



Tannenholz soll als „Weißtanne“ den Baumarkt erobern. Ein Beispiel für gelungene Tannenarchitektur ist das Frauenmuseum Hittisau.

Foto: H. Schiess

Die Tanne hat jetzt eine Lobby

Drei Länder starten EU-Projekt zur Vermarktung der Weißtanne

Bregenz – Die Regionen Vorarlberg, Westallgäu und Nordschwarzwald wollen dem globalisierten Billigholzmarkt Paroli bieten. Mit einem Marketingprogramm für die Weißtanne soll der Absatz der heimischen Holzart gefördert werden. Das grenzüberschreitende Projekt ist eine Premiere, finanziert wird es über das EU-Leader-Programm.

Rund 58.000 Euro lassen sich EU, Länder und Arge Alp die Marketinginitiative für die Tanne, die zur besseren Vermarktbarkeit nun „Weißtanne“ heißt, kosten. Eine Broschüre soll Endverbrauchern, Architekten und Entscheidungsträgern die Augen für die Schönheit des heimischen Baustoffes öffnen. Die Einsatzmöglichkeiten reichen, so der Baden-Württemberger Forstexperte Thorsten Beimgraben, „von der Waldhütte bis zum edlen Bürogebäude“.

Die ökologischen Vorteile der regionalen Ressource beschreibt Thomas Ölz von der Landwirtschaftskammer Vorarlberg: Die Weißtanne sei „das Holz der kurzen Wege“

und durch seine Verjüngungsfähigkeit praktisch ohne Engpässe verfügbar. Der Tannenvorrat ist in allen drei Regionen fast unerschöpflich. Allein in Vorarlberg habe man rund sechs Millionen Festmeter vorrätig, sagt Ölz. Zum Vergleich: Für ein Einfamilienhaus braucht man rund 100 Festmeter.

Die Weißtanne wird von immer mehr Architekten auch beim Bau öffentlicher Gebäude genutzt. Tannenholz ist harzfrei und witterungsbeständig. Ölz: „Früher hat man für Schindeldächer, aber auch für die Wetterseite der

Bauernhäuser Tanne verwendet.“ Mittlerweile haben Lärche und Fichte den Markt erobert. Mit der Offensive will man nun Marktanteile zurückholen. Freilich müsse da auch die Preispolitik eine andere werden, fordert Vorarlbergs Landwirtschaftskammerpräsident Josef Moosbrugger: „Kein Forstbesitzer wird Tannen schlägern, wenn er keinen guten Preis dafür bekommt.“ Das Ziel: Tanne soll Fichte im Absatz und Preis überholen. Die Strategie: Öffentliche Bauherren sollen bei Ausschreibungen mehr auf Ökologie als auf den Preis achten. (jub)