



*Josef Haas  
Geschäftsführer der  
Johann Wolf GmbH & Co.  
Systembau KG  
Osterhofen, D*

## **Osteuropa – Marktchancen durch Kooperation**



# Osteuropa – Marktchancen durch Kooperation

## Global denken – lokal handeln!

Der Fertighausbau hat in den letzten 20 Jahren einen enormen Entwicklungsschub in Deutschland und Österreich gemacht. Wir können heute zu Recht behaupten, dass der Holzsystembau zu den innovativsten Bauweisen des 21. Jahrhunderts gehört. Hohe ökologische Anforderungen, permanente Forschung, um stets auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, sowie ausgefeilte architektonische Entwicklungen zeichnen unsere Branche aus.

Trotz aller positiven technischen Entwicklungen sind in der Branche durch immer weniger Baugenehmigungen im Ein- und Mehrfamilienhausbau Auslastungsprobleme in unseren Betrieben entstanden.

Umsatzstagnierung, ja sogar Umsatzrückgänge in Deutschland und Österreich aufgrund der wirtschaftlich doch sehr schwierigen Situation, machen viele Unternehmen in Deutschland und Österreich ratlos. Auch ständige innovative Marketingideen - von print, online, TV bis hin zur Gründung weiterer Musterhausstandorte - bringen nicht den gewünschten Erfolg, Jahresumsätze zu erhalten oder zu steigern. Dies ist für viele Inhaber und Geschäftsführer Anlass genug, sich im naheliegenden Ostmarkt zu informieren, um dort durch einen entsprechenden Markenaufbau, die in Deutschland und Österreich gesunkenen Umsätze wieder aufzuholen.

### Vertrieb und Akquisition gesteuert von WESTEUROPA

Der Vertriebsaufbau, beispielsweise durch Gründung von Verkaufsbüros oder sogar Erstellen von Musterhäusern in namhaften Städten, wie. z.B.

in Polen: Warschau oder Krakau,

in Ungarn: Budapest oder Kaposújlak

in Tschechien: Prag oder Brunn

bietet erste Präsenz vor Ort. Durch Personalanzeigen in namhaften Tageszeitungen bzw. Fachzeitschriften lassen sich qualifizierte Außendienstmitarbeiter teils mit Deutschkenntnissen relativ rasch akquirieren.

Auch das Erstellen der notwendigen Verkaufsunterlagen, beginnend bei Prospekten, Erstinformationen, Messeständen, Online-Auftritten kann mit entsprechenden Mitarbeitern relativ rasch umgesetzt werden, sodass bis hin zur Werkvertragsgestaltung mit den dazugehörigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Bau- und Lieferbeschreibung usw. schon auf kurze Zeit den Außendienstmitarbeitern ein komplettes Verkaufspackage zur Verfügung gestellt werden kann.

Absolut positives Erscheinungsbild, Know-how und Kompetenz der regionalen Außendienstmitarbeiter begeistern oft rasch den Kunden am osteuropäischen Markt.

Leider ist der Verkauf von Fertighäusern in Holzsystembauweise mit westlichem Qualitätsstandard oft nur sehr selten bei vielen Unternehmen vom Erfolg gekrönt. Preisdifferenzen von teilweise mehr als 30 bis 40 % zum östlichen Preisniveau, welche auf Grund des niedrigen Lohnniveaus im Bereich Arbeitsvorbereitung, Produktion, Transport, Montage und Bauwicklung entstehen, lassen den Traum von Fertighausmontagen in osteuropäischen Ländern auf ein Minimum schrumpfen.

Minimale Verkaufserfolge von 0 bis 4 Einfamilienhäusern pro Verkaufsbüro oder Musterhaus im Jahr sind bei vielen Unternehmen Realität geworden. Grund für diese Misserfolge sind unserer Meinung nach ausschließlich Preisdifferenzen zum östlichen Preisniveau.

## **Wer ist derzeit überhaupt der Kunde im osteuropäischen Markt?**

Bauherrn sind hauptsächlich Personen, die:

- teilweise beruflich im Ausland (Deutschland, Österreich usw.) tätig sind, und somit bereits auf dem Gehaltsniveau von Westeuropäern sind,
- die hohes gesellschaftliches Ansehen genießen bzw.
- eine gehobene Stellung in der osteuropäischen Wirtschaft innehaben.

Solchen Kunden sind Markennamen von Firmen, welche dem BDF angehören, wie z. B. OKAL, Massa, allkauf, Weber, KAMPA, BIEN, Zenker, Haas, Wolf, Weiss usw. meist bekannt.

Das bedeutet, der Vertriebsaufbau und somit der Markenaufbau mit der Dachorganisation „Europäischer Verband“ kann der Schlüsselerfolg zu Marktanteilen sein, welche selbst den österreichischen Marktanteil von derzeit ca. 30% überschreiten. Ein einheitliches, gemeinschaftliches Marketingkonzept, z.B. Häuser aus Westeuropa mit Qualitätsstandard aus dem 21. Jahrhundert, könnte rasch Vertrauen in Holzfertighäuser mit „Westniveau“ bringen.

## **Abwicklung, Produktion und Montage gesteuert von Osteuropa**

Für den Bereich Arbeitsvorbereitung, Produktion, Transport, Montage sowie Baustellenabwicklung, wo die Preisdifferenz von 30 – 40 % zum Ostmarktniveau verborgen ist, können wir nur dann entgegenwirken, wenn diese Bereiche mit dem entsprechenden Ostlohniveau organisiert sind. Eine entsprechende Kooperation (Partnerschaft) mit osteuropäischen Partnern, welche bereits teilweise seit vielen Jahren unter westlichem Management geführt sind, könnte der Schlüssel zum Erfolg für den Verkauf von „westlichen“ Holzfertighäusern sein.

Wieso sollte es nicht möglich sein, dass namhafte Fertighausfirmen, welche in Deutschland oder Österreich einen sehr guten Namen genießen, eine Kooperation mit einem westeuropäischen Kollegen eingehen, welche bereits technisches Know-how mit der entsprechenden Erfahrung angesammelt haben und somit lokal die angesprochene Preisdifferenz durch das niedrige Lohnniveau entgegenwirkt.

Firmen, die die Auffassung vertreten, es sollten unbedingt die Wandelemente, das Deckenelement oder der Dachstuhl in Deutschland oder Österreich produziert, nach Osteuropa transportiert und dann mit westlichen Monteuren montiert werden, bringen rasch in Erfahrung, dass die damit verbunden Lohn- und Gehaltskosten niemals große Stückzahlen am osteuropäischen Markt ermöglichen, wie dies vielleicht geplant ist.

## Bauwirtschaft in Osteuropa, am Beispiel Polen

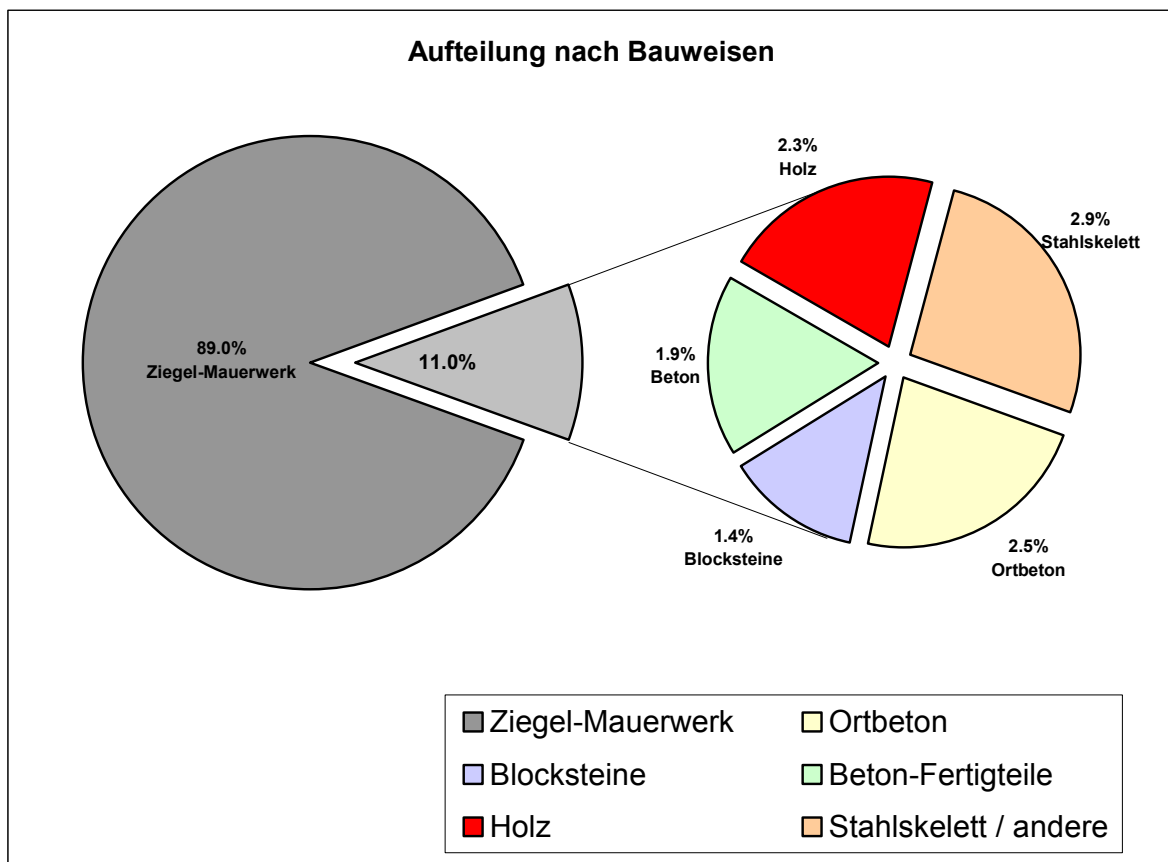
Die Wohnungssituation kann man daran erkennen, dass in Polen auf 1000 Einwohner 306 Wohnungseinheiten kommen, in Westeuropa sind dies dagegen durchschnittlich 440 bis 480 Wohnungseinheiten.

Es wird dringend nach Fördermöglichkeiten für Bauaktivitäten gesucht, da zur Zeit keine öffentlichen Mittel vorhanden sind.

Nach optimistischen Pressemitteilungen soll das Programm für den EU-Beitritt bis Mitte 2004 erfüllt und die €-Einführung bis 2006 vollzogen sein.

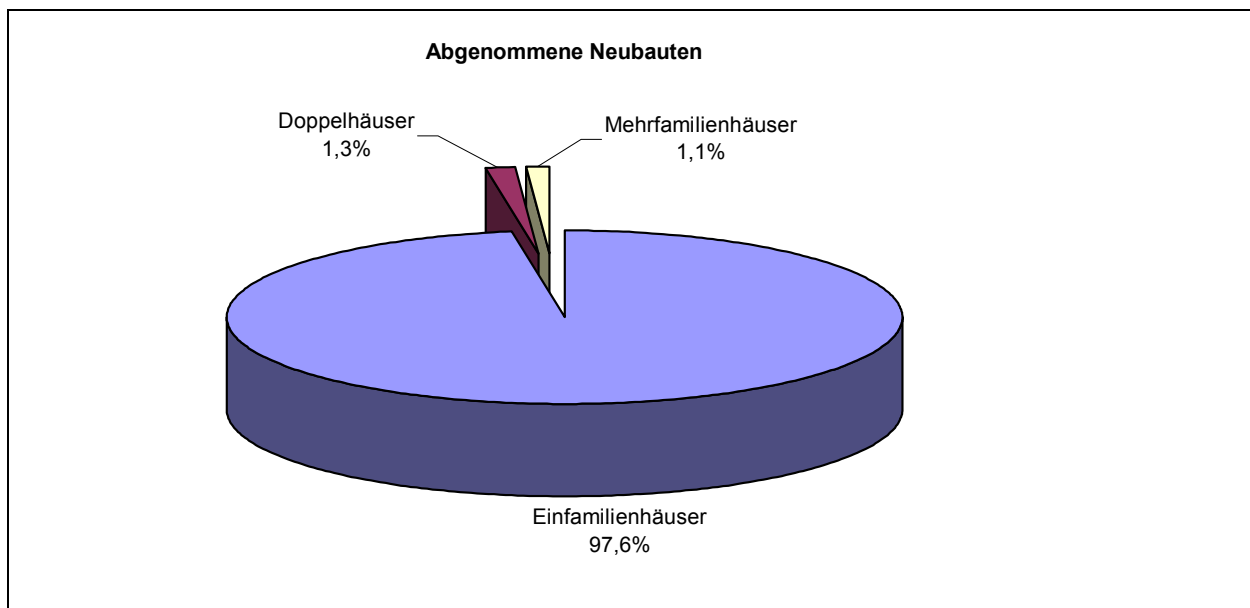
## Öffentliche Bauten

	Gebäude			Wohnfläche			
	Prozent	Anzahl	Kubatur	Wohnungen	Gesamt	pro Wohnung	mittl. Bauzeit
<b>Ziegel-Mauerwerk</b>	89	2.853	15.189.671	49.805	2.883.416	58,2	24,7
<b>Ortbeton</b>	2,5	83	1.544.089	4.453	275.206	61,8	29
<b>Blocksteine</b>	1,4	45	676.804	2.394	129.884	54,3	21,4
<b>Beton-Fertigteile</b>	1,9	64	475.304	1.830	98.694	53,9	27,9
<b>Holz</b>	2,3	76	72.789	252	16.532	65,6	17,5
<b>Stahlskelett / andere</b>	2,9	93	780.405	2.173	142.215	65,4	27,5



## Ein-, Doppel- und Mehrfamilienhäuser

	Gebäude		Wohnungen	Nutzfläche in m <sup>2</sup>	
	Anzahl	Kubatur		Gesamt	Durchschnitt
<b>Gesamt</b>	32.884	25.287.476	37.615	5.041.973	134
<b>Einfamilienhäuser</b>	32.105	23.401.387	32.105	4.653.392	145
<b>Doppelhäuser</b>	418	485.679	836	99.097	118
<b>Mehrfamilienhäuser</b>	361	1.400.410	4.674	289.484	62



Die prozentuale Verteilung in Ziegel-Mauerwerk, Ortbeton, Blocksteine, Beton-Fertigteile, Holz und andere ist gleich wie bei Öffentlichen Bauten, d.h. der Anteil der Holzbauweise liegt auch hier bei 2,3%.

In Zahlen ausgedrückt bedeutet dies, dass in Holzbauweise rund 800 Einfamilienhäuser erstellt werden. Im Vergleich dazu Österreich, hier werden jährlich ca. 5.000 Einfamilienhäuser in Holzbauweise erstellt.

## Baugenehmigungen

	<b>Genehmigte Bauten</b>	<b>Gebäude</b>	<b>Wohnungen</b>	<b>Wohnfläche in m<sup>2</sup></b>
<b>Polen gesamt</b>	<b>81.184</b>	<b>84.719</b>	<b>138.395</b>	<b>15.284.317</b>
<b>Breslau</b>	4.841	5.019	11.514	1.049.375
<b>Kujawsko-pomorskie</b>	4.055	4.194	7.477	763.388
<b>Lubelskie</b>	4.149	4.177	6.336	686.498
<b>Lubuskie</b>	1.525	1.661	3.098	293.431
<b>Lodzkie</b>	5.734	5.874	7.427	923.050
<b>Krakau</b>	8.933	9.231	12.397	1.558.301
<b>Warschau</b>	15.487	16.141	34.659	3.422.485
<b>Opeln</b>	1.197	1.220	1.888	220.832
<b>Podkarpackie</b>	4.695	4.810	5.243	691.815
<b>Podlaskie</b>	1.811	1.845	3.326	358.656
<b>Pomorskie</b>	5.377	5.633	9.404	1.005.950
<b>Kattowitz</b>	7.821	8.369	10.882	1.471.197
<b>Swietokrzyskie</b>	2.745	2.816	3.228	420.943
<b>Warminsko-mazurskie</b>	2.268	2.359	4.260	444.742
<b>Wielkopolskie</b>	7.929	8.475	11.676	1.380.333
<b>Zachodniopomorskie</b>	2.617	2.895	5.580	593.321

Im Vergleich dazu liegt die Gesamtanzahl der gebauten Gebäude bei 36.098, das sind 44,5 % der genehmigten Bauten.

Begründung für diese Differenz:

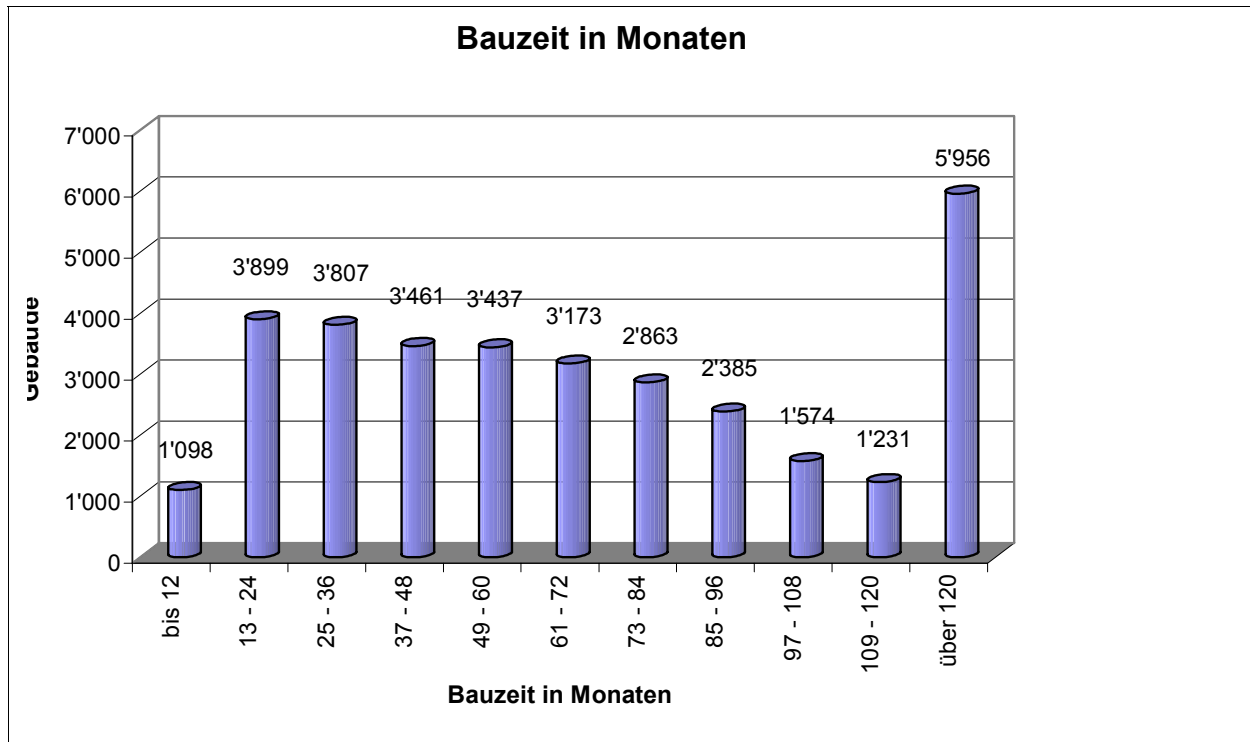
Grundsätzlich sind die Baugrundstücke vorhanden, jedoch aufgrund der derzeit nicht vorhandenen öffentlichen Mittel werden derzeit Baukredite von ca. 14 – 16 % gewährt und sind somit für die Realisierung nur schwer einsetzbar.

Für das Jahr 2003 soll im Parlament eine öffentliche Unterstützung bis zu 8% Zinsbegünstigung gewährt werden, um eine entsprechende Unterstützung für das jeweilige Bauvorhaben zu gewähren.

Dies wurde auch bereits in der Tagespresse sowie im Radio veröffentlicht.

## Bauzeit

Aufgrund des hohen Zinssatzes ist eine rasche Realisierung des Bauvorhabens fast nicht möglich. Eine Bauzeit von mehr als 120 Monaten, wie in nachstehender Tabelle dargestellt, überwiegt bei der Erstellung des Bauvorhabens.



Ist es wirklich notwendig, dass im 21. Jahrhundert ein Markenhaus aus der eigenen Produktion kommt, oder wäre es nicht Zeit, global zu denken, um lokal zu handeln und damit durch entsprechenden Vorsprung „Marktanteile“ zu sichern?

Strategische Versäumnisse sind oft die Ursache für Marktrückstände eines Unternehmens.

Versäumen wir es nicht, gemeinsam Marktchancen in Osteuropa durch erfolgreiche Kooperationen aufzubauen und somit einen entsprechenden Marktvorsprung zu gewinnen.