

## "Netzwerk Klimaholzhaus" (Netzwerkregeln und Beitrittserklärung)

### A. Zweck der Netzwerkgemeinschaft

(von Lignotrend als Markeninhaber vorgegeben)

#### 1. Allgemein

Die Lignotrend Produktions GmbH übergibt die Marke "Klimaholzhaus", mit allen Rechten und Pflichten, in die eigenverantwortliche Obhut des „Netzwerkes Klimaholzhaus“.

Ziel ist: Gemeinsamer Erfolg aller Netzwerk-Mitglieder mit der Marke „Klimaholzhaus“.

Das Netzwerk erarbeitet, sammelt, pflegt und sichert Know-how, welches zur Planung und Umsetzung von nachhaltig konzipierten Holzhäusern unter der Marke „Klimaholzhaus“ dient.

Marktauftritt und Werbung werden ebenfalls von den Mitgliedern gemeinsam gestaltet.

Die Marke „Klimaholzhaus“ ist und bleibt im Eigentum von Lignotrend.

Die Lignotrend Produktions GmbH ist automatisch Mitglied und erhält bei Abstimmungen eine Stimme.

Die Lignotrend Produktions GmbH erhält zusätzlich ein Mitspracherecht bei der Definition der Qualität und bei der Gestaltung des werblichen Auftritts (Corporate Identity / Corporate Design) sowie Exklusivität bzgl. der Einplanung formstabiler Massivholzsysteme. Die Netzwerk-Mitglieder bewerben und vertreiben aktiv kein mit Lignotrend in Konkurrenz stehendes Massivholz-Bausystem. Wenn aus technischen Gründen der Einsatz von Lignotrend-Produkten nicht sinnvoll erscheint, können sporadisch auch handwerkliche Lösungen mit technisch getrockneten Massivhölzern eingesetzt werden.

Die Netzwerk-Mitglieder orientieren sich bei der Umsetzung des Zieles an den von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) aufgestellten Kriterien.

Natürliche, sowie juristische Personen, welche vom Netzwerkzweck überzeugt sind sowie für sich selbst von einer starken Marke „Klimaholzhaus“ einen Nutzen ziehen können, agieren untereinander sowie überregional netzwerkartig und füllen die Marke „Klimaholzhaus“ selbst mit Inhalt und Qualität.

Lignotrend unterstützt die Netzwerk-Aktivitäten ideell und finanziell.

### 3. Grundrechte der Netzwerk-Mitglieder sind:

- Mitgestaltung der Netzwerkaktivitäten (durch Mehrheitsbeschlüsse)
- Nutzung der Markenrechte
- Jährliche Transparenz in Klimaholzhaus-Marketingbudgetplanung /-bericht

### 4. Grundpflichten der Netzwerk-Mitglieder sind:

- Aktive Beteiligung an den Entscheidungsfindungen
- Akzeptanz von Mehrheitsentscheidungen
- Bereitschaft zur Selbstverpflichtung bei der Umsetzung von Mehrheitsbeschlüssen
- Aktives Vertreten der Markenrechte
- Aktive Marketing und Marktaktivitäten

### 5. Netzwerkorgane

#### a) Zentrale Netzwerkleitung

Das "Netzwerk Klimaholzhaus" wird zentral, von einem von den Netzwerk-Mitgliedern selbst durch geheime Wahl zu bestimmenden Netzwerkleiter geführt. Die Einzelheiten der Führungs- und Vertretungsbefugnis werden in einem separaten Dienstleistungsvertrag mit dem Netzwerkleiter geregelt.

#### b) Teamkopf für regionale Netzwerkaktivitäten

Der Teamkopf für regionale Aktivitäten wird in den Regionen ebenfalls durch geheime Wahl gewählt. Die Einzelheiten der Führungs- und Vertretungsbefugnis

Bei Lignotrend aufgelaufene Bonuspunkte können für regionale Werbeaktivitäten verwendet werden.

**8. Sitz der Netzwerkgemeinschaft ist:**

Das "Netzwerk Klimaholzhaus" wird innerhalb der Lignotrend Produktions GmbH als selbständig agierendes "Profit-Center" geführt.

Das Netzwerk hat seine offizielle Postadresse in der Landstraße 25 in 79809 Weilheim-Bannholz.

**9. Beginn und Dauer der Netzwerkaktivitäten:**

Die Netzwerkgemeinschaft beginnt mit Ihren Aktivitäten am 01.05.2009. Sie ist auf unbestimmte Zeit errichtet.

**10. Änderung des Netzwerkzweckes**

Der im Abschnitt A aufgeführte Netzwerkzweck kann nur mit Zustimmung von Lignotrend geändert werden.

- Kündigung seitens des Mitgliedes  
z.B.: Jedes Mitglied kann das Netzwerk unter Einhaltung einer Frist von z.B. sechs Monaten auf das Ende eines Kalendermonats mittels eingeschriebenen Briefes an den Netzwerkleiter kündigen.
- d) Ausschluss von Netzwerkmitgliedern  
Ein Mitglied kann vom Netzwerk Klimaholzhaus ausgeschlossen werden, wenn bei betreffendem Mitglied ohne ersichtlichen Grund einer der folgenden Umstände eintritt:
  - Liegt der Lignotrend Jahresumsatz wiederholt unter 50'000 € muss dies mit mindestens 3 (online nachgewiesenen) Marktaktivitäten ausgeglichen werden (KHH-Messeauftritt, KHH-Hausbesichtigung, KHH-Infoabend)
  - ~~Umsatz mit LT Produkte in den letzten 2 Jahren gesamt unter 20.000,- €~~
  - Unentschuldigtes Fehlen am Arbeitskreis
  - ~~Mangelnde Marketing und Marktaktivitäten~~
- e) Umgang der Netzwerkmitglieder untereinander
  - z.B. Planung mit Bauausführung
- f) Qualitätskriterien für das Klimaholzhaus
  - Die Übereinstimmung der Klimaholzhaus-Objekte mit den einschlägigen Normen als Mindeststandard.
  - Zertifizierung der Mitgliedsbetriebe
  - Über die Norm hinausgehende zusätzliche Qualitätsansprüche wie:
    - Tiefton-Schall bei Geschossdecken,
    - Raumakustik oder Naturplus Zertifikate,
    - Oberflächen-Beschaffenheit und Wärmedämm- und Beplankungsmaterialien.
    - Klimaholzhaus-spezifische Qualitätskriterien wie
      - Wohngesundheit,
      - Wohnbehaglichkeit,
      - Holzmasse-Philosophie.
      - Energiestandards
- g) Einheitliche Serviceleistungen gegenüber den Kunden
  - z.B. einheitliche Zahlungsbedingungen gegenüber Endkunden
- h) Zertifizierung des Klimaholzhaus, Garantieleistungen
- i) Marktauftritt, Werbebudget, Gebietsschutz etc.

## **b) Salvatorische Klausel**

Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden oder der Vertrag eine Lücke enthalten, so bleibt die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen hiervon unberührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung gilt eine wirksame Bestimmung als vereinbart, die dem von den Parteien Gewollten wirtschaftlich am nächsten kommt; das gleiche gilt im Falle einer Lücke.

## **C. Anhang Dienstleistungskonzept**

mit den für das Netzwerk freiberuflich tätigen Mitarbeitern

### **1. Dienstleistungskonzept mit dem Netzwerkleiter**

z.B.: Der Netzwerkleiter ist verpflichtet, bei jedem Rechtsgeschäft auf die Beschränkung seiner Vertretungsmacht hinzuweisen. Ferner ist auf allen