten aus dem Jahresabschluss
- Inhaber/Leistungsverhältnisse

### Die Kompaktauskunft

- wie Kurzauskunft, zusätzlich:
- Firmenhistorie und Entwicklung
- Info über Geschäftsführer/ Gesellschafter
- Info über Mutter-/Tochtergesellschaften, Betriebsstätten, Grundeigentum
- Brancheninformationen

### Die Vollauskunft

- wie Kompaktauskunft, zusätzlich:
- ausführliche Bilanzanalyse (3 Jahre)\*
- Auswertung von Bilanzkennzahlen
- Branchenvergleich Zahlungsverhalten
- Analyse des Zahlungsverhaltens
- Umsatzgliederung nach Produkten

\* soweit vorhanden

### Die telefonische Kurzauskunft

- Negativmerkmale zu Privatkunden
- wesentliche Daten zu Kleingewerbetreibenden und Firmenkunden



Wir bringen Licht in's Dunkel der Zahlen und Bilanzen Ihrer Kunden/Lieferanten. Z.B. durch eine umfassende Analyse der Zahlungserfahrungen im Branchenvergleich.



# Fachblatt

## Fachblatt Holzbau

Themenbezogene Ausgaben

Opener im Außendienst /

Tresen Innendienst

Verkaufs- / Argumentationshilfe

Hilfe zur Umsetzung von

Dienstleistungen

Eigenwerbung

Stärkung des eigenen Profils

**HOLZBAU**  
*aktuell*

**HOLZBAU FACHHANDEL**

### Mehr-Wert: die Fassade!

Die Fassade bietet dem Zimmerer und Holzbauunternehmer hervorragende zusätzliche Ertragsquellen. Denn sie ist das Gesicht des Hauses – und doch mehr als bloße Optik. Sie verbindet ästhetische, statische und funktionale Anforderungen in einer möglichst stimmigen Architektur. Und wegen der besonderen Außenwirkung auf Freunde, Nachbarn und Kollegen ist der Bauherr oft auch eher geneigt, ein wenig tiefer in die Tasche zu greifen.

**AUSGABE 02/2001**

**HEUTE MIT DIESEN THEMEN:**

- ☐ Konsequenzen der Energieeinsparverordnung
- ☐ COLORHOLZ PARK LANE von OSMO
- ☐ MOCO Vollholzprofile
- ☐ TILLY Fassadenplatten
- ☐ Pericon-Board® „Outdoor“ von Perlite
- ☐ Holzrahmenbau-Buch aus dem Bruderverlag
- ☐ Holzvolleichtbauplatte von Heraklith
- ☐ Fassadenplatte BLUCLAD von Cape Calsil

Ob Holz, Klinker oder Glas, ob verputzt, gestrichen oder begrünt – für den Charakter eines Hauses sind solche Äußerlichkeiten entscheidend. Als zentraler Bestandteil eines Gesamtentwurfs können sich regionale Besonderheiten in der Bauweise oder im Klima darauf ebenso auswirken wie die Ausrichtung des Hauses zur Sonne oder zur Wetterseite.

So unterschiedlich die Anforderungen und Vorstellungen, so verschieden die Fassaden: was dem einen die verputzte Fassade, ist dem anderen eine naturbelassene oder farblich gestaltete Profilschalung. Aber auch Holzwerkstoffplatten wie z. B. Dreischichtplatten, Sperrholz oder zementgebundene Spanplatten werden zunehmend wegen ihrer rationalen Montage verwendet.

Nach einer Untersuchung der Akademie des Zimmerer- und Holzbaugewerbes hat das Holzrahmenbauhaus in Deutschland ein Potenzial von mindestens 39%, viele davon lehnen allerdings eine einfache Holzverschalung ab. Zeigen Sie daher Ihren Interessenten die vielfältigen Möglichkeiten der Fassadengestaltung auf! Und nutzen Sie hierfür die intensive Beratung und Ausstellung Ihres HOLZBAU FACHHÄNDLERS! ■

Die mobau ist Ihr Partner für modernes Bauen im Sieger- und Sauerland.

**Kompetent, zuverlässig und immer in Ihrer Nähe!**

**Mit Baustoffhandlungen in:**  
Arnsberg · Attendorn · Betzdorf · Bilzen · Daaden  
Eisbühl · Finnenberg · Lennestadt · Meschede  
Meinerzhagen · Neunkirchen · Olpe · Pieterberg  
Siegen-Gesewald · Siegen-Niederschelden

# Holzbau Fachhandel



	2000	2005
Fachgruppe Holzbau:	19 Teilnehmer	40 Teilnehmer
Außenumsatz Fachgruppe:	DM 100 Mio.	DM 350 Mio.
Einkaufsquote Fachgruppe:	62 %	80 %
Umsatz Zimmerei- und Holzbaugewerbe:	ca. DM 12-13 Mrd.	ca. DM 16 Mrd.
Materialeinsatz über Handel:	ca. 55 %	ca. 60 %
Marktanteil Handel:	<b>ca. 4 %</b>	<b>ca. 10 %</b>



# FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER

Spezialisierungspaket

**FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER**

Fachgruppe  
Tischler & Schreiner:

11 Gesellschafter  
13 Teilnehmer

Umsatz der Fachgruppe: DM 125 Mio.

Projektleiter: **Ralf Ax**







# Zielgruppen / Gewerke

**Möbelbau / Ladenbau / Küchenbau**

**Innenausbau / Bautischler / Treppenbau**

**Messebau / Parkettleger / Fußbodenbau**

Regionale Zielgruppen / Gewerke

**Bootsbau / Schiffsbau**

**Fenster - und Haustürenbau / Modellbau**

**Bühnenbau / Restaurator**

**Hausmeister-/Handwerkerservice**

# **Schulung Fachverkäufer**



**FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER**

**Voraussetzungen / Rahmenbedingungen:**

**Durchführung HFW / hagebau**

**Branchenkenntnisse (2-3 Jahre) / Teilnehmerprofil**

**4 Blöcke à 3 Tage**

**Prüfung (3 Teilprüfungen)**

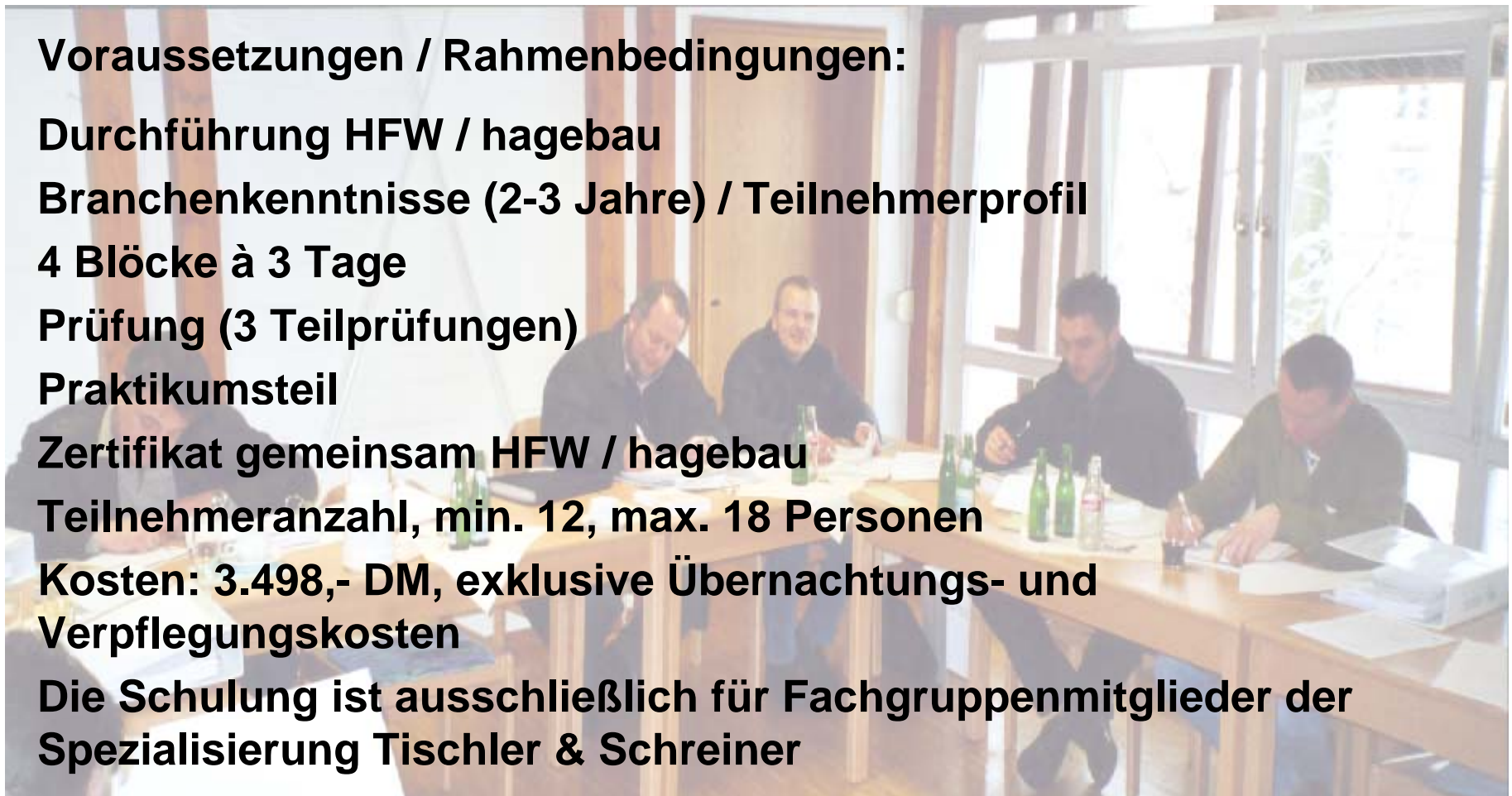
**Praktikumsteil**

**Zertifikat gemeinsam HFW / hagebau**

**Teilnehmeranzahl, min. 12, max. 18 Personen**

**Kosten: 3.498,- DM, exklusive Übernachtungs- und  
Verpflegungskosten**

**Die Schulung ist ausschließlich für Fachgruppenmitglieder der  
Spezialisierung Tischler & Schreiner**



# **Schulung Fachverkäufer**



**FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER**

## **Inhalte (Kurzfassung):**

**Verständnis/Philosophie Spezialisierungspaket Tischler & Schreiner**  
**Sensibilisierung für das Tischler- / Schreinerhandwerk**  
**Bauphysikalische Grundlagen/Anwendungen**  
**Grundwissen Ökologisches Bauen**  
**Praxisteil Aufbau von Fußböden, Wand- und Deckenverkleidungen**  
**Verkaufstraining**  
**Holzschutz- und Oberflächenbehandlung (inkl. Praxisteil)**  
**Beschläge/Chemische Produkte**  
**Konstruktionsplanung/-regeln**

# Service- und Dienstleistungen



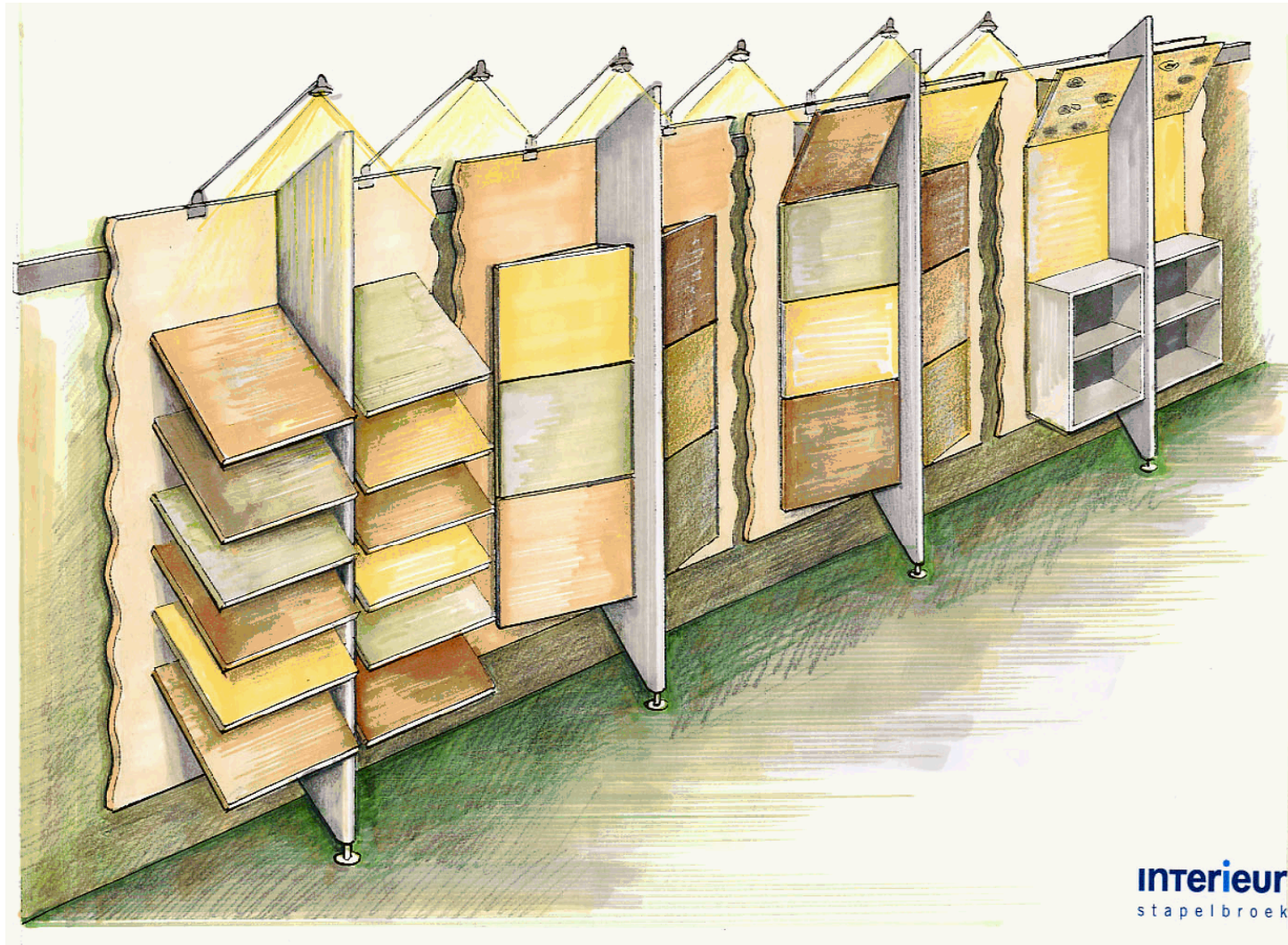
FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Ausstellung</b>          | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bemusterung</b>    | <input checked="" type="checkbox"/> Handwerkermarketing     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Werbehilfe-Service          | <input checked="" type="checkbox"/> Kundencard            | <input checked="" type="checkbox"/> Versicherungsdienst     |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Messe-Service</b>        | <input checked="" type="checkbox"/> Finanzierungsservice  | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Schulungsservice</b> |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bonitätsprüfung             | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Handwerkertage</b> | <input checked="" type="checkbox"/> Zuschnitt               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ausschreibungsservice       | <input checked="" type="checkbox"/> Fachliteraturservice  | <input checked="" type="checkbox"/> Profiordner/CD-Rom      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maschinenverleih            | <input checked="" type="checkbox"/> Gerüstverleih         | <input checked="" type="checkbox"/> Bauschildservice        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Tourendienst                | <input checked="" type="checkbox"/> Express-Service       | <input checked="" type="checkbox"/> Terminservice           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Catering                    | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeitskleidung       | <input checked="" type="checkbox"/> Anhängerservice         |
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>Baustellenentsorgung</b> | <input checked="" type="checkbox"/> Kommissionierservice  | <input checked="" type="checkbox"/> Hotline                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> Stellenbörse                | <input checked="" type="checkbox"/> Wissensseminare       | <input checked="" type="checkbox"/> <b>Produktseminare</b>  |

# Ausstellungssystem



FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER



interieur  
stapelbroek



# Baustellenschild-Service



FACHHANDEL FÜR  
TISCHLER & SCHREINER

**Gerd Schäfer**  
Dachdeckermeister  
Koppelweg 4, Langlingen  
Telefon (05082) 1265

in Teamarbeit mit

**Luhmann**  
Holz-Zentrum ... und mehr  
Celle Salzwedel

Telefon Celle 05141/3843-0  
Salzwedel 03901/832525



# Fachblatt

## Fachblatt Tischler & Schreiner

Themenbezogene Ausgaben

Opener im Außendienst /  
Tresen Innendienst

Verkaufs- / Argumentationshilfe

Hilfe zur Umsetzung von  
Dienstleistungen

Eigenwerbung

Stärkung des eigenen Profils



**TISCHLER & SCHREINER NEWS**

FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER

**Verlangen Sie ab jetzt mehr!**

Jetzt ist sie da: die erste Ausgabe des Fachblatts TISCHLER & SCHREINER news. Damit erhalten Sie in Zukunft alle 3 Monate in kurzer und prägnanter Form einen Überblick über die Vielzahl und Vielfältigkeit unserer Produkte. Darüber hinaus stellen wir Ihnen hier auch das umfassende Dienstleistungsangebot Ihres FACHHANDELS FÜR TISCHLER & SCHREINER vor, das Ihnen Ihre tägliche Arbeit deutlich erleichtern kann!

**AUSGABE 01/2001**

**HEUTE MIT DIESEN THEMEN:**

- Neuer Service: Unser Bonitäts-Check
- Konsequenzen der Energieeinsparverordnung
- Mineralwerkstoff PLEXICOR® von Para-Chemie
- Dekorative Lochplatten von Rektion
- FLEXPLY Biegesperrholz von Plysorol
- Kantenvielfalt von Polykarp Schnell
- GetaCore und GetaStone von WESTAG & GETALIT
- Beilage: Novopan und Topan von Glunz

Der individuelle Möbelbau ist einer der Zukunftsmärkte des Tischler-/Schreinerhandwerks. Die individuelle Planungs- und Fertigungsleistung des Tischlers bzw. Schreiners – Ihre gewisse „Eigennote“ – ist nicht zu ersetzen. In dieser Ausgabe möchten wir Ihnen Anregungen geben, mit welcher einfachen oder zusätzlichen Produkten bzw. Materialien Sie sich in Ihrer täglichen Arbeit noch stärker vom Markt absetzen können als sowieso schon durch Ihre handwerkliche, individuelle und kreative Fertigung.

Doch wir bieten Ihnen mehr als „nur“ Produkte: Testen Sie jetzt beispielsweise unseren neuen Bonitäts-Check. Denn gerade auch für Tischler- und Schreinerbetriebe ist der immer häufiger praktizierte Zahlungsverzug verheerend. So werden ausstehende Rechnungen manchmal erst nach Monaten oder überhaupt nicht gezahlt. Darum: Gehen Sie in Zukunft auf Nummer Sicher und informieren sich vorher über die Zahlungsmoral und die Bonität potenzieller Neukunden. Mehr zu unserem Bonitäts-Check lesen Sie auf der Rückseite – oder sprechen Sie Ihren FACHHANDEL FÜR TISCHLER & SCHREINER darauf an. Wir setzen uns für Sie ein!

**Lignum**  
Holz & Baustoffe

# Fernsehkampagne (MACH DEIN DING)





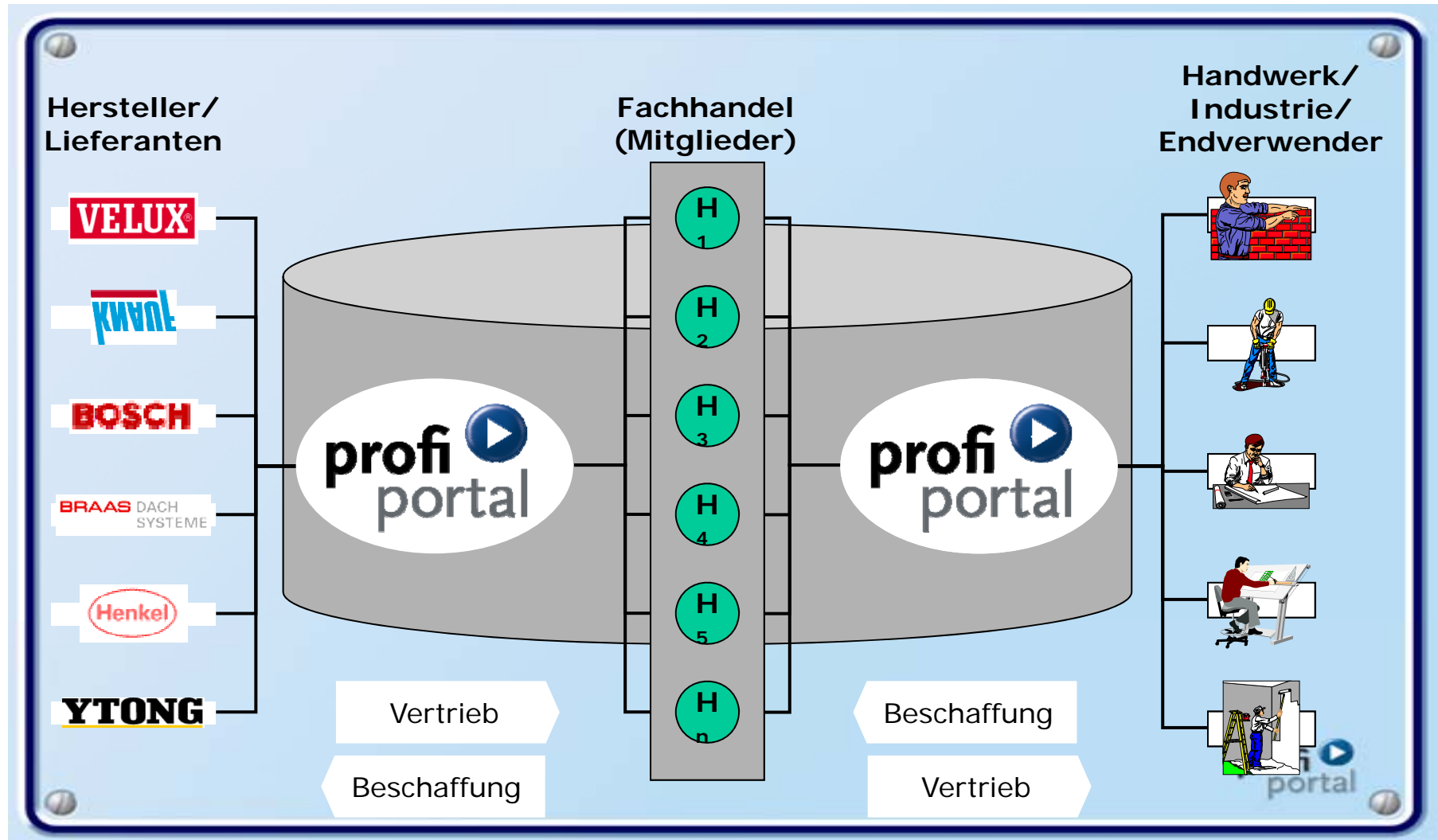
## Kommunikation (neue Medien)

HeinzeBauOffice®  
Die BauDatenbank  
für den Fachhandel



**Heinze**

# Integration über profiportal.com





# Fachportal profiportal.com

The screenshots illustrate the website's structure and user experience:

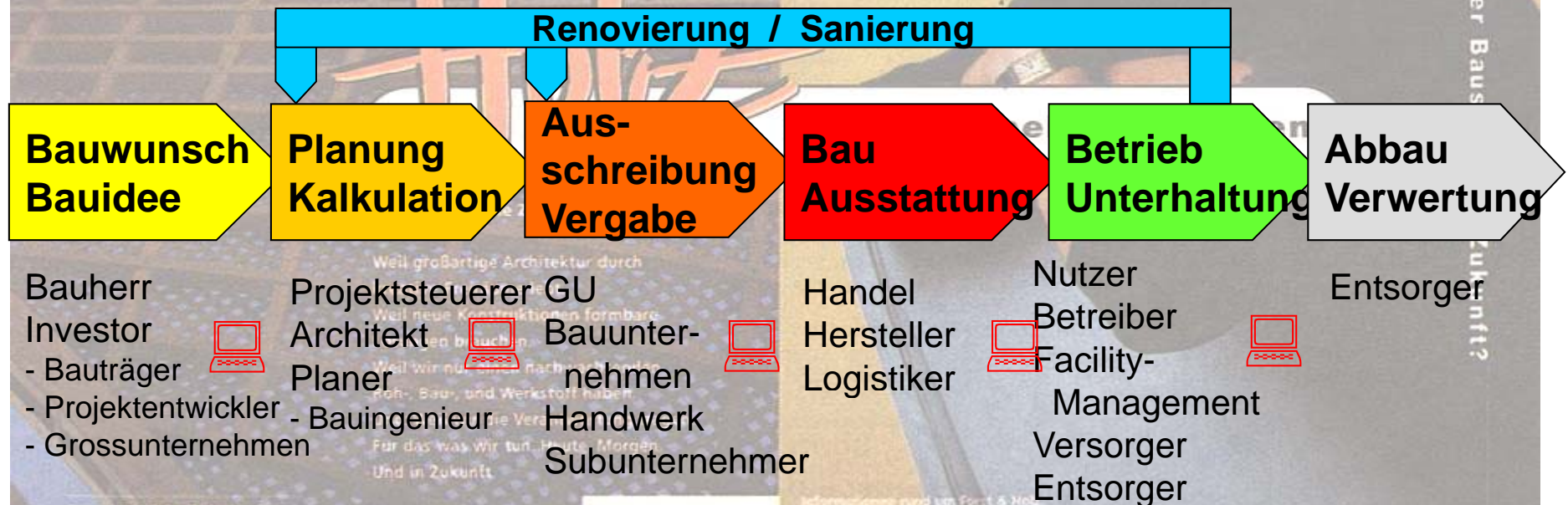
- Top Screenshot:** Shows the login page with fields for 'Mikgl. ID', 'Benutzername', and 'Passwort'. Navigation tabs include 'Home', 'Wir über uns', 'Partner', 'Presse', 'Sitemap', and 'Anmelden'.
- Second Screenshot:** Shows a user's profile page for 'Herr Holzmann'. It features a 'Willkommen, Herr Holzmann!' message and a 'Bau-News' section with an article about 'HDD: Deutsche Holz- und Möbelfabrik'. Navigation tabs include 'Home', 'Kommunikation', 'Dienstleistungen', 'Einstellungen', 'Produkte', and 'Abmelden'.
- Third Screenshot:** Shows a product selection page for 'Dachfenster'. A table lists products with checkboxes and manufacturer names (Velux, Roto).
- Bottom Screenshot:** Shows a detailed product page for 'Alpine Wohndachfenster 8-48h'. It includes technical specifications and a 'Produktansicht' image of a woman looking out a window.

Ausw.	Produktgruppe	Hersteller
<input type="checkbox"/>	Dachfenster	Velux
<input checked="" type="checkbox"/>	Dachfenster	Roto
<input type="checkbox"/>	Dachfenster	Velux

Produktigenschaften	
<b>Anschlußart</b>	Eindeckrahmen
<b>Verglasung</b>	konv. Isolierglas
<b>Nenngröße (in mm)</b>	470 x 720
<b>Farblux (Außen)</b>	weißlack

# Baubeteiligte-Strukturschwäche Holz

80 - 90% der Lebenszyklus-Kosten eines Bauobjektes



Das EXPO-Erlebnis  
„Wald und Holz“

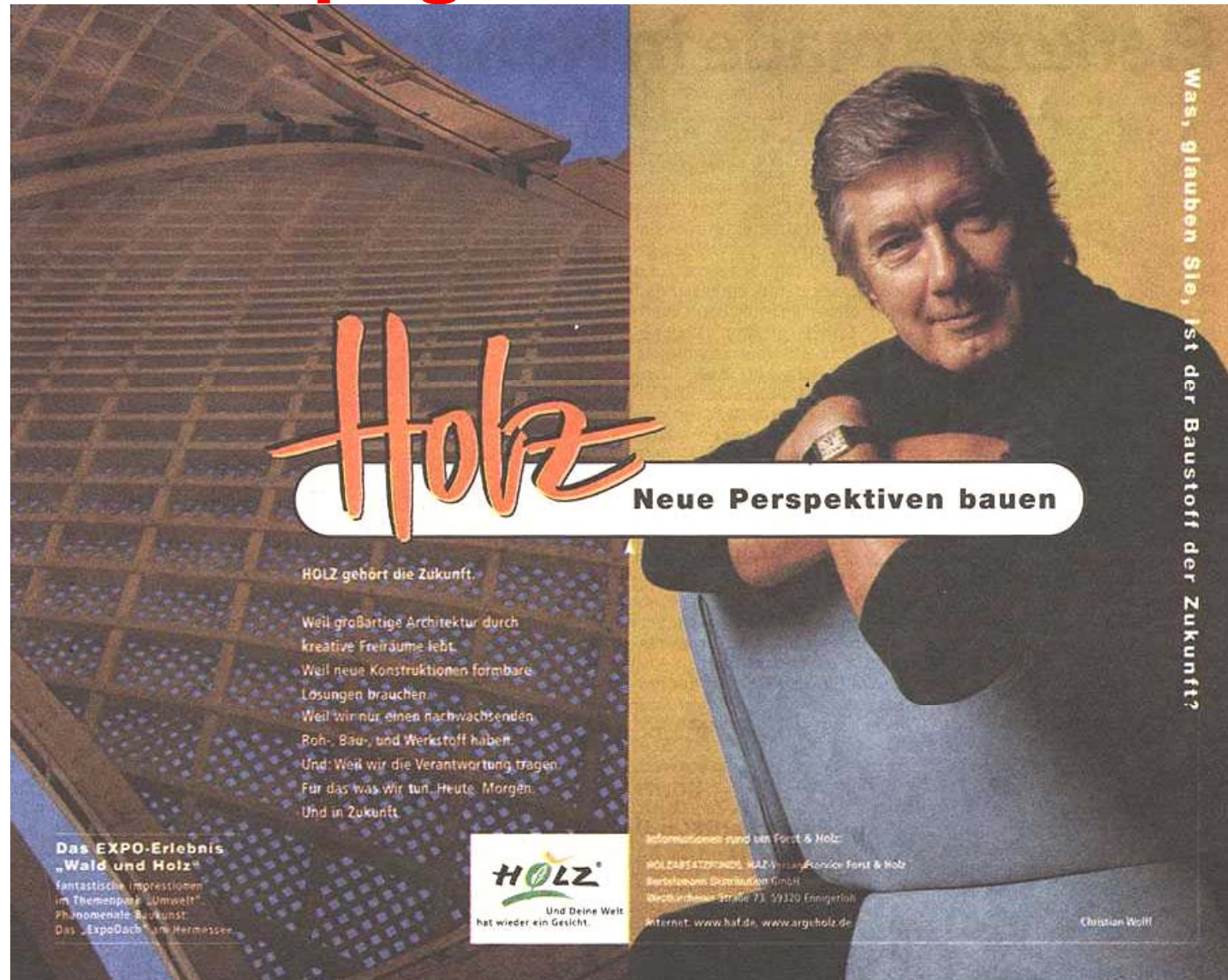
Fantastische Impressionen  
im Themenpark „Umwelt“  
Phänomene Baukunst  
Das „ExpoDach“ am Hermsdorf



Informationen rund um Forst & Holz  
HÖLZ-STATISTIKEN, MAZ-Verfahren/Forst & Holz  
Beratung, Baubauart GmbH  
Bühlendamm-Str. 71, 59120 Ennigerloh  
Internet: www.haf.de, www.arg-holz.de

Christian Wolff

# Werbekampagne Holz



**Holz**

**Neue Perspektiven bauen**

**HOLZ** gehört die Zukunft.

Weil großartige Architektur durch  
kreative Freiräume lebt.  
Weil neue Konstruktionen formbare  
Lösungen brauchen.  
Weil wir nur einen nachwachsenden,  
Roh-, Bau- und Werkstoff haben.  
Und: Weil wir die Verantwortung tragen  
Für das was wir tun. Heute. Morgen.  
Und in Zukunft.

**Das EXPO-Erlebnis  
„Wald und Holz“**  
Fantastische Impressionen  
im Themenpark „Umwelt“.  
Phänomenale Baukunst.  
Das „ExpoDach“ im Hermessee.

**HÖLZ**  
Und Deine Welt  
hat wieder ein Gesicht.

Informationen rund um Forst & Holz:  
HÖLZSATZFONDS, HÖLZ Verkauf, Forst & Holz  
Beratungsm. Dienstleistungen GmbH,  
Weichlandener Straße 11, 19120 Emmersloh  
Internet: [www.haf.de](http://www.haf.de), [www.argeholz.de](http://www.argeholz.de)

Was, glauben Sie, ist der Baustoff der Zukunft?

Christian Wolff



# Produktmanagement

**Kennen Endverwender Holz-Produkte und Holzbauten?**

**Schnittholz - Bauholz nach Liste**

**KVH® - KVH nach Liste - MH ®**

**Duo-/Trio-Balken - Kreuzbalken - BSH**

**Trägersysteme**

**Ü-Zeichen - trockenes Bauholz**

**FSC - PEFC**

**Holzbau - Holzrahmenbau - Holzskelettbau - Blockbohlen**

*oder*

**Holz arbeitet**

**Holz muss chemisch aufbereitet werden**

**Holzhäuser sind nicht sturmfest**



# Werbekampagne hagebau Holz

## DEUTSCHER SÄGEWERKSKONGRESS 2001

### Holzbau ist Hightech für Bauherren



Das ExpoDach demonstriert modernen Baustoff. Alle Anforderungen für Ein- und Zweifamilienhäuser erfüllt.

Holz ist ein Hightech-Produkt. Falls es noch eines Bedarfs bedürft hätte: Die Expo hat ihn geliefert. Das spektakuläre ExpoDach aus Holz setzt das Motto der Weltausstellung „Mensch - Natur - Technik“ in beeindruckender Weise um und wird auch in Zukunft fester Bestandteil des Messegeländes in Hannover bleiben.

Die Botschaft, die von den fast 5.000 Kubikmetern Holz, verteilt auf zehn freitragende Konstruktionen in einer Höhe von 25 Metern und einer Fläche von zwei Fußballfeldern (16.000 Quadratmeter), ausgeht: Der Okobaustoff Nr. 1 erfüllt bravourös alle technischen Anforderungen, die heute an zukunftsfähiges Baumaterial gestellt werden.

Der technische Fortschritt, den der Ingenieurbau hier souverän dokumentiert, hat sich nicht nur im Großen vollzogen. Auch im Kleinen - sprich: bei jedem Ein- und Zweifamilienhaus, das heute im handwerklichen Holzbau errichtet wird - gilt Holz längst als leistungsfähiges und zuverlässiges Material, das überdies ein Maximum an Gestaltungsfreiheit lässt. Keine Bauparte, die diese Vorzüge nicht nutzt: Büro- und Gewerbebauten, Kindergärten, mehrgeschossige

Wohnhäuser aus Holz gehören heute zum architektonischen Standard.

**Behaglichkeit zum vernünftigen Preis**

Immer mehr Baufamilien entscheiden sich für ein Holzhaus. Von Natur aus ein guter Dämmstoff verhindert Holz Luftströmungen innerhalb von Räumen und sorgt somit für ein angenehmes, ausgeglichenes Wohnklima mit hohem Wohlfühl-Faktor.

Dass der Holzbau in Deutschland zweitellige Zuwächse schreibt hat noch einen anderen Grund: das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis. Bereits nach drei Monaten ist das Holzhaus bezugsfertig. Der Innenausbau erfolgt schrittweise: Hier können Heimwerker ganz einfach selbst mit anpacken - und dadurch Geld sparen. Bedingt durch die im Vergleich zur konventionellen Bauweise schlankeren Wände, ergibt sich ein Flächen-gewinn von bis zu 10 Prozent - bei einem 100-Quadratmeter-Grundriss ein zusätzliches kleines Zimmer bei gleichen Kosten.

Für den nachwachsenden Rohstoff spricht auch seine positive ökologische Bilanz: Beim Einsatz von Holz aus heimischen Wäldern zum Hausbau liegt der Energie-Aufwand pro Quadratmeter Wohnung um ein Drittel niedriger als beim Mauerwerksbau.

**Vorbildlicher Wärme- und Schallschutz**

Aber auch in den Strengen Augen von Bauphysikern fällt die Bilanz in allen Disziplinen positiv aus. Beispiel Wärmedämmung: Die Dämmschicht, die in den Gefachen einer Holzständer-Wand standardmäßig eingearbeitet ist, übertrifft bereits die Anforderungen der geltenden Wärme-schutzverordnung. Durch geringe zusätzliche Maßnahmen erreichen Holzhäuser schon heute Niedrig-energie-Status. Der Schallschutz ist in den Augen - und Ohren - der Bewohner ebenfalls ein entscheidendes Kriterium für den Wohnwert. Der Holzbau hat diese Aufgabe gelöst: Bauteile werden mehrlagig bekleidet. Hohlräume mit Dämmstoffen gedämpft. Die Anschlüsse werden schallschüssig entkoppelt, um Schallbrücken zu vermeiden. Federnde Konstruktionen übertragen weniger Trittschall.

**Dauerhafter Wohnwert**

Der Wert eines Hauses entscheidet sich nicht nur am Wohnkomfort, den vor allem Wärme- und Schallschutz bestimmen. Auf lange Sicht spielen Wartungsfreiheit und Wertehalt eine wichtige Rolle. Beides ist heute - beim trockenen Einbau von Holz - ganz ohne chemischen Holzschutz

möglich. Zum Schutz vor Wiederverfäulung hat sich der konstruktive Holzschutz bewährt: Durch Maßnahmen wie beispielsweise genügend dimensionierte Dachüberstände bleibt das Material sicher vor Pilz- und Insektenbefall. Denn Feuchteschutz ist nach wie vor der beste Holzschutz.

Bleibt als wichtiges bauphysikalisches Kriterium der Brandschutz. Greift das Feuer - in den meisten Fällen ist vor allem die Innen-einrichtung vom Brand betroffen - doch auf den Rohbau über, bietet das Holzhaus größtmögliche Sicherheit. Entgegen der landläufigen Meinung bleiben Konstruktionen aus Holz im Brandfall länger stehen als andere: Deshalb bauen Architekten heute sogar Kindertagesstätten und andere öffentliche Gebäude ganz aus Holz. Weil das Material sich bei Hitze nicht dehnt, bricht ein Holzhaus nicht plötzlich zusammen. Außerdem entzündet sich große Bauteile aus Holz schlecht und selbst unter der verkohlten Schicht behält der Kern seine Tragfähigkeit. Sogar Brandversicherer sind davon überzeugt und haben die Prämien schon lange dem sonst üblichen Niveau angeglichen.

**Qualität durch abgestimmte Systeme**

Gute Argumente also für den Holzbau. Doch unab-hängige Bauexperten wei-



Das spektakuläre ExpoDach belegt: Holz erfüllt bravourös alle technischen Anforderungen, die heute an zukunftsfähiges Baumaterial gestellt werden - und das nicht nur bei Ingenieurbauten wie dem 16.000 qm großen Dach. Auch bei jedem Ein- und Zweifamilienhaus, das im handwerklichen Holzbau errichtet wird, gilt der Okobaustoff Nr. 1 längst als leistungsfähiges und zuverlässiges Material, das überdies ein Maximum an Gestaltungsfreiheit lässt. Foto: hagebau Soltau

gen darauf hin, dass es bei der Verwendung des anspruchs-vollen Materials vor allem auf die richtige Abstimmung der Systeme ankommt.

„Das ist wie bei jedem anderen Hightech-Produkt: Wer das Material sorgfältig auswählt und alle Vorgaben für die Verarbeitung beachtet, erhält auch ein einwandfreies Ergebnis.“

Das den gewünschten Qualitäts-Anforderungen entspricht, sagt endgültig zum Baustoff der Zukunft: Was der Eiffelturm Spezialist beim hagebau Holzbau-Fachhändler HBZ & Bauzentrum Men-ExpoDach für den Holzbau: Signal für einen internationalen Siegeszug. Viele Länder haben ihre Pavillons dieses Mal aus Holz errichtet und liegen damit in der Beliebtheit bei Besuchern und Fachleuten ganz weit vorne.

### Unsere Partner im Bereich Holzbau sind:

**MARTIN KUBATZKI**

ZIMMEREI, HISTORISCHER HOLZBAU  
HOLZRAHMENBAU UND LOHNAUBUND

58739 Wickede (Ruh.) · Wattenhaas 34 · Industriegebiet  
Tel. 0 23 77 90 99 40 · Fax 0 23 77 90 99 41

**HBZ HOLZ & BAUZENTRUM**

HBZ Holz und Bauzentrum  
Stückwäcker 3  
50798 Meiden  
Tel.: 0 23 73 66 07-9  
Fax: 0 23 73 66 71 29

Öffnungszeiten:  
Mo.-Fr. 9.00-20.00 Uhr  
Sa. 9.00-18.00 Uhr

**Der Holzwürm** K. K.

Zimmererei u. Holzverarbeitung  
Lohn- & Einzelarbeiten · Bauelemente · Dienstleistungen

Wolfgang Kura

Hansastraße 76 a Tel. (0 23 03) 2 12 37  
59425 Unna Büro (0 23 73) 7 25 19  
Telefax (0 23 73) 7 27 39

Alles aus einer Hand:  
- Beratung  
- Planung  
- Ausführung

Dachstuhl- Holzrahmenbau  
Passaden  
Carports  
Gartenhäuser

**HOLZBAU**

**Dieter Ladwig**  
Zimmermeister

Wickeder Straße 2b Telefon 0 23 737 62 31  
58730 Fröndenberg-Neiden Telefax 0 23 737 48 27

**S FRANZ STRACKE GMBH**

Sägewerk & Zimmererei F. Stracke GmbH  
Tel. 02973/97100 · Fax 02973/2414

**HOFF GMBH**

Zimmererei - Holzbau - Kranverleihe

59846 Sundem-Endorf · Tel. 0 29 33 / 15 13



# Werbekampagne hagebau Holz

577-16 Staatsanzeiger

Sonntag, 23. April 2000

Anzeige

## Alles unter einem Dach beim HBZ Einfach eins draufsetzen

### Dachaufstockung aus Holz schafft erschwinglichen Wohnraum

Weil Bauland teuer ist, die Arbeitskosten und die eigene Wunden häufig nur bezogen werden. Außerdem ein Luftschloß. Zum Beispiel für junge Familien, die gerne zu Oma und Opa ins Hauschen ziehen würden. Aber das ist häufig zu klein für drei Generationen. Nicht nur unter Fachleuten findet man eine Idee, die immer mehr Anhänger, die das knappe Bauland besser nutzen. „Nachverleihen“ heißt das in der Umgangssprache. Zu deutsch: „Einfach eins draufsetzen“.

Besonders bewährt haben sich dabei Holzkonstruktionen. Sie sind erheblich günstiger als Aufstockungen mit Mauerwerk und Dachstuhl. Der Quadratmeterpreis liegt unter 900 Mark. Und die Kosten für das Grundstück und die Erschließung entfallen - was ganz vorteilhaft für den Sparteil ist. Nach zwei Tagen ist das Dach wieder dicht. Das reduziert

Verarbeitung eignet sich Tragt es das Label „KVF“, ist gemäß den Richtlinien der Überwachungs-gemeinschaft KVF Raumunterteilung auf der neu entstandenen Wohnfläche. Udo Krause von der Holzbaufachhandlung HBZ Bauzentrum Menden. „Das minimiert den Planungsaufwand und vereinfacht die Anschlüsse von Wasserrohren und Stromleitung enorm.“

Als einziges Argument gegen den Holzbau wird häufig der chemische Holzschutz vorgebracht, der die Fäulnisbildung und Schädlinge verhindern soll. „Dagegen gibt es zwei Mittel“, erklärt der hagebau Holzbaufachberater dazu. „Der konstruktive Holzschutz, also beispielsweise genügend große Dachüberstände, bewirkt, dass das Holz gar nicht erst feucht wird.“

Der zweite Rat lautet, sogenannte Konstruktionsvollholz (KVH) zu verwenden, das mit einem Prototyp, dem „U-Zeichen“, versehen sein muß.



Diese Dachaufstockung aus Holz schafft innen mehr Platz für die Familie und nach außen ein harmonisches Gesamtbild.

**MARTIN KUBIATZKI**  
ZIMMEREI, HISTORISCHER HOLZBAU  
HOLZRAHMENBAU UND LOHNAUFSTOCKUNG  
58739 Wickede (Hohy) · Wendenweg 34 · Industriest. 100  
Tel. 0 23 77790 99 40 · Fax 0 23 77790 99 41

**Zimmerei · Holzbau Zäune**  
**WILHELM GILICH**  
Inhaber: Hartwig Gilich  
Köhlingstraße 16 · 58642 Enschede-Oberb. B.  
Telefon: 0 23 7421 34

**ZIMMEREI ROSS**  
NEUENRADE (0 23 92) 6 13 61

**HOLZBAU KURTH**  
ZIMMERER - MEISTERBETRIEB  
Dachstuhl- / Holzrahmenbau - Dachstuhlbauer  
Pergolen - Wintergärten - Carports  
Freigartenweg 3-5, 44357 Dortmund  
Telefon 02 31/93 70 03-0, Telefax 02 31/93 70 03-15

**ROSENBERG ZIMMEREI**  
im Familienbetrieb  
Friedrichsberger Str. 15  
58708 Menden-Sauernd  
Telefon 0 23 75 24 47  
Fax 0 23 75 29 08  
**Friedhelm Güke**  
Zimmermeister

**Unsere Partner im Bereich Holzbau sind:**

**WOLFGANG LADWIG**  
Ausschuss einer Handwerkskammer  
- Beratung  
- Planung  
- Ausführung  
Dachstühle  
Holzrahmenbau  
Fassaden  
Carports  
Gartenhäuser  
Holzbau  
Fachhandel  
58708 Menden  
Tel.: 0 23 73/68 07-0  
Fax: 0 23 73/68 71 29  
Öffnungszeiten:  
Mo-Fr 9.00-20.00 Uhr  
Sa 9.00-18.00 Uhr

**HBZ Holz und Bauzentrum Stukenacker 3**  
58708 Menden  
Tel.: 0 23 73/68 07-0  
Fax: 0 23 73/68 71 29  
Öffnungszeiten:  
Mo-Fr 9.00-20.00 Uhr  
Sa 9.00-18.00 Uhr

**Mit freundlicher Unterstützung von:**

**SÄGEWERK BULLINGER ABTSGMÜND**  
-> BAU-HOLZ  
-> KVF  
-> BSH  
-> HOBELWARE  
-> KISTENPALETTEN

**LIEBECK GMBH**  
HOLZBAUWERKE  
OKOLOGISCHES BAUEN  
Büro & Planung:  
44269 Dortmund-Borgholz  
Bismarck-Str. 42  
Telefon 02 31/84 88 20  
Telefax 02 31/84 88 19  
Produktion:  
58829 Schwerte  
Königs-Str. 12  
Telefon 0 23 641 54 34

**Zimmermann Holzbau**  
Uwe Zimmermann  
Zimmermeister  
**Zimmerer**  
Dachstuhlbau  
Holzbau  
Wintergärten  
Carport-Anlagen  
Veranda-Per  
Auf der Allee 3 · 58938 Herdorf · Tel. 0 23 71/71 22 58 · Fax 0 23 71/71 22 68

**Zimmerei Holger Hense**  
Breitenstück 7 · 58762 Altena  
Dachstühle, Gauben, Vordächer  
Carports, Holzrahmenbau  
Ingenieurholzbau  
Innenausbau

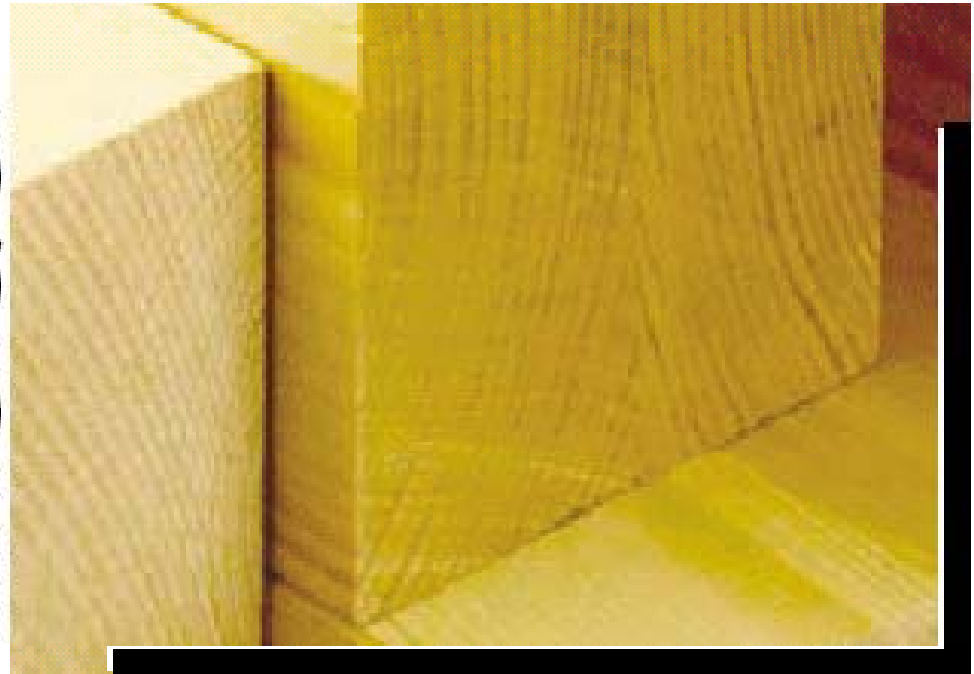
**Gebr. Baumeister GmbH**  
Zimmerer - Holzbau - Lohnabband  
Zum Wietoh 9 · 58802 Balve-Volklinghausen  
Tel. 0 23 75/26 84 o 45 85 · Fax 0 23 75/14 97

**HOLZTECHNIK SCHÄFER**  
HELLGIEW 31-33 · 59423 UNNA  
MÖBELTISCHLEREI · INNENAUSBAU  
HOLZBAU · WINTERGÄRTEN



# Initiative trockenes Bauholz

**Initiative** trockenes Bauholz





# Werbekampagne Holz

## DEUTSCHER SÄGEWERKSKONGRESS 2001

### !OFFENSIVE HOLZ

Kampagne der Forst- und Holzwirtschaft

Juli 2001

#### Gemeinsam in die Offensive

Neue Kampagne setzt auf koordiniertes Marketing aller Betriebe

Ab September erscheinen bundesweit in Zeitschriften und Magazinen Anzeigenmotive, die Lust auf das Bauen, Wohnen und Leben mit Holz machen sollen. Das ist der Start der neuen zentral-regionalen Kommunikations-offensive der Forst- und Holzwirtschaft.

Um allen am Bauprozess Beteiligten die Vorteile der Holzverwendung wirkungsvoll zu vermitteln, reicht jedoch die überregionale Medienarbeit allein nicht aus. Deshalb ruft der Holzabsatzfonds Betriebe der Holz-Wertschöpfungskette zu einer Kommunikations-„!Offensive Holz“ auf: Alle überregionalen werblichen Aktivitäten sollen auch im Rahmen der Kommunikation der Branchenmitglieder auf regionaler und lokaler Ebene genutzt werden.

Hierzu hat der Holzabsatzfonds Anzeigenmotive, Plakate und Informationsbroschüren in einheitlichem Layout entworfen, die sowohl überregional als auch regional eingesetzt werden können. Während die überregionale Schaltung zentral koordiniert wird, werden für die regionale und betriebliche Nutzung dieser neuen Werbellinie verwendungstierige Werbeträger oder Vorlagen zur Produktion eigener betrieblicher Werbemittel angeboten. Wer sich in diesem Layout zu erkennen gibt, kann von der überregionalen Reichweite der Kampagne nur profitieren.



Neben der grundsätzlichen Bedeutung der individuellen Ausführungsqualität rückt in der werblichen Kommunikation das Leben mit Holz in den Mittelpunkt.

Fortsetzung auf Seite 2

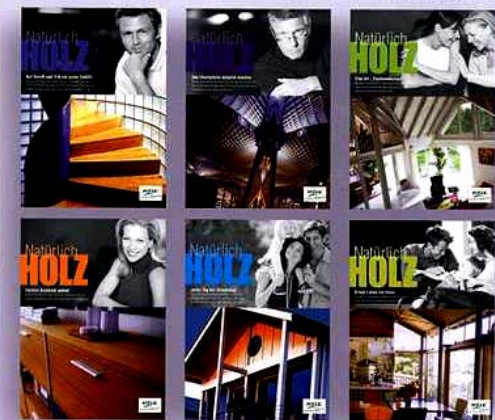
#### Gemeinschaftsmarketing 2001/2002!

Eine Kommunikations-„!Offensive Holz“, die Mittel und Möglichkeiten schafft,

- den uneinheitlichen Außenauftritt der Branche zu überwinden,
- die Wirkungspotenziale zu bündeln,
- für den Baustoff Holz Märkte zu erschließen!

#### Aus dem Inhalt:

Erfolgreich auftreten	S. 3
Neuer Stellenwert in der Region	S. 4
Interview mit Andrea Rosenbaum	S. 6
Der Kampagnen-Countdown	S. 7
Gut informiert – Gut beraten	S. 8



Das Basiseinheitsbild der Dachkampagne.



# Werbekampagne Holz

## DEUTSCHER SÄGEWERKSKONGRESS 2001

**!OFFENSIVE HOLZ** Kampagne der Forst- und Holzwirtschaft Juli 2001

Fortsetzung von Seite 1

### Gemeinsam in die Offensive

Langfristig überzeugen wird aber nur die Leistung, die der Kunde anfasen kann. Wenn die Baufamilien und ihre Mitentscheider die Argumente der Kampagne positiv erleben können und mit den Betrieben in der eigenen Region in Verbindung bringen, wird die Kampagne ihre volle Wiedererkennung ent-

fallen. In einem Leitfaden werden vier praktikable Maßnahmen vorgeschlagen, die sich optimal mit den Themen der Werbekampagne verbinden lassen (mehr hierzu lesen Sie auf den Seiten 4 und 5). Die Maßnahmen kommen keineswegs zentral vom grünen Tisch, sondern werden ab September in acht Pilotregionen in die Praxis umgesetzt und auf Optimierung ausgewertet. Jeder forst- und holzwirtschaftliche

Betrieb kann die zentralen Angebote der Kampagne nutzen. Sie bieten die Möglichkeit, die individuelle Werbung zu optimieren und sich mit eigenem Engagement, dauerhafter Qualität und Kundenorientierung – am besten aber gemeinsam mit den regionalen Partnern der Wertschöpfungskette – aktiv zu präsentieren. Denn die Öffentlichkeit sucht nach Profil.

### Aufbruchstimmung: Eine Chance für alle!



**Michael Prinz zu Salm-Salm**  
Präsident der Arbeitsgemeinschaft  
Deutscher Waldbesitzerverbände e.V.

„Die Kommunikations-  
!Offensive Holz kommt  
allen entlang der Wert-  
schöpfungskette zugute.  
Das gefällt mir an der  
neuen Kampagne, dass sie  
jeder wirklich Interessierte  
für sich nutzen kann, ob  
Waldbesitzer oder Holz-  
verarbeitender Betrieb.  
Hier ist Ihre aktive Mitar-  
beit gefragt. Machen Sie  
mit, unserem Wald und der  
Zukunft der Forstwirtschaft  
zullebe!“



**Dipl.-Ing. Heinrich Cordes**  
Vorsitzender des Bundes  
Deutscher Zimmermeister (BDZ)

„Endlich haben die  
Handwerksbetriebe Ge-  
legenheit, die Argumente  
der Kampagne auch regio-  
nal durch die Darstellung  
der eigenen Leistungsfähig-  
keit zu belegen. Die Be-  
triebe bekommen Hilfen,  
die für gelungene eigene  
Aktionen nötig sind. Diese  
Gelegenheit sollten wir  
Handwerker nutzen!“



**Hans-Günter Sturm**  
Matthäus Sturm GmbH  
stellvertretender Vorsitzender  
des Verbandes der Deutschen  
Säge- und Holzindustrie e.V. (VDS)

„Die !Offensive Holz  
kommt zum richtigen  
Zeitpunkt. Holz wird über-  
all als natürlicher Werkstoff  
geschätzt. Wir können das  
in der Region doch am  
besten belegen, also führen  
wir die Bauherren und alle  
Interessierten auch dorthin.  
Besser und effektiver kön-  
nen wir keine  
Gemeinschaftswerbung  
betreiben.“

# Werbekampagne Holz

**!OFFENSIVE HOLZ** Kampagne der Forst- und Holzwirtschaft Juli 2001



## Neuer Stellenwert in der Region Musterbericht von Ferdinand Vormacher, sein Fazit: „Einfach und professionell“

„Gleich bleibende Qualität und Leistungsbereitschaft sind die wichtigsten Voraussetzungen für zufriedene Kunden“ – Das ist die unumstößliche Meinung von Ferdinand Vormacher, Säger in dritter Generation.

Jeder forst- und holzwirtschaftliche Betrieb wirt in diesem Sinne für seine Holz-Produkte, vor allem mit zielgruppengerechten Anzeigen in der Fach- oder Tagespresse der Region. Wie aber macht man effektiv auf sich aufmerksam? Wie nützt man die vom Holzabsatzfonds in überregionalen Fach- und Publikumszeitschriften geschalteten Branchen-Anzeigen im Rahmen der eigenen Kommunikation?



Vormacher wirt auf seinem Betriebsgelände mit einem individuellem Großflächenplakat im Kampagnendesign. Der Werbeservice mach's möglich.

Auch der Inhaber der Vormacher Holzwerk KG stellt sich diese Fragen, vor allem weil er nicht nur unmittelbar an Endverbraucher vertreibt. Vormachers Betrieb schneidet 80.000 Festmeter ein, und er liegt an der zentralen Zufahrtsstraße zu einer mittelgroßen deutschen Stadt mit 24.565 Einwohnern.

„Das Betriebsgelände ist der erste Teil der Öffentlichkeitsarbeit.“ Diesen Grundsatz pflegt Ferdinand Vormacher in ehflicher Überzeugung. Die Reihen der Schnittholzstapel grüßen jeden An- und Abreisenden. Aber wie kann man dieses große Gelände auch für werbliche Aktivitäten nutzen? Ferdinands Sohn hatte eine Idee. Er bestellte für seinen Vater den aktuellen Werbemittelkatalog des Holzabsatzfonds, denn ihm war zufällig eine Anzeige des Holzabsatzfonds im „Focus“ aufgefallen.

Da die entsprechenden Werbeträger im Design der neuen zentralen Branchenwerbung ohne jeglichen Aufwand erhältlich sind, schickte Vormacher noch am gleichen Tag seine Bestellung per Fax ab:

- Große Werbetransparente mit Argumenten für die Holzverwendung vor dem Lagerhaus,
- Großflächenplakate für die Umfriedung,
- drei Flaggen für den Haupteingang,
- fünf DIN-A-1-Plakate für die Verkaufsräume.

Aber die Werbeträger allein reichten Vormacher noch nicht. Er sagte sich: „Warum nicht einfach mit meinen Kunden gemeinsam zeigen, wie das Bauen



mit Holz funktionieren kann!“ Vormacher selbst weiß alles über die dafür nötige Holzqualität und bietet in seinem Handelsgeschäft viele Ausbauelemente an. Der Zimmerer weiß, wie man das Holz verbaut. Und worum dreht sich alles beim Bauen? Um die Finanzierung! Und die Architektur!

**Gemeinsame Info-Veranstaltungen: Know-how bündeln und vermitteln**  
Gemeinsam mit drei Zimmerei-Betrieben entschloss sich Vormacher, in Kooperation mit der örtlichen Sparkasse, eine Informationsveranstaltung durchzuführen. Anhand der Checklisten im Leitfaden des Holzabsatzfonds stellten die vier Unternehmen ein Programm zusammen, um Fachinformationen gebündelt an Interessenten zu vermitteln:

1. Eine dreiwöchige Ausstellung über Bauen mit Holz im Foyer der Sparkasse. Eröffnung am Donnerstagabend mit der Vernissage einer Papierkünstlerin und einem Bildervortrag über die Ästhetik im Holzbau.

2. Zwei Fachinformationstage an den darauf folgenden Freitagen: einer zum Thema Finanzierung, der andere über Planung (Wärmeschutz, Schallschutz etc.) und Versicherung.
  3. Telefonberatung am Mittwoch bei der regionalen Tageszeitung.
  4. Tag der offenen Tür am Samstag, bevor die Ausstellung in der Bank offiziell endet.
- Ferdinand Vormacher und seine Kunden, die Zimmerer, gingen hochmotiviert an die Umsetzung der geplanten Aktionen. Auch der Sparkassendirektor war begeistert. Denn alle erkannten, dass sie auf



Die Zimmerer sind auch mit von der Partie.

diese Weise potenzielle Kunden ansprechen können. Der Begeisterung konnten sich der Forstamtsleiter und der Architekt der neuen Mehrzweckhalle der Stadt nicht entziehen. Auch sie kennen die Probleme, die dem Bauen mit Holz immer noch entgegenstehen. Der Forstamtsleiter brachte seine Kontakte zu den Redakteuren der örtlichen Tageszeitung mit ein.

Die Tageszeitung profilierte sich bei der Telefonaktion mit einem umfassenden

Wissen rund um die Holzverwendung. „Endlich ein Thema, das mir auch am Herzen liegt“, freute sich Vormacher bei der Lektüre der Zusammenfassung von den wichtigsten Fragen. Der Wirtschaftsredakteur sprach ihn bei der Eröffnung der Ausstellung in der Bank auf die Aktion an, weil er sich freute, einmal mehr über die örtliche Wirtschaft zu erfahren – und nicht nur die Pressemitteilung „einzuspeisen“.

„Den Tag der offenen Tür überlasse ich den Zimmerern, weil bei ihnen die Qualität gebaut wird“, sagte Ferdinand Vormacher zu seinem Sohn und zerstreute damit dessen Bedenken. Die Zimmerer freuten sich über regen Besuch, denn der Aktionstag wurde im Rahmen der Ausstellung drei Wochen lang angekündigt. Vormacher klebte auch entsprechende Hinweise auf seine Großflächenplakate. „Denn wenn der Tag der offenen Tür gut läuft, kann ich wieder mehr Holz verkaufen“, dachte er sich. Die Informationsveranstaltung wurde insgesamt ein voller Erfolg und ist im Gewerbeverein in aller Munde. Ferdinand Vormachers Sohn will jetzt auch die Möglichkeiten des kostengünstigen Werbeservices nutzen und seine Anzeigen und Plakate dem neuen Branchenlayout anpassen. Denn das einheitliche Design sorgt für den positiven Wiedererkennungseffekt. Darüber hinaus kann er



Abwärts! Fertige Werbetransparente mit Argumenten für die Holzverwendung.

mit dem Werbeservice des Holzabsatzfonds sogar die Grafikkosten sparen.

**Alle Namen in der Geschichte sind frei erfunden. Aber Sie könnten einer der Hauptakteure sein – wenn Sie bei der Offensive Holz mitmachen.**

- Vorteile regionaler Öffentlichkeitsarbeit**
- Neue Kontakte zu potenziellen Kunden knüpfen!
  - Die eigene Leistungsfähigkeit öffentlich darstellen!
  - Kunden und Wirtschaftspartner langfristig binden!



Bunter Treiben am Aktionstag.





# Werbekampagne Holz

**Kinder haben es gern  
trocken und gemütlich**



**Zerreißen wir gemeinsam  
die Fesseln der Gewohnheit,  
damit auch unsere Utopien  
von der Realität eingeholt werden.**

**!OFFENSIVE** **HOLZ**

Kampagne der Forst- und Holzwirtschaft

Juli 2001