

Initiative Furnier + Natur legt neue Marketingmaßnahmen fest

Freitag, 19.03.2010

Auf der Mitgliederversammlung am 26. Februar in Frankfurt am Main haben die Mitglieder der Initiative Furnier + Natur e.V. (IFN) einstimmig das vom Marketingausschuss vorgelegte Maßnahmenpaket für die kommenden Jahre verabschiedet. Dies ist einer Pressemitteilung zu entnehmen. So würden die Schwerpunkte der Marketingarbeit u.a. in der Neu-Ausrichtung des Furniersiegels, dessen Vermarktung und im Relaunch der IFN-Homepage als interaktive Wissens- und Kommunikationsplattform für Tischler, Schreiner, Architekten, Designer und Endverbraucher liegen.

Da eine von der IFN beauftragte Marktstudie zeige, dass der Konsument den Begriff „Furnier“ nicht mit „echtes Holz“ assoziiere, habe die Initiative beschlossen, das Furniersiegel zu überarbeiten und sich dabei auf die Kernaussage „echtes Holz“ zu konzentrieren. Der Marketingausschuss der IFN werde das Siegel gemeinsam mit ihren Industriepartnern dahingehend grafisch und inhaltlich überarbeiten.

Darüber hinaus entwickle die IFN eine Furniermusterkollektion aus zwölf verschiedenen Echtholzarten, die IFN-Mitglieder bei ihren Kunden einsetzen könnten. Auch seien Schulungen an Ausbildungseinrichtungen des Tischlerhandwerks und des Möbel- sowie Holzhandels geplant. 2011 sei die Erstellung eines Handbuchs Furnier für Architekten und Designer vorgesehen.

Für die Finanzierung dieser Maßnahmen hätten die IFN-Mitglieder einstimmig eine Umlage für den Zeitraum 2010 bis 2012 beschlossen.

[zum Seitenanfang](#)