

Topmeldungen

Novellierung der Musterbauordnung (MBO) – betroffen im Holzhandelssortiment sind Bodenbeläge, mit Holzschutzmittel und Feuerschutzmittel behandeltes Holz und Holzwerkstoffe, HPL-Platten

In den News Nr. 46/2015 haben wir über die Konsequenzen aus dem EuGH-Urteil berichtet, wonach Deutschland bei harmonisierten CE-Bauprodukten keine zusätzlichen nationalen Anforderungen mehr stellen darf. Eine der Maßnahmen von deutscher Seite ist die Novellierung der Musterbauordnung. Hierzu fand letzte Woche eine Anhörung statt, an der der GD Holz teilgenommen hat. Die Ergebnisse:

Mit der Novellierung der Musterbauordnung will man dem EuGH-Urteil folgend künftig auf Bauproduktenebene dem EU-Handelsrecht einerseits und den Sicherheits- und Verbraucherschutzgesichtspunkten auf nationaler Bauwerksebene andererseits Rechnung tragen. Die novellierte Musterbauordnung soll bis Februar 2016 fertig und danach spätestens bis zum 16.10.2016 in den einzelnen Bundesländern eingeführt sein. Ab diesem Zeitpunkt wird es dann bei harmonisierten CE-gekennzeichneten Bauprodukten keine nationalen Zusatzanforderungen mehr in Form von einer allgemeinen bauaufsichtlichen Zulassung (abZ) und damit auch kein Ü-Zeichen mehr geben. Die Novelle sieht vor, dass "die Verwendung des Ü-Zeichens auf Bauprodukten, die die CE-Kennzeichnung tragen, mit dem Inkrafttreten des Gesetzes nicht mehr zulässig ist". Der GD Holz hat in der Anhörung eingewandt, dass es für noch mit "Ü" gekennzeichnete Lagerware zu diesem Zeitpunkt eine angemessene Übergangsfrist geben muss. Ansonsten ist Abmahnvereinen Tür und Tor geöffnet. Es wurde zugesagt, dass man unserem Einwand Rechnung tragen wird.

Um das bisherige deutsche Sicherheits- und Verbraucherschutzniveau weiterhin zu gewährleisten, will man die Anforderungen nicht mehr auf Bauproduktenebene sondern auf Bauwerksebene formulieren. Dies soll in sogenannten "Norm-konkretisierenden Verwaltungsvorschriften" erfolgen, die länderübergreifend gelten sollen. Derzeit ist noch unklar, wie diese Musterverwaltungsvorschriften im Einzelnen aussehen und mit welchen Nachweisen die Hersteller die zusätzlichen Anforderungen erfüllen können.

Um welche harmonisierten CE-Produkte aus unserem Holzhandelssortiment geht es?

Betroffen sind alle **Bodenbeläge** (EN 14041 und EN 14342), also auch **endbehandelte Holzfußböden**, für die aus Gründen des Gesundheitsschutzes derzeit zusätzlich eine allgemeine bauaufsichtliche Zulassung (abZ) zum CE-Zeichen gefordert wird.

Ferner **Holzwerkstoffe** (EN 13986), die **mit chemischem Holzschutz- oder mit Feuerschutzmitteln** ausgerüstet sind.

Brettschichtholz (EN14081), das **mit Holz- und Feuerschutzmitteln** behandelt ist, benötigte im Hinblick auf die Gesundheitsverträglichkeit bislang eine abZ.

Bei dekorativen **Hochdruck-Schichtpressstoffplatten** (HPL) (EN 438-7) wurde bislang ebenfalls, aus Gründen der Hygiene und des Gesundheitsschutzes eine abZ verlangt.

Bei **Bauholz** (EN 14081), wenn kein in Deutschland allgemein bauaufsichtlich zugelassenes Holzschutzmittel verwendet wird, ist ebenfalls im Hinblick auf die Dauerhaftigkeit sowie den Gesundheits- und Umweltschutz bislang noch eine allgemeine bauaufsichtliche Zulassung erforderlich.

Die bisher in den abZ geregelten Anforderungen werden also künftig in den Musterverwaltungsvorschriften geregelt.

Der Wegfall der abZ betrifft zunächst einmal die Hersteller der vorgenannten Produkte; wie die bisherigen Produktanforderungen in bauwerksbezogene Anforderungen in den Musterbauvorschriften "umformuliert" werden, und welche Bescheinigungen der Hersteller künftig zu erbringen hat, ist noch offen.

In der Anhörung wurde auch deutlich, dass künftig die Planer und Bauausführenden bei der Planung und Produktauswahl mehr Verantwortung und auch mehr Risiko tragen müssen. Den Holzhandel betrifft es künftig bei der Beratung und der richtigen Auswahl der Produkte. Deshalb wird der GD Holz weiter am Ball bleiben. (pl)

Gemeinsame Erklärung von WWF und Wirtschaftsverbänden zur Novelle der Europäischen Holzhandelsverordnung

Im Rahmen eines Empfangs in Brüssel hat der WWF dem Umweltkommissar der Europäischen Kommission Karmenu Vella ein Positionspapier übergeben, welches die wichtigsten Forderungen zur Novelle der Europäischen Holzhandelsverordnung beinhaltet. Getragen wird dieses Papier auch vom Europäischen Holzhandelsverband (ETTF) und dem GD Holz.

Kernforderung ist die Aufnahme weiterer Sortimente wie Spielzeuge oder Werkzeuge aus Holz, die einen wesentlichen Anteil an Holzimporten in den Binnenmarkt ausmachen. Nur bei Aufnahme aller Holzsortimente in die Holzhandelsverordnung kann gewährleistet werden, dass kein illegal erzeugtes Holz in den Binnenmarkt gelangt – und somit die Glaubwürdigkeit und Belastbarkeit der Holzhandelsverordnung gestärkt wird.

Das gemeinsame Positionspapier von Umweltverband und Wirtschaftsverbänden zeigt, dass die Organisationen in die gleiche Richtung zielen. Es ist im großen Interesse des Holzimportes, dessen Sortimente ja bereits vollständig unter das Regime der Holzhandelsverordnung fallen, dass nunmehr auch andere Sortimente dazugehören werden.

Weitere Kernforderung des Papiers ist es, dass die Novelle der Verordnung rasch in allen Mitgliedsstaaten des EU-Binnenmarktes umgesetzt wird – alles andere führt zu Wettbewerbsverzerrungen.

Das Positionspapier wurde anlässlich eines Empfangs von gut 100 Teilnehmern dem Umwelt-Kommissar in Brüssel überreicht. Die Teilnehmer an dem Empfang kamen aus Umweltverbänden und Wirtschaftsverbänden, aber auch Wirtschaftsunternehmen und EU-Parlamentarier waren vertreten. Als Sponsoren traten IKEA und King Fisher auf. Symbolisch für die Teilnahme an der Aktion wurde eine Stammscheibe aufgestellt, an denen die beteiligten Organisationen mit ihrem Logo befestigt waren. (gb)

Kurzmeldungen

Aktuelle Studie: Stationärer Handel kein Auslaufmodell

41 Prozent der Kunden legen Wert auf kompetente Beratung / Verkäufern kommt angesichts der Konkurrenz aus dem Internet zentrale Rolle zu / Digitalisierung bietet Chancen für mehr Service, individuelle Angebote und erlebnisreiches Einkaufen

Die Ergebnisse einer aktuellen Studie "Store 4.0 Zukunft des stationären Handels" des PwC-Netzwerkes aus dem Bereich Wirtschaftsprüfung, Steuer und Unternehmensberatung belegt, dass stationäre Geschäfte für den Handel nach wie vor der wichtigste Kontaktpunkt zum Konsumenten sind: 75 Prozent der Deutschen gehen mindestens einmal im Monat zum Einkaufen in ein Geschäft. Allerdings wird für die Digital Natives (also die Gruppe der 18- bis 34-Jährigen) der Omni-Channel Einkauf immer wichtiger: 85 Prozent von ihnen kaufen monatlich mindestens einmal online ein, 15 Prozent sogar täglich. Diese Konsumenten 4.0 unterscheiden nicht mehr zwischen online und offline, sondern nutzen ganz selbstverständlich alle Einkaufskanäle. Angesichts dieses neuen Konsumverhaltens und der zunehmenden Konkurrenz aus dem Internet muss der stationäre Handel die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen:

Kunden erwarten von Händlern vor Ort Mehrwert in Form individueller Empfehlungen, personalisierter Lösungen sowie ein Umfeld, das durch die Integration technologischer Innovationen geprägt ist.

"Kunden betreten heute gut vorinformiert das Geschäft. 64 Prozent recherchieren vor dem Einkauf online", so Gerd Bovensiepen von PwC. Deswegen wird die Rolle des Verkäufers immer wichtiger. Er ist derjenige, der als Experte den Kunden durch die Vielfalt der Angebote lotst und individuelle Empfehlungen gibt. Er verschafft für den Kunden den Mehrwert, den er durch ein Browsen in Online-Shops und Internet-Foren nicht bekommt. Für 41 Prozent der Befragten sind kompetente Verkäufer der entscheidende Faktor, um das Einkaufserlebnis im stationären Handel zu verbessern. Für 30 Prozent ist dieses Expertenwissen zudem ein zentrales Argument, um vor Ort und nicht online einzukaufen.

Wie die Studie zeigt, bietet die Digitalisierung gerade auch für den stationären Handel viele Möglichkeiten, um Kunden individuell anzusprechen, an sich zu binden und ein besseres Einkaufserlebnis zu schaffen. Big-Data-Anwendungen erlauben, die Einkaufshistorie oder ganze Kundenprofile in Sekundenschnelle abzurufen. Der Verkäufer – ausgerüstet mit Smartphone oder Tablet-Computer – kann dementsprechend sofort auf Vorlieben und Wünsche mit individuell zugeschnittenen Angeboten reagieren.

Für einen Großteil der Befragten ist die Implementierung von digitalen Services ein zentraler Bestandteil, um das Einkaufserlebnis im Geschäft zu verbessern. Durch die digitale Vernetzung kann der stationäre Handel seine Kunden während des gesamten Einkaufsprozesses begleiten – und darüber hinaus: Die digital vorhandenen Informationen bieten auch für die After-Sales-Betreuung die Möglichkeit, gezielt mit Käufern Kontakt aufzunehmen und damit neue Besuche im Laden zu stimulieren.

"Der stationäre Handel ist keineswegs ein Auslaufmodell. Doch er muss die digitale Klaviatur richtig beherrschen und Omni-Channel-Strategien umsetzen, um für die Konsumenten relevant zu bleiben", resümiert Gerd Bovensiepen vom PwC-Netzwerk. "Geschäfte vor Ort avancieren dann zu einer digital vernetzten Erlebniswelt mit individueller und qualitativ hochwertiger Beratung." Denn nur wenn der traditionelle Einzelhandel das Beste aus der Online- und Offline-Welt verbindet, bleibt das stationäre Geschäft gegenüber dem reinen Online-Handel im Vorteil. (bo)

Parkettabsatz in Deutschland auf stabilem Niveau

Nach einem Anstieg im Jahr 2014 um 1,8 Prozent auf 9,5 Millionen Quadratmeter zeigt sich der Parkettabsatz in Deutschland in den ersten drei Quartalen des laufenden Jahres 2015 stabil. Eine interne Umfrage unter den Mitgliedern des Verbandes der Deutschen Parkettindustrie (vdp) ergab, dass der Absatz der 19 vdp-Mitglieder von Januar bis September 2015 um insgesamt 1,6 Prozent auf 7,1 Millionen Quadratmeter gesunken ist.

Beim genaueren Blick auf die Umfrageergebnisse in den einzelnen Parkettsegmenten ist festzustellen, dass sich das überwiegend im Wohnbau eingesetzte Mehrschichtparkett mit einem Minus von 0,7 Prozent auf 5,8 Millionen Quadratmeter besser entwickelt hat als das Massivparkett, bei dem sich der Absatz um 5,2 Prozent auf 1,2 Millionen Quadratmeter verringert hat. Der Absatzrückgang betraf insbesondere Stabparkett (-3,4 Prozent), Mosaikparkett (-7,7 Prozent) und dreischichtiges Mehrschichtparkett (-12,5 Prozent), während der Absatz von zweischichtigem Mehrschichtparkett (+8,5 Prozent) sowie von zweischichtigen (+9,1 Prozent) und dreischichtigen Landhausdielen (+5,6 Prozent) zulegen konnte. Massivholzdielen lagen geringfügig über dem Vorjahreswert

(+0,5 Prozent).

Auch die Zahlen des Statistischen Bundesamtes zur Parkettproduktion in Deutschland zeigen rückläufige Zahlen bei leicht steigenden Preisen. Bei genauerer Betrachtung fällt dem vdp auf, dass die inländische Produktion im laufenden Jahr wesentlich deutlicher zurückgeht als die Einfuhren aus dem Ausland, was für eine vermehrte Produktionsverlagerung spricht. Auch die Auswertung der Quartalszahlen der vdp-Umfrage lässt erkennen, dass die Menge der Handelsware steigt, während die Eigenproduktion in gleichem Ausmaß sinkt und sich gleichzeitig der Umsatz seit längerem um die Nullmarke dreht. "Die nominell eher geringe Umsatzsteigerung im dritten Quartal wertet der vdp jedoch durchaus als einen Erfolg, da die Steigerungsrate auf einem starken Vorjahresquartal aufsetzt. Sollte im vierten Quartal der ungefähr gleiche Umsatz wie im Vorjahr erreicht werden, dürfte das Gesamtjahr 2015 bei ‚Plus-minus-null‘ liegen, so der vdp. (bo)

Auftragslage im Ladenausbau zieht an

Die traditionellen Um- und Neubauphasen des Handels im Herbst sind deutlich spürbar. Laut der Quartalsumfrage des dlV – Netzwerk Ladenbau e.V. – bei seinen Mitgliedsunternehmen zum Auftragseingang freuten sich über 60 % der Firmen über ein Auftragsplus im Vergleich zum Vorquartal.

Auch der Vergleich zum 3. Quartal 2014 zeigt Zuwächse: 52 % der Teilnehmer geben mehr Aufträge an. (lbo)

Veranstaltungen und Seminare

Das Seminar "Begeisternd Verkaufen führt zum Erfolg" am 09. Februar 2016 in Göttingen zeigt Ihnen, wie Sie den Kunden, ohne aufdringlich zu sein, von Ihrem Produkt überzeugen.

Wichtigste Aufgabe eines Verkäufers im Verkaufsgespräch ist es, einen Zugang zum Kunden zu finden. Was benötigt er und warum? In diesem Seminar geht es also nicht nur darum, dem Kunden "etwas" zu verkaufen, sondern vor allem auch darum, wie präsentiere ich dem Kunden mich und das Produkt. Um das zu erlernen, werden alle Teilnehmer in eine Verkaufssituation gebracht. So können sie das Erlernte gleich anwenden und bekommen vom Referenten und den restlichen Teilnehmern ein Feedback. Das Seminar richtet sich besonders an Verkaufsberater im Innen- wie Außendienst.

Weitere Infos zu dem Seminar entnehmen Sie bitte beiliegender Ausschreibung. Für Rückfragen wenden Sie sich gerne an Adrian Sprenger (sprenger@gd-holz.de). (as)

[Ausschreibung Seminar "Begeisternd Verkaufen führt zum Erfolg" 09.02.2015 in Göttingen](#)

Termine

- | | |
|------------|--|
| 03.12.2015 | BG Paderborn in Lichtenau-Kleinenberg |
| 08.12.2015 | WR Westfalen, BG Münsterland bei der Fa. Parador in Coesfeld |
| 25.02.2016 | Terrassendielen-Seminar im Thünen-Institut in Hamburg-Lohbrügge |

Besuchen Sie uns auf: holzhandel.de | holzvomfach.de

Impressum:

Gesamtverband Deutscher Holzhandel e.V.
Am Weidendamm 1A | 10117 Berlin
Vorsitzender: Jürgen Klatt, Lübeck | Geschäftsführer: Thomas Goebel, Berlin
Sitz: Berlin | Vereinsregister-Nummer: AG Charlottenburg, VR 27657 B | USt.-ID-Nr.: DE113821949

Kontakt:

E-Mail: info@gd-holz.de | Tel: 030-72 62 58 00 | Fax: 030-72 62 58 88



Besuchen Sie uns auf Facebook:

www.facebook.com/gdholz

Stornierung:

Falls Sie den GD Holz Newsletter nicht mehr erhalten möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

Sie haben Probleme mit der Darstellung des Newsletters? Klicken Sie bitte [hier](#).