

# **ARGE**

## **„Laubholzabsatz 2.0“**

p.A. Ruedersäge AG  
Pascal M. Schneider  
5044 Schlossrued

Schlussbericht zum Projekt

## **Laubholzabsatz über das Internet**

mit den Konzepten

### **B2B-Internetbörse lignapool.ch**

### **B2C-Internetshop**

Dieses Projekt wurde realisiert mit der Unterstützung des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) im Rahmen des Aktionsplanes Holz.

---

## Ausgangslage und Zielsetzung

Massivholzprodukte sind voll im Trend! Trotzdem wird in der Schweiz immer weniger Laubholz eingeschnitten und die Weiterverarbeitung zu Halbfabrikaten findet nur im Kleinen statt.

Massivholzplatten und andere Leimholzprodukte, Böden, Zuschnitte und andere vorkonvektionierte Ware, Thermoholz und Schnittholzprodukte in speziellen Holzarten, speziellen Auslesen und/oder Dimensionen: grundsätzlich gibt es diese Produkte alle von Schweizer Herstellern und aus Schweizerholz. Trotzdem greifen Schreiner und andere Weiterverarbeiter aber gerne auf den Handel und auf Importprodukte zurück, weil sie dort alles aus einer Hand bekommen. Auch ist die Holzherkunft beim Konsumenten (noch) zu selten ein Thema.

So ist die Idee entstanden, eine Plattform für diese Laubholzprodukte zu schaffen, wo der Schreiner nach Produkten suchen kann und ihm dann mögliche Lieferanten angezeigt werden.

Die Holzindustrie stellt aber auch Fertigprodukte her, die sich über einen Onlineshop vertreiben liessen, etwa Einzelmöbel, Spielwaren oder Dekorutensilien. Vertreibt die jeder Hersteller über seine eigene Homepage, ist der Erfolg bescheiden. Werden die Produkte alle gebündelt, ergibt sich ein beachtlicher Shop mit einem breiten Produktsortiment und entsprechenden Werbemöglichkeiten.

Unter dieser Ausgangslage ist beim Aktionsplan Holz des BAFU ein Projekt zur Erstellung einer Vorstudie über zwei Plattformen eingereicht worden:

- **B2B-Börse** (business to business)
- **B2C-Shop** (business to customer)

In dieser Vorstudie soll der Bedarf, die technischen Möglichkeiten sowie Kosten und Finanzierung solcher Plattformen geklärt werden. Das Produkt ist eine Machbarkeitsstudie, deren Ergebnisse im hier vorliegenden Bericht zusammengefasst sind. Die Realisierung und der laufende Betrieb sind nicht im Projekt enthalten.

Für den eiligen Leser sind auf Seite 4 die wichtigsten Erkenntnisse und Ergebnisse der Studie zusammengefasst.

Das Projektteam bedankt sich beim Aktionsplan Holz für die gute Zusammenarbeit und die finanzielle Unterstützung zur Realisierung dieser Studie. Wir sind überzeugt, mit einer Realisierung der Plattformen einen Beitrag zur vermehrten stofflichen Nutzung von Laubholz leisten zu können und freuen uns darauf, deren Realisierung im kommenden Jahr in Angriff zu nehmen.

November 2013, das Projektteam

*Stefan Flückiger, Geschäftsführer Berner Waldbesitzer BWB, 3273 Kappelen*

*Urs Luginbühl, Holzbauingenieur, 2501 Biel*

*Pascal M. Schneider, Ruedersäge AG und HIS-Vorstand, 5044 Schlossrued*

*Thomas Lüthi, Dienstleistungen für die Holzbranche, 6085 Hasliberg Hohfluh*

## Inhalt

<b>1</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG FÜR DEN EILIGEN LESER.....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>STRUKTUR UND ORGANISATION.....</b>	<b>5</b>
2.1	GRUNDSÄTZLICHES.....	5
2.2	TRÄGERVEREIN „INITIATIVE LAUBHOLZ SCHWEIZ“ .....	5
<b>3</b>	<b>B2B-BÖRSE LIGNAPOOL.CH.....</b>	<b>7</b>
3.1	ZIELSETZUNG .....	7
3.2	KONZEPT .....	8
3.2.1	Produkte, Dienstleistungen und Optionen .....	9
3.2.2	Konzept aus Sicht des Abnehmers .....	10
3.2.3	Konzept aus Sicht des Anbieters .....	11
3.3	UMFRAGE: RÜCKMELDUNGEN AUS DER BRANCHE.....	11
3.4	WIRTSCHAFTLICHKEITSBETRACHTUNG .....	12
3.4.1	Plattform-Entwicklung .....	12
3.4.2	Kostenschätzung .....	12
3.4.3	Wirtschaftlichkeit.....	13
3.5	FINANZIERUNG.....	14
3.5.1	Erhoffte finanzielle Unterstützung .....	14
3.5.2	Eigenleistung .....	14
3.5.3	Gesamtbudget.....	14
<b>4</b>	<b>B2C-SHOP .....</b>	<b>15</b>
4.1	AUSGANGSLAGE UND ZIELSETZUNG .....	15
4.2	KONZEPT .....	16
4.2.1	Grundsatzfrage.....	16
4.2.2	Plattformpartner.....	16
4.2.3	Integration des Holz-Shops in eine bestehende Plattform .....	17
4.3	PRODUKTE.....	18
<b>5</b>	<b>UND ZUM SCHLUSS.....</b>	<b>19</b>

### Haftungsausschluss

Der vorliegende Bericht und die dazugehörigen Berechnungen wurden sorgfältig, nach bestem Wissen und Gewissen, basierend auf den zur Verfügung gestellten Unterlagen, Daten und Informationen erstellt. Bei allfälligen Fehlern, beispielsweise Berechnungs-, Darstellungs- und Interpretationsfehler, können die Verfasser keine Haftung übernehmen. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass das Risiko, der anhand dieser Unterlagen getroffenen Massnahmen und Investitionen einzig beim Empfänger liegt.

## Verein „Initiative Laubholz Schweiz“

## 1 Zusammenfassung für den eiligen Leser

Grundsätzlich werden Shop und Börse unabhängig voneinander und über verschiedene Namen, resp. Domains betrieben. Für die Börse wird unter [www.lignapool.ch](http://www.lignapool.ch) eine entsprechende Plattform aufgebaut, für den Shop wird die Zusammenarbeit mit dem Internet-Händler [ricardo.ch](http://ricardo.ch) angestrebt.

**Als Trägerverein** ist der Verein „Initiative Laubholz Schweiz“ ins Leben gerufen worden. Aufbau und Betrieb der beiden Plattformen ist der Hauptzweck dieses Vereines, Mitglieder werden die künftigen Anbieter der B2B-Börse sein.

**Das Ziel der Börse [lignapool.ch](http://lignapool.ch)** ist, Anbieter (Sägereien, Hobelwerke, etc.) und Abnehmer (Schreinereien, Fensterbauer, Zimmerer, Gartenbauer, etc.) zusammenzubringen und so neue Absatzkanäle zu erschliessen und Geschäftspartnerschaften vorzubereiten. Diese Plattform soll die Leistungsfähigkeit der heimischen Holzbranche aufzeigen und dem Import von Schnittholz und Halbfabrikaten entgegenwirken. Sie wird für Laub- und Nadelholz betrieben und soll qualitativ hochwertig sein.

Für den Anbieter wird es die Möglichkeit geben, neben seinen Standardprodukten auch befristet Sonderangebote (Restposten, Lagerware, Aktionen, spezielle Produkte) einzustellen. Der registrierte Abnehmer kann zudem Suchaufträge erstellen - wenn er das gewünschte Produkt nicht findet - das per Mail an die Anbieter geht.

Zwar kann die Plattform im laufenden Betrieb kostendeckend betrieben werden, für die Start- und Realisierungsphase (die ersten drei Jahre) wird aber finanzielle Unterstützung in der Höhe von 130.000 Franken erforderlich sein. Parallel dazu leisten Branchenverbände und das Projektteam Eigenleistungen in der Höhe von 120.000 Franken.

Die Wald- und Holzwirtschaft stellt aber nicht nur Halbfabrikate für die Weiterverarbeitung her, sondern auch zahlreiche Produkte für den Endkonsumenten oder den Heimwerker, die über einen **Online-Shop vertrieben** werden können. Anstelle eines eigenen Shops, für den viel in dessen Promotion investiert werden müsste, ist entschieden worden, mit einer bestehenden Plattform zusammenzuarbeiten und von dessen Millionen von Besuchern profitieren zu können. Favorit ist [ricardo.ch](http://ricardo.ch), entsprechende Kontaktaufnahmen zur Geschäftsführung sind am Laufen.

Das Projektteam ist überzeugt, mit den beiden Konzepten auf dem richtigen Weg zu sein.

Darum wird mit der Realisierung nicht gezögert, sondern man ist aktuell dran, die Finanzierung der Börse zu regeln und einen Plattformpartner für den Shop zu finden. Wenn alles nach Plan läuft, sollen die beiden Plattformen im Laufe des Jahres 2014 realisiert und online geschaltet werden können - und damit gemeinsam mit allen involvierten Partnern ein Beitrag zum vermehrten Absatz von Schweizer-(Laub)holz geleistet werden!

## 2 Struktur und Organisation

### 2.1 Grundsätzliches

Die beiden Plattformen werden unabhängig voneinander betrieben, insbesondere über unterschiedliche Domains. Einerseits deshalb, weil verschiedene Kundengruppen angesprochen werden, andererseits aber auch, weil die Kunden der Börse (z.B. Schreiner) den Shop unter Umständen als Konkurrenz sehen und diese dann meiden könnten.

Für die Börse wurde der Name lignapool.ch gewählt, die Domain ist bereits registriert worden:



Screenshot lignapool.ch

Für den Shop wird die Zusammenarbeit mit einer bestehenden Shop- oder Auktionsplattform gesucht, um schnell eine grosse Besucherzahl zu erreichen. Favorit ist ricardo.ch, entsprechende Anfragen sind am Laufen.

### 2.2 Trägerverein „Initiative Laubholz Schweiz“

Als Trägerverein ist der Verein "Initiative Laubholz Schweiz" ins Leben gerufen worden. Dessen Haupttätigkeiten werden sein:

- Aufbau und Betrieb der beiden Plattformen.
- Geschäftsführung und Finanzielles.
- Strategie und Weiterentwicklung der Plattformen.
- Kontrolle des laufenden Betriebes und ggf. Intervention bei den Betreibern (Domain, Hosting, Software, Datenbank, etc.).
- Akquisition von neuen Anbietern.

## Verein „Initiative Laubholz Schweiz“

- Bewerbung der Plattformen (Print- und Online-Werbung, Social-Media-Aktivitäten, Newsletter, Verband-Info, etc.).
- Laufende Qualitätskontrolle (Testkäufe und -anfragen).
- Unterstützung bei der Produktpräsentation (Fotos, Beschreibung, Preisgestaltung).
- Unterstützung bei Logistik und Montage (mit „Abholen“ als Lieferoption wird man keine Kunden gewinnen; evtl. Zusammenarbeit mit einem Logistiker prüfen).

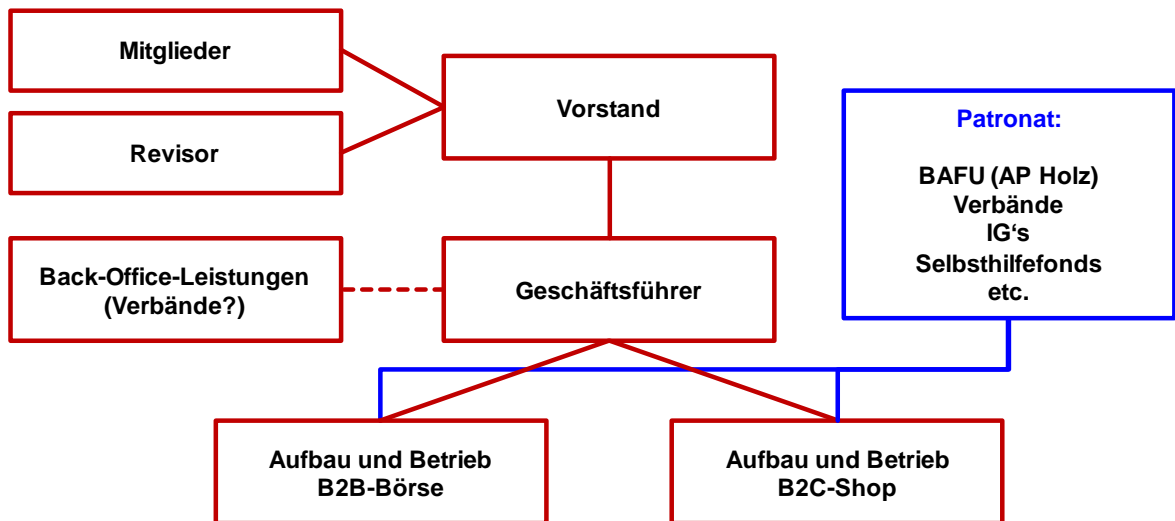
Gründungsmitglieder und Vorstand sind:

Pascal Schneider: Präsident  
 Stefan Flückiger: Kassier  
 Thomas Lüthi: Sekretär und Geschäftsführer  
 Urs Luginbühl: Beisitzer/Revisor

Künftige Mitglieder werden die Anbieter der B2B-Börse sein, die über den Mitgliedsbeitrag Zugang zur Plattform bekommen (an Stelle einer jährlichen Teilnahmegebühr).

Erhofft wird Unterstützung durch Verbände und andere Organisationen, einerseits in Form von Office-Leistungen (Mailings, Mitgliederinformation, Übersetzung und andere administrative Arbeiten), andererseits als Patronats-Geber. Der Verband Berner Waldbesitzer übernimmt die Buchführung in den ersten Jahren, andere Verbände werden noch angefragt.

Die Vereinsstruktur:



Vereinsstruktur „Initiative Laubholz Schweiz“

### 3 B2B-Börse lignapool.ch

#### 3.1 Zielsetzung

Ziel dieser Börse ist, Anbieter wie

- Sägereien
- Hobelwerke
- Leimholzwerke
- Plattenhersteller
- und andere Weiterverarbeiter

auf der einen und Abnehmer wie

- Schreiner
- Möbelhersteller
- Fensterbauer
- Zimmereien
- Gartenbauer
- Bodenleger
- Hobelwerke
- Leimholzwerke, etc.

auf der anderen Seite zusammenzubringen und so neue Absatzkanäle zu erschliessen und Geschäftspartnerschaften vorzubereiten. Diese Plattform soll die Leistungsfähigkeit der heimischen Holzbranche aufzeigen und dem Import von Schnittholz und Halbfabrikaten entgegenwirken.

Um für die Abnehmer attraktiv zu sein, muss ein möglichst komplettes Produktsortiment abgebildet werden können. Daher wird es nicht reichen, die Plattform nur für Laubholz zu betreiben, sondern genau so für Nadelholz.

Ein wichtiger Punkt ist, dass die Plattform eine hohe Qualität aufweisen wird und die darauf geposteten Produkte auch wirklich verfügbar sind oder in der angegebenen Frist bereitgestellt werden können. „Wildes Posting“ - also dass ein Unternehmen möglichst viele Produkte einstellt um attraktiver zu erscheinen - muss eingedämmt werden. Das wird über Gebühren und laufende Qualitätskontrollen (Testanfragen) sichergestellt werden.

Zur Qualitätssicherung wird auch ein Beurteilungssystem der Lieferanten dienen, wo - wie bei Shops und Handelsportalen üblich - die Kunden ihre Lieferanten bewerten können.

Ganz wichtig: die Börse dient lediglich zur Vermittlung und wird ein Tool zur Geschäftsanbahnung sein. Bestellungen, Lieferungen, Konditionen, Reklamationen, alles rechtliche und die Bezahlung werden immer direkt zwischen Lieferant und Abnehmer laufen.

## 3.2 Konzept

Zur Suche nach möglichen Produkten und deren Lieferanten wird es drei Möglichkeiten geben:

- A Standardprodukte des Anbieters:** Der Anbieter kann seine Standardprodukte einstellen; neben den Produktdaten, möglichen -optionen und Dienstleistungen (siehe Kapitel „Produktbaum“ auf Seite 9) gibt er auch mögliche Lieferfristen ein. Diese Produkte werden in den Suchergebnissen aufgelistet.
- B Sonderangebote oder -Produkte:** für einen befristeten Zeitraum von maximal vier Wochen können Sonderangebote eingestellt werden. Das können zum Beispiel spezielle Produkte, (spezielle Holzarten, spezielle Qualitäten, etc.), Lagerware oder Restposten zu Sonderkonditionen sein. Angezeigt werden diese Produkte in Trefferlisten bei der Suche, chronologisch auf der Plattform so wie im Abnehmer-Newsletter.
- C Abnehmer-Suchauftrag:** Findet der Abnehmer über die Suchfunktion das gewünschte Produkt nicht, kann er als registrierter Nutzer einen Suchauftrag starten. Darin definiert es das Produkt und alle für diesen Service registrierten Anbieter bekommen eine Anfrage per Mail, auf die sie individuell reagieren können.

Daraus ergeben sich für die Plattform drei Newsletter-Gruppen:

- 1. Anbieter-Newsletter:** Die registrierten Anbieter bekommen vierteljährlich einen Newsletter, der einerseits über allenfalls neue Funktionen oder andere plattformrelevante Themen informiert, andererseits sie auch darauf hinweist, ihre geposteten Informationen aktuell zu halten (Qualitätssicherung).
- 2. Newsletter Suchauftrag:** Erstellt ein Abnehmer einen Suchauftrag (Möglichkeit C), bekommen die Anbieter ein automatisch generiertes Mail. Hierfür müssen sie sich jedoch separat eintragen, resp. die Funktion im Benutzerkonto aktivieren.
- 3. Abnehmer-Newsletter:** Registrierte Abnehmer können den Newsletterdienst abonnieren. Sie erhalten dann periodisch einen Info-Newsletter und Infomails mit Sonderangeboten der Anbieter (Möglichkeit B).

Mit diesem Konzept müssten die Bedürfnisse der Anbieter und der Abnehmer gedeckt werden können, wobei sich die Plattform im Laufe der Zeit auch weiterentwickeln soll.

Für Abnehmer wird die Plattform gratis zu nutzen sein, auch eine Registrierung ist nicht zwingend erforderlich, sie bringt aber einige Vorteile (siehe nächste Seite). Anbieter werden ab dem dritten Jahr voraussichtlich 200 Franken jährlich bezahlen, in den ersten beiden Jahren (2014 und 2015) wird die Einstiegshürde geringer sein.

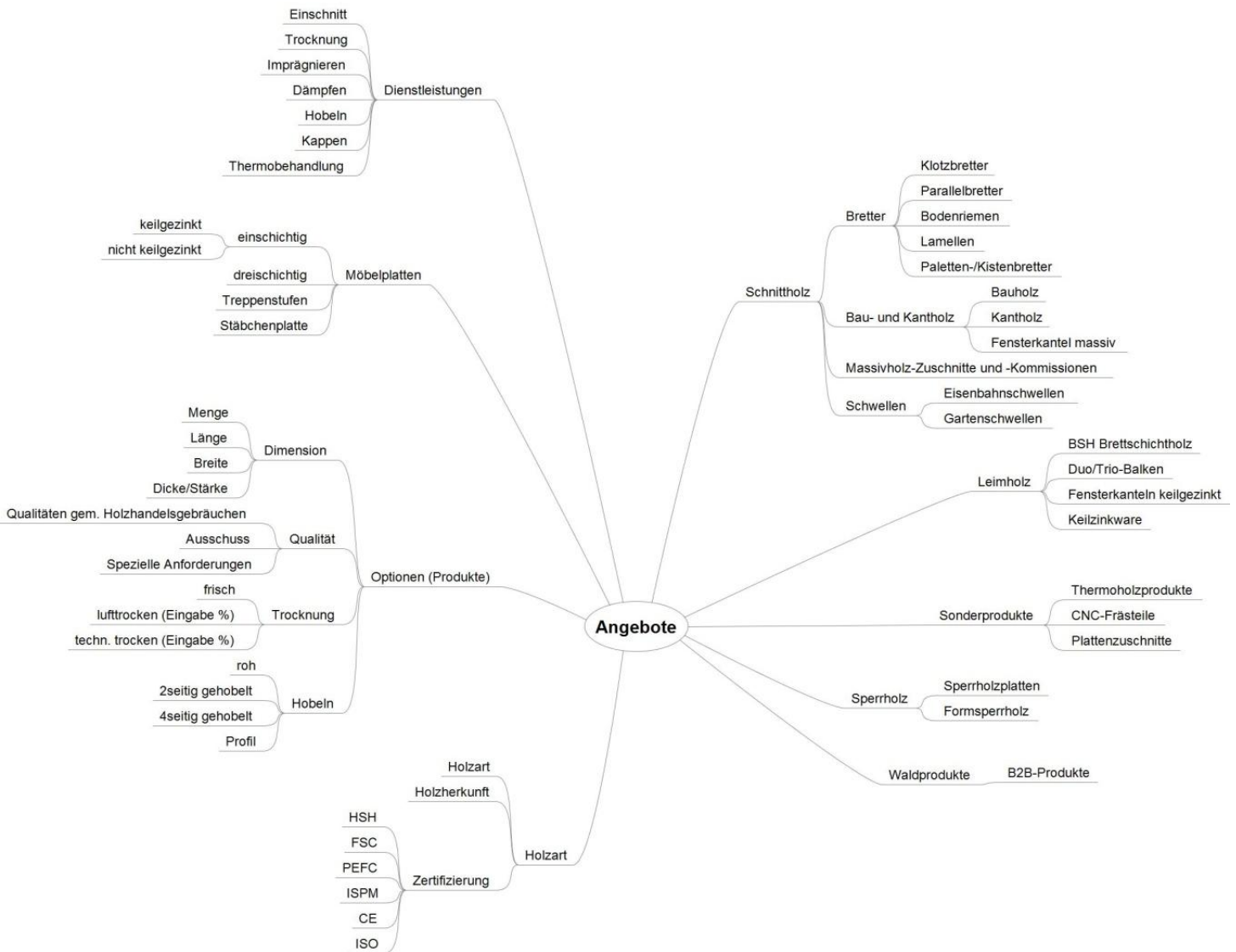
Starten wird die Plattform mit Laubholz, danach wird Nadelholz dazukommen und in einem dritten Ausbauschnitt wird die Plattform zweisprachig (deutsch/französisch) geführt werden.

Zum besseren Verständnis sind die Konzepte ab Seite 10 noch aus Sicht der Nutzer beschrieben:



**3.2.1 Produkte, Dienstleistungen und Optionen**

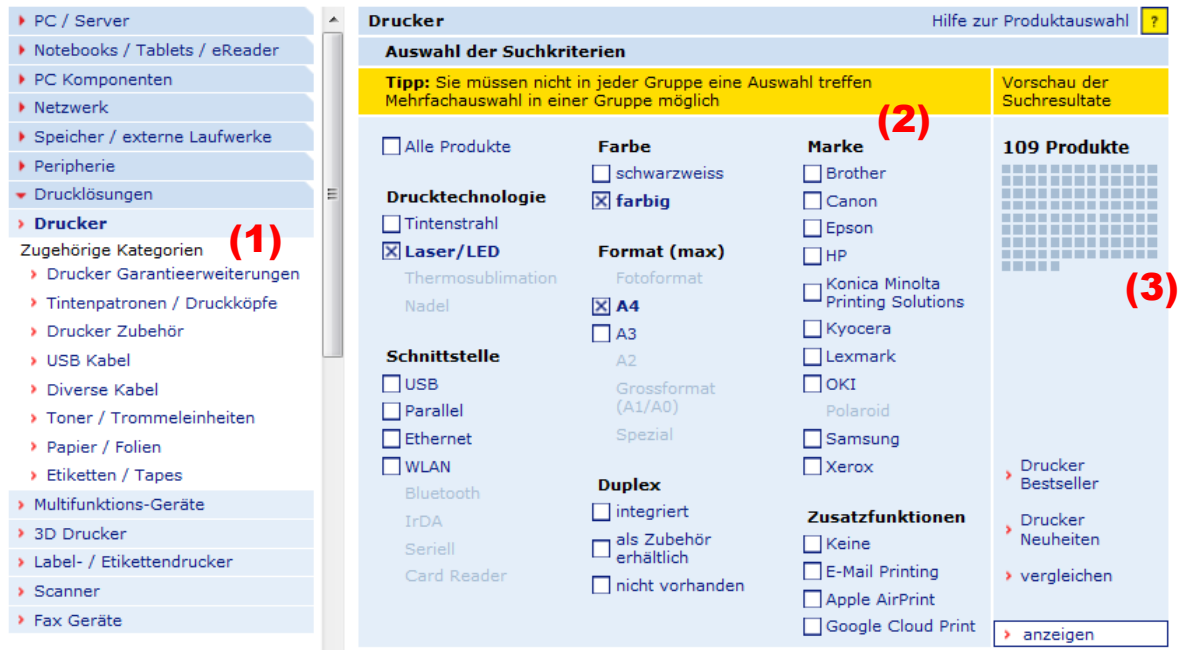
Um die Such- und Findfunktion optimal zu gestalten, Missverständnisse (Schreibfehler, unterschiedliche Bezeichnungen, etc.) auszuschliessen und die Plattform in einer späteren Ausbaustufe mehrsprachig betreiben zu können, ist eine vordefinierte Produktgruppen-Struktur (Produktbaum) erforderlich. Diese muss im Laufe der Zeit angepasst werden können und könnte zum Start ungefähr wie folgt aussehen (Entwurf!):



Entwurf eines möglichen „Produktbaumes“

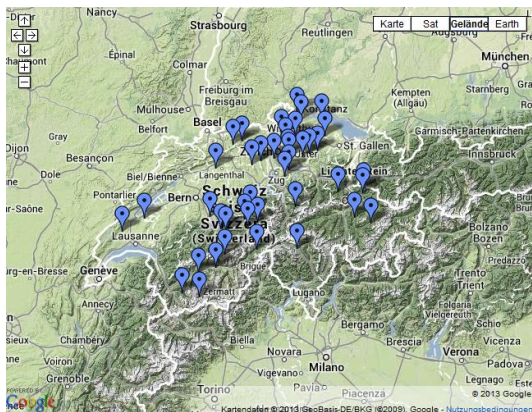
**3.2.2 Konzept aus Sicht des Abnehmers**

Der Abnehmer kann auf der Plattform (über ein Menü geführt) nach den gewünschten Produkten und Dienstleistungen suchen. Er wählt die gewünschte Produktgruppe (1), dann kann er die jeweiligen Kriterien und Optionen (2) anklicken und es werden ihm mögliche Lieferanten (3) angezeigt. Wie beim Vorbild (Online-Shop digitec.ch) werden nach Auswahl einer Option nur noch mögliche Optionen angezeigt, nicht mögliche Optionen werden ausgeblendet, wie im Screenshot unten dargestellt:



Suchfunktion am Beispiel von Digitec in der Produktgruppe Drucker: links die Produktgruppen (1), in der Mitte die dazu passenden Optionen (2) - nicht passende Optionen sind ausgeblendet - und rechts die Trefferanzeige (3), bei lignapool.ch wären es statt Produkten mögliche Lieferanten (Screenshot www.digitec.ch).

Liefert die Suche einen oder mehrere Treffer (Lieferanten, die das gesuchte Produkt in der gewünschten Zeit liefern können) hat der Suchende zwei Möglichkeiten: er kann sich die möglichen Lieferanten auf einer Liste und/oder Karte inkl. Kontaktdaten anzeigen lassen oder aber automatisch Offertanfragen bei den Anbietern erstellen lassen. Letzteres wird nur für registrierte User möglich sein, um Missbrauch (Fake-Offerten) zu verhindern.



Name	PLZ	Ort	Telefon
Albisz AG	4310	Rheinfelden	061 831 54 20
Flückiger Holz AG, Hobelwerk + Holzhandel	5040	Schoffland	062 721 40 55
Gebr. Knecht AG, Sägerei und Holzhandlung	5322	Koblentz AG	056 246 16 21
Husser Holzleimbau AG	5620	Bremgarten AG	056 648 30 60
Herzog Markus, Sägerei	5075	Hornussen	076 500 97 51
Hess & Co. AG	5312	Dottingen	056 268 75 75
Holzbau Baumgärtner, Zimmerer, Sägerei	5306	Tegerfelden	056 245 12 42
Hugo Sidler Sägerei GmbH	4316	Helikon	061 871 04 28
Kalt AG, Sägerei	5325	Leibstadt	056 247 11 91
Koller Sägerei AG	5056	Attelwil	062 726 23 13
Leitz GmbH	5600	Lenzburg	062 886 39 39
Martin Fray AG	5507	Mellingen	056 491 14 45
Ruegger Holz AG, Zäune, Spielgeräte, Sichtschutzwände	4813	Uerkheim	062 739 30 00
Rudolf Hächler, Sägerei + Holzhandlung	5727	Oberkulm	062 776 43 30
Ruedersäge AG	5044	Schlossrued	062 738 38 00
Sägewerk/Palettenservice			
Sägerei Wildegg Schmid AG	5103	Wildegg AG	062 893 12 26
Schafroth AG, Sägewerk und Holzhandel	4313	Möhlin	061 855 92 00
Schwere Hans, Sägewerk + Holzhandel AG	5316	Leuggern	056 245 74 74
Sidler Holz AG, Sägerei und Holzhandel	8917	Oberlunkhofen	056 634 11 62
Sidler Josef, Sägerei und Zimmerer	5645	Ferikrieden	041 787 11 65
Stahl-Gottfried, Sägerei & Holzhandlung	5612	Vilmmergen AG	056 622 24 35
Stielwarenfabrik Kurt Hunziker	5705	Hallwil	062 777 07 37

Mögliche Trefferanzeige als Karte oder als Liste mit Kontaktdaten (Screenshots www.historische-saegen.ch und www.holz-bois.ch).

**Verein „Initiative Laubholz Schweiz“**

Für Abnehmer wird die Plattform gratis und ohne Registrierung zu nutzen sein, letzteres bringt aber folgende Vorteile:

- Automatische Offertanfragen.
- Erstellen von Suchaufträgen (Möglichkeit C gem. Seite 8).
- Infomail über Sonderangebote (Möglichkeit B).
- Anmelden zum periodischen Plattformnewsletter.
- Lieferantenbewertung.

### 3.2.3 Konzept aus Sicht des Anbieters

Eine Registrierung ist für Anbieter zwingend nötig, und für die Nutzung fallen Gebühren (Mitgliedsbeitrag) an. Der vierteljährliche Newsletter 1 ist für die Anbieter aus Gründen der Qualitätssicherung Pflicht, für den Newsletter 2 kann er sich optional registrieren. Ansonsten soll die Plattform auch für Anbieter einfach zu nutzen und zu bedienen sein und der Aufwand muss so gering wie möglich sein.

Nach der Registrierung und Eingabe der Firmen- und Kontaktdaten kann er seine Standardprodukte eintragen und Sonderangebote posten (Möglichkeiten A und B), wobei er auch hier durch den Produktbaum geführt wird.

Danach muss er nur noch auf Offertanfragen warten, regelmässig seine Produkte kontrollieren und allenfalls neue Sonderangebote einstellen. Maximaler Aufwand: 10 Minute je Quartal.

### 3.3 Umfrage: Rückmeldungen aus der Branche

Bei fünf potentiellen Plattform-Usern (Anbieter) ist eine telefonische Expertenumfrage durchgeführt worden. Vorgängig ist den Unternehmern eine Kurzbeschreibung der Konzept-Idee zugestellt worden, daraufhin sind sie telefonisch interviewt worden.

Die durchwegs positiven Rückmeldungen und die guten Gespräche mit den Interviewten zeigen, dass die Projektidee gut ist und auf breite Akzeptanz stösst. Das motiviert zum Weitermachen! Die wichtigsten Rückmeldungen in Kürze:

- Fordaq.com bringt der Schweiz nichts, die neue Plattform muss besser sein.
- Der vordefinierte Produktbaum ist wichtig.
- Spezialangebote (Restposten, Spezialitäten) müssen befristet sein.
- Berücksichtigt werden muss auch die Region, eine lange Fracht rechnet sich selten.
- Die Plattform muss beworben werden!
- Sie darf ausschliesslich für CH-Holz und CH-Produzenten sein (einer meldete hier aber rechtliche Bedenken an!).
- Die Plattform muss auch für weniger versierte Internetuser mit einem vernünftigen Aufwand zu betreiben sein.
- 200-300 Franken Kostenbeitrag sind in Ordnung - wenn die Plattform funktioniert!
- Zur Qualitätssicherung wäre evtl. auch eine Lieferantenbewertung hilfreich.
- Wichtiges Kundensegment: Heime, geschützte Werkstätten und Holzwarenbetriebe.

## Verein „Initiative Laubholz Schweiz“

### 3.4 Wirtschaftlichkeitsbetrachtung

#### 3.4.1 Plattform-Entwicklung

Die Plattform wird mit Laubholz starten, jedoch muss Nadelholz bald nachziehen, um ein komplettes Sortiment abbilden zu können. Die dritte Ausbaustufe wird die französische Sprache sein.

Dank einem kostengünstigen Beitragsmodell in der Startphase (z.B. 100 Fr. ab Start bis Ende 2015), wird von Beginn weg mit einer beachtlichen Teilnehmerzahl gerechnet. Auch später sollen sich die Beiträge mit 200 bis 250 Fr. pro Jahr in einem günstigen Rahmen bewegen.

Unter diesen Voraussetzungen kann mit einer hohen Teilnehmerzahl gerechnet werden, budgetiert wird mit 150 Anbietern bis 2020, also im sechsten kompletten Betriebsjahr. Das entspricht etwa 40% der potentiellen Teilnehmer und soll jährliche Einnahmen von bis zu 30.000 Franken bringen:

<b>Position</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Entwicklungs/Ausbau-Stufe	Laubholz	Nadelholz	Französisch				
Anzahl Mitglieder	40 stk	80 stk	100 stk	120 stk	130 stk	140 stk	150 stk
Jahresbeitrag	50 Fr	50 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr
<b>Einnahmen</b>	<b>2'000 Fr</b>	<b>4'000 Fr</b>	<b>20'000 Fr</b>	<b>24'000 Fr</b>	<b>26'000 Fr</b>	<b>28'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>

*Budgetierte Entwicklung (Mitglieder und Einnahmen) von lignapool.ch*

#### 3.4.2 Kostenschätzung

Die Realisierung der Plattform wird rund 150.000 Franken kosten, verteilt auf die nächsten drei Jahre:

<b>Position</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Summe</b>
Grafik/Layout	10'000 Fr			10'000 Fr
Plattform einrichten/ausbauen/warten	40'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	60'000 Fr
Marketing/Werbung/Positionierung	10'000 Fr	5'000 Fr	5'000 Fr	20'000 Fr
Mitglieder/Teilnehmer-Akquisition	10'000 Fr	10'000 Fr		20'000 Fr
Projektleitung/Vereinsführung/Administr.	20'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	40'000 Fr
<b>Gesamt-Kosten</b>	<b>90'000 Fr</b>	<b>35'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>150'000 Fr</b>

*Kostenschätzung zur Realisierung von lignapool.ch*

Gerade die Positionen Mitgliederakquisition und Werbung dürfen nicht unterschätzt werden, dies wird auch eine Schwerpunkttätigkeit der Projektleitung, resp. Vereinsführung darstellen.

### 3.4.3 Wirtschaftlichkeit

Im laufenden Betrieb kann die Plattform ab dem vierten, fünften Jahr kostendeckend betrieben werden, hingegen können die hohen Investitions- und Startkosten (hier ohne Aktivierung dargestellt) nicht wieder erwirtschaftet werden, wie folgende einfache Wirtschaftlichkeitsbetrachtung zeigt:

Position	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anzahl Mitglieder	40 stk	80 stk	100 stk	120 stk	130 stk	140 stk	150 stk
Jahresbeitrag	50 Fr	50 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr
<b>Einnahmen</b>	<b>2'000 Fr</b>	<b>4'000 Fr</b>	<b>20'000 Fr</b>	<b>24'000 Fr</b>	<b>26'000 Fr</b>	<b>28'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>
Unterstützung							
<b>Gesamt-Einnahmen</b>	<b>2'000 Fr</b>	<b>4'000 Fr</b>	<b>20'000 Fr</b>	<b>24'000 Fr</b>	<b>26'000 Fr</b>	<b>28'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>
Investitionskosten	90'000 Fr	35'000 Fr	25'000 Fr				
Kosten Plattform (Wartung, etc.)				10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr
Werbung				5'000 Fr	5'000 Fr	5'000 Fr	5'000 Fr
Projektleitung/Vereinsführung/Administr.				10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr
<b>laufende Kosten</b>	<b>90'000 Fr</b>	<b>35'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-88'000 Fr</b>	<b>-31'000 Fr</b>	<b>-5'000 Fr</b>	<b>-1'000 Fr</b>	<b>1'000 Fr</b>	<b>3'000 Fr</b>	<b>5'000 Fr</b>
Zinsen Vorjahresverlust (5%)		4'400 Fr	6'200 Fr	6'700 Fr	7'100 Fr	7'400 Fr	7'600 Fr
<b>Ergebnis kumuliert</b>	<b>-88'000 Fr</b>	<b>-123'400 Fr</b>	<b>-134'600 Fr</b>	<b>-142'300 Fr</b>	<b>-148'400 Fr</b>	<b>-152'800 Fr</b>	<b>-155'400 Fr</b>

*Wirtschaftlichkeitsbetrachtung B2B-Börse „lignapool.ch“ ohne finanzielle Unterstützung.*

Ohne finanzielle Unterstützung wird die Plattform also nicht realisierbar sein. Nachfolgende Betrachtung geht davon aus, dass zur Deckung der Start- und Realisierungskosten finanzielle Unterstützung von insgesamt 130.000 Franken gewährt wird:

Position	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anzahl Mitglieder	40 stk	80 stk	100 stk	120 stk	130 stk	140 stk	150 stk
Jahresbeitrag	50 Fr	50 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr	200 Fr
<b>Einnahmen</b>	<b>2'000 Fr</b>	<b>4'000 Fr</b>	<b>20'000 Fr</b>	<b>24'000 Fr</b>	<b>26'000 Fr</b>	<b>28'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>
Unterstützung	80'000 Fr	40'000 Fr	10'000 Fr				
<b>Gesamt-Einnahmen</b>	<b>82'000 Fr</b>	<b>44'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>	<b>24'000 Fr</b>	<b>26'000 Fr</b>	<b>28'000 Fr</b>	<b>30'000 Fr</b>
Investitionskosten	90'000 Fr	35'000 Fr	25'000 Fr				
Kosten Plattform (Wartung, etc.)				10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr
Werbung				5'000 Fr	5'000 Fr	5'000 Fr	5'000 Fr
Projektleitung/Vereinsführung/Administr.				10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr	10'000 Fr
<b>laufende Kosten</b>	<b>90'000 Fr</b>	<b>35'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>	<b>25'000 Fr</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-8'000 Fr</b>	<b>9'000 Fr</b>	<b>5'000 Fr</b>	<b>-1'000 Fr</b>	<b>1'000 Fr</b>	<b>3'000 Fr</b>	<b>5'000 Fr</b>
Zinsen Vorjahresverlust (5%)		400 Fr	0 Fr	0 Fr	0 Fr	0 Fr	0 Fr
<b>Ergebnis kumuliert</b>	<b>-8'000 Fr</b>	<b>600 Fr</b>	<b>5'600 Fr</b>	<b>4'600 Fr</b>	<b>5'600 Fr</b>	<b>8'600 Fr</b>	<b>13'600 Fr</b>

*Wirtschaftlichkeitsbetrachtung B2B-Börse „lignapool.ch“ mit finanzieller Unterstützung.*

Dank einer solchen „Anschubfinanzierung“ könnte die Plattform realisiert und wie dargestellt langfristig kostendeckend betrieben werden.

## 3.5 Finanzierung

### 3.5.1 Erhoffte finanzielle Unterstützung

Finanzielle Unterstützung wird von folgenden Institutionen erhofft und beantragt:

- Aktionsplan Holz des BAFU
- Selbsthilfefonds der Schweizer Wald- und Holzwirtschaft
- Berner Holzförderungsfonds

Der Berner Holzförderungsfonds BHFF hat am 15. November 2013 eine Unterstützung von 10.000 Franken zugesagt; unter der Voraussetzung, dass die Gesamtfinanzierung sichergestellt werden kann und die Beteiligung in geeigneter Form publik gemacht wird.

Die Sicherstellung der Finanzierung wird die Haupttätigkeit des Projektteams zum Projektstart im 1. Quartal 2014 sein.

### 3.5.2 Eigenleistung

Neben den tatsächlichen Kosten von 150.000 Franken wird das Projektteam und Verbände in der Start- und Realisierungsphase (3 Jahre) Eigenleistungen im Wert von rund 120.000 Franken erbringen:

- 20.000 Fr. „Lenkungsgremium“: 4 Vorstandsmitglieder, 4-5 Sitzungen pro Jahr, 8 Stunden je Sitzung (inkl. Reise, Vorbereitung und andere Arbeiten) = 128-160 Stunden Eigenleistung à 140 Fr.<sup>1</sup>
- 10.000 Fr. Administration und Inkasso durch den Verband Berner Waldbesitzer.
- 10.000 Fr. Office-Leistungen durch Branchenverbände (Übersetzungen, Mailings, Werbung, etc.).
- 40.000 Fr. Eigenleistung pro Jahr** x 3 Jahre = 120.000 Fr. Eigenleistung in der Startphase

Der Verband Berner Waldbesitzer hat diese Unterstützung für die Startphase bereits zugesagt, andere Verbände wie HIS, etc. werden noch angefragt.

### 3.5.3 Gesamtbudget

Zusammengefasst beträgt das Gesamtbudget für die Start- und Realisierungsphase (2014 bis 2017) insgesamt 276.000 Franken, das sich wie folgt zusammensetzt:

- 26.000 Fr. Mitgliederbeiträge (10%)
- 130.000 Fr. Unterstützung div. Organisationen (47%)
- 156.000 Fr. Cash verfügbar (57%)**
- 120.000 Fr. Eigenleistung (43%)
- 276.000 Fr. Gesamt-Budget (100%)**

<sup>1</sup> In Anlehnung an den KBOB-Durchschnittsstundensatz von 160 Fr./Std.

## 4 B2C-Shop

### 4.1 Ausgangslage und Zielsetzung

Die Wald- und Holzwirtschaft stellt nicht nur Halbfabrikate für die Weiterverarbeitung her, sondern auch zahlreiche Produkte für den Endkonsumenten oder den Heimwerker, die über einen Online-Shop vertrieben werden können. Ein paar Beispiele:



*Massivholzbett aus Kernbuche, Spielzeug-Absperrlatten, Massivholzboden-System, Finnenkerzen, Dekorartikel, Holzbrunnen, Einzelmöbel: Produkte der Wald- und Holzwirtschaft für den Endkunden (Quellen: Internet).*

Müheles kommen da ein paar Dutzend Produkte zusammen, die in Summe einen attraktiven Shop ergeben und den Unternehmen neue Absatzkanäle erschliessen würden. Vertriebt jeder Hersteller seine paar wenigen Produkte über seine eigene Homepage, ist der Erfolg bescheiden. Werden diese Produkte alle gebündelt, ergibt sich ein beachtlicher Shop mit einem breiten Produktsortiment und entsprechenden Werbemöglichkeiten.

Ziel ist, für einen Onlineshop ein entsprechendes Konzept zu erstellen und offene Fragen zu klären, etwa wie der Bezahlvorgang (bei zahlreichen verschiedenen Lieferanten) zu funktionieren hat.

## Verein „Initiative Laubholz Schweiz“

## 4.2 Konzept

### 4.2.1 Grundsatzfrage

Die Kernfrage ist, ob man einen eigenen Shop will oder ob man sich an eine bestehende, hochfrequentierte Plattform andocken kann oder will. Die Vor- und Nachteile:

- **Eigener Shop:** Zwar wäre man unabhängig und allenfalls flexibler, bis der Shop jedoch aufgebaut ist, das Rechtliche und das Payment geregelt ist und vor allem, bis er entsprechend beworben ist und er eine gute Frequenz aufweist, vergeht einiges an Zeit. Man muss jedoch nicht alles selbst aufbauen, es gibt recht gute und professionelle Onlineshop-Lösungen, die man für monatliche Gebühren nutzen kann.
- **Bestehende Plattform:** Die grossen und bekannten Plattformen wie Ricardo, Amazon, Zalando und Ebay haben jährlich Millionen von Besuchern, so hätte man auf einen Schlag eine riesige Menge potentieller Käufer. Zudem ist das technische gelöst, wird laufend weiter entwickelt und scheint professionell und optisch ansprechend. Der Betreiber wird vermutlich eine beachtliche Eintrittsgebühr verlangen sowie laufend Umsatzprozente, dafür kann theoretisch sofort mit wenigen Produkten gestartet werden.

Die zweite Möglichkeit scheint zielführender und erfolgsversprechender, daher wird diese Variante weiter verfolgt. **Anstatt umfangreicher Konzepte und Vorbereitungsarbeiten lieber bald mit einem kleinen Testangebot starten und schnell wachsen**, ist der Grundgedanke.

### 4.2.2 Plattformpartner

Die Vision: es gibt die Sub-Plattform auto.ricardo.ch, warum nicht auch holz.ricardo.ch? Diese Sub-Plattform könnte einerseits separat beworben werden, andererseits würden die Produkte in das Gesamtsortiment von Ricardo integriert.

The screenshot shows the Ricardo.ch website interface. At the top, there are navigation tabs for different Ricardo sub-platforms: ricardo.ch, autoricardo.ch, shops.ch, ricardolino.ch, and holz.ricardo.ch. Below the navigation is the Ricardo logo and a search bar. The search results are displayed in a grid format, showing product images, titles, prices, and availability. The first result is 'Hape Hündchen Puppy' for CHF 29.90. The second result is 'Holzspielzeug-Set' for CHF 35.00. The third result is '1--Tolles Holzspielzeug incl. 4 Bären!' for CHF 14.90.

Vision: Plattform mit holz.ricardo.ch (Screenshot: ricardo.ch (bearbeitet)).

## Verein „Initiative Laubholz Schweiz“



Als Plattformpartner wird ricardo.ch favorisiert, aber auch amazon.de, ebay.ch und rrevo-te.ch stehen zur Diskussion. Ein paar Fakten zur ricardo.ch AG:

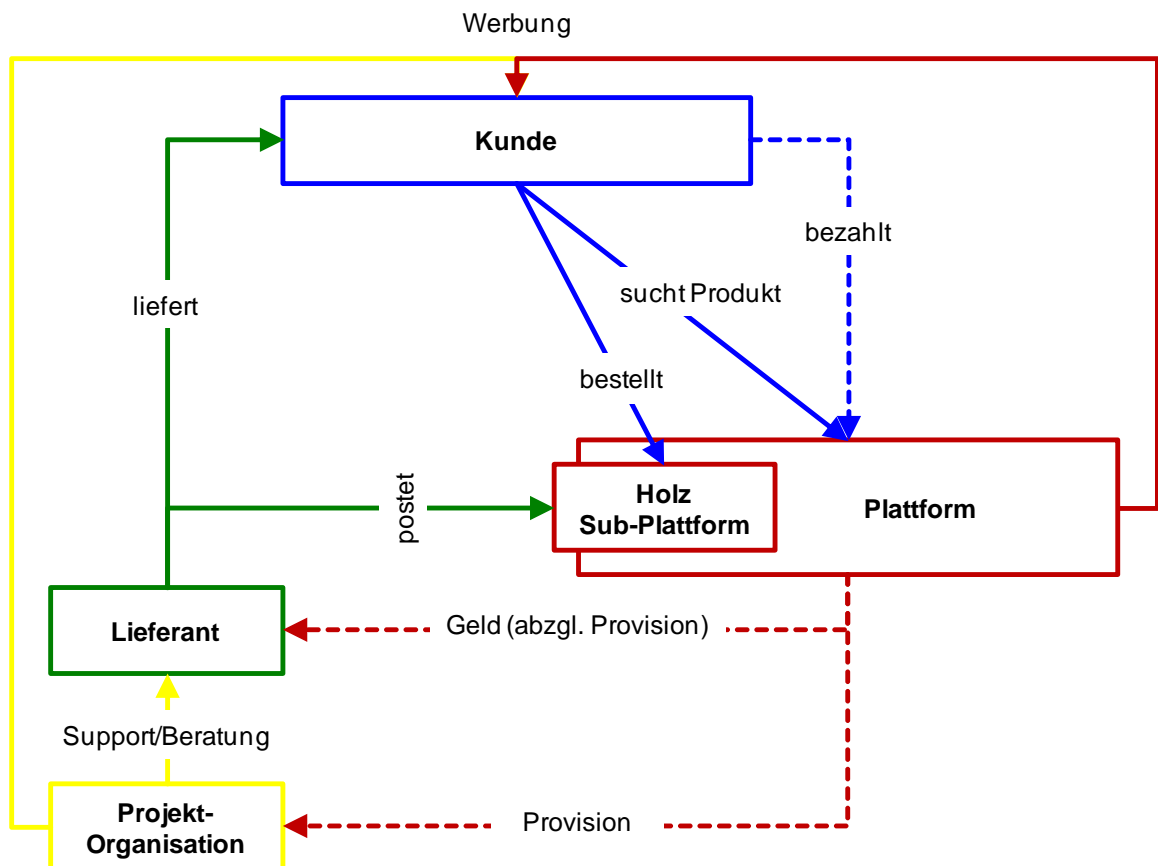
- 1999 Gründung als auktion24.ch in Baar (ZG)
- 2008 integriert in die Ricardo-Group, die dem südafrikanischen Medienkonzern Naspers gehört.
- 2 Mio. User in der Schweiz
- 20.000 täglich gehandelte Artikel
- 660 Mio. Franken Umsatz pro Jahr (3x mehr als ebay.ch)
- 700.000 Artikel auf ricardo.ch (Auktion und Verkauf)
- 2,5 Mio. Artikel auf der Tochterplattform shops.ch
- 140 Mitarbeiter in der Schweiz, Firmensitz in Zug

Ob nun ricardo.ch oder die Tochterplattform ricardoshops.ch der richtige Partner ist, müssen Gespräche mit dem Unternehmen zeigen.

**4.2.3 Integration des Holz-Shops in eine bestehende Plattform**

Kauft ein Kunde ein Produkt, so kommt ein Vertrag zwischen Anbieter und Verkäufer zu Stande, die Plattform ist nur der Vermittler, regelt den Zahlungsverkehr und das Rechtliche. Der Anbieter wird von dem auf Seite 4 beschriebenen Trägerverein unterstützt, etwa im Bereich der Produktpräsentation (Foto, Texte), der Logistik und Montage. Umsatzprozente gehen sowohl an den Plattformbetreiber, als auch an den Verein.

Konzept-Idee B2C-Shop in bestehende Plattform integriert:



*Konzept B2C-Shop in bestehende Plattform integriert*

### 4.3 Produkte

Hier nur mit Laubholzprodukten zu starten dürfte wenig Sinn machen, daher kommen Produkte aller Holzarten in den Shop. Ziel ist, dass die Produkte aus **Schweizerholz** hergestellt und in der **Schweiz produziert** worden sind. Produkte die nach HSH zertifiziert sind, können entsprechend gekennzeichnet werden, bei den anderen muss die Deklaration des Herstellers reichen.

Die Produkte des B2C-Shops würden sich in zwei Anbieter-Kategorien gliedern, wobei das für den Käufer keine Rolle spielen wird:

- **Produkte direkt vom Hersteller** der Wald- und Holzwirtschaft, wie auf Seite 15 beschrieben. Also unter anderem Brenn- und Chemineeholz, Möbel (Betten, Bänke, Stühle, Tische), Kindertisch-Gruppen, Holz-Spielwaren, Fussboden-Systeme, Einrichtungsgegenstände und Dekorprodukte, Brunnenröge, Finnenkerzen, DIY-Produkte (Bretter, Latten, Platten, etc.) und vieles mehr.
- **Handelsware.** Aus lizenztechnischen Gründen können oder wollen nicht alle Hersteller ihre Produkte selbst verkaufen, sondern gehen über den Handel. Diese Produkte können ebenfalls verkauft werden, Lagerhaltung und Versand würde die Ruedersäge AG in Schlossrued übernehmen, hierfür vereinbart sie mit den Herstellern eine Händlerprovision. Diese Produkte sind zum Beispiel:
  - Cuboro, der Kugelbahn-Klassiker in unzähligen Varianten
  - Rusto, legoähnliche Bauklötze aus Massivholz
  - Kühe und andere Schnitzereien der Firma Trauffer, Hofstetten BE
  - Holz-Sackmesser
  - Graphitstift «Swiss Wood» von Caran d'Ache

## 5 Und zum Schluss...

Das Projektteam ist - zusätzlich motiviert durch die positiven Rückmeldungen - überzeugt, dass man mit den beiden Konzepten auf dem richtigen Weg ist. Daher sind bereits die ersten Schritte Richtung Umsetzung gemacht worden, so ist etwa ein Trägerverein gegründet und die Domain lignapool.ch für die Börse reserviert worden.

### **Wie geht es nun weiter?**

Beim Projekt B2B-Börse lignapool.ch ist man aktuell dabei, die Unterstützung zu regeln. Das heisst, dass entsprechende Finanzierungsgesuche geschrieben und eingereicht werden, bei diversen Verbänden um Unterstützung durch Office-Leistungen angefragt wird, sowie Verbände und andere Organisationen als Patronats-Geber angefragt werden.

Sind diese Arbeiten erledigt und erhofften Zusagen erfolgt, wird mit der Umsetzung der Plattform begonnen, was im Laufe des ersten Quartals 2014 erfolgen soll. Läuft alles gut, kann mit der Plattform nach den Sommerferien 2014 gestartet werden!

Beim Shop erhofft man positive Rückmeldungen von ricardo.ch. Ist das in absehbarer Zeit der Fall, wird man sich mit den Verantwortlichen zusammensetzen und die Zusammenarbeit regeln, ansonsten muss nach Alternativen Ausschau gehalten werden.

Der Zeitplan hängt also vor allen davon ab, wie schnell ein passender Partner gefunden wird. Sobald dies der Fall ist, will man mit einem kleinen Angebot starten, also vor allem mit den bereits bekannten Produkten und Herstellern. Danach kann der Shop kontinuierlich aufgebaut werden. Im besten Fall kann das bereits in den nächsten Monaten erfolgen, treten Hindernisse auf, kann es unter Umständen länger dauern.