

# BERGMOND HOLZ





BERGMOND  
HOLZ





# 1 Allgemeine Angaben

**Projekteingabe** zu *Impuls<sub>holz</sub><sup>sg</sup>*

*Ein Projekt zur Bildung von Mehrwert*

**Projektverfasser**

**BERGMONDHOLZ**

*Cluster Forst- und Holzindustrie  
Werdenberg-Sarganserland*

Copyright

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung, Verbreitung und Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder über elektronische Systeme verbreitet werden. Die Genehmigung ist bei Vereinigung Bergmondholz einzuholen.

## 2 Abstract

**Kennwort: „BERGMONDHOLZ“**

Der Holzbau erfährt seit einigen Jahren eine enorm fortschrittliche Entwicklung, eine unüberseh- und spürbare Renaissance.

Unterstützt durch eine fachspezifische und kompetente Schulung des Fachpersonals, einem industriellen, sich rasch voranstrebenden Strukturwandel und einer wachsenden Qualitätskontrolle gewinnt der Holzbau mit Hilfe seiner positiven Stoffbilanz, neu definierten Grenzen und überarbeiteten Rahmenbedingungen im Bauwesen an wachsenden Marktanteilen.

Der Rohstoff Holz ist wieder gefragt. Seit dem Frühsommer 2007 werden die Holzpreise entsprechend der gestiegenen Nachfrage laufend angepasst. Der Trend zu steigenden Rundholzpreisen wird auch durch das im Bau befindliche Grosssägewerk im Churer Rheintal gefördert.

Alle diese Faktoren wirken sich positiv für Waldbesitzer und Forstwirtschaft aus. Ihr Produkt nähert sich wieder gerechten Preisen. Der erhöhte Rohstoffpreis belastet gleichzeitig aber unsere holzverarbeitenden Betriebe in der Region. Für die regionale Wertschöpfung ist es wichtig, dass sich diese Betriebe in der Region Werdenberg und Sarganserland bestehen bleiben. Die Verarbeitung von Bergmondholz eröffnet eine Chance, die Wertschöpfung dieser Betriebe zu steigern.

im Sarganserland sind 75 % der Wälder Schutzwälder, im Werdenberg sind es ebenfalls rund 60%: ein riesiges Potential! Schutzwälder erfordern eine schonende, differenziertere Nutzung, welche nicht nur die Holzproduktion, sondern auch die nachhaltige Schutzleistung ins Zentrum stellt. In solchen Regionen wird eine nachhaltige und schutzbezogene Nutzung immer Vorrang haben. Für unsere Bergwälder sind grossflächige Räumungen daher nicht möglich.

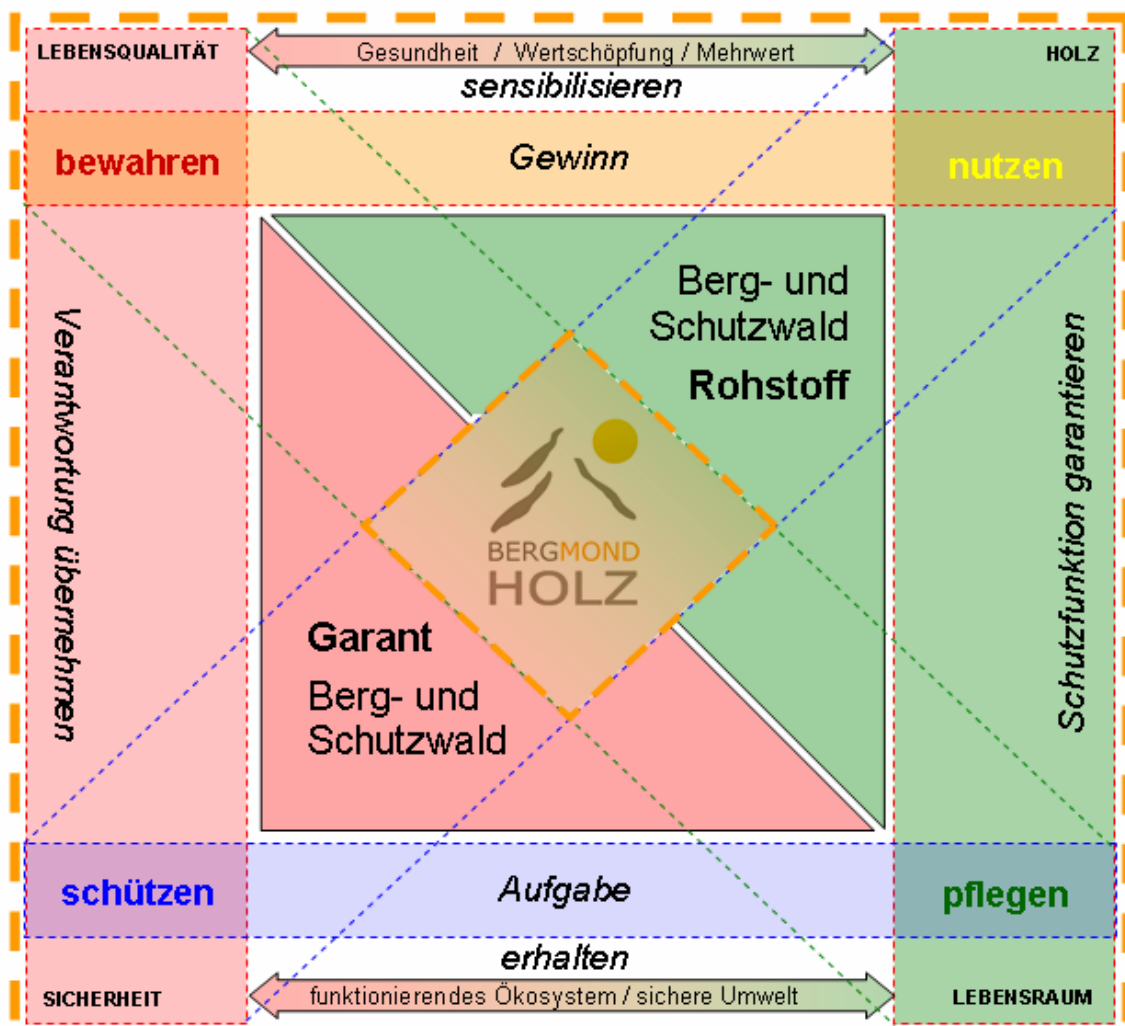
Holznutzung, in Verbindung mit der Sicherstellung der Schutzleistungen in der Region, bietet sich als Aufhänger für eine regionale Wertschöpfung mit dem Produkt Holz aus diesen Wäldern geradezu an. „Geerntet für uns, genutzt durch uns“ ergibt nachhaltig generierte Wertschöpfung und Schaffung von Mehrwerten für die Waldeigentümer, die Forst-, Säge- und Holzindustrie. Alle Beteiligten tragen gemeinsam die Verantwortung für die Region.

Regionen, wie das Werdenberg und Sarganserland, mit einem hohen Anteil an Schutzwäldern stehen bei der Pflege ihrer Wälder vor einer grossen Herausforderung. Die kosteneffiziente und zielgerichtete Nutzung von Holz aus Schutzwäldern, fördert die Schutzleistung des Waldes und trägt dazu bei, das Arbeitsvolumen der holzverarbeitenden Betriebe in der Region zu erhalten bzw. noch zu steigern.

Um dies zu erreichen sind die Waldbesitzer und die Forstwirtschaft speziell aber die Säge- und Holzindustrie gezwungen neue Wege zu gehen. Um ihr Überleben zu sichern gilt es ihr gemeinsames Produkt Holz besser zu vermarkten. Sie müssen sich den Stärken ihres Produktes bewusst werden und diese fördern, in dem sie ein Premiumprodukt in der ersten (Forstbetriebe) und zweiten (Sägereien und Holzindustrie) Stufe der Holzkette entwickeln, welches sich auf dem Markt durch qualitativ spezifisch verbesserte Eigenschaften behaupten kann und sich abzuheben weiss. Holz, ein Rohstoff, welcher in der dritten (Holzbauer, Schreiner...) Stufe der Holzkette enormes Entwicklungspotential aufweist und zu innovativen Lösungen führen kann.

Eine solche Projektidee ist BERGMOND®. Mit dieser Idee einer Nischenprodukt-lancierung wollen die Waldbesitzer, Forstwirtschaft und Holzindustrie der Region Werdenberg und Sarganserland unter einem gemeinsamen Auftritt den Erhalt und Fortbestand unserer Bergschutzwälder erzielen. Ebenso soll die qualitative Aufwertung durch den "Einschlag zur rechten Zeit" des Rohstoffes Bergholz kommuniziert werden.

Unter dem Begriff BERGMOND®-Cluster treten die Beteiligten gemeinsam auf dem Markt auf. Dies sollte sich für die Zukunft für jedes Mitglied auch finanziell positiv auswirken.



Mit diesen Grundsätzen soll eine regional gebundene Verbesserung der Wertschöpfung unseres Holzes erzielt werden. Das Potenzial eines qualitativ hochwertigen und natürlichen Baustoffes mit spezifisch verbesserten Eigenschaften ist vorhanden. Ziel ist es, dem Produkt Holz ein spezielles Gesicht zu geben und dieses einzigartige Naturprodukt als BERGMOND® unter definierten Qualitätsparameter wirtschaftlich zu vermarkten.

# BERGMOND HOLZ



### 3 Inhalt

<b>1</b>	<b>Allgemeine Angaben</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Abstract</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Inhalt</b> .....	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Vorwort</b> .....	<b>8</b>
<b>5</b>	<b>Hauptteil</b> .....	<b>10</b>
5.1	Kernproblematik.....	12
5.2	Schaffung eines Imageträgers .....	14
5.3	Projektparameter .....	24
5.4	Ideologie, Qualität und Nachhaltigkeit .....	30
5.5	Idee BERGMOND®-HOLZ.....	32
5.6	Auftritt und Marke .....	34
5.7	Potential Marke BERGMOND® .....	40
<b>6</b>	<b>Businessplan</b> .....	<b>Anhang</b>



# BERGMOND HOLZ



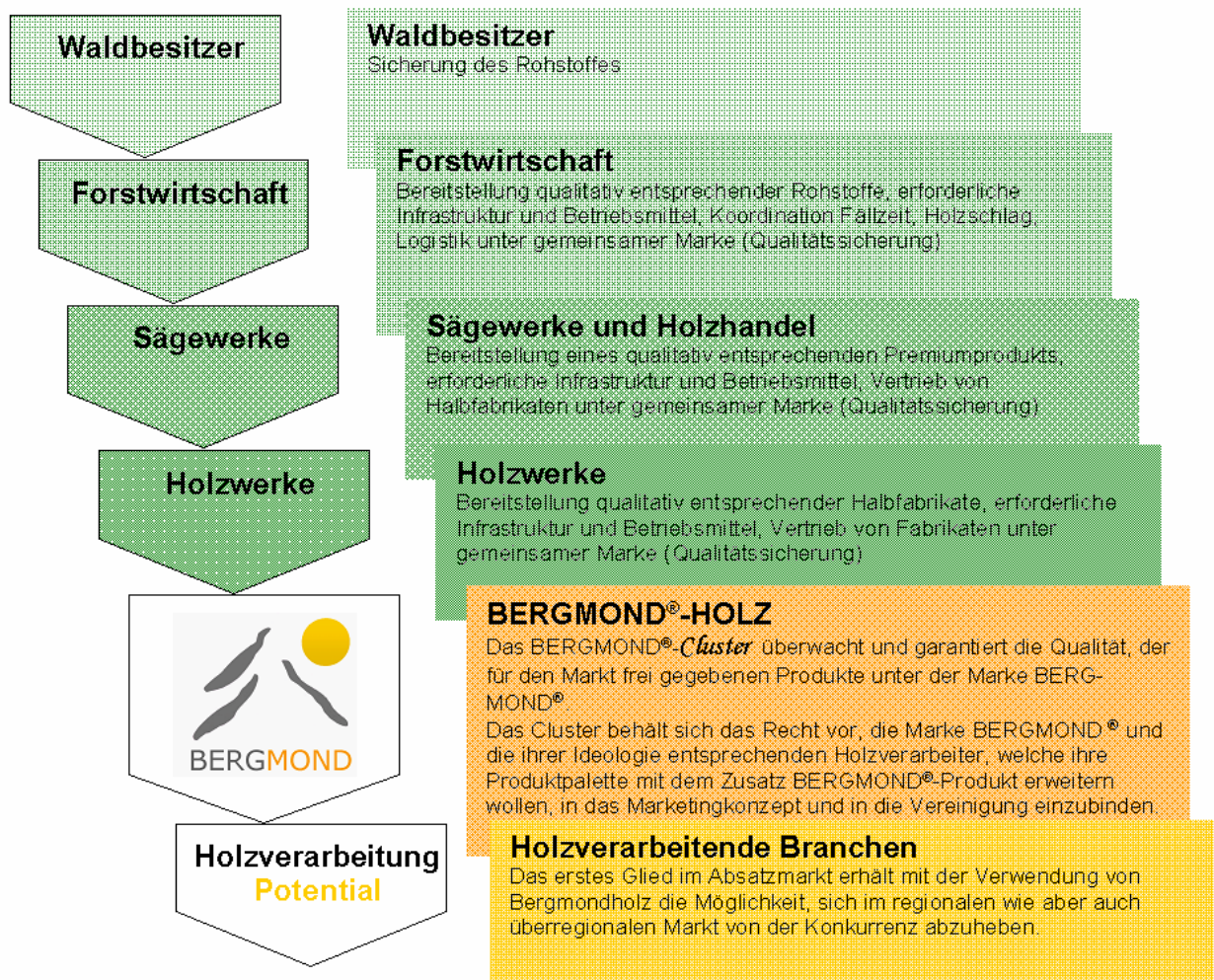


## 4 Vorwort

Mit der Marke BERGMOND® möchte das BERGMOND®-Cluster auf dem Markt ein der Nachfrage entsprechendes Produkt lancieren und anbieten.

Prioritäres Ziel ist es, das Produkt Bergmondholz, ein regional gebundenes, qualitativ hoch stehendes Produkt, als Marke zu etablieren. Die Akteure sollen koordiniert werden, so dass der „Einschlag zur rechten Zeit“ sowie die Weiterverarbeitung und Vermarktung aus einer Hand angeboten werden kann. Die gewinnorientierte Holzernte, die logistisch optimierten, branchenübergreifenden Prozesse und abgestimmten Arbeitsabläufe bilden dabei die Chance für einen Projekterfolg.

Ziel ist es, mit dem Produkt BERGMOND® den regionalen Holzmarkt wieder vermehrt zu aktivieren, diesen zu beleben und somit den Absatz des regionalen Rohstoffes Holz nachhaltig zu fördern.





A close-up, vertical shot of a piece of weathered wood. The wood is heavily textured, showing deep grooves, splinters, and a greyish-brown patina from age and exposure. The lighting is dramatic, with strong highlights on the left side and deep shadows on the right, emphasizing the rough surface. The background is dark and out of focus.

# BERGMOND HOLZ



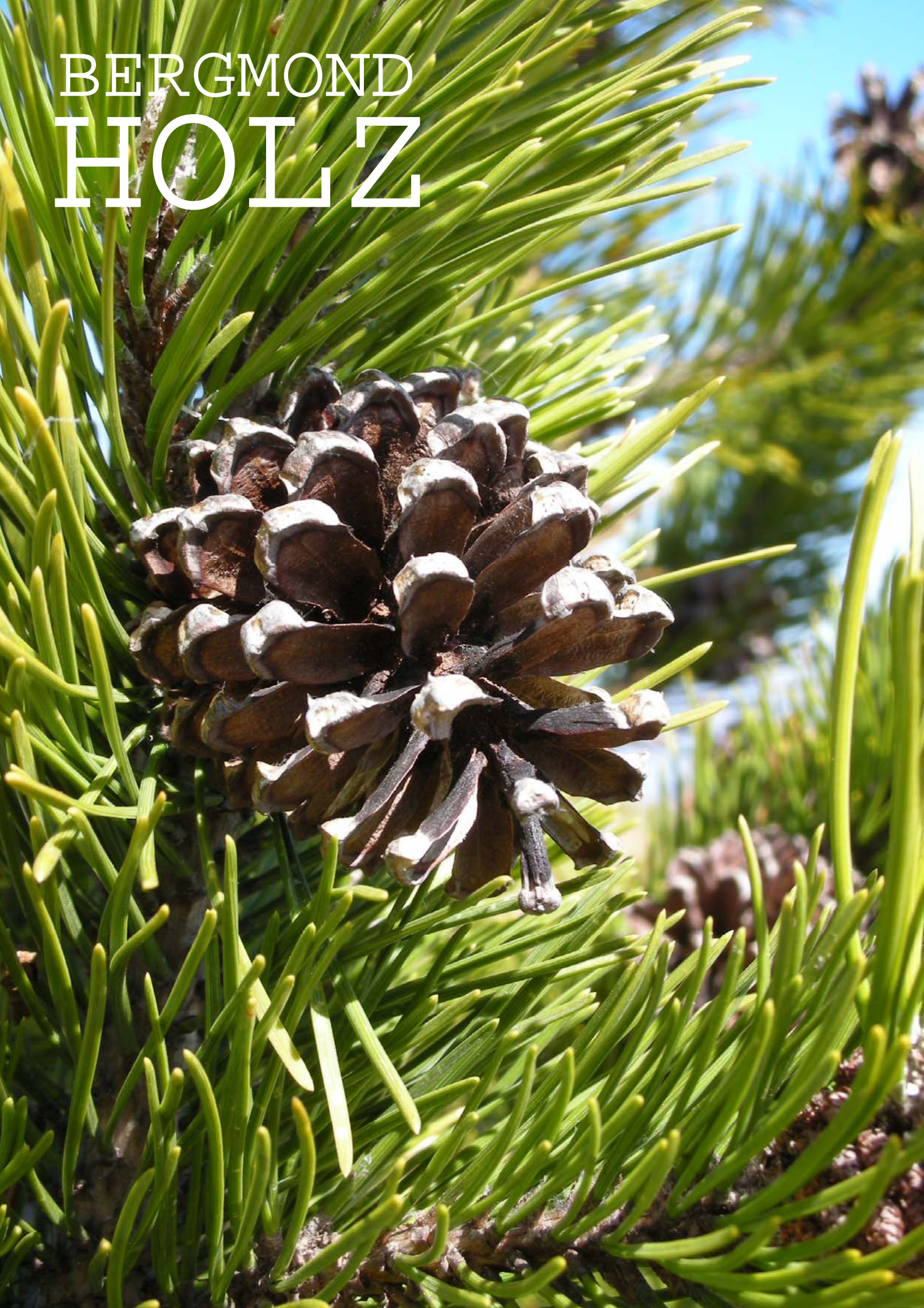
## 5 Hauptteil

### **Gestärkter Marktauftritt: Premiumprodukt MASSIVHOLZ vermarkten**

Mit dem BERGMOND®-*Cluster* verspricht sich das erste und zweite Glied der Holzkette, in Zusammenarbeit mit den Waldbesitzern, einen gestärkten Marktauftritt. Mit dem Angebot, ein spezielles und wertvolles Produkt einfach, unkompliziert und ohne zusätzliche Aufwendungen für den Endverbraucher verfügbar zu machen, will das Netzwerk den Marktanteil für die Marke BERGMOND® (Mondholz) kontinuierlich ausbauen. Der dabei erwartete Mehrwert verbleibt in der regionalen Wertschöpfungskette.



# BERGMOND HOLZ





## 5.1 Kernproblematik

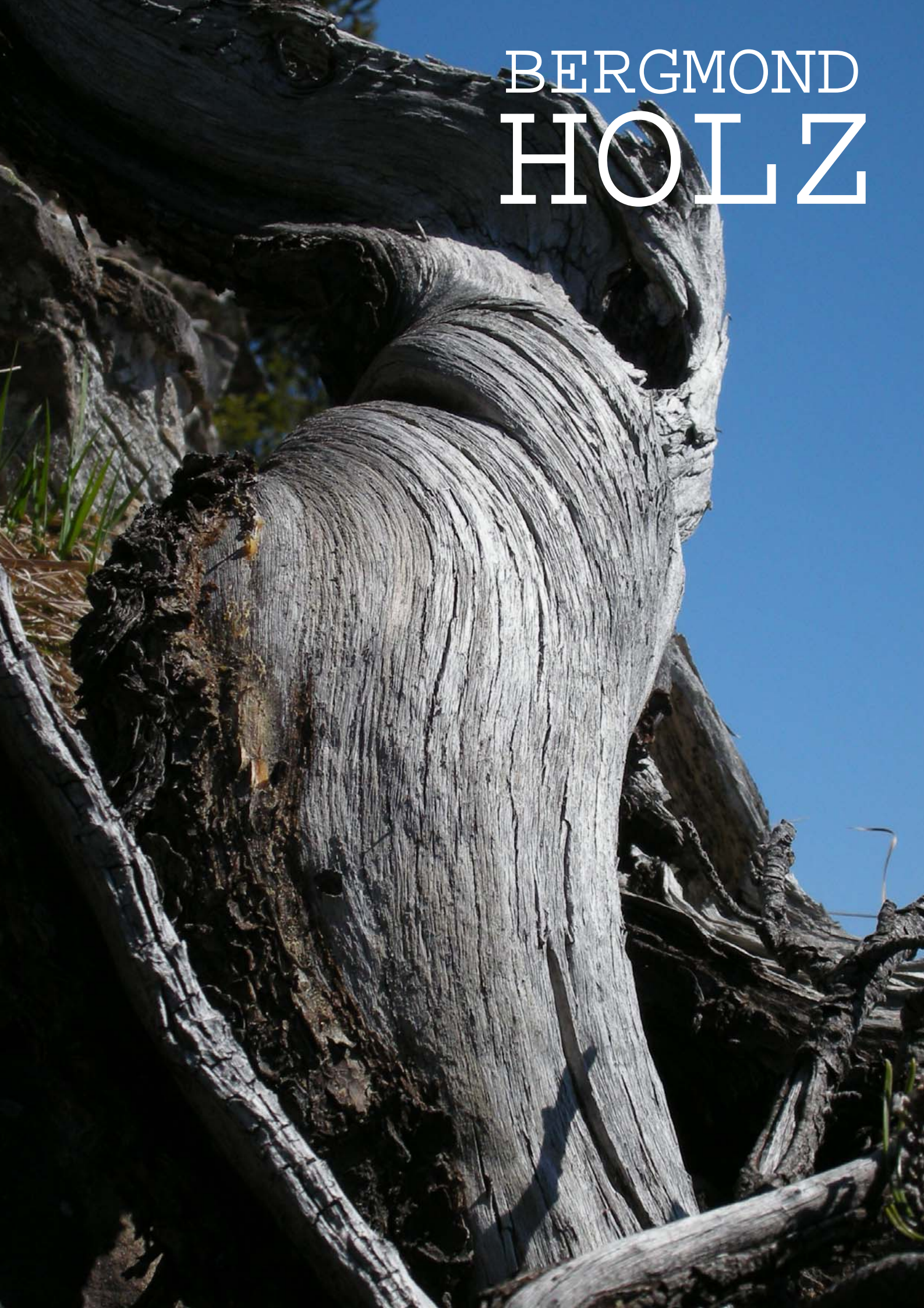
Es bestehen zwei Kernproblematiken:

- a) Den Marktsektor auf eine Mindestnutzmenge zu vergrössern oder zu verlagern.
- b) Die Akteure zu koordinieren, besonders die Informations- und Materialflüsse.

Eine Sensibilisierung der Kundschaft, aber auch der Bevölkerung, wird unumgänglich für den Erfolg dieses Projektes sein und die Basis für die Marke BERGMOND<sup>®</sup> bilden. Die Sensibilisierung wird einen grossen Teil der Investitionskosten ausmachen.



# BERGMOND HOLZ



## 5.2 Schaffung des Imageträger

Mit einer authentischen Namensgebung will das BERGMOND<sup>®</sup>-*Cluster* ein positives Stimmungsbild erzeugen. Mit dem Namen BERGMOND<sup>®</sup> -HOLZ sollen Assoziationen der Gefühlsebene mit Emotionen verknüpft werden. Das Positive eines Imageträgers ist, dass er sich im Laufe der Zeit stabilisiert und verfestigt, obschon er grundsätzlich einer gewissen Dynamik unterliegt. Mit einem Imageträger steht weniger der Meinungsgegenstand im Vordergrund, sondern das mit ihm assoziierte Gefühl. Dieses ist für Mondholz unumstritten positiv. Die Aufgabe liegt nun darin, der Kundschaft dieses Gefühl ebenfalls für Bergholz zu vermitteln. Die Verbindung „Berg“ mit „Mond“ ermöglicht dem Cluster ein umfassendes Imagepotential zu senden. Dieses wird der Haupteinflussfaktor bei Kaufentscheidungen von BERGMOND<sup>®</sup>-HOLZ sein. Deshalb ist der Imagepflege sowie den Imagekampagnen einen grossen Stellenwert einzuräumen. Es besteht die Möglichkeit, dass BERGMOND<sup>®</sup>-HOLZ das Potential zum Kult-Status erwerben kann und somit künftig ohne kommerzielle Werbemittel auskommen könnte. Um dieses zu erreichen müssen alle Beteiligten auf ihr gemeinsam formuliertes Ziel hinarbeiten und die Marke BERGMOND<sup>®</sup> leben und pflegen.



A close-up, low-angle shot of a tree trunk, focusing on the intricate textures of the bark and the underlying wood grain. The bark is deeply furrowed and layered, showing a rich, weathered grey-brown color. The wood grain beneath is straight and fine, with a warm, golden-brown hue. The background is a clear, bright blue sky, with some blurred green foliage visible on the right side, suggesting a natural, outdoor setting.

# BERGMOND HOLZ

### **5.2.1 Bestreben der Waldbesitzer und Forstwirtschaft:**

- die Waldfunktionen gesund zu erhalten
- langfristigen Schutz der Infrastruktur
- nachhaltigen Aufbau des Bergwaldes
- die Holzmenge mit dem "Einschlag zur rechten Zeit" zu vergrößern
- mit Koordination und Steigerung der Effizienz die Prozesse zu optimieren
- Zusammenarbeit mit Waldbesitzern, Forst- und Holzverarbeitenden Betrieben
- Arbeitsplätze in der Region zu schaffen und zu erhalten
- Mehrwert und Mehrerlös zu schaffen
- Wertschöpfung in der Region zu generieren



A close-up photograph of a large, weathered tree trunk. The wood is heavily textured with deep grooves and a greyish-brown patina, indicating significant age and exposure to the elements. The trunk curves from the bottom left towards the top right. In the background, a clear blue sky is visible above a range of mountains, some of which appear to have snow or light-colored rock. The overall scene is bright and natural.

# BERGMOND HOLZ



### **5.2.2 Vorhaben der Holzindustrie:**

- Holz mit optimierten Eigenschaften
- Holz, das kurzfristig verfügbar ist
- Holz aus vertrauenswürdigen Quellen
- Holz mit Herkunftsnachweis
- Holz für jeden Zweck aus der Region
- Holz aus der Nähe



# BERGMOND HOLZ





### **5.2.3 Bereich Verarbeitung möchte:**

- informiert sein
- bedient sein
- ein einwandfreies, qualitativ gutes Produkt haben
- ein gesundes PreisLeistungsverhältnis
- eine Garantie für die Herkunft und die Einhaltung der Fällung
- integriert sein
- transparente Preisbildung

The background of the entire image is a close-up, high-resolution photograph of a wood grain. The lines are curved and flow from the top left towards the bottom right, creating a sense of movement and depth. The color palette is warm, ranging from light cream to a soft, natural wood brown.

# BERGMOND HOLZ



#### **5.2.4 Wunsch der Kundschaft:**

- will Holz erleben, schmecken, fassen, berühren, sehen (Emotionen)
- will ein einwandfreies, qualitativ gutes Produkt
- will ein optimales PreisLeistungsverhältnis
- will transparente Preisbildung
- will ein gesundes Produkt
- will eine Garantie für die Herkunft und die Einhaltung der Fällung
- will eine einfache und logische Lösung
- will informiert sein
- will integriert sein





BERGMOND  
HOLZ



### 5.3 Projektparameter

Durch den Anstoss des Projektes BERGMOND<sup>®</sup>, der Forstwirtschaft und Holzindustrie werden folgende Sektoren im Projektparameter verschieden stark aktiviert. Diese üben einen ihrer Funktion entsprechend gewichteten Einfluss auf den Erfolg des Projektes aus.

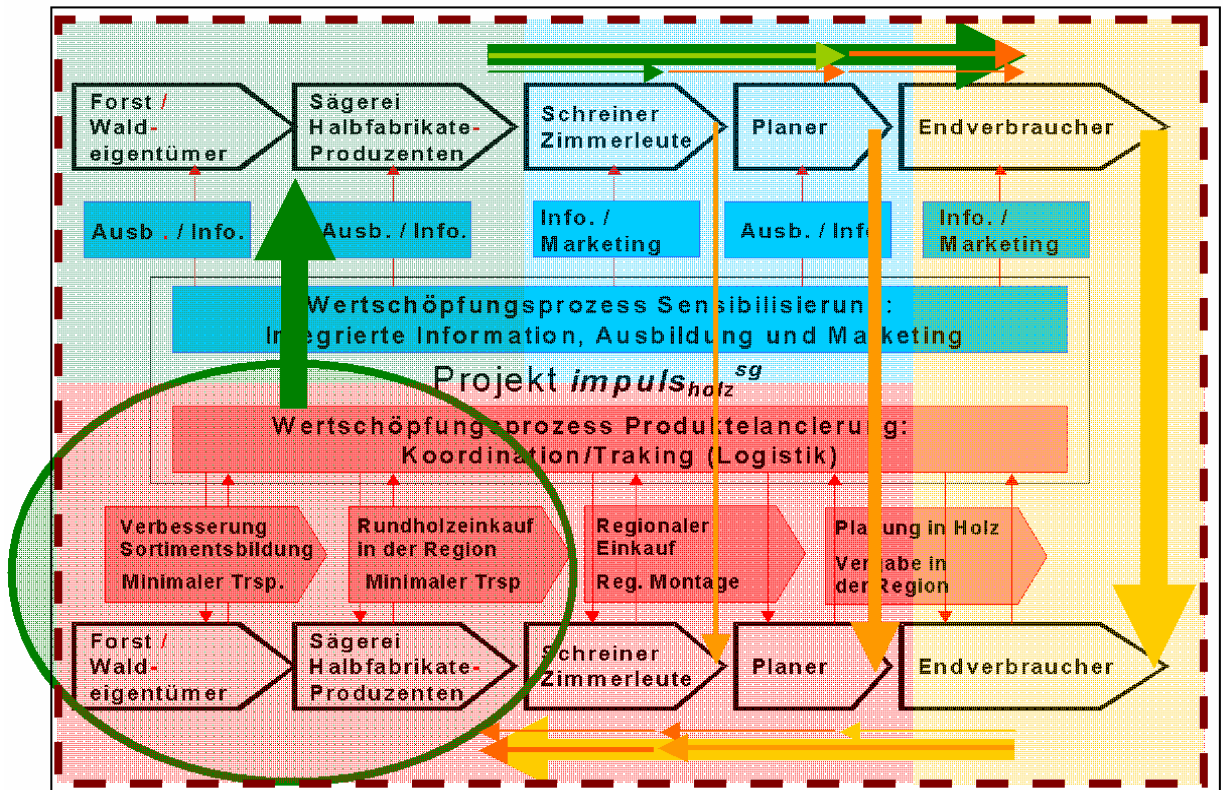
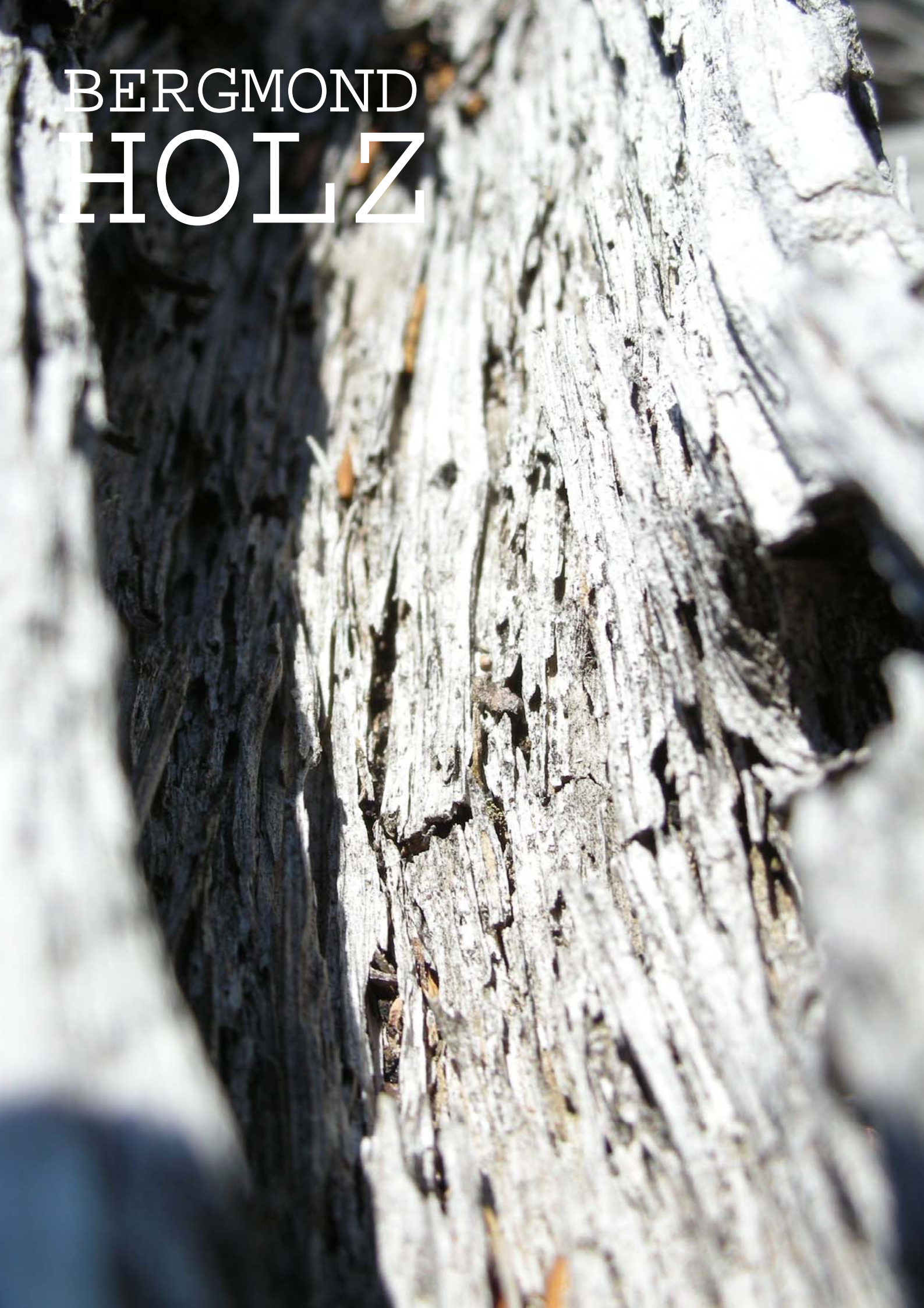


Abbildung aus Ausschreibung *impuls\_holz*<sup>sg</sup>

Eine Gewichtung der prioritären Marktbearbeitung kann aus dem Diagramm abgeleitet und ein entsprechendes Marketingkonzept erarbeitet werden. Ersichtlich wird, dass durch die Schaffung des Produkts BERGMOND<sup>®</sup>-HOLZ im Bereich „Produktelanierung“ Mehrwert geschaffen werden kann. Allerdings wird dies ohne Sensibilisierung nicht vollends funktionieren. Diesem Parameterbereich ist eine entsprechende Aufmerksamkeit für eine Sicherstellung des Projekterfolges zu schenken.



# BERGMOND HOLZ





### 5.3.1 Produktelancierung

Das Projekt BERGMOND® umfasst folgende Teilbereiche der Produktelancierung.

#### ***Produkt und Dienstleistungen***

Bereitstellung Roh-Holzprodukt höchster Qualität.

- Entwicklung einer Marke BERGMOND®, welche sich durch Qualität und Überzeugung abheben kann und für die Regionen Werdenberg und Sarganserland zum Aushängeschild werden soll.
- Fachkompetente Beratung der Kundschaft
- Vermittlung und Begleitung der für die Wertschöpfungsketten notwendigen Partner

#### ***Zielsetzungen für das Projekt***

Schaffung einer überregionalen Wertschöpfungskette für bestehende und qualitativ bessere Produkte (Fassadenholz, Täfer, Bodenholz, Möbelholz, Logwood, Kanteln, Klotzholz, Bauholz, Brückenholz,...)

- Koordination zwischen den Gliedern der Holzkette
- Aufbau von Absatzkanälen
- Netzwerk bergmondholzverarbeitender Betriebe
- Produktelancierung 2. Stufe



# BERGMOND HOLZ





### 5.3.2 Produktelancierung durch Sensibilisierung

Das Projekt BERGMOND® umfasst zudem in einem weiteren Teil folgende spezifischen Aufgaben in der Sensibilisierung.

#### Marketingmassnahmen

Umsetzung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes, das den Bezug zum BERGMOND®-HOLZ. Durch die Marke BERGMOND® kann sich der Kunde mit dem regionalen Produkt identifizieren. Weiter stellt das gemeinsame Marketingkonzept den Planern und der Holzverarbeitenden Branche das Know-how zur Verfügung und gibt die notwendigen Instruktionen.

#### Medienarbeit

Umsetzung eines gemeinsamen Medienkonzeptes mit dem Schwerpunktthema „Steigerung der Lebens- und Wohnqualität“ durch BERGMOND®-HOLZ

#### Überregionale Holzförderungsorganisation mit Potential

Gründung einer überregionalen Holzförderungsorganisation für Bergmondholz in Zusammenarbeit mit dem regionalen Holzgewerbe. (BERGMOND®-Cluster) Ausbau des Netzwerkes in die 3. Stufe

#### Aus- und Weiterbildung

Umsetzung eines Aus- und Weiterbildungskonzeptes für die Anwendung von BERGMOND®-HOLZ.





# BERGMOND HOLZ

## 5.4 Ideologie, Qualität und Nachhaltigkeit

Die Besetzung und Vermarktung einer regionalen wie aber auch einer überregionalen Marktnische ist Thema. Basis des Erfolges von BERGMOND® ist das branchenübergreifende vernetzen der Fachkompetenzen und die Erhaltung sowie der Ausbau des Know-hows. Das FSC-Label und der „Einschlag zur rechten Zeit“ sind Garantie für die Qualität eines einwandfreien, aus der Region stammenden Rohprodukts.

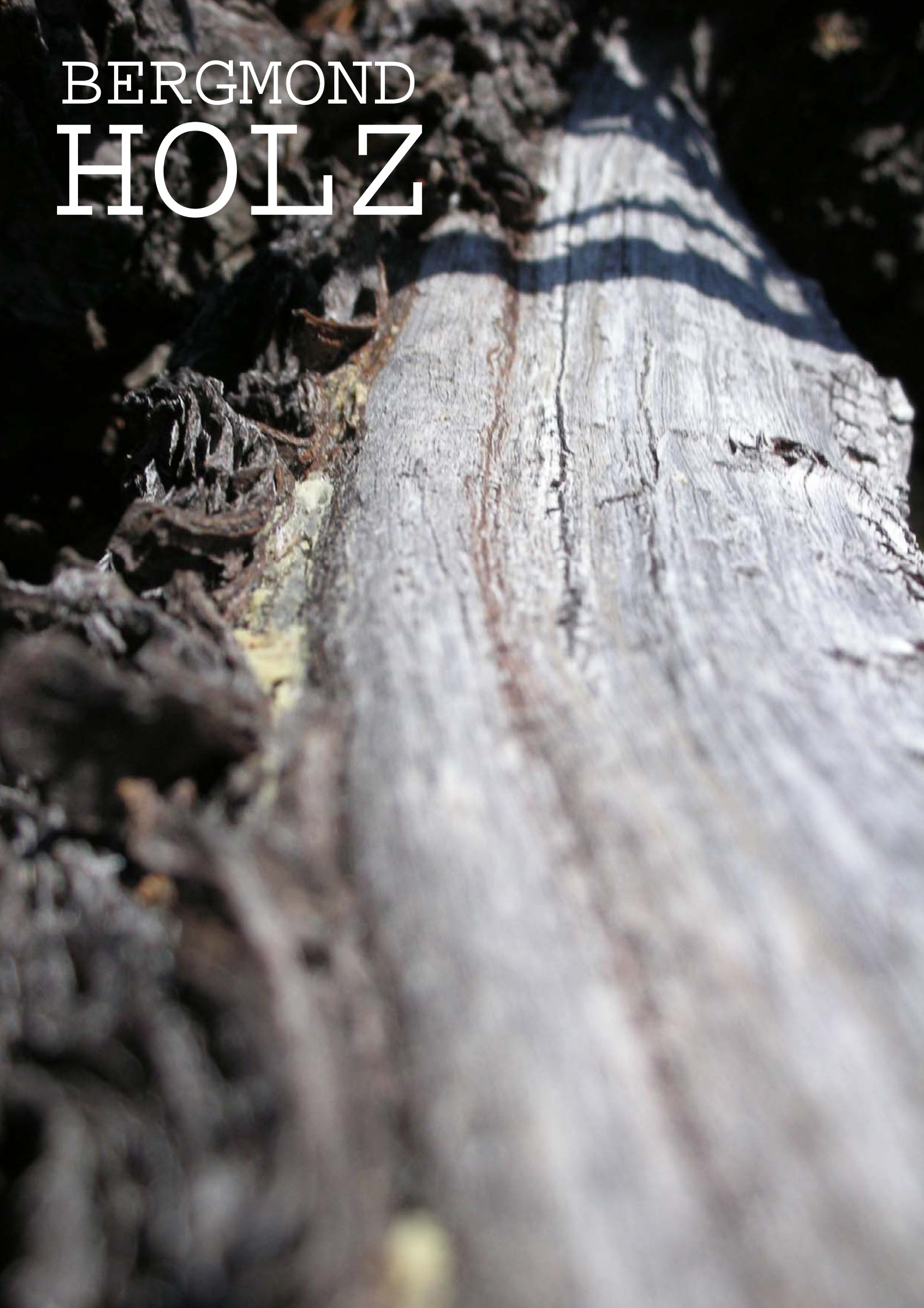
Mittelfristig soll eine Produktepalette entstehen, die der Marktnische Wachstumspotenzial verleiht. Wenn dabei weitere Sparten der Produktionskette in der Holzverarbeitung mit individuellen Produkten entstehen, ist dies förderlich aber nicht Thema der Projekteingabe.

Ziel ist es, ein Produkt (Halbfabrikat) anzubieten, bei dem effektiv eine nachhaltige und regionale Wertschöpfung und somit ein Mehrwert erzielt werden kann. BERGMOND® wird für die Regionen von Bedeutung sein.

Wie im Abstract bereits erwähnt, besteht das Sarganserland zu 75% aus Schutzwäldern, das Werdenberg zu 60%. Die Schutzfunktion des Waldes gilt es zu erhalten. Dies kann aber nur mittels systematischer Pflege und Verjüngung des Waldes geschehen. Das daraus gewonnene Holz wird der regionalen Wertschöpfung zugeführt.



# BERGMOND HOLZ



## 5.5 Idee BERGMOND<sup>®</sup>-HOLZ

**BERG** hat für die Kundschaft eine besondere Bedeutung: Die Rolle des Holzes in einer funktionierenden und nachhaltigen Forstwirtschaft, welche sich bemüht, die Sicherung der Umwelt, speziell der Schutzwälder, sicherzustellen ist ein Privileg. Die Kundschaft soll verstehen, dass sie durch die Holzverwendung einen direkten Beitrag an die Sicherung unserer Lebensgrundlagen und der Infrastruktur im Berggebiet leistet.

**MOND** hat für die Kundschaft die Bedeutung: Ein qualitativ hochstehendes Produkt in den eigenen vier Wänden eingebaut zu haben. Das Schlagen zum rechten Zeitpunkt fördert die positiven Eigenschaften des Holzes. Durch einen zielorientierten Einschlag (Verwendungszweck) und eine auftragsbezogene Sortimentsbildung, kann eine hochwertigere Holz-Qualität erzeugt werden.

**HOLZ**, verbunden mit BERGMOND, kreiert ein Potential, welches in den Regionen zu nutzen und zu vermarkten gilt. Die Verwendung des einheimischen Holzes bildet eine wirtschaftliche und authentische Plattform für eine regionale Holzwirtschaft und Holzverarbeitung: Wir nutzen sie! Dadurch kann ein Mehrwert geschaffen werden, der die Sicherstellung, die Erhaltung und die Erneuerung unserer Schutzwälder ermöglicht. Aus der Aufwertung der Lebensqualität, der Auseinandersetzung mit der Materie Holz (Sensibilisierung) verbunden mit der Schutzwaldpflege entwickelt sich die Marke BERGMOND<sup>®</sup>-HOLZ. Sie ist Wohlstandsgarantie für die Regionen.



# BERGMOND HOLZ





## 5.6 Auftritt und Marke

Mit einem gemeinsamen Marktauftritt werden die Aussagen in Kapitel 5.2 der Öffentlichkeit näher gebracht. Hierfür hat sich das BERGMOND<sup>®</sup>-*Cluster* für ein gemeinsames visuelles Erscheinungsbild und für einen informativen Auftritt zusammengeschlossen.



A close-up photograph of weathered, layered wood, likely driftwood or a piece of old timber. The wood is heavily textured with deep grooves and ridges, showing a range of grey and brown tones. The layers are clearly visible, suggesting a long history of growth and decay. The text 'BERGMOND HOLZ' is overlaid in the upper right corner in a white, serif font.

BERGMOND  
HOLZ



### 5.6.1 Ein gemeinsamer Auftritt im Internet

Die Homepage [www.bergmondholz.ch](http://www.bergmondholz.ch) ermöglicht dem Cluster unter einer gemeinsamen Plattform aufzutreten. Durch den direkten Zugang zum Netzwerk findet und erhält unsere Kundschaft Antworten auf ihre Fragen und Anliegen. Der Kunde soll die Möglichkeit erhalten, sich über das BERGMOND®-*Cluster* (Mitglieder, Personen, Ideologie u.v.m.) zu informieren und etwas über die Produktpalette des Premiumproduktes zu erfahren. Ein weiteres Standbein beinhalten Dienstleistungs- und Kundenangebote. Ein direkter Kontakt zum Netzwerk mit Beratung wird den Abschluss der Plattform bilden.



The image shows a close-up of a light-colored wood surface, likely a cross-section of a tree trunk. The wood grain is characterized by numerous concentric, slightly wavy growth rings that radiate from a central point in the upper left. The rings are composed of alternating light and slightly darker bands, creating a rhythmic, organic pattern. The overall color is a warm, pale yellowish-tan. In the upper right corner, the words "BERGMOND" and "HOLZ" are printed in a bold, black, sans-serif font. "BERGMOND" is on the top line, and "HOLZ" is on the line below it, with the letters being significantly larger than those in the first line.

BERGMOND  
HOLZ

## 5.6.2 Das Logo der Marke - der wichtigste Bestandteil des gemeinsamen Auftrittes

Bestehend aus den drei Hausfarben:

Anthrazit für Berg; orange für Mond; hellgrau (Silber) für Holz, kommunizieren das Image des Clusters als Wort-Bild-Marke.

Mit dem Logo wird die Bedeutung und Tätigkeit von BERGMOND®-HOLZ unterstrichen. Das Hauptelement BERGMOND®-HOLZ, mit seiner gut leserlichen und grafisch bestimmten Schrift, weist auf eine kompetente und seriöse Marke hin. Das grafische Nebenelement; BERG-MOND-HOLZ (Tannenkrone), in entsprechender Farbgebung, präsentiert als das Logo ein unverwechselbaren, reproduzierfähigen und einprägende Marke. „Keep It Short (and) Simple“ – was einfach ist, ist einfach zu merken.

Dieser Grundsatz wird zusätzlich mit einer assoziierenden Farbgebung zwischen Haupt- und Nebenelement hervorgehoben. Die Reproduzierfähigkeit wird speziell durch die natürliche Formgebung des Nebenelementes, aber auch durch die Einfachheit des Hauptelements in jeglicher Form ermöglicht.





A close-up photograph of weathered wood, showing a prominent knot hole and deep, vertical grain lines. The wood is dark and textured, with a mix of grey, brown, and black tones. The lighting is dramatic, highlighting the rough surface and the depth of the knot hole.

# BERGMOND HOLZ



## **5.7 Potential Marke BERGMOND®**

Holz ist, als nachwachsender Rohstoff, einer der wenigen natürlichen und ökologischen Baustoffe und birgt für die Zukunft ein riesiges Potential. Durch die positive Entwicklung innovativer Klein- und Mittelbetriebe, durch die Sensibilisierung der Bevölkerung gegenüber der Umwelt sowie dem technologischen und produktiven Vorschnitt der Holzbaubranche, werden die Holzprodukte, in all ihren Anwendungsmöglichkeiten, im 21. Jahrhundert vorne an der Spitze dabei sein.



# BERGMOND HOLZ





## 2.7.1 Potential Massivholzbau

Das Potential der Verwendung von BERGMOND®-HOLZ sehen wir im Massivholzbau. Das heisst für konventionelle, aber auch zeitgemässe Zimmerarbeiten im Sichtbereich (Dachstühle, Konstruktionen in Massivholz, Massivholzböden, usw.) und äussere sowie innere Bekleidungen (Holzfassaden, Innentäfer, Massivholzböden, usw.) → siehe Anhang –Businessplan, Kapitel 6.3 Produkte / Dienstleistung



A close-up photograph of weathered, greyish-brown wood. The wood grain is prominent, showing various textures and patterns. A large, dark knot hole is visible in the center-left, revealing a glimpse of a bright green object inside. The lighting is natural, highlighting the rough, aged surface of the wood.

BERGMOND  
HOLZ

### 5.7.2 BERGMOND®-Cluster

Mit einem gezielten Marktauftritt und einer selbstbewussten und kompetenten Führung will das BERGMOND®-Cluster ein innovatives, qualitativ hochstehendes und breites Produktessortiment anbieten. Die Marke BERGMOND® steht für ein hochwertiges Premiumprodukt, garantiert aber auch Halbfabrikate. Leistungsfähigkeit, aktiver Wissensaustausch und Teamgeist sollen die Kapazität und Produktivität der Vereinigung steigern und das Projekt zu einem Optimum an Wertschöpfung führen.





BERGMOND  
HOLZ

### **5.7.3 Analyse der Wertvorstellung und Management-Philosophie**

Die Mitglieder, als Beteiligte am Markenrecht, sollen durch einen kooperativen Führungsstil in all ihren Alltagsaufgaben und Anliegen unterstützt werden. Für eine Mitgliedschaft spielt nicht nur die Berufung, das Können und die Fachkompetenz eine wichtige Rolle, sondern auch die Sozialkompetenz. Der Auftritt der Vereinigung zeigt eine wesentliche Wirkung auf seine unmittelbare Umwelt durch seine Kultur.



# BERGMOND HOLZ



#### 5.7.4 Leitbild BERGMOND®-Cluster

##### **Motivation und Vision**

HOLZ, als nachwachsender Rohstoff, ist ein aussergewöhnlich ökologischer und vielseitiger Baustoff. Mit seinen enorm vielseitigen Eigenschaften ist Holz der Baustoff der Zukunft. Mit keinem andern heimischen, nachwachsenden Baustoff kann die regionale Wertschöpfung so effektiv unterstützt werden, als mit BERGMOND®-HOLZ. Das ist unsere Motivation, die uns auffordert, unseren Kunden ihre Wünsche zu erfüllen. Mit Mondholz wird in diesem Umfeld ein Topprodukt bereitgestellt.

##### **Art und Niveau**

Wir wollen uns durch Know-how, bessere Dienstleistungen und höhere Fachkompetenz von der Konkurrenz abheben. Die Qualitätssicherung soll durch mehr Selbstverantwortung gesteigert werden.

##### **Marktanteil und geografische Abgrenzung**

Wir wollen als Marktleader in den Regionen Werdenberg und Sarganserland den Absatz steigern und die Präsenz über die Regionen erweitern. Das Tätigkeitsgebiet soll den Kapazitäten entsprechend vergrössert werden.

##### **Marktziele**

Das Produkt BERGMOND® soll auf dem Markt angeboten und in einer ersten Phase präsentiert werden. In der Massivholzanwendung im Sichtbereich (Massivbauholz, Holzfassaden, Massivholzböden) wollen wir uns einen Namen machen.



# BERGMOND HOLZ





### **Verhältnis zu Kunden**

Das gute Verhältnis zu unseren Kunden soll oberstes Gebot sein. Dazu trägt die kompetente und persönlich ausgerichtete Kundenberatung und die damit zusammenhängende Transparenz bei. Wir wollen die Anlaufstelle für Spezialaufgaben und „Traumvorstellungen“ im Mondholzbau sein. Wir bieten fachkompetente und lösbare Ausführungen im Zusammenhang mit Mondholz.

### **Verhältnis zu Marktpartnern und Berufsverbänden**

Das Verhältnis zu den Architekten soll auf einem konstruktiven Niveau geführt werden. Der Beitritt in regional verankerte branchenübergreifende Netzwerke ist ein Ziel. Die Zugehörigkeit zu Vereinigungen wollen wir nutzen, um die Kontakte mit der Holzverarbeitenden Branche, den Planern, aber auch mit den Kunden in der Region und über die Region hinaus zu intensivieren.

### **Verhältnis zur Öffentlichkeit**

Die Präsenz durch Fachveranstaltungen, Inserate, der Homepage und einer „Arbeitsmappe“ für Kunden und Planer soll die potentiellen Holzanwender sowie die Öffentlichkeit auf unser Produkt, unsere Tätigkeiten und Fähigkeiten aufmerksam machen. Mit der Einbindung der öffentlichen Waldeigentümer wird die Akzeptanz in der Bevölkerung weiter verstärkt.

### **Verhältnis zur Umwelt**

Mit der Anwendung des FSC bekennen wir uns zu einer ressourcenschonenden und umweltverträglichen Nutzung des regionalen Rohstoffes Bergholz. Potentielle Kunden und Holzverarbeiter wollen wir ebenfalls zu vermehrtem ökologischem Denken anregen, durch Förderung des regionalen Produkts BERGMOND.

### **Verhältnis zwischen den Mitgliedern des BERGMOND®-Clusters**

Das Verhältnis soll sachlich aber kollegial sein. Die Mitglieder sollen sich mit den Tätigkeiten der Vereinigung identifizieren und diese unterstützen. Dabei soll durch eine konstruktive Kritik und einer gepflegten Vereinskultur ein Optimum erzielt werden.

Verantwortlichkeiten und Kompetenzen sind immer gemeinsam zu definieren und festzulegen.

### **Eigenständigkeit**

Die Eigenständigkeit der Mitglieder bleibt erhalten und soll durch fortlaufenden Wissensaustausch und der Teilnahme an Fachtagungen erhöht werden.