

Inhaltsverzeichnis

1	Zukunftsmärkte und Innovationen der Forst-Holz-Kette – eine Einleitung	9
	Nachhaltige Zukunftsmärkte – Unternehmens-, Kunden- und Gesellschaftsnutzen	10
	Innovationen zur Erschließung von Zukunftsmärkten	12
	Innovationen in der Forst-Holz-Kette	14
	Das Projekt Zukunftsmärkte der Forst-Holz-Kette – ZUFO	16
2	Die Marktperspektive: Kundenanforderungen, Schlüsselakteure, Marktpotenziale	25
2.1	Einleitung	26
2.2	Holz aus Verbrauchersicht – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung	27
2.2.1	Verbraucherwahrnehmung von Holz	27
2.2.2	Holzhäuser und Kundenanforderungen	29
2.2.3	Holzfenster und Kundenanforderungen	32
2.2.4	»Kundencluster« – eine Verbrauchertypologie zur zielgruppenspezifischen Entwicklung von Märkten	34
2.3	Potenziale und Hemmnisse im Holzbau – Ergebnisse aus Sicht von Experten	38
2.3.1	Baustoff- und Produktcharakteristik	39
2.3.2	Kundenschnittstelle: Schlüsselphasen und -akteure	41
2.3.3	Politische Rahmensetzungen und Branchenbedingungen	46

2.4	Fazit – Schlüsselfaktoren und zentrale Handlungsfelder	50
2.4.1	Schlüsselfaktoren im Holzbau	50
2.4.2	Zukunftsmärkte und Handlungsfelder	53
3	Die Unternehmen	55
3.1	Einleitung	56
3.2	Ausgangslage	57
3.3	Konzeptioneller Rahmen der Untersuchung	59
3.3.1	Strategisches Management	60
3.3.2	Innovationsmanagement	62
3.3.3	Verknüpfung zwischen strategischem und Innovationsmanagement	63
3.4	Untersuchungsdesign	66
3.5	Organisationale Voraussetzungen in der Holzbaubranche	68
3.5.1	Bestandsressourcen	69
3.5.2	Humanressourcen	70
3.5.3	Strukturelle Ressourcen	75
3.5.4	Kulturelle Ressourcen	77
3.5.5	Materielle Ressourcen	83
3.5.6	Erfassung externer Faktoren	84
3.6	Externe Einflussfaktoren	89
3.7	Innovationen in der Holzbaubranche	91
3.7.1	Innovationsverständnis in der Holzbaubranche	92
3.7.2	Beispiele für Innovationen	93
3.8	Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	97
3.8.1	Zusammenfassung	97
3.8.2	Zukunftsmärkte der Holzbaubranche	98
3.8.3	Handlungsempfehlungen	99

4	Die Wertschöpfungskette Forst-Holz	101
4.1	Einleitung	102
4.2.	Die Forst-Holzbau-Wertschöpfungsketten: Konzeptioneller Rahmen der Betrachtung	103
4.3	Geschäftsbeziehungen in Wertschöpfungsketten verstehen – Perspektivenwechsel	106
4.3.1	Aus der Perspektive von Markt, Hierarchie und Kooperation	107
4.3.2	Aus der Perspektive von Abhängigkeiten und Macht	110
4.3.3	Aus der Perspektive von Gegenseitigkeit und Vertrauen	112
4.4	Die Kette in den Blick nehmen – Ansätze für ein kettenweites Management schaffen	115
5	Zwischen Regionalisierung und Globalisierung: Forst-Holz-Netzwerke erschließen Zukunftsmärkte	121
5.1	Einleitung	122
5.2	Regionale Netzwerke und Cluster: eine Schlüsselinnovation für Zukunftsmärkte?	123
5.3	Regionale Cluster- und Netzwerkinitiativen in der Forst- Holzwirtschaft	127
5.4	Forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse und Verbundbildung	131
5.4.1	Forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse, konfrontiert mit neuen Kundenbedürfnissen	131
5.4.2	Theoretischer Bezugsrahmen und Methodik	133
5.4.3	Ressourcen und Kompetenzen der Forstbetriebs- gemeinschaften und Stärken am Markt	134
5.4.4	Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen für Forstbetriebsgemeinschaften	144

5.5	Das Holzforum Allgäu: Netzwerkmanagement zwischen erfolgreicher Konsolidierung und unausgeschöpftem Innovationspotenzial	144
5.5.1	Die Netzwerkentstehung: von der informellen Interessengemeinschaft zur institutionalisierten Kooperation	145
5.5.2	Endogene Netzwerkinnovation: vom Ehrenamt zum Netzwerkmanagement	149
5.5.3	Netzwerkmanagement zwischen Professionalisierung und Organisationsüberforderung	154
5.6	Schlussbemerkung: Entwicklungsperspektiven für Forst-Holz-Netzwerke diesseits und jenseits der »schönen heilen Netzwerkwelt«	157
 6	 Innovationsperspektiven in der Forst-Holz-Kette diesseits und jenseits von Best-Practice und Benchmark	 161
 Literaturverzeichnis		 173
 Anhang		 185
Autorenverzeichnis		186
Abbildungsverzeichnis		190
Tabellenverzeichnis		191