

Eine Frage der Biomasse

Ja oder nein? Die Meinungen der Experten klaffen weit auseinander



Energy-Cabin Neudörf.

Einer der Hauptdiskussionspunkte beim zweitägigen Praxis-Check von Wohnen Plus war der Biomasse gewidmet. Nach einer Werksbesichtigung bei der Kraft und Wärme aus Biomasse GmbH (KWB) in St. Margarethen an der Raab fand sich die Truppe aus biomassiven Befürwortern und Gegnern im Seminarraum des Unternehmens ein, um die Vorteile und Nachteile dieser Technologie auf den Tisch zu bringen. Geschäftsführer Erwin Stubenschrott nutzte verständlicherweise die Gunst der Stunde dazu, die Werbetrommel für sein Unternehmen zu rühren, wenn er sich auch einer Busladung voller kritischer und fachkundiger Damen und Herren gegenüber sah.

„Wenn ganz Österreich mit Biomasse heizt, dann haben wir ein echtes Problem“, sagte etwa Robert Korab, Geschäftsführer von raum & kommunikation. „So viel Biomasse wie wir brauchen, gibt es im ganzen Land nicht. Das heißt, wir wären von der Taiga und somit einmal mehr von Russland abhängig. Biomasse allein kann’s also nicht sein.“ Nachdem sich Österreich verpflichtet hat, den Anteil erneuerbarer Energien am Endenergiebedarf bis 2020 von derzeit 25 auf 34 Prozent zu erhöhen, seien einige grundlegende Punkte zu bedenken: „Die Emissionen aus Biomasse sind weitaus kritischer als beispielsweise aus einer herkömmlichen Gasheizung. Leider wird das immer wieder verschwiegen.“

Weniger kritisch zeigte sich Doris Hammermüller, Geschäftsführerin der Arbeitsgemeinschaft Erneuerbare Energie (AEE) für Wien und Niederösterreich: „Natürlich brauchen wir Biomasse – und das nicht nur, weil sich Österreich per Gesetz dazu verpflichtet hat. Allerdings muss man sich ganz genau überlegen, in welchen Bereichen der Einsatz sinnvoll ist und in welchen nicht.“ Als mögliches Einsatzgebiet nennt Hammermüller die Bestandssanierung sowie den mehrgeschossigen Wohnbau.

Bleibt zu klären, warum die Biomasse-Euphorie der KWB genau dort, also bei den Wohnbauträgern, noch nicht angelangt ist, obwohl sie schon längst auf die breite Masse der Häuslbauer übergelungen ist. „Das Vertrauen ist noch nicht groß genug“, meint Korab, „solange ein mögliches Abhängigkeitsverhältnis von Ländern wie etwa Kanada oder der Ukraine besteht, wird sich das auch nicht bessern.“ Zweifel am Einsatz hegt auch Hans-Peter Lorenz, Geschäftsführer der Vorarlberger gemeinnützigen Wohnungsbau- und Siedlungsgesellschaft (VOGEWOSI). „Wie sieht es mit der effektiven Liefergarantie von Biomasse im regionalen Bereich aus? Kann man sich denn darauf verlassen? Und welche Rolle spielt bei all dem Transport die Graue Energie?“



Markus Deopito, Haustechnikplaner bei der gemeinnützigen Ennstal / Neue Heimat / Wohnbauhilfe (ENW), bringt die Problematik schließlich auf den Punkt: „Die Technologie ist einwandfrei und sie ist überzeugend. Doch um das System tatsächlich zum Laufen zu bringen, muss das Service-Netz weiter ausgebaut werden. Für einen großflächigen Einsatz im Massenvohnbau ist es noch nicht dicht genug.“ Möglich wird dies wahrscheinlich nur, wenn Realität wird,

wovon Erwin Stubenschrott schon die längste Zeit träumt: „Die Zukunft wird sein, mit Gras von überständigen Wiesen oder etwa mit Olivenkernen aus der Ölproduktion Italiens, Spaniens oder Griechenlands zu heizen. Das ist ein wertvolles Brenngut, aus dem man etwas machen müsste.“ Die Lösung zum Problem hat sich selbst gefunden: Das Potenzial von Biomasse liegt im Verwerten von biologischen Abfällen aus der regionalen Industrie und Landwirtschaft. Solange die Biomasse erst aufwändig geschnipselt, gepresst, und um den halben Erdball geschifft werden muss, ist das Argument der Nachhaltigkeit noch nicht überzeugend.

Viel Werbung für Biomasse und in eigener Sache blieb nicht ganz widerspruchlos: Geschäftsführer Erwin Stubenschrott, KWB



STOLPUNDFRIENDS seit 1989

• Marketinglösungen für die Wohnungswirtschaft

Wie fit ist Ihr Marketing?



Der **MarketingScan+** liefert Ihnen eine zuverlässige Diagnose: Er durchleuchtet alle Absatzkanäle und zeigt Ihnen Stärken und Verbesserungspotenziale auf. Gründlich untersucht werden u. a. die Reaktionszeit und Reaktionsqualität auf konkrete Anfragen. Auf Herz und Nieren geprüft wird auch der optische und inhaltliche Auftritt am Markt – inklusive Homepage, Werbung, Schriftverkehr ...

Der **MarketingScan+** ist ein Kooperationsprodukt von:
Stolp und Friends Osnabrück und **Pestel Institut Hannover**

Möchten Sie mehr erfahren? Rufen Sie an unter **0541 800493-0**, schicken Sie eine E-Mail an **info@stolpundfriends.de** oder informieren Sie sich unter **www.stolpundfriends.de**.