STARK durch Kooperation

Gemeinsame Vermarktung von Produkten aus Starkholz

am Beispiel

ARGE STARKHOLZ SALZBURG

SIEDER HOLZ know how

Dipl.-HTL-Ing. Erhard Sieder

- Absolvent der HTBLuVA Mödling/Holztechnik
- Tätig in verschiedenen Industrieunternehmungen in der Holzindustrie, 1982-2003, z.B. DANA, STIA
- Seit Juli 1996 eingetragen in die Liste der allgemein beeideten und gerichtlich zertifizierte Sachverständigen Österreichs.
- Selbstständig - Handelsagentur und Holzhandel seit 2003
- Export Manager für die Arge Starkholz Salzburg, seit 2004
- Unternehmensberater, zertifizierter Exportberater seit 2012

Wer ist die Arge Starkholz Salzburg?

- Die Arge Starkholz Salzburg ist eine Kooperation von **9 Sägewerken und 1 Verarbeitungsbetrieb** aus dem Bundesland Salzburg.
- Die Arge wurde 2003 auf Initiative des **Holz**cluster Salzburg gegründet.

Organisation der Kooperation

- 10 Mitgliedsbetriebe,
  jeder Betrieb hat ein Stimmrecht , grundsätzlich gilt einfache Mehrheit,
  mit festgelegten Ausnahmen, z. B. bei Neuaufnahmen ist Einstimmigkeit notwendig

- 1 Sprecher der Gruppe (gewählt von den Mitgliedsbetrieben),
  zeichnungsberechtigt, Finanzverantwortung gemeinsam mit dem Export Manager,
  4 Augenprinzip

- 1 Kooperations- /Export Manager
  Aufgaben ähnlich eines Geschäftsführers/Budgetverantwortung

- Jeder Betrieb bleibt unabhängig und rechtlich eigenverantwortlich.
  Aufträge werden zwischen dem Kunden und Betrieb geschlossen
  Die Kooperation hilft bei der Umsetzung - unterstützt die Betriebe

- Finanzierung
  Erfolgt über Mitgliedsbeiträge und einer Provision, abhängig von der Liefermenge

- Kooperationsregeln
  Wichtig sind klare Regeln mit Rechten und Pflichten

Die Idee

- Mit der gemeinsamen Vermarktung bzw. den gemeinsamen Marktauftritt sollte der Eintritt in neue Märkte und die Entwicklung neuer Produkte erleichtert werden.

- **Um neue Märkte aufzubauen und auch neue Produkte zu finden, wurde die Arge gegründet.**

Ziele der Arge Starkholz Salzburg

- **Neue Märkte**, neue Kunden

  durchschnittlicher Exportanteil 75%, davon waren anfänglich über 90% Italienexporte

- **Neue Produkte** vorwiegend aus Starkholz
- Vermehrte Umsätze
- Bessere Absatzmöglichkeiten für diverse Produkte
- Nachhaltige Absicherung der Standorte bzw. der Betriebe
- Nachhaltige Sicherung neuer Märkte

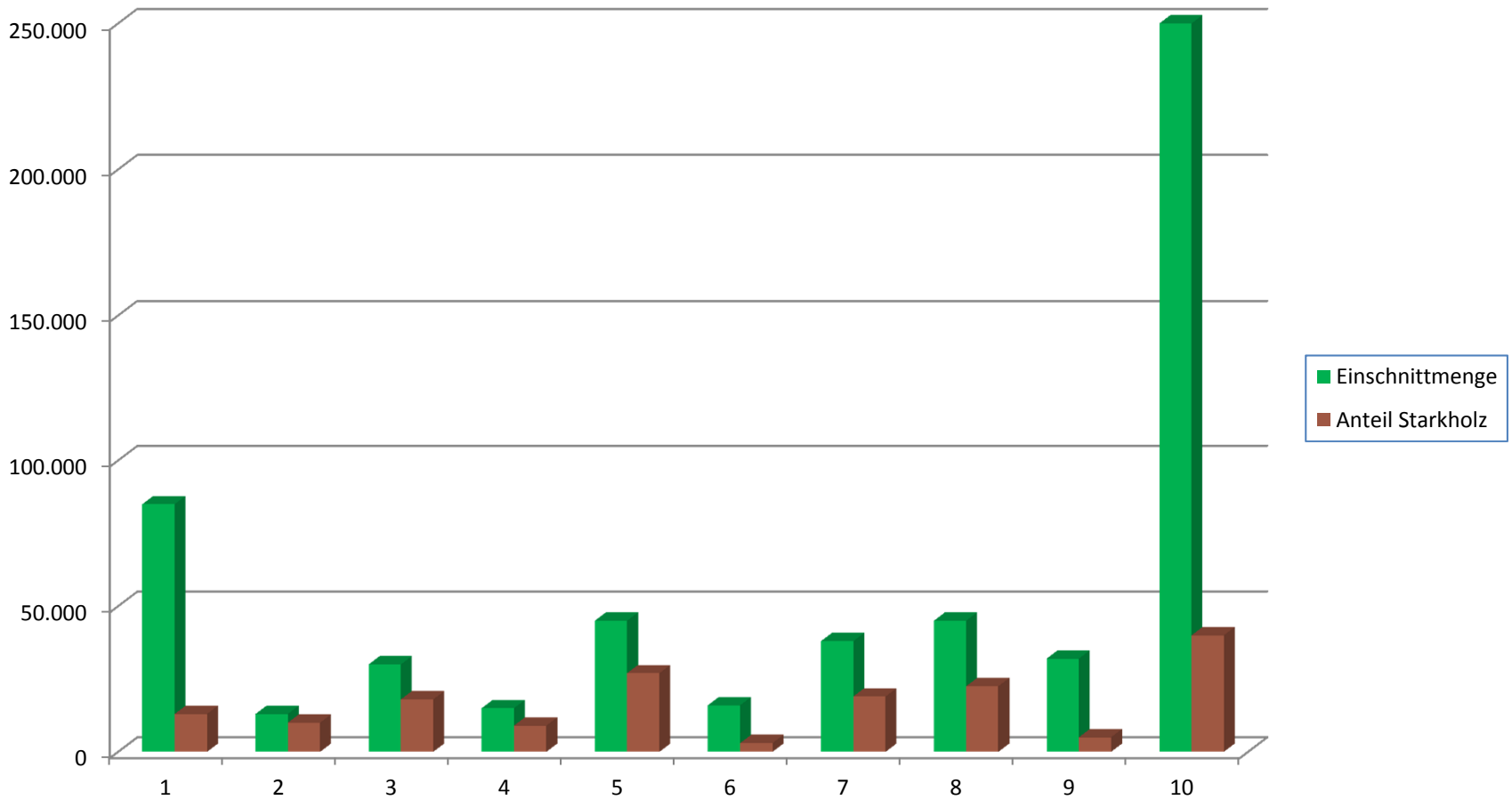
Aufgaben und praktische Abwicklung

- Die Aufgaben ergeben sich aus den Zielen
- Wir arbeiten immer in 2 Jahresprogrammen
- Es gibt eine Auswahl eines oder mehrerer Zielmärkte, die entsprechend bearbeitet werden.
- Marktsondierungen, Marktbeobachtungen

Was ist Starkholz?

In der Arge Starkholz bezeichnen wir Rundholz mit einem Durchmesser von mehr als 40 cm als Starkholz.

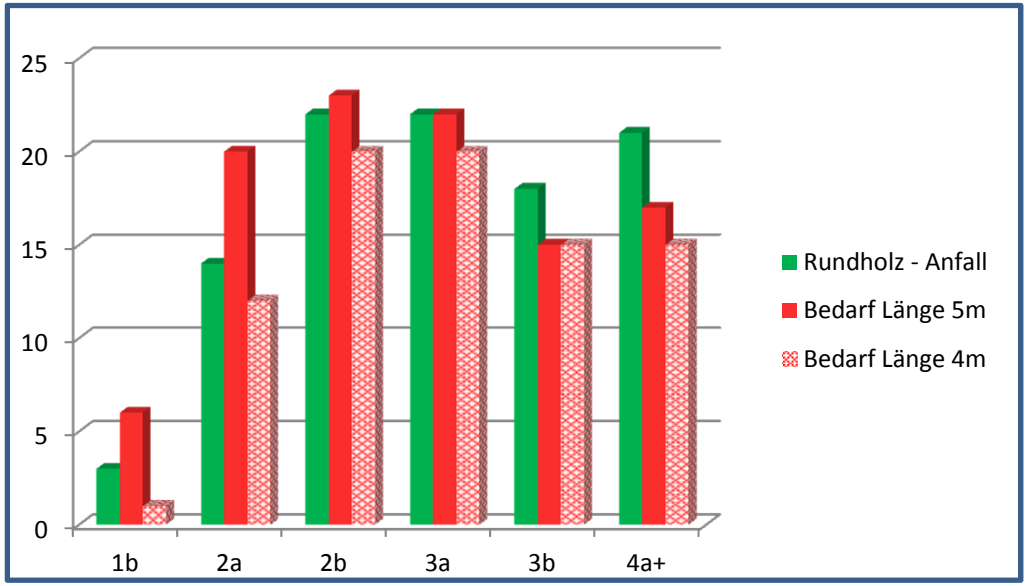
Anteil Starkholz innerhalb der Kooperation



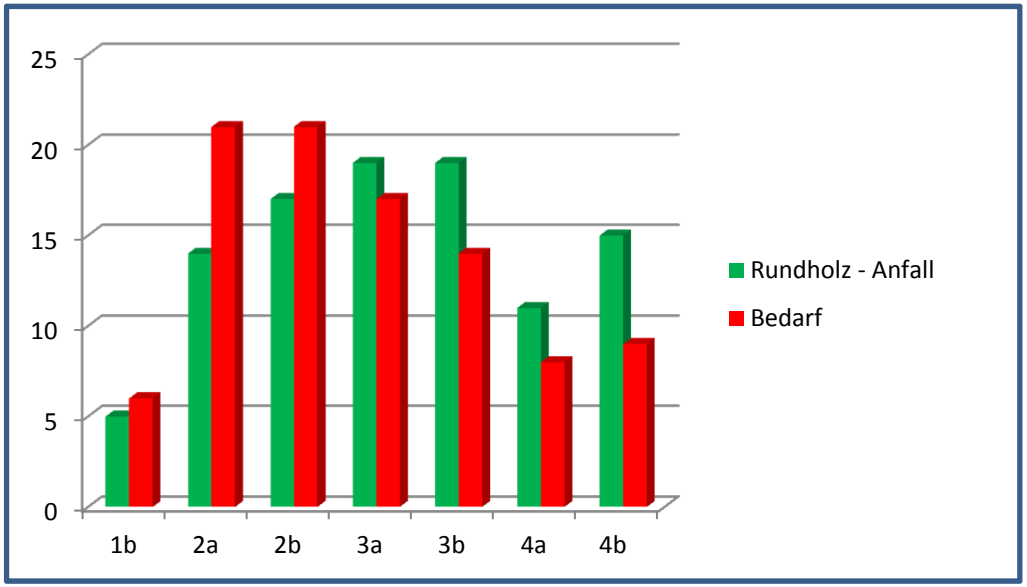
Gesamt ca. 560.000 fm davon knapp 30% Starkholz

Rundholz Anfall/Bedarf

Lärchen Sägewerk



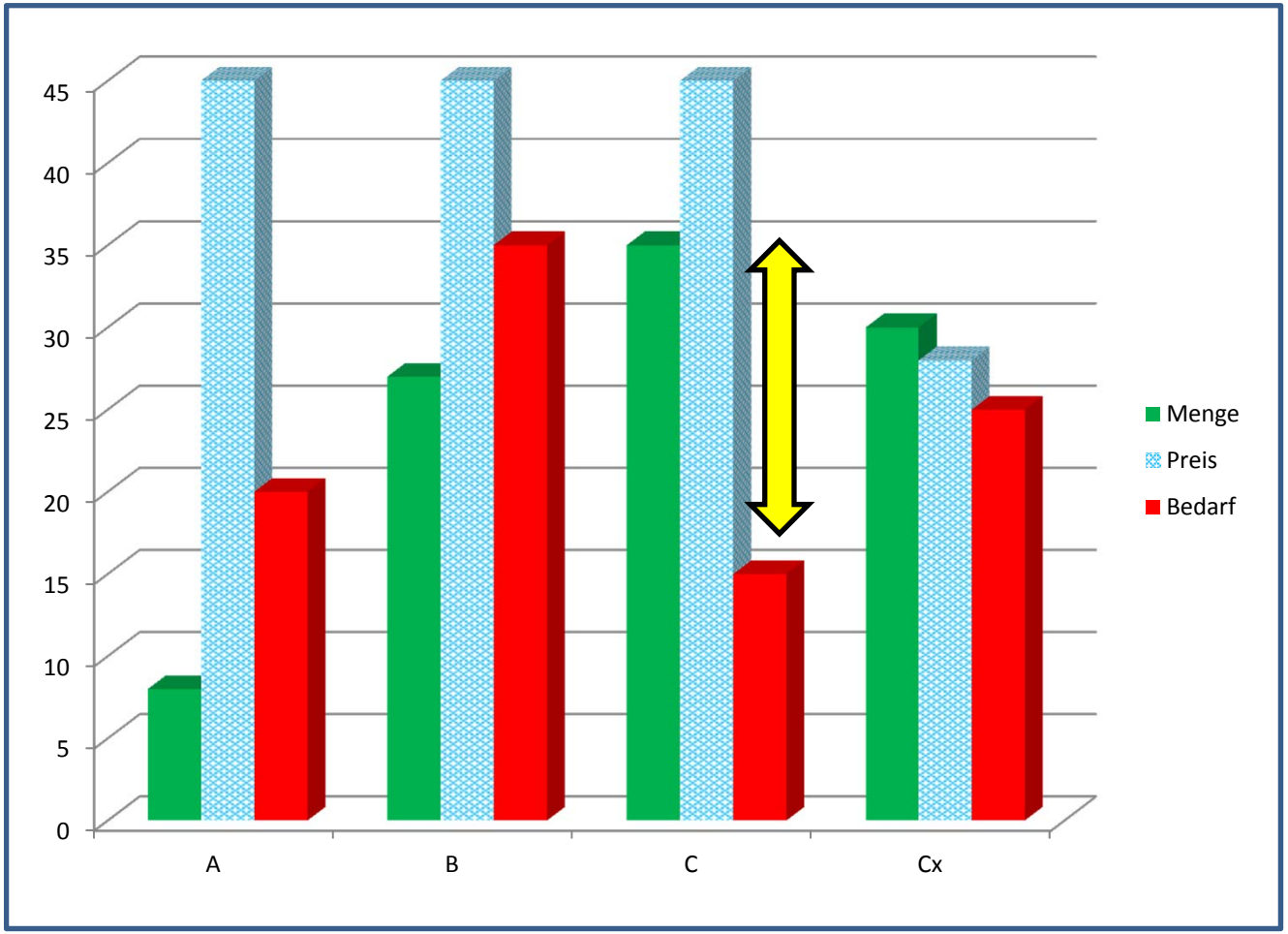
Fichten Sägewerk



Probleme eines Starkholzsägewerks

Ø 58cm Media

Preis / Qualität im mittlerem Sortiment



STARKHOLZ
Chance oder Herausforderung für die Sägeindustrie?

Abhängig von den Qualitäten

- Gute Qualitäten sicher eine Chance

- Schlechte Qualitäten sind die große Herausforderung

Welche Lösungen/Hilfen gibt es dafür?

Vermarktungsstrategien und Märkte für Starkholz

Abhängig von

- technischen Möglichkeiten
- möglichen Produkten
- Rundholzqualitäten
- Verfügbarkeit des Rohstoffs
- Produktionskapazitäten
- vom der Bereitschaft zur Veränderung
- personellen Ressourcen
- geografischen Lage

Es gibt keine Grundregel wie oder wo Starkholz vermarktet werden kann oder soll

Wo gibt's für den Kunden eine Lösung oder einen Vorteil /Nutzen?

Eine hilfreiche Möglichkeit sind Kooperationen

Vorteile einer Kooperation

- Kostenersparnis
- Informationsvorsprung
- Marktpräsenz
- Flexibilität
- Service für den Kunden
- Zugang zu Märkten die ein Einzelner nie oder nur sehr selten bekommt
- Ertragssteigerung
- Nutzung von Synergieeffekten
- Prestigegewinn

Voraussetzungen für funktionierende Kooperationen

- Die grundsätzliche Bereitschaft zu Kooperationen.
- Der unbedingte Wille und die Bereitschaft der Mitgliedsbetriebe an Zielmärkten tätig zu sein.
- Vertrauen – Mindestmaß an gegenseitigen Vertrauen
- Externe Führung/Leitung
- Klare Kooperationsregeln
- Gesicherte Finanzierung
- Gibt es einen Nutzen? Wer profitiert?
  Werden die Interessen aller Seiten gewahrt?

Welche Risiken bergen Kooperationen?

- Eine Erhöhung der gegenseitigen Abhängigkeit
- Know-how-Transfer an die Kooperationspartner
- Zusätzliche/interne Konkurrenz
- Eigene Managementfehler werden für Mitbewerber sichtbar
- Der Koordinationsaufwand im eigenen Unternehmen steigt

Können Kooperationen auch scheitern?

- Natürlich, funktionierende Kooperation sind nicht selbstverständlich

Gründe für ein Scheitern:

- Falsche Erwartungen
- „falsche“ Kooperationspartner – nicht teamfähig
- Mangelnde Beteiligung
- Finanzierung
- Fehlende Regeln
- Fehlende Struktur und Leitung
- Frustration durch Ablehnung bzw. Geringachtung der Leistung des Kooperationspartners.

Resümee

- Mit Kooperationen können vor allem für Klein- und Mittelbetriebe Möglichkeiten geschaffen werden die Marktzugänge erleichtern.

- Kooperation sind kein Allheil- oder Wundermittel, aber sie können helfen die Probleme für den Einzelnen zu verringern.

- Ziel muss die Herstellung und Vermarktung eines berechenbaren, „homogenen“ Werkstoffes sein, mit dem auch sinnvolle Erträge erwirtschaftet werden können.

Aufschneiden, Zuschneiden, Keilzinken, Verleimen……