



ADMINISTRATIVER SCHLUSSBERICHT

mit Finanzen gemäss Merkblatt Berichterstattung, Kap. 4

AKTIONSPLAN HOLZ 2017-2020

Projekttitlel	Wissenstransfer_Lignum
Vertragsnummer	16.0017.PJ / 3-17.14
Vertragsdauer	15.9.2017 – 21.12.2020
Datum Bericht	15.11.2020
Berichtsautoren/innen	Michael Meuter (Information) und Werner Oetiker (Finanzen), Lignum
Projektleitung	Christoph Starck, Direktor Lignum (bis 30.10.2019)
Organisation	Lignum, Holzwirtschaft Schweiz
Adresse	Mühlebachstrasse 8, 8008 Zürich

1 Kurzbeschreibung

Die Lignum führt branchenwichtige Projekte in den Bereichen Tragwerke, Brandschutz, Schallschutz, Holzschutz etc. Die Projektergebnisse bilden die Grundlage für die gute weitere Entwicklung von Holz im wertschöpfungsmässig zentralen Bereich des Bauwesens. Die Lignum sorgt mit ihrem Wissenstransfer (Beratung, Kommunikation, Vernetzung) dafür, dass diese Ergebnisse die relevanten Zielgruppen erreichen, insbesondere die Baufachleute, und damit Wirkung im Markt entfalten. Für den Aktionsplan Holz des BAFU stellt die Lignum gemäss Evaluation APH 2013–2016 den wichtigsten Kanal des Informationstransfers zur Fachwelt dar. Das BAFU hat aus diesem Grund den Lignum-Wissenstransfer 2017–2020 Deutschschweiz mit einer Finanzhilfe unterstützt.

2 Ausgangslage, Ziele und Inhalte des Projektes

Der Lignum-Wissenstransfer ist ein kontinuierlicher Prozess. Im Vordergrund standen 2017–2020 gemäss Verfügung das Erarbeiten und die Verbreitung von Grundlagen für die Deutschschweiz und zuhauenden von Lignum in der Romandie und der italienischsprachigen Schweiz, der Wissenstransfer in die Regionen und zu den Regionalen Organisation, die Mitarbeit in BAFU-Gremien sowie Koordinationsaufgaben innerhalb der Branche und gegenüber institutionellen Bauherrschaften. Im folgenden werden die Aktivitäten nach der Systematik des Budgets in sieben Gruppen gegliedert.

Gr. 1 | Von zentraler Bedeutung ist die **Beratungshotline** der Lignum. Zusammen mit den **Expertisen** bildet diese Leistung einen eigentlichen Radar für Themen, zu denen erhöhter Informationsbedarf besteht. So verdankt sich beispielsweise der Anstoss zu einer technischen Schrift zum Thema Terrassenböden (realisiert im Jahr 2013 in der Reihe «Lignatec») direkt den vielfachen diesbezüglichen Anfragen an die Lignum-Hotline.

Gr. 2 | Der **Web-Auftritt** der Lignum ist Dreh- und Angelpunkt des Lignum-Wissenstransfers. Aufgrund der hohen Qualität der hinterlegten Informationen (technisches Grundwissen im Bereich Holz A–Z, Bauherrenwissen in Form von Teaserseiten mit hinterlegten Publikationen, Tools für Baufachleute, Angebote für verschiedene Anspruchsgruppen im Shop, aktuelle branchenrelevante News auf der Homepage) zählt lignum.ch zu den bestbesuchten Angeboten der Holzbranche im Web. Über lignum.ch sind sämtliche technischen Lignum-Publikationen erschlossen (zum Verkauf über den Shop sowie zu einem wesentlichen Teil auch durch Verlinkung auf die Online-Plattform issuu für Blätterkataloge), dazu Datenbanken (lignumdata, Medienservice Holz) und interaktive Angebote (holz-bulletin-online), aber auch alle Lignum-Broschüren für Bauherrschaften (zum freien Download als PDF).

Gr. 3 | Die **Medienarbeit** der Lignum sorgt insbesondere für die Multiplikation der technischen Lignum-Informationen (neue Lignum-Publikationen, Fachartikel, gute Bauten usw.) über eine Vielfalt an Baufach-Kanälen in Print und Online. Ausserdem erzeugt die Lignum-Kommunikation durch kontinuierliche Bearbeitung der Fach-, Publikums- und Tagesmedien im Verbund mit der West- und Südschweiz sowie mit den Regionalen Organisationen ein «Grundrauschen» für Holz. Die Lignum ist ein Haupttreiber des seit Ende der achtziger Jahre exponentiell steigenden Medienechos für Holz.

Gr. 4 | **Referate**, beispielsweise auf Einladung holzinteressierter Gruppen aus Politik und Wirtschaft oder im höheren Ausbildungsumfeld (FH, ETH), sorgen für einen positiven Imagetransfer von Holz. **Anlässe am Lignum-Sitz** – einem mehrgeschossigen städtischen Holzbau nach Stand der Technik – schaffen direkte Begegnungen mit dem Bauen in Holz auf der Höhe der Zeit. Die Vernetzung in **Arbeitsgruppen** schafft auf verschiedensten Ebenen und über unterschiedliche Räume hinweg Synergien. **Interventionen** bringen Holz zu guten, öffentlichkeitswirksamen Gelegenheiten bzw. bei Chancen ins Spiel, welche Branchenkoordination erfordern. Grundlage für das Gespräch ist dabei immer wieder hochklassiges **Informationsmaterial** («Holzbulletin», technische Compact-Merkblätter, Argumentarien, gedruckte und elektronische Newsletter, spezifischer Online-Content). Von diesen Erzeugnissen profitieren auch die **Regionalen Organisationen** in hohem Masse für ihre eigene Arbeit.

Am überregionalen Projekt **Prix Lignum** wirkt die Lignum umgekehrt in der Projektleitung sowie in der Kommunikation mit.

Gr. 5 | Die Direktion der Lignum engagiert sich über den Einsitz in den Foren Wald und Holz des BAFU sowie in **Begleitgremien** des Aktionsplans Holz aktiv an einer zielgerichteten Politik im Sektor Wald und Holz sowie an einem effizienten Einsatz der verfügbaren Fördermittel.

Gr. 6 | Mit Blick auf den steigenden wirtschaftlichen Druck aus dem Euro-Raum hat die Lignum bereits 2009 das «Herkunftszeichen Schweizer Holz» (HSH) ins Leben gerufen, um den Absatz des hiesigen Rohstoffes nachfrageseitig zu stärken. Die Entwicklung zur heutigen Organisation «Marketing Schweizer Holz» verlief über eine stetig wachsende **«Initiative Schweizer Holz»** des BAFU, in welcher die Lignum wesentliche personelle Leistungen (Mitarbeit Direktion, Kommunikation) erbrachte.

Gr. 7 | Mit dem Eintritt des Holzbaus in die Mehrgeschossigkeit ab 2005, erst recht jedoch mit der 2015 erfolgten vollständigen Befreiung des Baustoffs Holz von der jahrzehntelangen baurechtlichen Diskriminierung durch die Brandschutzvorschriften wächst Holz in neue Dimensionen. **Institutionelle Bauherren** rücken damit zunehmend in den Fokus. Für die Bedienung dieser neuen Anspruchsgruppe galt es vor der Formulierung eines dedizierten ÖBH-Projekts Konzeptarbeit zu leisten und Branchenkräfte zu bündeln.

3 Projektergebnisse

Gr. 1 | Telefonberatung, Expertisen

Die Lignum-Hotline bearbeitet jedes Jahr mehrere hundert Anfragen (2017: 351; 2018: 325; 2019: 360; 2020: auf Ende Jahr hochgerechnet 367). Diese kommen im langjährigen Schnitt zu rund zwei Dritteln von Fachleuten. Im Vordergrund stehen bei den Nutzern Fragen zum Thema Brandschutz. An zweiter Stelle stehen Anliegen im Zusammenhang Holzschutz. Ergänzt und vertieft wird die beratende Funktion der Lignum durch Expertisen (oft für Bauherrschaften, 2017: 24; 2018: 15; 2019: 23; 2020: auf Ende Jahr hochgerechnet 15).

Gr. 2 | Internet

Die Website www.lignum.ch, konstruiert als Cluster mit Subdomains, erreicht jedes Jahr ansehnliche Besucherzahlen (2017: 1'361'527 Visits; 2018: 1'289'671 Visits; 2019: 982'632 Visits, 2020: hochgerechnet auf Ende Jahr 1'008'000 Visits; Messung zur Gewinnung von Langzeitaussagen seit 1998 – dem Jahr der Aufschaltung von lignum.ch – in gleichbleibender Weise). Der Cluster verlor 2018 leider die Subdomain s-win.ch und 2019 die Subdomain holz-bois-legno.ch, wodurch der Traffic jeweils einen spürbaren Rückgang erlitt. Die Bedeutung der digitalen Angebote nimmt jedoch weiterhin klar zu.

Gr. 3 | Pressearbeit

Die Lignum publizierte im Jahr 2017 32 Pressemitteilungen und Artikel. Aus der Medienarbeit in der Geschäftsstelle Zürich (einschliesslich des Angebots des webbasierten Presseservice Holz sowie von 481 Beiträgen im «Lignum Journal online») ergaben sich in Deutschschweizer Publikationen 372 Beiträge mit Lignum- oder HSH-Nennung mit 18'491'651 Kontakten (Auflage nach WEMF/Unique users/d nach NET-Metrix). Neun Beiträge in Radio und Fernsehen unter Mitwirkung der Lignum-Geschäftsstelle in Zürich schufen schätzungsweise 1'100'000 Kontakte. 2018 wurden 317 Beiträge mit Lignum- oder HSH-Nennung in Deutschschweizer Medien verzeichnet, dies mit einer Gesamt-Kontaktzahl von 10'238'415, zu denen sich rund 644'000 Kontakte aus vier Beiträgen in Radio und Fernsehen gesellten. Der Output der Lignum lag 2018 bei 518 Online-Beiträgen sowie 24 Pressemitteilungen und Artikeln. 2019 erschienen im «Lignum Journal online» 536 Beiträge, während 39 Pressemitteilungen und Artikel versandt wurden. In Deutschschweizer Print- und Webmedien resultierten daraus 417 Beiträge mit Bezug zur Lignum und ihren Leistungen, die 11'039'205 Kontakte

generierten. Zwei Beiträge in audiovisuellen Medien fanden schätzungsweise 300'000 Zuhörer bzw. Zuschauer. Das mediale Echo im Corona-Jahr 2020 präsentiert sich dagegen bescheidener. Die Hochrechnung ab dem Stand vom 15. November 2020 ergibt in der Deutschschweiz ein Total von etwa 250 medialen Beiträgen mit etwa 9 Mio. Kontakten, dies einschliesslich dreier audiovisueller Beiträge mit rund 600'000 Kontakten. Der Output in der Deutschschweiz erreicht hochgerechnet 25 Mitteilungen und Artikel sowie rund 550 Online-Beiträge im Newsteil.

Gr. 4 | Diverse

2017 erforderte die Unterstützung von S-WIN bei der Vorbereitung der Dialogplattformen zum NFP66 «Ressource Holz» besonderen Einsatz, ausserdem die Branchenvertretung in den Zusammenhängen EUTR, Qualitätsstandards Holzbau sowie Bauproduktegesetz, die Umsetzung des WaG Art. 34 b mit öffentlichen Bauherren. 2018 ging es im Umfeld S-WIN vor allem um die Weiterentwicklung des Themas Bioökonomiestrategie; daneben standen die Normenentwicklung und die Mitwirkung in der Plattform «Ökobilanzen im Holzbereich» (KBOB, SIA, bauenschweiz) sowie die Initiierung einer methodischen Vergleichsstudie zur Ökobilanzierung im Vordergrund. Die Branchenkoordination im Zusammenhang mit der Revision des Beschaffungswesens und des CO₂-Gesetzes waren 2018 wie 2019 weitere Schwerpunkte. 2020 stand die Lignum nach dem Ausscheiden von Direktor Christoph Starck im Zeichen einer strategischen Transformation, womit sich die Gewichte erneut in Richtung Bioökonomiestrategie verschoben. 2020 erfolgten Vorarbeiten zur Neuaufstellung der Parlamentarischen Gruppe Wald und Holz. Anlässe und Begehungen am Lignum-Sitz sorgten 2017–2019 für kontinuierlich hohen Aufwand (nicht jedoch im Corona-Jahr 2020).

Quartalsweise erschien von 2017–2020 das «Holzbulletin» der Lignum d+f mit je mindestens 32 Seiten Umfang. Die Hefte befassten sich in den vier Jahren mit folgenden Themen: Genossenschaftlicher Wohnbau, Bürobau, Mehrfamilienhäuser, Kulturbauten (2017); Schulbauten, Internationale Holzarchitektur, Sportbauten, Verkehr (2018); Holzfassaden, Aufstocken, Modulbauweise, Grossvolumiger Wohnungsbau (2019); Hochhaus, Öffentliche Bauten, Solararchitektur, Care (2020). Das «Holzbulletin» erreicht zuverlässig ein breites Architekturpublikum. 2017–2020 wurden zudem vierseitige Compact-Merkblätter zum Thema Fassaden (Konstruktion und Oberflächen), Bauproduktegesetz, Terrassenbeläge sowie Druckimprägniertes Holz erstellt und als Beilage zum «Holzbulletin» verteilt. Alle Merkblätter liegen mittlerweile dfi vor.

Gr. 5 | Mitarbeit Foren BAFU, Begleitgruppe AP Holz etc.

Die Lignum-Direktion nahm in den Jahren 2017–2019 und teils auch 2020 Einsitz in den Foren Wald und Holz des BAFU und vertrat in diesem Umfeld wie auch in den Begleitgremien des Aktionsplans Holz und im direkten Gespräch mit dem BAFU die Sicht und die Bedürfnisse der organisierten Schweizer Holzbranche.

Gr. 6 | Initiative Schweizer Holz

2017–2018 engagierten sich Vertreter der Lignum (Direktion und Kommunikation) aktiv in der vom BAFU geführten «Initiative Schweizer Holz», dies durch Einsitz in der Projektleitung der in diesem Rahmen entwickelten Kampagne «Woodvetia», Umsetzung des Kampagnen-Pakets 2018 sowie Begleitung von Auftritten und Koordination mit der Führung des «Herkunftszeichens Schweizer Holz». In der letzten Phase stand die federführende Mitarbeit bei Konzeption und Aufbau der neuen Organisation «Marketing Schweizer Holz» im Vordergrund.

Gr. 7 | Koordination Institutionelle Bauherren

Vertreter der Lignum trugen massgeblich zur Konzeption der erfolgreichen Reihe «Stadt aus Holz» in Zusammenarbeit mit Wüest Partner und Espazium bei sowie zur Begründung der Besichtigungsreihe «Lignum Aspects». Beide richten sich an Real Estate Professionals. Ausserdem koordinierten Lignum-Mitarbeiter die Koordination mit weiteren Partnern wie VSLI, KBOB und CCRS.

4 Wirkung des Projektes auf die Zielgruppen

Die Lignum richtet sich in ihrem Wissenstransfer primär auf die Bauplaner (ArchitektInnen, IngenieurInnen, FachplanerInnen) sowie auf Bauherrschaften aus. Einen klaren Fachfokus haben die Periodika und technische Hilfsmittel wie Merkblätter. Das «Holzbulletin» gelangt in einer Auflage von jeweils rund 4000 Exemplaren kontinuierlich zu Mitgliedern und Abonnenten und darüber hinaus in den Einzelverkauf. Im Shop dominieren die Brandschutz- und Tragwerkspublikationen mit Tausenden von Bezügen. Die Expertise und die Fachpublikationen der Lignum geniessen in der Fachwelt einen ausgezeichneten Ruf, was sich auch in einer starken Nachfrage zu Aus- und Weiterbildungszwecken niederschlägt. Sämtliche in den Jahren 2017–2020 erarbeiteten Lignum-Produkte stehen als Drucksachen und/oder als PDF zur Verfügung.

Die Nachfrage nach digitalen Formen ist klar am Steigen. Das zeigt ein Blick auf die Nutzung der Blätterkatalog-Plattform issuu, wo das technische Publikationsangebot der Lignum breitflächig vertreten ist. So sind beispielsweise sämtliche Hefte der Reihe «Holzbulletin» seit 2003 hier im Volltext (jedoch ohne Downloadmöglichkeit) veröffentlicht, ebenso praktisch alle Hefte der technischen Reihe «Lignatec» (Ausnahme: neuste Titel während Verkaufsdauer), die aktuellen Tragwerkspublikationen und die Brandschutzpublikationen der älteren Generation 2005. Eine Ausnahme machen in diesem Umfeld die Brandschutz-Publikationen der aktuellen Generation 2015, welche als Hauptumsatzträger im Verlag eine Sonderstellung einnehmen. Sie werden nur unter Voraussetzung einer Firmenmitgliedschaft bei Lignum in digitaler Form abgegeben (als PDF mit personalisiertem Wasserzeichen) und sind nicht auf issuu vertreten. Die nachfolgende Grafik zeigt die Entwicklung der Lesezugriffe («Reads») aller auf issuu bereitgestellten Lignum-Publikationen von 2012 (Beginn) bis 2020. «Reads» sind von issuu definiert als mehr als zwei Sekunden währende Öffnung des Contents oder als weiterführende Handlung wie Blättern, Zoomen usw.

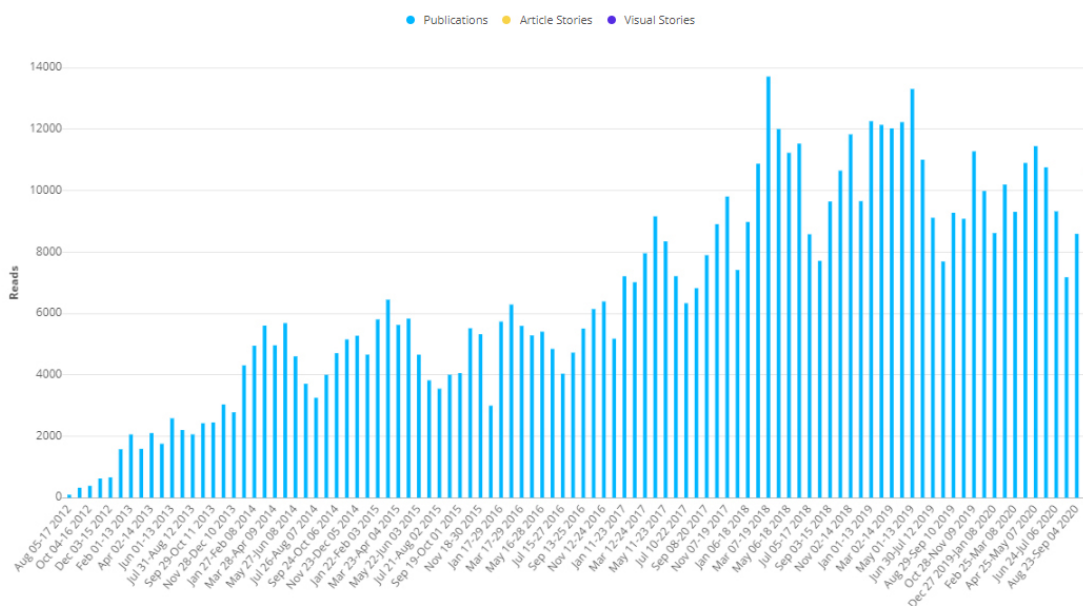
3.628.530
IMPRESSIONS

659.343
READS

00:07:05
AVG. READ TIME

Performance

IMPRESSIONS **READS** AVG. READ TIME CLICKS



Argumentarien und Baubeispielsammlungen richten sich an ein breiteres Publikum. Die publikumsorientierten Schriften werden an Messen und Veranstaltungen sowie über vielfältige Aktivitäten auf regionaler Ebene in teils sehr hohen Stückzahlen verbreitet. Sie lassen sich zudem frei herunterladen. Mit Zehntausenden von Downloads pro Jahr erreichen sie auch auf der digitalen Schiene eine enorme Verbreitung. Ebenfalls sehr hohe Zugriffszahlen erreicht der Medienservice, der gern auch von weiteren Multiplikatoren (Verbände und deren Sektionen, Regionale Organisationen, Dozenten aller Stufen, Ämter auf Stufe Bund und Kanton etc.) genutzt wird.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Lignum für die Baufachwelt wie auch für Bauherrschaften klar die erste Adresse ist, um sich mit zuverlässigen, firmen- und produkteneutralen Informationen zur Anwendung von Holz einzudecken, und dass sich Medien auch in einem laufend vielfältiger werdenden Umfeld an Stakeholdern der Holzbranche, welche mit der Öffentlichkeit kommunizieren, bevorzugt an die Lignum wenden, wenn sie Beiträge zu Holz und Holzbau planen.

5 Beitrag des Projekts zu den Zielen der Ressourcenpolitik Holz

Der laufende Wissenstransfer der Lignum stärkt als wichtiger Pfeiler der Anstrengungen von Branche und Bund die Nachfrage nach stofflichen Holzprodukten in der Schweiz. Alle Kommunikationsaktivitäten rund um das Label Schweizer Holz fördern besonders die Nachfrage nach Holz aus Schweizer Wäldern. Der PR der Lignum verweist regelmässig auf diese Provenienz als Optimum. Der Wissenstransfer der Lignum leistet ausserdem einen Beitrag zur Erhöhung der Innovationskraft der Wertschöpfungskette Wald und Holz, indem auch die Holzbaubranche direkt von den aus Forschung und Entwicklung hervorgehenden Publikationen und Beratungsleistungen der Lignum profitiert.

6 Evaluation oder Erfahrungen

Der regelmässige Austausch mit den Empfängern bzw. Anwendern der Lignum-Informationen im Zielmarkt ergibt eine hohe Akzeptanz für die Lignum und ihre Leistungen und Produkte. Insbesondere die Kompetenz, Verlässlichkeit und Kontinuität der Lignum-Leistungen im Wissenstransfer stellen aus Kundensicht grosse Werte dar. Mit ihren Produkten verfügt die Lignum über ein USP-Portfolio. Diese besondere Stellung wird marktseitig klar erkannt und eindeutig geschätzt. Von besonderem Wert ist die landesweite Abdeckung im Wissenstransfer dank der langjährig bewährten Zusammenarbeit mit Cedotec in der Westschweiz und Federlegno im Tessin, aber auch dank dem in allen Sprachregionen sehr gut funktionierenden Verbund mit dem feinmaschigen Netzwerk der Regionalen Organisationen.

7 Ideen für Folgeprojekte

Aus Sicht der Lignum ist eine Fortführung der Unterstützung für den Lignum-Wissenstransfer im Sinne der für die Phase 2021–2026 definierten Ziele des Aktionsplans Holz. Aufgrund ihrer zentralen Stellung als Dachorganisation steht die Lignum im Brennpunkt verschiedener Wachstumsfelder für die vermehrte Anwendung von (Schweizer) Holz. Dazu zählen die Potentiale aus den Weichenstellungen der Klima- und Energiepolitik (energieeffizientes Bauen, Bauen im Bestand) ebenso wie jene, die sich angesichts der Revision des Beschaffungsrechts ergeben (öffentlicher Bau auf allen Ebenen des Gemeinwesens). Der Wandel zu einer Lebenszyklusbetrachtung bei Gebäuden erfordert intensive Kommunikation zu den Vorteilen der Holzbauweise. Vor allem aber gilt es die vollständige Erschliessung des erst ansatzweise von Holz besetzten Segments des grossvolumigen Holzbaus voranzutreiben. Das erfordert einen intensivierten und weiter verfeinerten technischen Know-how-Transfer und neu auch ökonomische Darlegungen bei den Investoren.

Ein ganz besonderes Augenmerk verdient die konsequente Digitalisierung der technischen Lignum-Publikationen. Die Nachfrage nach elektronischen Formen dieser Werke nimmt klar zu. Um in diesem Bereich zukunftsfähig zu werden, gilt es neue Wege einzuschlagen.