



Internationaler Verein für  
zukunftsfähiges Bauen und  
Wohnen - natureplus e.V.

Jahrgang 2, Ausgabe 3  
Mai 2004

## Das Qualitätszeichen

- ein Plus für Umwelt, Gesundheit und Funktion
- Orientierung für Verbraucher
- basierend auf strenger, unabhängiger Prüfung
- breite Unterstützung bei Herstellern und Handel
- getragen von Umwelt- und Verbraucherorganisationen
- anerkannt in vielen europäischen Ländern

## In dieser Ausgabe:

- Auf den Frühjahrmessen zahlreiche neue Zertifikate 2
- Übersicht über Richtlinien und Produkte 3
- natureplus Tagung Marketing für Nachhaltigkeit 4

# naturenews

## Informationen des natureplus e.V.

### Neuer Vorstand spiegelt Breite wieder

Auf der Jahrestagung 2004 in Heidelberg konnten alle 12 Sitze besetzt werden



H. Moetzl (IBO), P. Thoelen (VIBE), G. Zwiener (ECO), U. Welteke-Fabricius (BUND), F. Meier (1. Vors., WWF), S. Botschen (BHB), H. Kehlenbeck (Q3), H. Strauß (TÜV), M. Förster (ADNR), G. Koch (VÖZ), K. Klenk (2. Vors., BDB). Es fehlt: A. Huber (SIB).

Erstmals in der Geschichte des Verbandes konnten alle 12 Vorstandsposten besetzt werden. Damit halten sich Vertreter von Umwelt- und Verbraucherorganisationen sowie Repräsentanten der Wirtschaft die Waage. Die Mitglieder kommen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Belgien.

### Anhörung zu Tapeten-Richtlinie

Am Mittwoch den 16. Juni findet in Mannheim der Anhörungstermin zur RL1800 Papiertapeten statt. Interessenten werden gebeten, sich bis zum 9.6. anzumelden bzw. ihre Anregungen und Kritiken schriftlich in der Geschäftsstelle einzureichen. Der Entwurf der RL1800 ist per mail in der Geschäftsstelle zu erhalten.

## Neue Geschäftsführung

H. Kehlenbeck übernimmt internationalen Geschäftsbereich

Um den Anforderungen des stark wachsenden Marktes zu genügen, hat der natureplus-Vorstand zum 1. Juni 2004 einen **Internationalen Geschäftsbereich** installiert. Zum Geschäftsführer wurde der Baufachmann Heiner Kehlenbeck berufen, der als langjähriger Verbundgruppenmanager bei der Baustoffhandels-Kooperation i&M und zuvor bei der größten deutschen Verarbeiterkooperation LGF-Meistererteam sowie als Initiator verschiedener Nachhaltigkeitsprojekte, z.B. der *Initiative Fachhandel für Naturbaustoffe im BDB* über das ideale



Heiner Kehlenbeck

Profil für diese Position verfügt. Die Geschäftsstelle von natureplus in Neckargemünd bei Heidelberg arbeitet weiter unter dem bewährten Geschäftsführer Thomas Schmitz-Günther.

## Mit Erfolg auf den großen Messen vertreten

Weitere innovative Produkte mit natureplus-Qualitätszeichen



Bei den diversen Messeauftritten 2004 (Deubau, Bautech, Practical World) stellte natureplus-Geschäftsführer Thomas Schmitz-Günther (links) die Beratung der Fachbesucher und die Kontaktpflege mit der Industrie in den Vordergrund.



Auf der Practical World in Köln stellen sich Handelspartner aus der Schweiz und Vertreter der neu zertifizierten Firmen Auro Naturfarben und Holz Zollhaus zum Gruppenbild.



Auf der Messe Holzbau und Ausbau in Friedrichshafen wurde von Geschäftsführer Schmitz-Günther an Herrn Mosler von Homatherm das Zertifikat für die holzFlex-Dämmplatte überreicht.

Der Reigen der Frühjahrsmessen verband sich in diesem Jahr erneut mit der Überreichung der Zertifikatsurkunden für zahlreiche frisch geprüfte und mit dem natureplus-Qualitätszeichen versehene Produkte.

So konnte auf der Bautech in Berlin die Firma Flachshaus dieses Zertifikat für ihre Dämmplatte aus Flachfasern entgegennehmen, die ohne synthetische Stützfasern auskommt.

Auf der Practical World in Köln waren zwei Premieren zu feiern: Mit dem Decklackprogramm der Firma Auro wurde die erste Naturfarbe nach natureplus-Kriterien zertifiziert. Die Firma Auro, die demnächst ihr 25-jähriges Bestehen feiert, gehört mit zu den Pionieren des natureplus-Verbandes. Und mit dem Zertifikat für das schweizer Unternehmen Holz Zollhaus wurde die nahezu unglaubliche Anzahl von 600 Do-it-yourself-Artikeln aus unbehandeltem Vollholz ausgezeichnet und zugleich das vorbildliche Qualitätsmanagement dieses FSC-zertifizierten Betriebes. Dieses breite Angebot findet sich damit als erstes natureplus-geprüftes Sortiment bei unseren schweizer



Auf der Bautech in Berlin erhält Herr Bretthauer von Flachshaus die Prüfurkunde für seinen Dämmstoff, rechts ADNR-Vorsitzender Förster.



natureplus-Vorstand Dr. Zwierer überreicht das Zertifikat an Jürg und Werner Wyss von Holz Zollhaus



Für den Decklack der Firma Auro empfängt das Zertifikat Herr Nolle.

Mitgliedern Migros und Coop.

Auf der Zimmermesse Holzbau und Ausbau in Friedrichshafen war zwar natureplus nicht mit eigenem Messestand vertreten, konnte aber die Gelegenheit nutzen, für einen weiteren innovativen Dämmstoff, die flexible Holzfasermatte Homatherm holzFlex, an die Firma Homatherm das natureplus-Zertifikat für Umwelt, Gesundheit und Funktion zu überreichen.

## Was für natureplus-Produkte gibt es?

Richtlinie geplant - **Richtlinie erstellt** - **Produkte geprüft**

<b>RL0000</b>	<b>BASISKRITERIEN (FÜR ALLE PRODUKTE)</b>
<b>RL0100</b>	<b>DÄMMSTOFFE AUS NACHWACHSENDEN ROHSTOFFEN</b>
RL0101	Dämmstoffe aus Hanf Thermohanf / Hock Canatherm div. Produkte / Bioinova Florapan, Integra div. Produkte / Saint-Gobain Isover G+H EMFA Hanf, EMFA Hanf Top / EMFA Baustoffe weitere Produkte in der Prüfung
RL0102	Dämmstoffe aus Flachs Heraflax div. Produkte / Deutsche Heraklith Pavaflax div. Produkte / Pavatex Flachshaus div. Produkte / Flachshaus weitere Produkte in der Prüfung
RL0103	Dämmstoffe aus Schafwolle DoschaWolle / Doppelmayer Kairatin / Raab Karcher Baustoffe Woolin Geh- und Trittschalldämmung / Woolin Group Villgrater Natur
RL0104	Holzfaser-Dämmplatten Pavatherm, Pavapor div. Produkte / Pavatex Steico Therm, Steico Therm Flex div. Produkte / STEICO Celit Flex, Celit Isoflex / Isofloc Agepan THD / Glunz Homatherm holzFlex 040 / Homatherm
RL0108	Einblas- und Schüttdämmstoffe aus Holzschnitzeln und -spänen Hoiz S 45 / Baufritz
RL0112	Einblas- und Schüttdämmstoffe aus Roggengranulat Ceralith A und Ceralith W / Romonta Ceralith
<b>RL0200</b>	<b>HOLZ UND HOLZWERKSTOFFE</b>
RL0201	Poröse Holzfaserplatten STEICO Unterbodenplatten, Unterdachplatten div. Produkte / STEICO Isolair, Pavastep, Isolier, Pavatop / Pavatex Profi-Trittschallunterlage Perfekt / Rettenmeier Profi Trittschalldämmplatte / Kosche Moderna Schallschutz / BHK Celit div. Produkte / Isofloc Laminat- und Parkett-Unterboden / B.S. Bauprogramm
RL0202	Spanplatten für das Bauwesen
RL0203	OSB-Platten für das Bauwesen
RL0209	Bodenbeläge aus Holz und Holzwerkstoffen Dreischicht-Fertigparkett, geölt div. Produkte / Berg & Berg Weitere Produkte in der Prüfung
RL0210	unbehandeltes Vollholz Profilholz, Leisten, Latten, Rundstäbe div. Produkte / Holz Zollhaus
<b>RL0300</b>	<b>WÄRMEDÄMMVERBUNDSYSTEME</b>
<b>RL0400</b>	<b>DÄMMSTOFFE AUS EXPANDIERTEN, GEBLÄHTEN ODER GESCHÄUMTEN MINERALISCHEN ROHSTOFFEN</b>
RL0405	Mineralschaumplatten
<b>RL0500</b>	<b>DACHDECKUNGEN UND FASSADENVERKLEIDUNGEN</b>
RL0501	Dachziegel Ergoldsbacher Dachziegel div. Produkte / Erlus div. Produkte / Tondach Gleinstätten
<b>RL0600</b>	<b>WANDFARBEN</b>
RL0601	Innenwandfarben auf pflanzlicher Basis
RL0602	Innenwandfarben auf mineralischer Basis
RL0605	Kaseinfarben
<b>RL0700</b>	<b>OBERFLÄCHENBESCHICHTUNGEN AUS NACHWACHSEN DEN ROHSTOFFEN</b>
RL0701	Lacke und Lasuren für Holz Auro Aqua Decklack, Auro Grundierung div. Produkte / AURO AG
<b>RL0800</b>	<b>PUTZE, MÖRTEL UND MINERALISCHE KLEBER</b>
RL0803	Lehmputze
<b>RL0900</b>	<b>VERLEGEWERKSTOFFE</b>
<b>RL1000</b>	<b>TROCKENBAUPLATTEN</b>
RL1101	Gipsfaserplatten
<b>RL1100</b>	<b>MAUER- UND MANTELSTEINE</b>
RL1102	Hochlochziegel
<b>RL1200</b>	<b>ELASTISCHE BODENBELÄGE</b>
RL1201	Linoleum-Bodenbeläge
<b>RL1300</b>	<b>MINERALISCHE WAND- UND BODENBELÄGE</b>
<b>RL1400</b>	<b>TEXTILE BÖDENBELÄGE</b>
<b>RL1500</b>	<b>HOLZFENSTER</b>
<b>RL1600</b>	<b>TÜREN</b>
<b>RL1700</b>	<b>ABDICHTUNGSMITTEL</b>
<b>RL1800</b>	<b>TAPETEN</b>



Neu zertifiziert wurde auch eine Trittschalldämmung aus Schafwolle von der österreichischen Firma Woolin.

Alle Informationen über natureplus und seine Mitglieder, insbesondere den Wortlaut der Vergaberichtlinien, Datenblätter der zertifizierten Bauprodukte und alles, was man zum Ablauf der Prüfungen und zu unseren Preisen wissen muss, finden Sie unter [www.natureplus.org](http://www.natureplus.org)



natureplus-zertifizierte Produkte wurden im Labor genauestens untersucht.

Internationaler Verein für  
zukunftsfähiges Bauen und  
Wohnen - natureplus e.V.

**Geschäftsstelle**

Kleppergasse 3  
D-69151 Neckargemünd b.  
Heidelberg

Tel. +49 (0)6223 861147  
Fax. +49 (0)6223 863646  
Mail office@natureplus.org



*Das europäische  
Qualitätszeichen für  
Umwelt, Gesundheit und  
Funktion bei Bauprodukten*

**natureplus Österreich**  
Alserbachstr. 5, A-1090 Wien  
Tel. +43 (0)1 319200532

**natureplus Schweiz**  
Weberstr. 10, CH-8004 Zürich  
Tel. +41 (0)1 2968710

**natureplus Belgien**  
Statiestraat 115, B-2600 Berchem  
Tel. +32 (0)3 2397423

**natureplus Niederlande**  
Postbus 229, 1400 AE Bussum  
Tel.. +31 (0)35 6948233

**Alle Informationen  
zu natureplus unter  
[www.natureplus.org](http://www.natureplus.org)**

## Tagung Marketing für Nachhaltigkeit

Referenten aus Forschung und Praxis zeigten aktuelle Trends

Am 30. und 31. März 2004 fand in Heidelberg die natureplus-Tagung „Marketing für Nachhaltigkeit“ statt. Im Brennpunkt des Interesses stand natürlich die Frage, welche Rolle Öko-Label spielen können, denn natureplus versteht sich als Orientierungshilfe bei der Vermarktung nachhaltiger Bauprodukte. Der Vorsitzende von natureplus, Felix Meier, führte aus, dass Öko-Label ein wichtiges Bindeglied zwischen dem Umweltengagement des Produzenten und dem Verbraucher darstellen. Heiner Kehlenbeck benannte „Nachhaltigkeit als die Zukunftschance der Bauwirtschaft“. Die Wertschöpfungskette im Baubereich funktioniere nicht mehr, die Bauausführenden zögen den Kürzeren, wenn Qualitätsarbeit nicht mehr geschätzt sei. Zu Qualitätsarbeit gehörten auch zertifizierte Qualitätsbaustoffe. Uwe Welteke-Fabricius analysierte das Verhältnis von natureplus zu anderen Umweltzeichen. Danach sei der „Blaue Engel“ im Baubereich ein Instrument, die Produktqualität auf breiter Ebene ökologisch zu verbessern, während nature-



Die Tagung brachte zahlreiche neue Erkenntnisse, wie sich zukunftsfähige Produkte besser vermarkten lassen.

plus für das Wachstum der „Bioprodukte“ im Baubereich zuständig sei. Der Frankfurter Kommunikationswissenschaftler Martin Lichtl sieht als neue Zielgruppe für Nachhaltigkeitsmarketing den „hedonistischen Idealisten“. Diese Verbrauchergruppe ist durchaus konsumorientiert, weiß aber auch den persönlichen Nutzen nachhaltiger Produkte wie Gesundheit, Haltbarkeit oder Sozialprestige zu schätzen. Der Heidelberger Marktforscher Stephan Götze machte als Hemmnis aus, dass viele Verbraucher sich in dem irrigen Glauben befinden, schon mindestens zur Hälfte Öko-Produkte zu konsumieren. Hier fehle der eindeutige kommunikative Beleg, was ein nachhaltiges Produkt ist. Die Kölner Ingenieurin Maïke Hora berichtete vom Projekt „ecobiente“ zur Neuausrichtung ökologischer Handwerksbetriebe. Diese haben sich von der „Wollsocken-Ästhetik“ der Gründerphase verabschiedet und mit moderner Formensprache neue Zielgruppen erreicht. Die Bedeutung der Weiterbildung hob Manfred Rauschen vom Öko-Zentrum NRW hervor. „Wenn der Verkäufer nicht überzeugt

ist“, so sei Credo, „kann sich das beste Produkt nicht am Markt durchsetzen.“ Vom Institut für Wirtschaft und Ökologie der Universität St. Gallen brachte Katharina Sammer die Erkenntnis mit, dass vor allem die Vielzahl der Label und die Uneindeutigkeit ihrer Aussage Hinderungsgründe dafür sind, dass sie die Rolle der Orientierungshilfe für Verbraucher übernehmen. Diane-Ronit Gerth vom Otto-Versand berichtete von den erheblichen Anstrengungen zur Vermarktung nachhaltiger Textilien im Konzern. Hierbei zeigte sich, dass der Kunde nachhaltige Produkte nur annimmt, wenn sie einen persönlichen Nutzen versprechen. Carine Boetsch berichtete über die Coop Kompetenzmarken für nachhaltige Produkte, die seit 15 Jahren in der Schweiz eine beispiellose Erfolgsgeschichte hinter sich gebracht haben. Wie kann man in Zeiten von „Geiz ist geil“ wieder das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum wecken? Die abschließende Diskussion zeigte, dass die Baufamilien unter dem Aspekt der Gesundheit durchaus für ökologisches Bauen zu gewinnen sind.



Über 70 Teilnehmer aus sechs europäischen Ländern - überwiegend aus der Wirtschaft - zeigten Interesse und Engagement.