

Nachhaltigkeit im Handwerk: Klaus Bauer im Interview

„Das billigste Produkt kann nicht das ökologischste sein“



Seine Leidenschaft für das Naturprodukt Holz setzt Klaus Bauer in seiner prämierten Ausstellung perfekt in Szene. Aber welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Alltag des Parkettfachbetriebes, der in der Rhönregion Verlegearbeiten im mittleren bis gehobenen Privatbereich ausführt? Parkett Magazin sprach mit dem Parkettlegermeister über Umweltaspekte im Einkauf, auf der Baustelle und in der Kundenberatung.



Produkte mit dem Blauen Engel und Emissioncode 1+ sind getestet und funktionieren gut. Als Fachhandwerker können wir keine Risiken eingehen.“

Welche Rolle spielen Umweltaspekte für Sie beim Einkauf von Verlegeprodukten? Wählen Sie gezielt ökologisch nachhaltige Produkte?

Klaus Bauer: Uns ist seit jeher daran gelegen, saubere Produkte zu verwenden, schon weil wir unsere Mitarbeiter nicht irgendwelchen gesundheitsschädlichen Substanzen aussetzen möchten. Denn viel gefährdeter als der Kunde ist ja zunächst der Parkettleger, der jeden Tag mit den frischen Produkten umgeht. Ist der Klebstoff erst einmal ausgehärtet, kommt es, wenn überhaupt, nur noch in sehr geringem Maße zu Emissionen bzw. Weichmacherwanderungen. Ein lösemittelfreier Silan-Klebstoff ohne weichmachende Inhaltsstoffe hat natürlich seinen Preis.

Geben Ihre Kunden für umweltgerechte Systeme denn mehr Geld aus?

Wir zeigen unseren Kunden aktiv auf, was wir unter nachhaltigem Arbeiten verstehen, welche verschiedenen Möglichkeiten es gibt und mit welchen Produkten wir arbeiten. Letztendlich können wir uns damit ja auch positiv im Markt absetzen. Aber wir können nur Anstöße für eine nachhaltige Verlegeleistung geben. Wenn wir in der Beratung beispielsweise erklären, dass ein Parkettklebstoff mit Blauem Engel und Emissioncode 1+-Zertifikat weichmacherfrei ist, dann bezahlt der Kunde in der Regel auch den höheren Preis, gerade wenn er die Räume selbst bewohnt.

Fragen Ihre Kunden Umwelt-Zertifizierungen aktiv an?

Wir sind überwiegend im mittleren bis gehobenen Privatbereich tätig, da spielt die Qualität der Produkte eine große Rolle. Auch für einige Fertighaushersteller ist „gesundes Wohnen“ inzwischen ein Qualitätsmerkmal, das nach der Fertigstellung der Gebäude mit Emissionsmessungen der Raumluft geprüft wird. Wir können die hierfür erforderlichen Zertifikate für die von uns verarbeiteten Produkte vorlegen. Privatkunden fragen Umweltlabel eher selten aktiv an. Grundsätzlich hat der Blaue Engel für uns den Vorteil, dass er bei Verbrauchern gut eingeführt ist. Die Emissioncode-Zertifizierung basiert zwar auf strengeren Prüfkriterien, ist aber bei Verbrauchern oft nicht bekannt.



Klaus Bauer: „Wir zeigen unseren Kunden aktiv auf, was wir unter nachhaltigem Arbeiten verstehen.“



Bauer präsentiert Holzböden in einer naturinspirierten Atmosphäre – mit Elementen wie echtem Moos an der Wand und einem Wasserfall mitten im Showroom.

In der Beratung ist Nachhaltigkeit natürlich immer wieder ein Thema. Manche Kunden möchten aus ökologischen Gründen zum Beispiel auf Klebstoffe verzichten. Wir zeigen ihnen dann die technischen Unterschiede zwischen einer schwimmenden und einer geklebten Verlegung auf. Wenn wir dann noch darauf hinweisen, dass wir mit weichmacherfreiem Klebstoff arbeiten, lassen sie sich oft überzeugen.

Wie halten Sie es mit der ökologischen Aufklärung in der Bodenbelagsberatung ?

Viele Kunden können die Unterschiede zwischen Designböden, Laminat und Parkett heute nicht mehr erkennen. Für sie ist alles Holzoptik. Wenn wir dann über die Materialeigenschaften von PVC sprechen, schlage ich ihnen vor, alternativ auch einen Holzboden anzuschauen. Sobald ich echtes Holz neben ein Imitat lege, hat das Holz gewonnen. Wir führen hochwertige Designbeläge, aber kein Imitat ist so gut wie echtes Holz. Wenn beides nebeneinander liegt, dann entscheiden sich rund 80 % unserer Kunden für einen Holzboden, natürlich nicht für das hochpreisige Produkt, aber für ein Einstiegsprodukt.

Wie bringen Sie Ihre Begeisterung für das Naturprodukt Holz in der Ausstellung konkret rüber ?

Wir präsentieren unsere Holzböden sehr emotional. Um ihre Natürlichkeit zu betonen, haben wir eine

naturinspirierte Atmosphäre mit Elementen wie echtem Moos an der Wand oder einem Wasserfall mitten im Showroom geschaffen. Unsere Kunden wollen das Holz sehen, berühren und erleben. Es geht darum, die Natur eines Parkettbodens positiv darzustellen. Zum Beispiel erkläre ich ihnen, dass eine Macke im Holz nichts Schlimmes ist und man Gebrauchsspuren sehen darf, weil sie zum Holz dazu gehören. Ebenso wie Äste und Risse einen rustikalen Boden auszeichnen. Denn Holz erzählt eine Geschichte. Erst vor wenigen Tagen war ich bei einem Kunden, der sein 20 Jahre altes Parkett überarbeiten lassen möchte, bei der Begehung wusste er zu jedem Kratzer und zu jedem Fleck eine Geschichte zu erzählen, der ich immer wieder gerne zuhöre.

Mit der Renovierbarkeit erwähnten Sie gerade ein weiteres wichtiges Attribut der Nachhaltigkeit von Parkett. In die Jahre gekommener Mosaikboden aus den 1970er Jahren – sanieren oder rausreißen ?

Generell ist Parkett der umweltfreundlichste Bodenbelag von allen, Qualität vorausgesetzt, weil es eine sehr lange Nutzungsdauer hat, mehrfach geschliffen werden kann und am Ende des Lebenszyklus recyclingfähig ist. Wenn ich mir einen alten Parkettboden anschau, der geschliffen werden soll, habe ich eine gradlinige Haltung zur Qualität des Bodens: Zeigen sich etwaige Decklamellenmängel oder besteht bei einem Mosaikparkett die Gefahr, →



Sobald ich echtes Holz neben ein Imitat lege, hat das Holz gewonnen."

dass die Renovierung zur technischen Verschlechterung, beispielsweise zu Ablösungen vom Unterboden durch Spannungsaufbau während bzw. nach der Versiegelung führt, kann ich dem Kunden nicht empfehlen, diesen Boden zu renovieren.

Manche Mosaikböden liegen jetzt immerhin schon um die 50 Jahre. Erst kürzlich legte mir ein Kunde eine Rechnung meines Vaters von 1981 auf den Tisch. Der Parkettboden ist 40 Jahre alt, nie geschliffen worden, liegt fest und sieht



Wenn ich mir ein einen alten Parkettboden anschau, der geschliffen werden soll, habe ich eine gradlinige Haltung zur Qualität des Bodens.“

noch immer sehr gut aus. Lediglich das Honigfarbene soll jetzt runter, deshalb wird er geschliffen. So etwas funktioniert nur, weil mein Vater schon damals immer gesagt hat, „Du musst den teuersten Klebstoff nehmen, daran hat der Kunde die meiste Freude“. Das ist für mich Nachhaltigkeit.

Welche Oberflächenbehandlung empfehlen Sie Ihren Kunden in der Beratung ?

Wir ölen viel, das ist der Trend. Bei Neuverlegungen werden bestimmt 70 bis 80 % der Holzböden geölt. In der Sanierung im Bestand ist es weniger, weil manche Kunden immer einen lackierten Parkettboden hatten und das Nachölen nicht wollen. Aber junge Leute sind sehr offen für geölte Oberflächen, bei ihnen ist der Anteil sehr hoch.

Sind Ihrer Erfahrung nach für alle Verlegearbeiten hinreichend nachhaltige Verlegewerkstoffe erhältlich ? Oder gibt es Anwendungen, für die konventionelle Produkte zuverlässiger funktionieren ?

Es gibt von den meisten deutschen Bauchemieherstellern für die einzelnen Einsatzbereiche nachhaltige

Verlegewerkstoffe. Produkte mit dem Blauen Engel und Emicode1+ sind getestet und funktionieren gut, schließlich können wir als Fachhandwerker keine Risiken eingehen, da wir die Gewährleistung für unsere Verlegeleistung tragen.

Wie gut fühlen Sie sich von Ihren Lieferanten zu den Inhaltsstoffen von Verlegeprodukten informiert ?

Von unserem Lieferanten weiß ich, dass er ein besonderes Augenmerk auf Nachhaltigkeit und Ökologie legt. Das betrifft die Produkte selbst ebenso wie die Produktion bis hin zur verwendeten Verpackung. Hier weiß ich ohne explizit nachzufragen, dass ich saubere Produkte bekomme. Wie gesagt, im oberen Preissegment – das billigste Produkt kann nicht das ökologischste sein.

Aktuell macht Zulieferern der Baubranche die Beschaffung von Holz und Holzwerkstoffen zu schaffen. Gewinnt Regionalität für Ihre Kunden weiter an Bedeutung ?

Wenn man sieht, wie viel Holz aus der Rhön gerade nach Asien geschafft wird, fragt man sich schon, warum das gemacht wird. Auf der anderen Seite kommen viele Produkte aus Asien zu uns. Im hochpreisigen Parkettsegment legen unserer Kunden durchaus wert auf Regionalität – made in Deutschland, Österreich oder wenigstens Europa. Wir bieten unseren Kunden auch aktiv Produkte aus der Region an. Aber wenn es für einen bestimmten Holzboden, beispielsweise mit spezieller Handhobelung oder mit Schwalbenschwanzverbindung, keinen Hersteller vor Ort gibt, dann können wir einen solchen Boden auch nicht aus der Region anbieten.

Frage zum Schluss: Welche Schritte für mehr Nachhaltigkeit haben Sie in letzter Zeit in Ihrem Betrieb konkret umgesetzt ?

Wir erzeugen unseren Strom schon seit längerem selber mit Photovoltaikanlagen auf dem Dach unseres Firmengebäudes. Gerade installieren wir eine Solarstromtankstelle für E-Fahrzeuge, auch weil wir uns selber E-Transporter anschaffen wollen, sobald die Technik für unsere Reichweiten praktikabel ist. Generell reduzieren wir den Energieverbrauch, wo immer es geht, beispielsweise beim Licht. In der Ausstellung und im Lager haben wir die Beleuchtung inzwischen komplett auf LED-Licht umgerüstet. Das hat den Stromverbrauch deutlich reduziert. Aber auch kleinere Maßnahmen, wie zum Beispiel die Reduzierung von Verpackungsmüll durch Verwendung größerer Gebinde, tragen dazu bei, den Gedanken der Nachhaltigkeit in unserem Arbeitsalltag zu leben.

Das Gespräch führte Imke Laurinat



Fussboden Bauer

Fussboden Bauer
Zum Schmelzhof 18
97786 Motten-Köthen
info@fussboden-bauer.de
www.die-welt-der-boeden.de

Gründungsjahr: 1963
Geschäftsführer: Klaus Bauer
Mitarbeiter: 15
Ausstellungsfläche: 200 m²