

# Allgäuer Regionalmarke kommt voran

Holzforum Allgäu nutzt »Allgäuer Festwoche« in Kempten, um »Allgäu-Holz« bekannter zu machen

Das Holzforum Allgäu war dieses Jahr wieder doppelt auf der „Allgäuer Festwoche“ in Kempten vertreten. Neben dem bekannten „Allgäuer Holztag“ im Kornhaus Kempten gab es alle Informationen zum Verein und der Marke „Allgäu-Holz“ während der gesamten Festwochenzeit auch in Halle 11 des Festgeländes. Für das Konzept interessierten sich auch die Holzbotschafter für Bayern und Tirol.

„Allgäu-Holz – von hier für uns! Die Region als Zukunftschance und Wettbewerbsvorteil.“ Dies war das Motto des dritten „Allgäuer Holztag“ des Holzforum Allgäu am 16. August im Kornhaus Kempten. Neben den Referenten Andreas Täger, Geschäftsführer Allgäu-Holz Markenverband, und Markus Brunner, Direktor Wald Schweiz, waren auch Thomas Kiechle, Oberbürgermeister von Kempten, Anton Klotz, Aufsichtsratsvorsitzender Allgäu GmbH,

stehenden Veränderungen und Anpassungen an den laufenden Klimawandel. Holzverarbeitung ist Zukunft, regionale Holzverarbeitung ist Zukunft mit Wertschöpfung. Die Rolle der Marke innerhalb dieses Systems erläuterte Andreas Täger in seinem Vortrag „Allgäu-Holz – kein Holzweg für das Allgäu“: Die Idee des Herkunftsnachweises entstand bereits vor 17 Jahren, doch erst 2017 ist es endlich gelungen, das Konzept umzusetzen. Das lag laut Täger vor allem daran, dass die Beteiligten „mit der Idee ‚Allgäu-Holz‘ der Zeit einfach voraus“ waren. Doch nun steht die Marke für das Allgäu, seine Wertschöpfungskette Holz, seine Wirtschaftskraft und für naturnahe Waldbewirtschaftung. Egal ob beim Hausbau, der Einrichtung oder im täglichen Leben außerhalb der eigenen vier Wände, Holz umgibt uns überall. Es sei wichtig auf seine Herkunft zu achten. Durch die bevorzugte Verwendung von regionalem Holz profitieren der Tourismus, die Wirtschaft, die Gewerbesteuer-einnahmen der Gemeinden, die Lebensqualität der Bevölkerung, die Kommunen als Lebensmittelpunkt der Bewohner und auch der Endverbraucher.

Das dies funktioniert, zeigte Markus Brunner, Direktor Wald Schweiz, in seinem Vortrag „Nationale und regionale Herkunftszeichen für Holz: Umsetzung, Chancen und Grenzen – Erfahrungen aus der Schweiz“ auf. Das Herkunftszeichen „Schweizer Holz“ ist mittlerweile fest etabliert auf dem Schweizer Holzmarkt. Es wird in allen

Bereichen der Holzverarbeitung eingesetzt, wobei das Holz nicht teurer ist, als Holz nicht-regionaler Herkunft. Sein Erfolg hängt jedoch vom Einsatz der Betriebe ab. Während die Landwirtschaft und die Holzindustrie sich von Beginn an stark beteiligten, brauchte es in anderen Bereichen etwas mehr Überzeugungsarbeit. Zudem sei stetige Aufklärung und Information ein wichtiger Punkt. Deshalb laufen in der Schweiz regelmäßige Kampagnen, um die Marke zu bewerben. Dies funktioniert sehr gut für die landesweite Dachmarke. Die Chance von Regionalmarken sieht Brunner eher bei der Vermarktung von Spezialitäten und besonderen Hölzern sowie der exakten Herkunftsbestimmung. Etwas, das mit „Allgäu-Holz“ geboten wird.

„Bei den Sägern gibt es ein gewaltiges Potenzial“, so Peter Fickler, Sprecher der Allgäuer Sägerrunde, während des anschließenden Experteninterviews. Er steht hinter der Marke, sieht aber noch einen langen Weg vor sich.

Stefan Holzer, Obermeister der Schreinerinnung Oberallgäu, erhofft sich von der Marke vor allem eine bessere Verfügbarkeit von speziellen Hölzern. Gleichzeitig sieht er die Schreiner in der Pflicht, den Herkunftsnachweis anzubieten. Bei der Verbreitung seien sie ein wichtiger Multiplikator in der Wertschöpfungskette.

Für Zimmermeister Richard Forster punktet die Marke vor allem mit der kurzen Beschaffungskette. Hierauf le-



Machten den „Allgäuer Holztag“ gemeinsam interessant (von links): Martin Bentele, Andreas Täger, Xaver Haas, Richard Forster, Stefan Holzer, Markus Brunner, Anton Klotz, Peter Fickler, Angelika Schorer, Hugo Wirthensohn, Thomas Kiechle, Ulrike Müller  
Fotos: Holzforum Allgäu



Der Vorsitzende des Holzforums Allgäu, Hugo Wirthensohn, bei seiner Rede auf dem „Holztag“ in Kempten.

Martin Bentele, Kuratoriumsvorsitzender Pro Holz Bayern sowie weitere Vertreter aus Politik und Wirtschaft geladen. Insgesamt waren rund 150 Gäste anwesend.

Die Etablierung einer Regionalmarke ist kein Leichtes, in der heutigen Zeit aber wichtiger denn je. Die Verbraucher interessieren sich zunehmend für kurze Transportwege, Klimafreundlichkeit und die Unterstützung der Region. Sie wollen Sicherheit über die Herkunft ihrer Produkte und das längst nicht mehr nur bei Lebensmitteln. „Allgäu-Holz“ ist so ein Herkunftsnachweis und zwar für Holz aus der Region. Gemeinsam mit dem „Allgäu-Holz“ Markenverband hat das Holzforum diesen Nachweis ins Leben gerufen und arbeitet nun an dessen Verbreitung. Die Wald- und Holzbranche ist ein immer wichtiger werdender Wirtschaftsfaktor vor allem für die an-



Unter dem Motto „Tradition trifft Innovation“ präsentierte sich die Schreinerinnung Allgäu. Das innovative Konzept überzeugte auch die Holzbotschafter. Sie informierten sich über die Umsetzung und Herausforderungen des Messeprojekts „Schreinerwelten“ zu dessen Gelingen 20 der 85 Innungsschreinerinnen aktiv beigetragen haben. Neben einer 3000 Jahre alten Mooreiche und Gesellenstücken als traditionelle Handwerksarbeit wurden auch Zukunftsperspektiven wie der Einsatz von Virtual Reality bei der Planung gezeigt. Auf dem Stand der Schreinerinnung (von links): Philipp Zingerle, Universität Innsbruck; Eva Moser, Pro Holz Tirol; Markus Blenk, Cluster Forst und Holz Bayern; Matthias Brack, Bezirksvorsitzender der Schreiner Schwaben; Stefan Holzer, 1. Obermeister Schreinerinnung Allgäu; sowie Maika Breitfeld, Holzforum Allgäu.

## HINTERGRUND

### »Allgäu-Holz« und Holzforum Allgäu

Die Marke „Allgäu-Holz“ entstand im Rahmen des Leader-Projekts: „Netzwerk Wald und Holz im Allgäu – Gemeinsam mehr erreichen“. Das Projekt ist angelegt auf drei Jahre und hat ein Finanzvolumen von mehr als 230000 Euro. Gefördert wird es durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und den Europäischen Landwirtschaftsfond für die Entwicklung des Ländlichen Raumes (Eler). Der Verein Holzforum Allgäu ist eine

Regional-Organisation in der Holzwirtschaft, in der alle Mitglieder der Wertschöpfungskette vertreten sind: vom Waldbesitzer, Säger über Holzbauunternehmer und Schreiner bis hin zum Architekten. Ziel des Vereines ist es, das heimische Holz und die daraus entstehenden Produkte zu fördern und durch die Kontakte zwischen den einzelnen Branchen neue Absatzmöglichkeiten herzustellen sowie die Wertschöpfungskette Holz für die Bevölkerung transparent zu machen.

gen Allgäuer Zimmerer bereits jetzt großen Wert, weshalb er dieses Argument als das schlagkräftigste für seine Branche ansieht. Trotzdem sei bei vielen Kunden noch immer der Preis und nicht die Qualität oder andere Vorteile ausschlaggebend. Hier sieht er das größte Problem. Regionales Holz dürfe nicht teurer sein als Holz aus dem Ausland.

Auch Martin Bentele, Sprecher von Pro Holz Bayern, ist der Meinung, „wenn es wo funktioniert, dann im Allgäu“. Als landesweiter Vertreter hat für ihn allerdings die Verbreitung eines gemeinsamen Dachlabels Priorität.

Die Marke „Allgäu-Holz“ sei ein Konzept, das sich lohne, auch über die Grenzen hinweg getragen zu werden – eine zentrale Aufgabe, der sich auch das Interreg-Projekt „Inno 4 wood“ stellt. Dazu

haben sich das Holzforum Allgäu, die Cluster-Initiative Forst und Holz in Bayern, der Verein Pro Holz Tirol und die Universität Innsbruck zusammengeschlossen. Ziel ist es, grenzübergreifend Innovationen in der Forst- und Holzbranche zu fördern. Um sich über die Vergabepaxis der seit März vergebenen Regional-Marke „Allgäu-Holz“ zu informieren, waren die Holzbotschafter aus Tirol, Eva Moser, und Bayern, Markus Blenk, der Einladung gefolgt. Sie folgten den Vorträgen und tauschten sich anschließend mit der Holzbotschafterin vom Holzforum Allgäu, Maika Breitfeld, über den Vergabeprozess aus. Anschließend bewerteten und diskutierten die Holzbotschafter mögliche Impulse für die Projektregionen, sodass zukünftige Initiativen und Projekte davon grenzüberschreitend profitieren können.