

Houtvrienden gezocht!

Helaas denken veel vakgenoten in de bouw en particulieren nog steeds dat de toepassing van het hernieuwbare materiaal hout ten koste gaat van de mondiale bossen. En niets is minder waar. De aanzet tot een driejarige branchepubliciteitscampagne waarin houtbedrijven kunnen participeren is recentelijk in Rosmalen gestart met een succesvolle fondsenwerfbijeenkomst.

Hout verdient positieve aandacht. Het is duurzaam, vernieuwbaar en als CO₂-binder een belangrijk middel in de terugdringing van het broeikas-effect. Het past in flexibel, duurzaam, energiezuinig en modern bouwen. En het is nog mooi ook. Leveranciers, bewerkers en fabrikanten merken dat deze positieve eigenschappen bij het brede publiek echter nauwelijks bekend zijn. Daar waar andere materialen in de publiciteit kunnen profiteren van een beperkt aantal leveranciers met grote budgetten voor promotie, is de houtsector even breed en rijk geschakeerd als het materiaal dat het verkoopt of bewerkt. En dat gaat ten koste van een eenduidige krachtige promotieboodschap.

Particulier

Houtbranche en aanverwante sectoren hebben onder coördinatie van voorlichtingsinstituut Centrum Hout besloten tot een generieke houtcampagne die de voorlopige titel draagt: Hout laat je huis leven. Projectleider Mirjam Wagteveld van Centrum Hout zegt: "De houtbranche en de daaraan gerelateerde industrieën communiceren op dit moment met name met professionele opdrachtgevers. Toch is de marktomvang en -invloed van de particuliere consument als geheel groter dan de professionele markt en bovendien ook nog eens groeiende. Wat voor individuele bedrijven niet haalbaar is, wordt mogelijk als de gehele aan hout gerelateerde bedrijfstak meedoet."

Eenduidig

De initiatiefnemers hebben een plan van aanpak voor een drie- tot vijf-jarige campagne om de particuliere consument te stimuleren voor hout te kiezen. Daarbij ligt een sterke focus op sociale media, een printcampagne en zo mogelijk radio- en tv-spotjes. Naast de communicatie-uitingen richting de particulier, worden de betrokken bedrijven ondersteund met hun communicatie richting woningcorporaties, projectontwikkelaars en aannemers. Zo wordt de hele markt op een eenduidige manier geïnformeerd over de positieve aspecten en mogelijkheden van hout.



Hoe meer 'houtvrienden' participeren, hoe groter de campagne gaat worden.

Vrienden van hout

Tot de participanten behoren inmiddels De Groot Houtbewerkingsmachines in Rosmalen, Leitz Service in Waddinxveen, de Nederlandse Branchevereniging voor de Timmerindustrie (NBvT) en de Koninklijke Vereniging van Nederlandse Houtondernemingen (VVNH). Na de recente kickoff-bijeenkomst voor 130 geïnteresseerden in Rosmalen meldden zich meer bedrijven en organisaties die de houtboodschap actief, eenduidig en krachtig willen uitdragen. In de sponsorwerving 'Vrienden van hout', zijn dusdanige sponsormodellen ontwikkeld dat grote en ook kleinere ondernemingen mee kunnen doen. Ook buitenlandse leveranciers en fabrikanten tonen inmiddels belangstelling, warm geworden door gelijksoortige succesvolle campagnes in Duitsland (Natürlich Holz: Schlau, Schnell, Sexy), Engeland (Wood for Good) en Frankrijk (Le Bois, c'est essentiel). Strategie en aanpak worden door deelnemers en projectteam verder uitgewerkt op basis van het beschikbare budget. Er is nu een startbudget van € 300.000. Voor een beoogde profilering richten de vrienden zich op een jaarlijks minimaal bedrag van € 450.000. Maar willen alle ambities worden waargemaakt, dan gaat het benodigde budget al snel richting € 1 mln per jaar.

Op www.vvnh.nl staat een verslag van de oprichtingsbijeenkomst, voorbeelden van campagnes en een overzicht van de sponsormodellen. Geïnteresseerden kunnen contact opnemen met:

- Mirjam Wagteveld (VVNH), m.wagteveld@vvnh.nl, 036.532.10.20, 06.466.265.35
- Bert Kattenbroek (NBvT), b.kattenbroek@nbvt.nl, 035.694.70.14, 06.517.028.32