



Positionierung der neuen Holzabsatzförderung

Workshop am 21. Oktober 2009

Dr. Armin Deuter / Volker Jacobs

Ziel dieser Unterlage

In einem Workshop am 21. Oktober 2009 wurde durch hochrangige Vertreter der Forst- und Holzwirtschaft eine abgestimmte Positionierung der künftigen Organisation zur zentralen Holzabsatzförderung (Arbeitstitel „NeuOrg“) erarbeitet. Im Zentrum der Aufgaben steht dabei der Nutzen für die Betriebe der Forst- und Holzwirtschaft

Dadurch soll gegenüber Politik, Öffentlichkeit und Forst- und Holzwirtschaft eine klare Abgrenzung der NeuOrg zu anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft geschaffen werden, insbesondere zu:

- Plattform Forst & Holz
- Deutscher Forstwirtschaftsrat (DFWR)
- Deutscher Holzwirtschaftsrat (DHWR)
- Branchenverbände der Forst- und Holzwirtschaft
- Landesbeiräte Holz
- andere regionale Interessengemeinschaften zur Holzvermarktung
- Fachagentur für nachwachsende Rohstoffe (FNR)
- Forest Technology Platform FTP
- Deutsche Gesellschaft für Holzforschung (DGfH)

Zunächst wird hierzu ein „Leitbild“ der NeuOrg formuliert. Darauf aufbauend wird anschließend für jede der zuvor genannten „anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft“ eine Abgrenzung formuliert.

In dem Workshop am 21. Oktober 2009 wurden die von Baumgartner & Partner entwickelten Vorschläge diskutiert. Die Ergebnisse wurden in dieses Papier eingearbeitet

Die „NeuOrg“ ist gegenüber anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft klar zu positionieren, um der Politik, der Öffentlichkeit und der Forst- und Holzwirtschaft eine Orientierungshilfe hinsichtlich ihrer Aufgaben und Ziele zu geben.

Inhalt



Leitbild



Abgrenzung zu anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft



Namensfindung

Was ist ein Leitbild?

Das **Leitbild einer Organisation** formuliert kurz und prägnant den **Auftrag** (Mission), die strategischen **Ziele** (Vision) und die wesentlichen Orientierungen für Art und Weise ihrer **Umsetzung** (Werte). Es soll damit allen Beteiligten eine einheitliche Orientierung geben und die Identifikation mit der Organisation unterstützen.

Es erfüllt die folgenden Funktionen:

- Orientierungsfunktion: Werte, Normen, Regelungen und Paradigmen
- Integrationsfunktion: Wir-Gefühl, Corporate Identity, Kommunikationsstil
- Entscheidungsfunktion: Regeln für das Krisenmanagement, Entscheidungsspielraum
- Koordinierungsfunktion: Mitarbeiter, Führungskräfte, Öffentlichkeitsarbeit

Ein Leitbild enthält damit alle relevanten Aussagen zur angestrebten Kultur (Umgang, Auftreten, Benehmen) in einer Organisation. Es stellt die Verbindung von gewachsenem Selbstverständnis, der Unternehmensphilosophie (Gesellschafts- und Menschenbild, Normen und Werte) und der beabsichtigten Entwicklung, den quantitativen und qualitativen Unternehmenszielen dar.

Ein Leitbild ist für eine von Forst- und Holzwirtschaft gemeinsam getragene Holzabsatzförderung unerlässlich – es liefert die notwendige Orientierungs-, Integrations-, Entscheidungs- und Kommunikationsfunktion.

Leitbildfundament: Aufgabenschwerpunkte und Ziele

Ergebnis des Workshop vom 21. Oktober 2009

Workshop 10. Juli 2006

Aufgabenschwerpunkte der Plattform Forst & Holz

Abstimmung zwischen Forst- und Holzwirtschaft

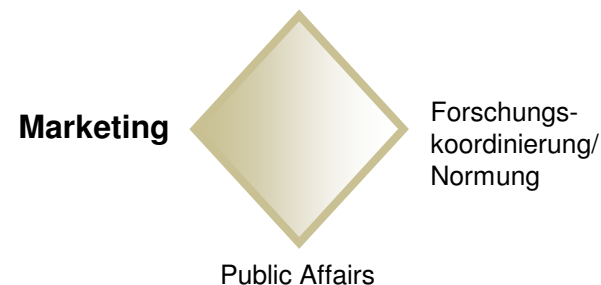


Die Aufgabenschwerpunkte der Plattform Forst & Holz liegen in der Branchen-internen **Abstimmung gemeinsamer**, für Forst & Holz relevanter Themen, sowie in den **Public Affairs** – also dem Auftreten des Cluster Forst & Holz bei gemeinsamen Themen gegenüber der Öffentlichkeit und insbesondere der Interessenvertretung im politischem Raum

Workshop 21. Oktober 2009

Aufgabenschwerpunkte der NeuOrg

Abstimmung zwischen Forst- und Holzwirtschaft



Die Aufgabenschwerpunkte der NeuOrg konzentrieren sich zunächst auf das Marketing für die Beschaffung und den Absatz von Holz, was jedoch naturgemäß eine enge Verzahnung mit den übrigen drei Dimensionen des gemeinsamen Auftretens der Forst- und Holzwirtschaft besitzt.

Die Forst- und Holzwirtschaft hat bereits 2006 und 2007 mit der Gründung der Plattform Forst & Holz einen ersten Schritt hin zu einem gemeinsamen Auftreten der Forst- und Holzwirtschaft getan. Diese besetzt die Kommunikation nach innen („Abstimmung zwischen Forst- und Holzwirtschaft“) und – bei gemeinsamen Belangen – nach außen („Public Affairs“).

Die NeuOrg positioniert sich demgegenüber als Marketingeinrichtung der Branche – mit naturgemäß enger Verzahnung zu den übrigen drei Dimensionen des gemeinsamen Auftretens.

Leitbild der „Plattform Forst und Holz“

„Plattform Forst & Holz“

Auftrag

Wir treten gegenüber Öffentlichkeit und politischem Raum abgestimmt auf und entwickeln die Forst- und Holzwirtschaft in der öffentlichen Wahrnehmung zum Synonym für Klimaschutz, Nachhaltigkeit, Innovation und Beschäftigung.

Ziel

- Abstimmung von politischen Grundsatzfragen und von Maßnahmen der Public Affairs

Umsetzung

Verhalten gegenüber Öffentlichkeit und politischem Raum

- Verlässlichkeit in der Aussagen
- Klare und nachdrückliche Kommunikation mit einheitlicher Sprachregelung
- Rückhaltloses Tragen und Kommunizieren eines gefundenen Plattform-Kompromisses auch durch die Mitgliedsorganisationen der Partner der Plattform

Verhalten untereinander

- Vertrauensvoller Umgang miteinander
- Vermittlung klarer eigener Positionen auch bei unterschiedlicher Interessenslage
- Schnelle Konsensfindung bei plattformrelevanten, gemeinsamen Themen
- Schnelle Reaktion und kurze Durchlaufzeiten

Die Plattform Forst und Holz konzentriert sich auf ihre Abstimmungsfunktion nach innen und außen.

Mögliches künftiges Leitbild der „NeuOrg“

„NeuOrg“

Auftrag

Wir bündeln die Kräfte der Forst- und Holzwirtschaft, um durch konkrete Maßnahmen das Angebot und die Nachfrage nach Holzprodukten aus nachhaltiger Bewirtschaftung im In- und Ausland zu steigern. So schaffen wir auf allen Märkten für Holzprodukte ein Klima, in dem klar ist: „Wer Holz verwendet, hat eine innovative, ökologisch und wirtschaftlich sinnvolle Entscheidung getroffen.“

Ziel:

Durch die Maßnahmen der „NeuOrg“ ...

- ... wächst die stoffliche und thermische Holzverwendung auf in- und ausländischen Märkten.
- ... werden die Lobbying-Maßnahmen der Branchenverbände fachlich unterstützt.
- ... werden die innovationsfördernden Forschungsvorhaben finanziert
- ... werden die absatzförderlichen Normungsaktivitäten finanziert.
- ... werden die Multiplikatoren für das vermehrte Bauen und Wohnen mit Holz aktiviert.
- ... nimmt die Öffentlichkeit die nachhaltige Bewirtschaftung von Holz verstärkt wahr.
- ... erhält die Forst- und Holzwirtschaft valide Informationen zum Markt.
- ... profitiert die gesamte Wertschöpfungskette von der wachsenden Holzverwendung.

Umsetzung

- Professionalität und Qualität in allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen
- Schnelligkeit und Verlässlichkeit bei der Umsetzung konkreter Maßnahmen
- Wirtschaftlichkeit im Umgang mit den Marketingbudgets
- Ausgewogenheit von Mittelbereitstellung und Nutzen für die Mittelgeber
- Ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis gegenüber den Mittelgebern

Die NeuOrg konzentriert sich auf die Holzmobilisierung und „Absatzförderung“.

Profil der NeuOrg durch Kommentierung der strategischen Ziele

Strategische Ziele		
1	Wachstum der stofflichen und thermischen Holzverwendung	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg ergreift Maßnahmen zur Steigerung der Verfügbarkeit von Holz • Die NeuOrg ergreift Maßnahmen zur Steigerung der stofflichen, thermischen und weiteren Verwertung von Holz. • Erfolgskriterium ist das relative Wachstum der Holzverwendung gegenüber Substituten.
2	Bearbeitung in- und ausländische Märkte	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg unterstützt auch Maßnahmen für Auslandsmärkte.
3	Fachliche Argumentationshilfen zur Unterstützung des Branchenlobbyings	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg unterstützt die Lobbying-Aktivitäten der Branchenverbände, der Dachverbände und der Plattform Forst und Holz durch fachliche und technische Argumentationshilfen
4	Finanzierung von Forschung für Innovation und Wertschöpfungstiefe	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg finanziert durch Bündelung von Forschungsmitteln der Wirtschaft solche Forschungsaktivitäten, die die Innovation und Wertschöpfungstiefe steigern
5	Finanzierung von Normungsaktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg finanziert Normungsaktivitäten, die die Verwendung von Holz steigern und effizienter machen
6	Aktivierung der Multiplikatoren für Bauen und Wohnen mit Holz	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg betreibt einen pro-aktiven Informations- und Auskunftsdienst für Planer und Architekten und sonstige Multiplikatoren für das Bauen und Wohnen mit Holz als dem größten Holz aufnehmenden Wirtschaftssektor
7	Kommunikation des nachhaltigen Wirtschaftens mit Holz	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg plant und steuert Endkunden-Kampagnen zur Kommunikation der ökologischen Vorteile der Holzverwendung in allen Anwendungsgebieten
8	Herstellung von Markttransparenz durch valide Marktinformationen	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg stellt mit Informationen zum Markt ein gemeinsames Marktverständnis als Grundlage zur Preisgestaltung oder zu strategischen Entscheidungen sicher.
9	Vorteile für die gesamte Wertschöpfungskette	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg stellt sicher, dass die gesamte Wertschöpfungskette von der Gesamtheit der Maßnahmen profitiert.

Die Kommentierung der strategischen Ziele der NeuOrg schärft das Profil der künftigen zentralen Absatzförderung.

Erreichung strategischer Ziele durch Leistungsangebote

WS	Leistungspakete	Strategische Ziele
PR Forst und Holz	Zentrales Pressebüro "Forst und Holz"	<ul style="list-style-type: none"> Wachstum der stofflichen und thermischen Holzverwendung Kommunikation des nachhaltigen Wirtschaftens mit Holz
	Internetportal Öffentlichkeit	
	Branchenpositionierung	
	Veranstaltungen "Wald und Holz"	
	Beteiligungen Holz und Baumessen	
	Mediathek und Kontaktmanagement	
Clearingstelle	Aktionsmittel	<ul style="list-style-type: none"> Finanzierung der Forschungs- und Normungsaktivitäten. Fachliche Argumentationshilfen zur Unterstützung des Branchenlobbyings
	Clearingstelle	
Clearingstelle	Neue Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> Aktivierung der Multiplikatoren für Bauen und Wohnen mit Holz
Forschung/Normierung	Normen und Standards	<ul style="list-style-type: none"> Bearbeitung in- und ausländische Märkte
	Forschungskoordinierung	
	Neue Leistungen	
Fachberatung	Fachberatung "Wald und Holz"	<ul style="list-style-type: none"> Herstellung von Markttransparenz durch valide Marktinformationen
	Regionale Fachberatung	
	Internetportal Fachleute	
	Informationsmedien "Wald und Holz"	
	Qualifizierung / Innovationstransfer	
Internationale Märkte	Neue Leistungen	
	Kontaktstellen Holz-Exportmärkte	
	Internationale Marketingkooperation	
Marktinformationen	Marktinformationen	
	Neue Leistungen	

Die diskutierten und bewerteten Leistungspakete sind geeignet, um die strategischen Ziele der NeuOrg zu fördern.

Die Spezifikation der einzelnen Leistungen erfolgt in Workshops.

Rückmeldungen aus der Branche zur Positionierung

Verband / Gruppe	Zustimmung setzt voraus ...	Vorschläge für Formulierungsänderungen
BSHD	<ul style="list-style-type: none"> • Klare Zielausrichtung auf Marketing, nicht „Holzmobilisierung und -bereitstellung“ als Aufgabenschwerpunkt, keine Planungs- und Steuerungsaufgaben der NeuOrg • NeuOrg in die Branchenorganisation als „Stabsstelle für Holzmarketing“ eingebunden, die von den Flaschenhalsfinanzierern (DFWR, AGDW, Bundesverbände der Holzwirtschaft) gesteuert wird 	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg konzentriert sich auf das Holzmarketing. (S. 5) • NeuOrg <u>unterstützt</u> Maßnahmen für Auslandsmärkte (S. 8) • NeuOrg <u>unterstützt</u> Endkunden-Kampagnen ... (S. 8) • Schaubild mit NeuOrg als Stabsstelle und Steuerung durch Flaschenhalsfinanzierer (S. 13)
Länder (Bayerisches Staatsministerium)	<ul style="list-style-type: none"> • nicht „Holzmobilisierung und -bereitstellung“ als Aufgabenschwerpunkt 	<ul style="list-style-type: none"> • Die NeuOrg konzentriert sich auf das Holzmarketing. (S. 5)
VHI	<ul style="list-style-type: none"> • neben klassischen Marketingthemen auch Mittelbereitstellung für FTP, Normungskordinierung, Marktinformationssystem und Maßnahmen zur Erschließung bisher ungenutzter Holzpotenziale 	
VDP	<ul style="list-style-type: none"> • neben klassischer Öffentlichkeitsarbeit auch Maßnahmen für Rohstoffsicherung, Marktinformation, Normung und F&E 	

Inhalt

Leitbild

Abgrenzung zu anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft

Namensfindung

Mögliche Abgrenzung der NeuOrg zu ... (1/3)

	Kernaufgabe	Abgrenzung* zur „NeuOrg“
Plattform Forst & Holz	<ul style="list-style-type: none"> Die Spitzenverbände der Forst- und Holzwirtschaft wollen durch gemeinsame Anstrengungen darauf hinwirken, dass der Stellenwert von Forst- und Holzwirtschaft in Politik und Gesellschaft erhöht wird. Ziel ist die brancheninterne Abstimmung wichtiger, für die Forst- und Holzwirtschaft relevanter Themen, durch die die Rahmenbedingungen für eine verstärkte Holzverwendung in Deutschland verbessert werden können. 	<ul style="list-style-type: none"> Aktives Einwirken auf politische Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Handlungsbedingungen der Forst- und Holzwirtschaft, z.B. durch die Überprüfung der Notwendigkeit weiterer Unterschutzstellungen von Waldflächen (Lobbyarbeit) Abstimmung und Konsensfindung bei Forst- und Holz-wirtschaftlich übergreifenden relevanten Themen.
DFWR, DHWR	<ul style="list-style-type: none"> Koordination der gemeinsamen Interessen der brancheneigenen Verbände und Vertretung nach Außen Förderung des Kontaktes zu den fachlich zuständigen Bundesministerien, um bei allen bedeutenden und übergeordneten Fragen der Forst- oder Holzwirtschaft als Ansprechpartner frühzeitig eingeschaltet zu sein und aus fachlicher Sicht Stellung nehmen zu können 	<ul style="list-style-type: none"> Aktives Einwirken auf politische Rahmenbedingungen zur Unterstützung der Handlungsbedingungen der eigenen Branche (Lobbyarbeit) Zentraler Ansprechpartner der jeweiligen Branche Forst und Holz

*) Aufgabenkonkretisierung in Abgrenzung zur NeuOrg

[▶ nächste Seite]

Mögliche Abgrenzung der NeuOrg zu ... (2/3)

	Kernaufgabe	Abgrenzung* zur „NeuOrg“
Branchenverbände	<ul style="list-style-type: none"> Vertretung der Mitglieder in wirtschafts- und branchenpolitischen sowie fachlichen Fragen und Unterstützung in deren wirtschaftlichen Zielen durch Angebot spezifischer Serviceleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> Deutliche Positionierung des Verbandes zu relevanten Fragestellungen (Lobbyarbeit) Angebot von auf die Teilbranchen spezifisch zugeschnittene Serviceleistungen Mitwirkung in Gremien der Zertifizierung oder Normierung
Landesbeiräte Holz	<ul style="list-style-type: none"> Zusammenschlüsse auf regionaler Ebene zur Förderung der Verwendung heimischen Holzes. Initiierung von Projekten und Maßnahmen mit dem Ziel, die Akzeptanz des Werkstoffs Holz weiter zu erhöhen auf regionaler Ebene. 	<ul style="list-style-type: none"> Zentrale Ansprechpartner in der Region für die Bearbeitung von branchenrelevanten politischen und technischen Fragestellungen Einbringen in regionale Gemeinschaftsaktivitäten zur Förderung der Holzverwendung.
Regionale Interessengemeinschaften zur Holzvermarktung	<ul style="list-style-type: none"> Regional begrenzte Maßnahmen zur Holzabsatzförderung Beispiel Mühlendorf: lockerer Zusammenschluss von Betrieben aus der gesamten Holzverwertungskette, von Waldbauern, über Sägewerke bis hin zu Schreinereien und Holzveredelungsbetrieben. 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung der Maßnahmen der regionalen Interessengemeinschaften durch fachliche und technische Argumentationshilfen, Endkunden-Kampagnen und sonstige Maßnahmen.

*) Aufgabenkonkretisierung in Abgrenzung zur NeuOrg

[▶ nächste Seite]

Mögliche Abgrenzung der NeuOrg zu ... (3/3)

	Kernaufgabe	Abgrenzung* zur „NeuOrg“
Fachagentur für nachwachsende Rohstoffe	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination von Forschungs-, Entwicklungs- und Demonstrationsprojekte im Bereich nachwachsender Rohstoffe • Fachliche und administrative Betreuung von Forschungsvorhaben zur Nutzung nachwachsender Rohstoffe 	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination und Förderung von F&E-Vorhaben für Produktion und Verwertung nachwachsender Rohstoffe in Deutschland
FTP	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination von internationalen Forschungsprojekten • Forschungs- und Entwicklungsprioritäten entwickeln • Zeitrahmen und Aktionspläne definieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Forschungs- und Entwicklungsprioritäten entwickeln • Forschungskoordination deutscher Vorhaben auf internationaler Ebene
DGfH	<ul style="list-style-type: none"> • Initiiert Forschungs- und Entwicklungsvorhaben • Koordiniert nationale und internationale Forschungsideen und -projekte • Fördert Forschungsprojekte zur Be- und Verarbeitung, Veredelung und Verwendung von Holz und holzhaltigen Stoffen • Informiert alle Zielgruppen der Forst- und Holzwirtschaft, Planer (Architekten und Ingenieure), Behörden und Verbraucher. 	<ul style="list-style-type: none"> • Forschungskoordination einzelner Forschungsvorhaben der Holz, Papier- und Energiewirtschaft

*) Aufgabenkonkretisierung in Abgrenzung zur NeuOrg

Inhalt

Leitbild

Abgrenzung zu anderen Organisationen der Forst- und Holzwirtschaft

 **Namensfindung**

Verschiedene Namenstypen

Assoziativer Namen

Beispiel: „Puma“

- Vorteil: Weckt vor allem Emotionen und eignen sich zur Positionierung gegenüber Wettbewerbern. Haben einen hohen Einfluss auf das Unternehmensimage.
- Nachteil: Auf internationalen Märkten werden die gewollten Emotionen nicht ausgelöst, wenn der Begriff in anderen Sprachen nicht geläufig ist oder mit anderen Assoziationen verbunden ist.

Beschreibender Namen

Beispiel: „Kalkfrei“

- Vorteil: Unternehmenszweck steht bereits im Namen, keine weitere Beschreibung notwendig. Bekanntmachung des Angebotes bereits durch Unternehmensnamen
- Nachteil: Der beschreibende Namen kann einschränken, wenn die Produktpalette erweitert oder geändert werden soll. Beschreibende Namen sind oftmals bereits geschützt oder „verbrannt“.

Künstlicher Namen

Beispiel: „Twix“

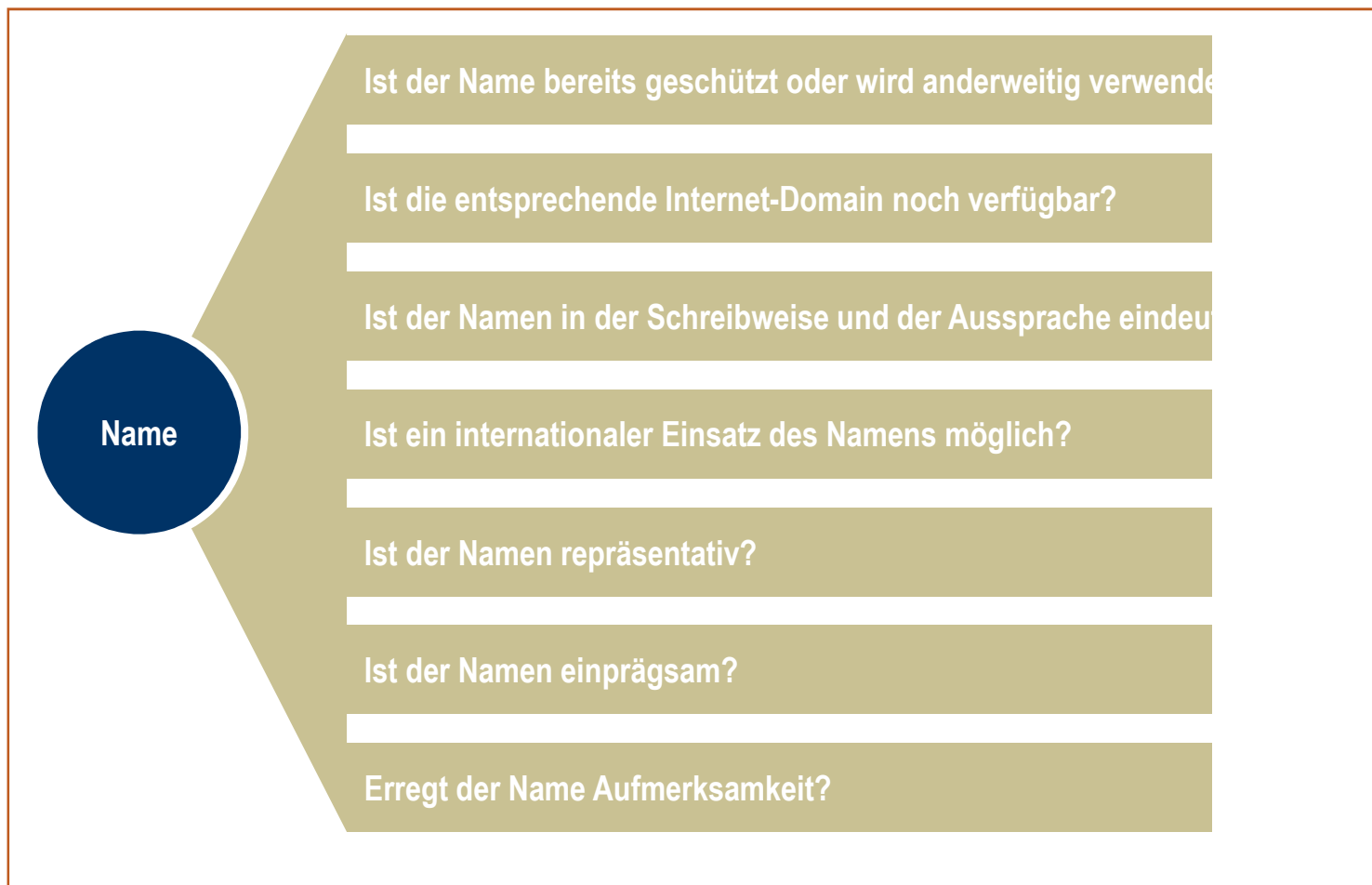
- Vorteil: Name ist einzigartig und lässt sich sehr leicht schützen. Keinerlei Assoziationen – weder positive noch negative werden hervorgerufen.
- Nachteil: Es dauert bis Verbraucher wissen, wofür der Namen steht..

Erfahrungsbezogener Namen

Beispiel: Explorer

- Vorteil: Name bezieht sich auf etwas real Vorhandenes, beschreibt eine positive Nutzererfahrung und muss daher kaum erklärt werden.
- Nachteil: Die Erfahrungen sind eher im übertragenen Sinn an die Marke gebunden und passen daher zu mehr als einer Marke. Namen dieser Gattung sind leicht austauschbar und in vielen Branchen zu finden. Außerdem sind sie nicht originell genug, um jahrelang Bestand zu haben.

Leitfragen zur Auswahl eines Namens



Namensvorschlag

Natürlich Holz

Es ist zu prüfen, ob der HAF oder Bernhard Fechter aus Eggenfelden Namensrechte halten.
Die URL www.natuerlich-holz.de gehört Hr. Fechter