

MedienInformation

Wie splint? Wer splint? Was splint?

Ein Magazin für Holzkultur

11. Mai 2005 (HAF, Bonn) Ein neues Imagemagazin zeigt den nachwachsenden Bau- und Werkstoff Holz aus neuen Blickwinkeln. Es heißt „splint“ und wurde Ende April vom Holzabsatzfonds, der zentralen Marketingeinrichtung der deutschen Forst- und Holzwirtschaft, herausgegeben. Ziel ist es, das Ansehen von Holz auf breiter Front neu zu definieren. Dazu gehören klare Perspektivwechsel und ein neuer selbstbewusster Anspruch: Holz ist kein Nischenprodukt für immer rarer werdende Öko-Freaks, sondern der Zukunftsstoff des Bauens, Wohnens und Lebens allgemein.

Die 40-seitige erste Ausgabe segelt im frischen Wind der im März relaunachten Kommunikationskampagne „Natürlich Holz. Allem gewachsen.“, die der Holzabsatzfonds den rund 100.000 Betrieben der Forst- und Holzwirtschaft zur Adaption anbietet (Kampagnenkatalog mit CD-ROM kostenlos unter versandservice@infoholz.de).

Das Heft gliedert sich in die drei Kapitel „Holz ist sexy“, „... schnell“ und „... schlau“ und folgt damit den Anzeigenmotiven, die der Holzabsatzfonds unter anderem in Spiegel, Stern, Focus und überregionalen Zeitungen schaltet.

Formholz und seine Designer, ein Segelbootsbauer aus Leidenschaft, beeindruckende Gebäudekonstruktionen, der Wald als Freizeitort und Fabrik in einem – dies sind einige der Themen.

HOLZABSATZFONDS
Godesberger Allee 142-148
53175 Bonn
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-0
Telefax: +49 (0)2 28/3 08 38-30
www.holzabsatzfonds.de
www.medien.infoholz.de

Medienkontakt

HOLZABSATZFONDS
Lars Langhans
Pressesprecher
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-38
lars.langhans@holzabsatzfonds.de

Simone Zeuner
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-19
simone.zeuner@holzabsatzfonds.de

Pleon Kohtes Klewes GmbH
Bettina Meysemeyer
Telefon: +49 (0)2 28/9 15 14-149
bettina.meysemeyer@pleon.com

Dazu finden sich Rubriken wie

- Holz und Köpfe (diesmal Albert Einstein und Franka Potente)
- Holzhammer (Sensationelles: weltgrößter Solarpark, erbaut aus 2,4 Millionen Holzkomponenten) oder
- Helden des Alltags (Klassiker wie der Eisstiel)

Die Startauflage zählt 75.000 Exemplare und wird unter anderem über die Deutsche Bahn (ICE), Lufthansa (ausgewählte Lounges), Ärzte (Wartezimmer von 8.000 Allgemeinmediziner), Messen und Kongresse sowie direkt vertrieben: kostenfrei zu beziehen unter Angabe der Bestellnummer H 091, E-Mail an versandservice@infoholz.de. Eine 2. Ausgabe ist 2006 vorgesehen.

Hinweise zur Berichterstattung:

Sie können diese Meldung und das Cover von „splint“ unter diesem Link downloaden: www.medien.infoholz.de (Bereich Pressemitteilungen, Rubrik Marketing).

Über Ziele, Strategie und Instrumente der Dachkampagne „Natürlich Holz“ informiert Sie die frühere, ebenfalls dort erreichbare Medieninformation vom 24. Februar 2005: *Holz ist sexy, schnell und schlau* (inklusive Anzeigenmotive des ersten Halbjahrs).

Parallel zum Imagemagazin hat der Holzabsatzfonds einen dreiminütigen Imagefilm produziert. Wir stellen ihn zu Besprechungszwecken gern bereit.

Einen Gesamtüberblick senden wir Ihnen in Form eines Kampagnenkataloges mit CD-ROM auf Anfrage zu.

HOLZABSATZFONDS

Godesberger Allee 142-148
53175 Bonn
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-0
Telefax: +49 (0)2 28/3 08 38-30
www.holzabsatzfonds.de
www.medien.infoholz.de

Medienkontakt

HOLZABSATZFONDS
Lars Langhans
Pressesprecher
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-38
lars.langhans@holzabsatzfonds.de

Simone Zeuner
Telefon: +49 (0)2 28/3 08 38-19
simone.zeuner@holzabsatzfonds.de

Pleon Kohtes Klewes GmbH
Bettina Meysemeyer
Telefon: +49 (0)2 28/9 15 14-149
bettina.meysemeyer@pleon.com