Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen = Swiss foresty journal = Journal forestier suisse

Herausgeber: Schweizerischer Forstverein

Band: 136 (1985)

Heft: 10

Artikel: Eine forst- und holzwirtschaftliche Aufgabe : Förderung der Holzverwendung

Autor: Hofer, Peter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-764508

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Eine forst- und holzwirtschaftliche Aufgabe: Förderung der Holzverwendung

Von *Peter Hofer* (Lignum, Zürich) Oxf.: 741.5

Bereits 1975 wurde in der Gesamtkonzeption für eine schweizerische Wald- und Holzwirtschaftspolitik eindringlich eine Ausweitung der Nutzung von rund 4 auf jährlich 6 bis 7 Millionen m³ Rohholz gefordert. Dieses Ziel wurde bis heute bei weitem noch nicht erreicht. Zwar bewegt sich der Holzverbrauch in der Schweiz mit heute rund 6,5 bis 7,0 Millionen m³ auf einem relativ hohen Stand. Zwischen 1976 und 1981, so ist anzunehmen, dürften ganz wesentliche zusätzliche Marktanteile für Holz erreicht worden sein. Auf die Nutzungsmenge im Schweizer Wald indessen hatte dieser hohe Stand des Holzverbrauches nur wenig Einfluss. Vielmehr dürfte dieser Mehrverbrauch mindestens zum Teil den ausländischen Holzprodukten zugute gekommen sein.

Der schweizerischen Waldwirtschaft, aber auch den Holzverarbeitern, macht das gegenwärtig tiefe Erlösniveau zu schaffen. Dieser unerfreuliche Umstand ist durch eine relative schlechte Konjunktursituation in den umliegenden Staaten bedingt, welche Überschussproduktionen in die Schweiz lenken. Dazu stagniert die Wirtschaft ganz allgemein auch in der Schweiz. Letztlich dürfte die Ungewissheit über die zukünftige Waldschaden-Entwicklung die zurückhaltenden Dispositionen der Verarbeiter ebenfalls erklären. Es kann und muss aber darauf hingewiesen werden, dass gerade die tiefen Preise hohe Mengenumsätze (etwa bei den Schnittwaren) bewirkt haben.

Angesichts der dramatischen Entwicklung der Schäden in den Schweizer Waldungen ist es nur zu verständlich, dass die Aufmerksamkeit der verantwortlichen Forstorgane voll und ganz auf den Wald gerichtet ist. Doch dürfen gerade in dieser Phase weder der Holzmarkt noch die Förderung der Holzverwendung vernachlässigt werden. Zwar kann ein guter Holzabsatz die Entwicklung der Waldschäden nicht eindämmen, aber doch dazu beitragen, die notwendigen phytosanitären Massnahmen mitzutragen und die wirtschaftlichen Einbussen des Waldbesitzers möglichst klein zu halten.

Niemand kann heute ernstlich voraussagen, in welchem Ausmasse Zwangsnutzungen zu erwarten sind. Mit Sicherheit würden grosse, zwangsweise anfallende Nutzungsmengen den Holzmarkt erheblich stören. Die Friktionen dürf-

ten umso kleiner sein, je mehr die Normalnutzung über den Zwangsnutzungen liegt. Aus dieser Überlegung heraus hält der Bericht der Arbeitsgruppe «Holzmarkt, Holzpreise, Holzverwendung» der Kantonsoberförster-Konferenz das Beschreiten eines «Entwicklungspfades» für notwendig und vordringlich. Es sollen also die Voraussetzungen für eine erhebliche Nutzungserhöhung im Schweizer Wald geschaffen werden. Erhöhte Normalnutzungen würden das Auffangen von Zwangsnutzungen erleichtern. Sollten diese zwangsweisen Nutzungen ausbleiben, wäre im Sinne der Forderungen der Gesamtkonzeption sowie anderer Autoren ein wesentlicher Fortschritt erzielt worden. Eine verstärkte Entwicklung des Holzverbrauches ist aber nur dann zu erreichen, wenn auch die Förderung der Holzverwendung intensiviert wird.

Holzwerbung als Information

Eine der Hauptlasten zur Förderung der Holzverwendung trägt seit über 50 Jahren die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für das Holz, Lignum. 1931, in einer Zeit weltweiter wirtschaftlicher Depression war ihre Gründung eine weitsichtige und bedeutungsvolle Tat. Die gemeinsamen Interessen und der feste Wille zur Selbsthilfe liessen aus einfachen Anfängen eine starke Institution entstehen, welche für andere Baustoff-Gruppen wegweisende Arbeit leistete *(Abbildung 1)*.

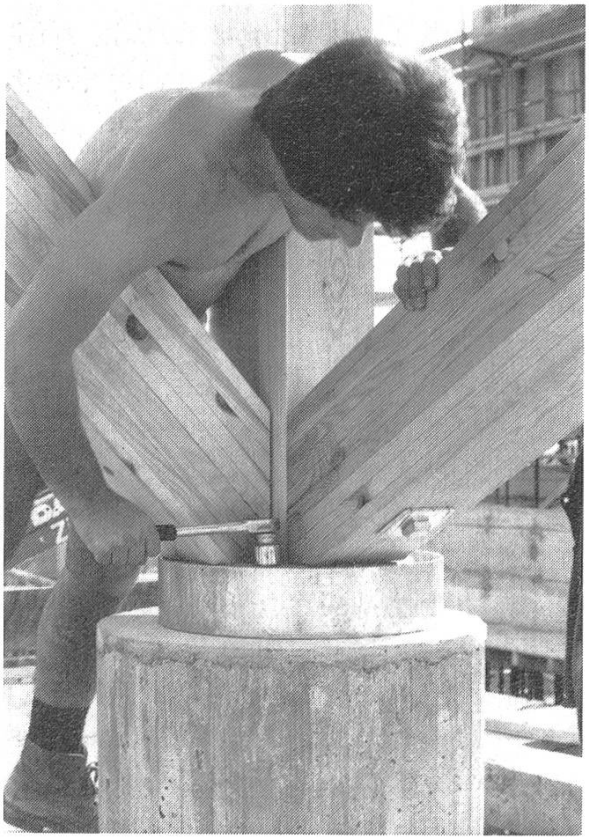

Abbildung 1. Die Lignum wirbt mit Informationen für das Holz — für eine Branche von über 80 000 Arbeitnehmern in rund 12 000 holzverarbeitenden Betrieben.

Die Aufgabe der Lignum ist in den Statuten aus dem Jahre 1973 wie folgt umschrieben:

Art. 2, Zweck und Ziel:
Die Lignum schliesst die Kreise zusammen, die an der Produktion, der Verteilung und Verarbeitung sowie an der Erforschung des Holzes und seiner Produkte interessiert sind. Sie bezweckt insbesondere:
- die Wahrung des allgemeinen Interesses am Holz;
- die Förderung der Holzverwendung in allen Formen und Bereichen nach den neuesten Erkenntnissen von Forschung und Technik;
- den Schutz des Holzes im allgemeinen vor unlauterem Wettbewerb.

Ein deutliches Schwergewicht der Arbeit hat sich im Verlaufe der Jahre auf dem Gebiet des Bauwesens entwickelt. Etwas weniger intensiv werden Möbel- und Verpackungsmarkt bearbeitet, während Papier und Karton sowie Energieholz nie im Aktivitätsbereich der Lignum lagen.

Marketing-Denken für die Produktionskette Holz

Die Tätigkeit der Lignum könnte heute mit dem Begriff «Gemeinschafts-Marketing» umschrieben werden. Marketing meint dabei nichts anderes als die Ausrichtung der Produktion auf die am Markt festgestellten Bedürfnisse. Als wichtigste Instrumente stehen dem Unternehmer dabei die Produktgestaltung, die Preisgestaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung (Promotion) sowie die Distribution bzw. die Gestaltung der Absatzwege zur Verfügung.

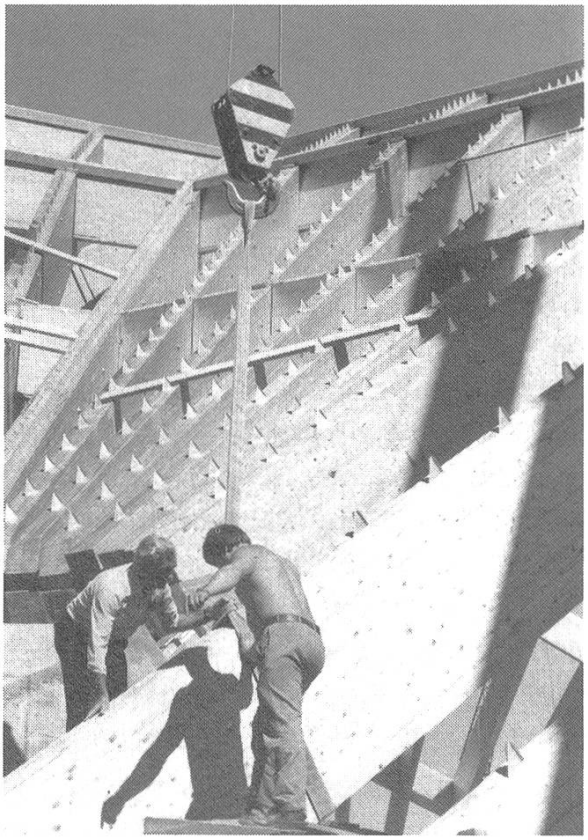

Abbildung 2. Damit Planer und Ausführende auch im Holzgewerbe Hand in Hand arbeiten können, sind fachtechnische Informationen notwendig. Die Lignum vermittelt Resultate aus der Forschung und stellt praxisbezogene Holz-Informationen zur Verfügung.

In gewissem Sinne produktgestaltend wirken die zahlreichen von der Lignum erarbeiteten technischen Publikationen. Sie erleichtern dem Bauschaffenden, also den Architekten und Ingenieuren, aber auch den Zimmerleuten und Schreinern den Umgang, die Arbeit mit dem Baustoff Holz. Die technischen Publikationen unterstützen in erheblichem Masse auch die Arbeit des technischen Dienstes, welcher den Bauplanern, Bauausführenden sowie den Bauherren für technische Auskünfte aller Art zur Verfügung steht. Während sich private Bauherren meist nach Möglichkeiten und Grenzen der Holzverwendung erkundigen, geht es bei den Bauplanern häufig um die technische Realisierbarkeit ihrer eigenen Vorstellungen *(Abbildung 2)*.

Einen wesentlichen Teil der Tätigkeit des technischen Dienstes beansprucht die Arbeit in Normenkommissionen. Hier gilt es, die wichtigen Rahmenbedingungen festzulegen, welche für die technische Richtigkeit garantieren, ohne die Holzverwendung zu verunmöglichen. Nicht zuletzt engagiert sich der technische Dienst auch in der Ausbildung. Die Mitarbeit des technischen Dienstes in der Arbeitsgruppe «Bergholzförderung» könnte als Modell für die zukünftige Arbeit im Sinne des Gemeinschafts-Marketings gelten. Zusammen mit Produzenten wurde entsprechend den Marktbedürfnissen und den eigenen Möglichkeiten das neue Produkt «Swissdeco» definiert und auch seine Produktion und Distribution festgelegt.

Das Gemeinschafts-Marketing der Lignum kann sich natürlich nicht aller Instrumente bedienen, die dem Unternehmen zur Verfügung stehen. Das Schwergewicht ihrer Arbeit liegt im Bereiche der Kommunikation, also der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung.

Der Presse- und Informationsdienst nimmt die Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit wahr. Seine regelmässigen redaktionellen Beiträge der Tages- und Fachpresse haben zum Ziel, Holz als modernen Bau- und Werkstoff einem breiten Publikum immer wieder in Erinnerung zu rufen. Damit soll eine positive Grundeinstellung zum Material geschaffen werden. Das Zielpublikum dieser Botschaften sind alle potentiellen Verwender von Holz, zum Beispiel als Möbelkäufer oder als mögliche spätere Bauherren. Erreicht werden sollen aber auch die Stimmbürger, die in Gemeinde- und Kantonsabstimmungen nicht selten Einfluss auf die Baustoffwahl ausüben, sowie die Behörden, welche für die Planung verantwortlich zeichnen. Nicht zuletzt wird über diese Kanäle auch das Fachpublikum erreicht. Bis heute wurde auf Inseratenwerbung verzichtet, so dass über die Aufnahme von Artikeln in die Zeitungen einzig und allein der Informationswert der Botschaften entscheidet. Die Lignum ist damit auch zur Anlaufstelle all jener Medienschaffenden geworden, die sich über das Holz und seine Verwendung informieren möchten. Gerade heute, da Wald und Holz zu einem wichtigen Thema geworden sind, ist die Vermittlung von fundierten Unterlagen, Quellenhinweisen und kompetenten Gesprächspartnern von grösster Bedeutung *(Abbildung 3)*.

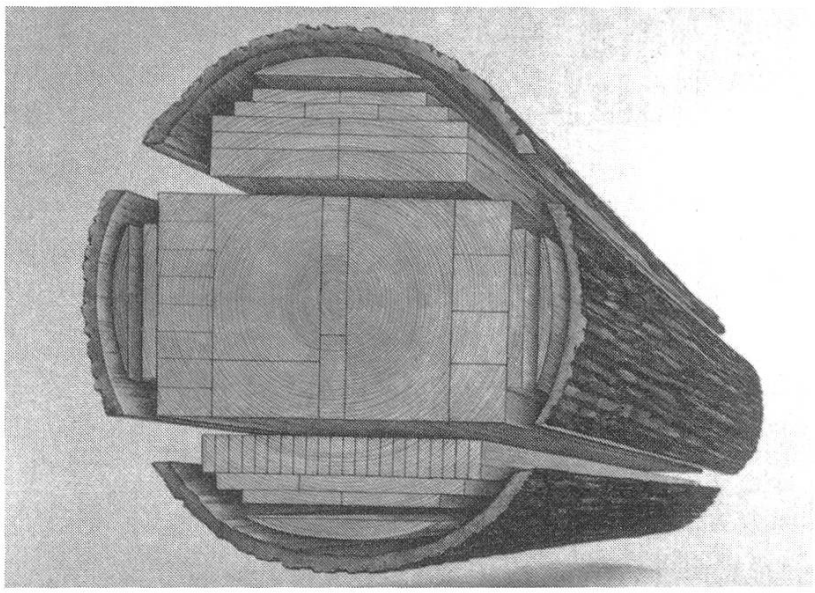

Abbildung 3. Mit Bild und Text sucht der Lignum-Pressedienst allgemein verständliche Informationen zur Produktionskette Holz breit zu streuen. Allein über die Tagespresse wird so gesamtschweizerisch eine jährliche Auflage von über 6 Millionen erzielt – entsprechend 12 Millionen theoretischen Leserkontakten. Im Bild aus einem Lignum Pressedienst eine vereinfachte Darstellung der Stammholzausnützung.

Die Pressestelle stellt seit neuestem auch Informationsmaterial für die Schulen bereit. Informationsmappen und Holzmustersammlungen werden – zum Teil gegen Bezahlung – auf Anfrage abgegeben. Eine Holzwerkstoff-Sammlung ist in Vorbereitung, ebenso Plakat- und Dia-Serien zu verschiedenen Themen. Durch die Auseinandersetzung mit dem Material sollen junge Leute für Holz allgemein interessiert und über die Produktionskette informiert werden, so kann frühzeitig eine Bindung geschaffen werden.

Mit Publikumsschriften und Ausstellungen wird der Bereich Werbung abgedeckt. Über das Medium «Ausstellungen» können jährlich 250 000 bis 300 000 Kontakte hergestellt werden. Darauf bauen zahlreiche Beratungsgespräche auf, und die Besucher versorgen sich mit Informationsmaterial. Je nach Art der Messe werden die Lignum-Sonderschauen auch von anderen Zielgruppen besucht. Sind es an der Swissbau vor allem Architekten, Ingenieure und zum Bauen Entschlossene, so findet sich an den Publikumsmessen ein breites Spektrum von Besuchern. Ganz besonders an den Sonderschauen zeigt sich die Langzeitwirkung der Holzwerbung. Noch nach Jahren wird bei den Anfragen auf einzelne Ausstellungen und Exponate Bezug genommen.

Die Sonderschauen ermöglichen es immer wieder, den Kreisen der Geldgeber ohne zusätzlichen Aufwand zu zeigen, wo und wie für sie Holzwerbung gemacht wird *(Abbildung 4)*. Professor Hermann Tromp hat in der Festschrift zum 50-Jahr-Jubiläum festgehalten, man hätte den eigenen Reihen immer wieder erklären müssen, dass die Holzwerbung jene ansprechen müsse, welche

Abbildung 4. Dieser Slogan begleitet die diesjährige Holzsonderschau der Lignum.

zum Kauf angeregt werden sollen, und nicht die Geldgeber. Das klingt zwar logisch und fast banal – aber es vergeht kein Ausstellungsjahr, ohne dass Diskussionen zu diesem Thema entstehen.

Zunehmend haben weitere Aktivitäten an Bedeutung gewonnen. Die Qualitätssicherung betrifft heute die Güteüberwachung von Holzschutzmitteln, deren Wirksamkeit beurteilt wird, von druckimprägniertem Holz sowie von Spanplatten bezüglich Formaldehyd-Abgabepotential. Heutzutage sind auch beim Bauen Aspekte der Gesundheit bedeutungsvoll geworden und werden in der Öffentlichkeit zum Teil leidenschaftlich diskutiert. Umso wichtiger sind die Gütezeichen für Holzschutzmittel und Spanplatten geworden. Sie haben wesentlich dazu beigetragen, die Diskussion zu versachlichen und damit negative Auswirkungen auf dem Markt in Grenzen gehalten.

Das Gütezeichen für druckimprägniertes Holz wurde geschaffen, um dem Schweizer Holz und der schweizerischen Qualitätsproduktion in diesem Bereich auch zum Durchbruch zu verhelfen. Zwar kann das Gütezeichen auch von ausländischen Firmen erworben werden, hat aber dann auch die gleichen Qualitätsbedingungen zu erfüllen und kämpft so mit gleichlangen Spiessen *(Abbildung 5)*.

Abbildung 5. Das neueste Lignum-Gütezeichen: für druckimprägniertes Holz.

Eine vorgesehene Reihe von Holzpreisen (abwechselnd für Architektur/Holzkonstruktion und Innenausbau/Möbel) wurde 1984/85 mit einem Architekturpreis eröffnet *(Abbildung 6)*. Ziel dieser Aktion war zunächst, bei den Gestaltern die gedankliche Auseinandersetzung mit Holz zu fördern. Zudem sollte der Holzpreis in der Beurteilung konkreter Objekte aufzeigen, was der Gestalter bezüglich Holz gut findet, was ihn anspricht. Nicht zuletzt liefern Ankündigung und Preisverleihung auch zahlreiche Möglichkeiten, um in der Öffentlichkeit über das Holz und seine Verwendung zu sprechen. Ein Möbeldesign-Wettbewerb wurde zusammen mit dem Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten in diesem Jahr ausgeschrieben: die Resultate sind für 1986 zu erwarten.

Die Liste der Aktivitäten wäre unvollständig, ohne die Arbeit der regionalen Arbeitsgemeinschaften zu erwähnen. Diese von der Lignum rechtlich unabhängigen Gruppierungen leisten in den Regionen mit Tagungen, Pressearbeit und Ausstellungen ein ganz erhebliches Arbeitsvolumen. In besonderem Masse setzen sich die regionalen Arbeitsgemeinschaften mit Interventionen zugunsten der Holzverwendung, vor allem in Grossbauten, ein. In diesem Bereich ergän-

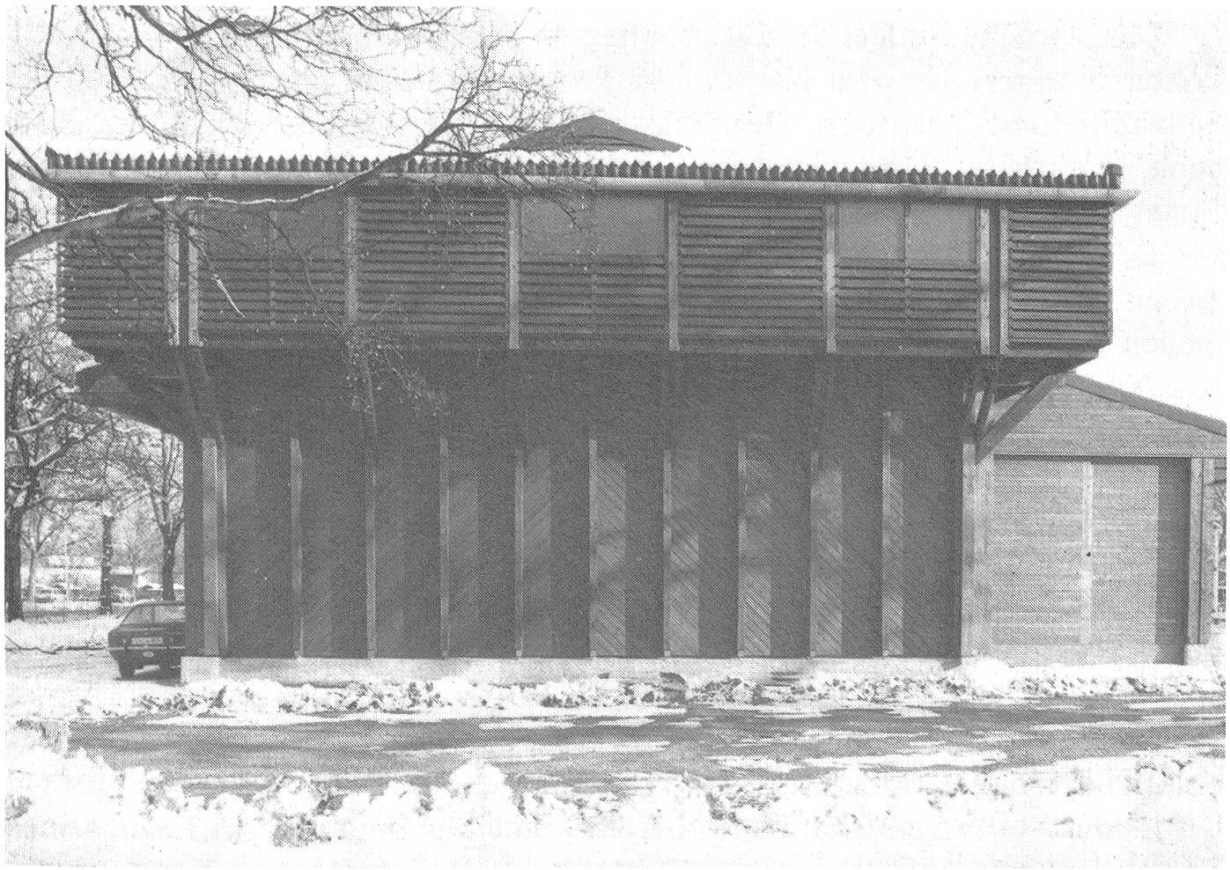

Abbildung 6. Überzeugende Resultate aus dem Lignum-Holzbaupreis 1984/85: Die neue, zur Aufbewahrung von Futtervorräten bestimmte Bergescheune des städtischen Gutbetriebs Juchhof (Architekt Willi E. Christen) zeigt exemplarisch, wie auch grosse Zweckbauten aus Holz in zeitgemässer Weise zu erstellen sind.

zen sie die Tätigkeit der Lignum besonders wirksam. Die Arbeitsgemeinschaften werden von der Lignum mit Dokumentationsmaterial und mit Publikationen versorgt, vom Presse- und Informationsdienst sowie vom technischen Dienst beraten und mit finanziellen Mitteln unterstützt.

Holzwerbung mit Erfolg hat seinen Preis

Der Erfolg der Lignum-Arbeit ist wohl in Zahlen nur unvollständig nachzuweisen, doch sind diese Leistungen heute kaum mehr wegzudenken. Namentlich die Tagespresse, aber auch Radio und Fernsehen kennen die Pressestelle und informieren sich hier. Fast alle Bauschaffenden sind mit den Lignum-Dokumentationen vertraut und brauchen sie auch bei ihrer Arbeit. Der Besuch des Lignum-Standes an den Messen ist für viele ein Muss, und die zahleichen Anfragen beim technischen Dienst bestätigen den Bekanntheitsgrad.

Heute lässt sich mit Fug und Recht behaupten, dass der Aufschwung der Holzverwendung im Anschluss an die Rezession ab 1976 ohne die sorgfältige, jahrzehntelange Aufbauarbeit der Lignum nicht möglich gewesen oder nicht im vorhandenen Ausmasse zum Tragen gekommen wäre.

Das jährliche Budget der Lignum liegt in der Grössenordnung von 2,5 Millionen Franken. Es wird zu rund 40 Prozent aus dem allgemeinen Teil des Selbsthilfefonds bestritten. Der Selbsthilfefonds ist somit der wichtigste Geldgeber in einer recht komplizierten Finanzierungsstruktur. Die Schaffung dieses Fonds kurz nach dem Krieg kann als eine eigentliche Pioniertat gewertet werden. Er ermöglichte die dringend notwendige Ausweitung der Lignum-Arbeit in den sechziger und frühen siebziger Jahren. Gleichzeitig hat er während langen Jahren eine Ausgleichsfunktion übernommen. Gerade auch in wirtschaftlich schlechten Jahren war es der Lignum möglich, ein hohes Aktivitäts-Niveau aufrechtzuerhalten.

Selbsthilfefonds und die übrigen Verbände der Holzwirtschaft leisten zur Finanzierung der Lignum, für ein Werk der Selbsthilfe also, Beachtliches. Im Hinblick auf die Realisierung des Entwicklungspfades hat aber auch die Lignum ihren Teil zu leisten. Sie kann und sollte durch eine Intensivierung ihrer Arbeit für eine vermehrte Verwendung von Schweizer Holz werben. Dazu braucht es aber zusätzliche Mittel, denn mit den heute insgesamt 12 Mitarbeitern in Zürich und Lausanne und dem heutigen Budget ist eine Ausweitung der Tätigkeit in entscheidendem Ausmasse nicht zu realisieren.

Leider ist der Selbsthilfefonds bereits heute nicht mehr in der Lage, seinen Verpflichtungen nachzukommen. Da er über kein Vermögen mehr verfügt, ist er gezwungen, teilweise auf die voraussichtlich fliessenden Mittel des Folgejahres zu greifen. Für das laufende Jahr musste die Lignum eine Beitragskürzung gegenüber ihren Gesuchen von insgesamt 206 000 Franken hinnehmen

– gegenüber den Beitragszahlungen 1984 betrug die Kürzung immerhin noch 173 000 Franken. Diese Kürzung lässt sich für ein Jahr auffangen, wenn auch nicht ohne eine gewisse Einschränkung der Leistungen. Längerfristig wäre aber eine solche Reduktion des Mittelzuflusses ohne erheblichen Leistungsabbau nicht zu verkraften *(Tabelle 1)*.

Tabelle 1. Finanzierung der Lignum.

Mittelherkunft gemäss Budget 1985

	in Fr.	*in %*
Mitgliederbeiträge	280 000	11,7
Beiträge der Berufsverbände (inkl. Messebeiträge)	1 370 800	57,3
– davon Selbsthilfefonds und Fonds vaudois du bois	902 300	37,7*
Zweckgebunde und Forschungsbeiträge	447 300	18,7
Verkauf eigener Leistungen und Ausserordentliches	294 500	12,3
Total Erträge	2 392 600	100,0

* Der entsprechende Beitrag lag 1984 bei 1 075 000 oder 42,9 % der Erträge.

Mittelverwendung für die einzelnen Tätigkeitsgebiete gemäss Budget 1985

	in Fr.	*in %*
Geschäftsstelle Zürich	316 900	13,2
Geschäftsstelle Lausanne	156 000	6,5
Organe	44 700	1,9
Technischer Dienst	350 600	14,5
Technische Publikationen	275 800*	11,4
Publikumsschriften	44 000*	1,8
Presse- und Informationsdienst	263 000	10,9
Ausstellungen	759 300	31,5
Regionale Arbeitsgemeinschaften	73 100*	3,0
Holzbaupreis, Übriges	128 500	5,3
Total	2 411 900	100,0

* Diese Positionen mussten infolge Beitragskürzungen stark reduziert werden.

Schon heute ist eine Verlagerung der Lignum-Aktivitäten auf jene Bereiche festzustellen, die sich mehr oder weniger selbst finanzieren. So wurde zum Beispiel der Verkauf von Büchern zu Holzthemen forciert; Holzmustersammlungen und Kleber, Leibchen und ähnliches werden vertrieben. Bedeutend intensiviert werden auch die Expertisen und Gutachten, das heisst die Beratungsleistungen gegen Bezahlung. Die Einnahmen aus dem Verkauf eigener Leistungen bewegen sich denn auch gegenwärtig auf einem Rekordniveau. Sie lassen den klaren Willen der Lignum erkennen, nicht zu einer Defizit-Wirtschaft zu kommen. Ob diese Verlagerung der Tätigkeit tatsächlich erwünscht ist, bleibt jedoch zu prüfen. Die Werbeabteilung einer privaten Unter-

nehmung wird ja auch nicht darauf verpflichtet, sich selbst zu finanzieren. Im Interesse der Unternehmung hat sie jene Arbeiten auszuführen, die der Firma den künftigen Absatz sicherstellen.

Die heutigen Aufwendungen der Lignum von 2,5 Millionen sind zudem in Relation zum Produktionswert der Branche zu sehen, der mit Sicherheit über 5 Milliarden Franken jährlich liegt. Auch die 12 Mitarbeiter unserer Büros in Zürich und Lausanne sind im Vergleich zu den rund 100 000 Arbeitsplätzen in der Wald- und Holzwirtschaft bescheiden.

Langfristiges Denken notwendig

Spätestens seit Abschluss der Freihandels-Verträge ist Holz international zu den Industrieprodukten zu zählen. Im Unterschied zu landwirtschaftlichen Produkten geniesst es weder einen Zollschutz an der Grenze noch eine staatliche Unterstützung der Produktion. Für die Konkurrenzfähigkeit der Holzprodukte gegenüber Import- und Substitutionserzeugnissen zeichnet die Branche selbst verantwortlich. Sie hat auf der betrieblichen und überbetrieblichen Ebene auch für die notwendigen Promotionsmassnahmen zu sorgen.

Die bisherigen Ergebnisse der Lignum-Werbung und der Bekanntheitsgrad der Institution lassen es als sinnvoll erscheinen, die Mittel für die Zukunftssicherung auch hier einzusetzen. Eine Stärkung der Lignum würde es erlauben, vermehrt für die Holzverwendung in grösseren Bauten zu intervenieren, bei der öffentlichen Hand kann die Karte «Schweizer Holz» gut ausgespielt werden. Vermehrt sollte in technische Lösungen für neuere Verwendungsbereiche investiert werden, Wintergärten in Holz und Glas oder normierte landwirtschaftliche Bauten in Holz sind Beispiele dafür. Verschiedenste Holzanwendungen, wie etwa Aussenschalungen, Fenster, Türen, Treppen liessen sich durch eine breit angelegte Werbung, beispielsweise mit Informationsbroschüren wesentlich fördern. Die Image-Werbung mit Inseraten muss zum mindesten geprüft werden. Das sind nur einige wenige Hinweise zur Intensivierung der Holzwerbung.

Die Gründung der Lignum 1931 entstand aus einer Notsituation heraus. Sie hat der Branche wesentliche neue Impulse verliehen. Die Stärkung der Lignum Mitte der 80er Jahre könnte ähnliches bewirken.

Résumé

Une mission en faveur du bois et de la sylviculture: Stimuler l'utilisation du bois

L'Union Suisse en faveur du bois, existant depuis 1931 déjà, se charge de la publicité globale et de l'information technique concernant le bois et son utilisation. Les activités multiples de Lignum peuvent se résumer par le terme de «marketing collectif». Les moyens principaux servant ce but sont l'influence sur la réalisation des prix et des produits, le travail effectué auprès du public, la propagande ainsi que l'organisation des canaux de distribution. Le bois appartient, du point de vue international, aux produits industriels et dépend à long terme de cette activité informative et publicitaire, globale et peu coûteuse, mais bien présentée aux planificateurs et entrepreneurs.

Lignum peut contribuer à augmenter la consommation de bois indigène, pour autant qu'elle dispose de moyens supplémentaires. Dans ce sens, le renforcement du Fonds d'entraide, principal soutien financier de Lignum est une nécessité.

Traduction: *S. Croptier*