

# Marketing mit Nachhaltigkeit

Ein Rewe-Supermarkt in Berlin zeigt, wie sich der Baustoff Holz im lauten Konzert der Gebäudezertifizierungen Gehör verschaffen kann

Der Baustoff Holz nutzt seine Marktpotenziale nach wie vor nur sehr verhalten. Diese Problematik kam auch auf dem Internationalen Holzbau-Forum 2010 in Garmisch einmal mehr zur Sprache. Dabei kann Holz im Rahmen eines stimmigen Nachhaltigkeitskonzepts durchaus als wertvoller und ökologischer Baustoff wahrgenommen werden. Ein Supermarkt der Rewe wurde kürzlich mit dem Prädikat „Gold“ der noch jungen Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen ausgezeichnet. Dabei realisierte das Planungsbüro des Düsseldorfer Architekten Jürgen Koch nicht nur ein umfassend nachhaltiges Konzept, sondern vermarktete dieses auch auf vorbildliche Weise.

Das Internationale Holzbau-Forum (IHF) in Garmisch ist seit Jahren etablierter Treffpunkt der Holzbau-Branche. Spätestens, seitdem der Holzabsatzfonds 2009 seine Dienste einstellen musste, werden in Garmisch auch immer wieder die Möglichkeiten eines verstärkten, branchenübergreifenden Marketings diskutiert. Den klugen Köpfen der Branche ist völlig klar, dass die Gleichung „Holzbau gleich Nachhaltigkeit“ noch lange nicht in der Allgemeinheit angekommen ist. Da hilft es auch nur wenig, dass das politische und fast allgegenwärtige Thema der Nachhaltigkeit als Steilvorlage für die Branche eingestuft wird – denn der Ball muss auch ins Tor geschossen werden.

So vermutete Ministerialrat Hans-Dieter Hegner, der zu Beginn des IHF über das nachhaltige Bauen aus Regierungs- und Verwaltungssicht referierte, dass das Zeitfenster noch etwa 10 Jahre offen sein werde, innerhalb dessen der Holzbau seine immensen Chancen nutzen könne; danach jedoch sei es zu spät und der Zug zu Gunsten anderer Baumaterialien abgefahren. Jedenfalls werde es keine „Lex Holz“ geben, das heißt keine Vorschrift des Staates, dass Holz vorrangig zu verwenden sei, so der Bundesbeamte. Jedoch sei die Branche eingeladen, sich ebenfalls am Runden Tisch für Nachhaltiges Bauen zu beteiligen, der vom Bundesbauministerium für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung initiiert worden sei.

Auch die bestehenden Zertifizierungssysteme für Nachhaltiges Bauen sind kein Selbstläufer für den Holzbau,



Ein umlaufendes Fassaden-Fensterband senkt nicht nur den Energiebedarf des Objekts, sondern hebt nachweislich auch die Stimmung der Kunden.

da nicht nur die Ökologie der Baustoffe, sondern der gesamte Bauprozess samt seiner wirtschaftlichen und sozialen Faktoren berücksichtigt werden. Wer sich den Kriterienkatalog der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) aus der Sicht des Holzbaues anschaut, der mag ein wenig den Mut verlieren.

## Gesamtkonzept muss stimmen

Um so erfreulicher ist die Garmischer Botschaft, dass ein Gewerbebau in Holzbauweise die höchste Auszeichnung der im Aufschwung begriffenen DGNB erringen konnte – das Prädikat „Gold“. Gemeint ist ein kürzlich entstandener Rewe-Supermarkt in Berlin, der sich vor allem durch drei Faktoren auszeichnet: Nachhaltigkeit, CO<sub>2</sub>-Neutralität sowie Tageslichtarchitektur. Das Architekturbüro Koch Architekten aus Düsseldorf hat nicht nur ein überzeugendes Energiekonzept realisiert, sondern es auch verstanden, das realisierte Gebäude vorbildlich zu vermarkten nach dem bekannten Motto „Tue Gutes und rede darüber“.

Auf dem IHF hielt Charlotte Juhl-Koch, Ehefrau des federführenden Architekten Jürgen Koch, einen engagierten Vortrag, der vor allem eines zeigte:

dass Holz im Rahmen eines stimmigen Nachhaltigkeitskonzepts durchaus als wertvoller und ökologischer Baustoff wahrgenommen wird. Frau Koch stellte nicht nur das Konzept des „Rewe Green Buildings“ vor, sondern auch die vielen Auszeichnungen, die damit gewonnen werden konnten: So wurde der Supermarkt nicht nur von der DGNB ausgezeichnet, sondern auch als „Store of the Year 2010“ vom Handelsverband Deutschland innerhalb der Kategorie „Food“. Der CO<sub>2</sub>-neutrale Supermarkt wurde zudem mit dem Preis „KlimaschutzPartner des Jahres 2010“ geehrt, einem Umweltpreis, vergeben von zehn Kammern und Verbänden, darunter die IHK Berlin. Auch wenn der IHF-Vortrag viele Dinge wiederholte, die innerhalb der Holzwelt gut bekannt sind (wie die forstwirtschaftliche Nachhaltigkeit



Dieser Rewe-Markt in Berlin wurde mit dem DGNB-Prädikat „Gold“ ausgezeichnet. Fotos: Rewe



Moderner Gewerbebau mit Holz als Konstruktionsmaterial, außerdem mit Photovoltaik, der Nutzung von Regenwasser und Tageslicht, einer energieeffizienten Kühlung sowie Erdwärme zur Beheizung.

oder die CO<sub>2</sub>-Neutralität des Baustoffes), so wurde wieder einmal deutlich, dass die Branche die Vorteile ihres Baustoffes unter Marketinggesichtspunkten noch lange nicht ausgereizt hat.

Aus diesem Grund lobte Koch die Initiative der CO<sub>2</sub>-Bank, die durch den Landesbeirat Holz Nordrhein-Westfalen ins Leben gerufen wurde und betreut wird. Die CO<sub>2</sub>-Bank ist eine Datenbank, welche die Qualität und Menge der Reduzierung des Treibhausgas Kohlendioxid durch die Objekte und Leistungen der Forst- und Holzwirtschaft international dokumentiert. Laut Koch sei sie ein hervorragendes Instrument, um der Öffentlichkeit die Nachhaltigkeit von Holz verstärkt vor Augen zu führen.

Das Architekturbüro Koch habe den „Rewe Green Building“ in Berlin in diese CO<sub>2</sub>-Bank eintragen lassen, und zwar nicht nur die tragende Struktur aus Brettschichtholz, sondern auch die Zellulose-Füllung für die Wärmedämmung in Dach und Wänden. Durch die CO<sub>2</sub>-Bank wurde errechnet, dass durch den Rewe-Markt 435 t CO<sub>2</sub> dauerhaft der Atmosphäre entzogen werden; dies entspricht einer Pkw-Fahrt von etwa 2,9 Mio. km oder auch 72 Erdumrundungen (bei einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 150 g/km). Diese Rechnungen erscheinen dem Hölzernen zwar simpel, doch haben sie den Vorteil, dass sie von je-

dem Bürger zu verstehen und nachzuvollziehen sind. Kurz gesagt, sie sind prägnant und dadurch werbewirksam. Und machen Holz wird zum sichtbaren Symbol der Nachhaltigkeit.

## Halbierter Energieverbrauch

Der über 1800 m<sup>2</sup> große Rewe-Markt, der im November 2009 in Berlin eröffnet wurde, punktet aber noch mit anderen ökologischen bzw. Klima relevanten Komponenten. So wird zur Heizung und Kühlung des Gebäudes Erdwärme mittels tief sitzender Erdsonden genutzt. Damit werden etwa 8% des Energiebedarfs selbst erzeugt, so die Architekten. Zudem wird zur Belichtung des Marktes natürliches Tageslicht genutzt, daher auch der Begriff der „Tageslichtarchitektur“. Über Helligkeitssensoren wird dabei automatisch nur so viel künstliches Licht zugeschaltet wie nötig. Das im deutschen Lebensmittelhandel bisher kaum eingesetzte Prinzip der Tageslichtarchitektur wird im „Rewe Green Building“ durch ein 280 m langes, umlaufendes Fassaden-Fensterband sowie 18 Dachlichtkuppeln realisiert. Diese Maßnahme senkt nicht nur den Energiebedarf des Objekts, sondern hebt nachweislich auch die Stimmung der Kunden.

Im Ergebnis verbraucht der nachhaltige Supermarkt der Rewe nur halb so-

viel Energie wie ein Standardmarkt. Die noch benötigte Energie wird zu etwa 40% „Inhouse“ durch knapp 2000 m<sup>2</sup> Photovoltaik auf dem Dach, etwa 350m<sup>2</sup> sichtbare PV-Module im Vordach des Marktes sowie durch Geothermie produziert. Die in das Glas integrierte PV-Anlage im Vordach setzt zudem gestalterische Akzente und dient gleichzeitig der natürlichen Verschattung der großen Fensterflächen im Frontbereich. Der neue Rewe-Markt verfügt auch über zwei Tankstellen für Elektroautos, insgesamt bietet Rewe mittlerweile elf dieser Stromtankstellen im Berliner Stadtgebiet an.

Architekt und Marktbetreiber sind sich sicher, dass die Mehrkosten des Supermarktes sich innerhalb weniger Jahre amortisieren werden. Der Imagegewinn lässt sich natürlich nicht in Zahlen fassen, steht jedoch ohne Frage bereits heute aus zwei Gründen fest: zum einen passt der Baustoff Holz hervorragend zur Rewe und ihrer Philosophie der Nachhaltigkeit, zum anderen ist den Kunden des Marktbetreibers die Zufriedenheit beim Kauf an ihren Gesichtern abzulesen. Sie werden jedenfalls die Holzkonstruktion – ob unbewusst oder bewusst – in guter Erinnerung behalten. Und der ein oder andere Kunde wird künftig vielleicht sogar „Holz“ mit „nachhaltig“ assoziieren.

Stephan Klein, Bonn



Wandelemente in Holzrahmenbauweise mit Cellulose-Dämmung flossen ebenfalls positiv in das Nachhaltigkeitskonzept der Architekten ein.