



Urs Greutmann

wenige Reststücke einsammeln und als Energieholz aufschichten. Exakte Erhebungen haben nun ergeben, dass bei Laubholzschlägen mit grossen Kronen und auch Waldrandbäumen

die nutzbare Holzmenge bis 20% über der erwarteten Nutzung gemäss Anzeichnungsprotokoll liegt. Der Schnitt lag bei ca. 10 bis 15 % grösserer Nutzung. Das heisst, wer viel Laubenergieholz aufbereitet, hat langfristig und ohne Absicht eine Übernutzung. In 10 Jahren kann dies ein ganzer Jahreshiebsatz mehr sein, ohne auch nur einen einzigen Baum mehr als früher (mit den traditionellen Sortimenten) aus dem Wald genommen zu haben. Dies muss bei der Nutzungskontrolle berücksichtigt und den entsprechenden betrieblichen Gegebenheiten im Betriebsplan angepasst werden.

Wie man sieht, lohnt es sich, dieses Sortiment weiter zu fördern!

Kontakt:

*Urs Greutmann, Forst- und Werkbetrieb
Embrach, Schützenhausstr. 29B,
8424 Embrach, Mail: info@forstembrach.ch*

Von den Leistungen der Holzvermarkter profitiert die gesamte Waldwirtschaft

von Beat Riget, Geschäftsführer ZürichHolz AG, Wetzikon

In den Händen der Waldeigentümer

Bei der aktuellen Entwicklung in der Holzindustrie mit immer grösseren Verarbeitungsmengen wird die Bündelung des Holzangebotes auf der Anbieterseite, der Waldwirtschaft, immer bedeutender, wenn nicht sogar bald entscheidend. Experten haben schon in den 70-er Jahren auf die Notwendigkeit der Holzbündelung hingewiesen und die Erfahrungen aus der Bewältigung von Orkan Lothar haben diese Richtung bestätigt. In der Schweiz und im nahen Ausland sind denn in den vergangenen Jahren auch verschiedene Holzvermarktungs-

organisationen erfolgreich aktiv geworden.

Die damalige Projektgruppe, welche die Vorarbeit für die Gründung der ZürichHolz AG vorantrieb, formulierte das Ziel so: «Im Kanton Zürich soll eine Holzvermarktungsorganisation in Form einer Aktiengesellschaft AG gegründet werden, welche auf einer freiwilligen und selbstmotivierten Beteiligung von Waldeigentümern basiert».

Es gilt ernst

Nach fünfeinhalb Jahren Tätigkeit kennen wir die kritischen Punkte der Holzbündelung aus eigener Erfahrung. Verwaltungsratspräsident Peter Hofer

analysierte anlässlich der GV am 19. Mai 2010 die Situation wie folgt*:
 «Wenn wir uns auf dem Schweizer Markt umsehen, stellen wir fest, dass die Holzvermittler im Moment alle einen schweren Stand haben. Sie riskieren von der Abnehmerseite ebenso wie von der Waldseite umgangen zu werden. Zwar erfüllen wir Holzbündler für die Abnehmer durch die Zusammenführung des kleinstrukturierten Angebotes eine durchaus erwünschte Funktion. Auch ist nachvollziehbar, dass die Abnehmer – und hier vor allem die Grossen – befürchten, eines Tages einigen wenigen marktmächtigen Vermittlungsorganisationen gegenüber zu stehen, welche ihnen zu hohe Preise diktieren. Dass von einigen unserer Kunden vieles versucht wird, an den Holzvermittlern vorbei zu Holz zu kommen, ist nur die logische Folge diese Befürchtung. Und so kommt es, dass Betriebs- und Forstrevierleiter von einigen Sägewerken direkt angegangen und umworben werden. Dass viele Verantwortliche auf der Waldseite dieses Spiel mitspielen, ist für uns doch sehr verwunderlich. Unsere Umsätze zeigen auf, dass die ZürichHolz vermehrt umgangen worden ist. Wichtige Argumente sind: «wir sparen die Vermittlungsprämie» und «wir erzielen die besseren Preise». Zum Preisargument erlaube ich mir die Frage «stimmt das auch über die gesamte Verkaufsmenge oder nur für einzelne Spitzensortimente?». Zur Einsparung der Vermittlungsprämie sage ich «vielleicht» und stelle zudem fest, dass kaum ein Revierförster oder Betriebsleiter seinen Vermarktungsaufwand gegenüber seinen Vorgesetzten ausweisen oder gar rechtfertigen

*) Ausschnitt aus dem Eingangsreferat von Peter Hofer, VR Präsident ZürichHolz AG, zur GV vom 19.5.2010 in Winterthur-Wülflingen

muss. Das betriebliche Ergebnis ist ja immer die Differenz von Ertrag und Aufwand.

Ich schliesse nicht aus, dass der gewiefte Betriebsleiter, welcher sein Holz direkt verkauft, einen Preis erzielt, welcher unsere Vermittlungsprämie mit beinhaltet. Aber, er muss sich bewusst sein, dass die schwindende Marktmacht ihrer ZürichHolz AG oder anderer Vermittler sehr im Interesse unserer potenten Marktpartner auf der Käuferseite liegt. Sind die Vermittler einmal geschwächt, werden die Preise nicht nur für diese absinken. Der Direktverkauf bringt dann zwar immer noch ähnlich hohe Preise wie diejenigen des Holzvermittlers, aber auf einem gemeinsam viel tieferen Niveau. Dabei wären die Chancen gut, gerade jetzt in einem ausgetrockneten Markt höhere Preise durchzusetzen. Man hätte jedenfalls im letzten halben Jahr Holz in grösseren Mengen jederzeit vermitteln können.»

Die Ziele sind klar

Die Ziele einer gemeinsamen Holzvermarktung durch die Waldeigentümer sind klar. Sie wurden bei der Gründung der ZürichHolz AG durch die Gründungsorgane und Revierförster formuliert:

- Die Zürcher Waldeigentümer sollen durch gemeinsame Holzvermarktung ihre Position am Markt stärken.
- Der Holzabsatz soll gesichert werden. Was in «Friedenszeiten» läuft, funktioniert auch im Sturm.
- Professionalisierung der Vermarktung und Ausbau des partnerschaftlichen Netzwerkes in der Holzketten mit vielseitigen Beziehungen.
- Verbesserung der Wertschöpfung in der Holzketten, insbesondere durch Bündelung des Angebotes und Koordination der Unternehmereinsätze.

«Unsere Umsätze zeigen auf, dass die ZürichHolz vermehrt umgangen worden ist.»

«Ich stelle zudem fest, dass kaum ein Revierförster oder Betriebsleiter seinen Vermarktungsaufwand gegenüber seinen Vorgesetzten ausweisen oder gar rechtfertigen muss.»

Bei der Vermarktung an die Grossindustrie erreichen die Vermarkter dank Menge und Marktübersicht Provisionen oder Spezialpreise in der Grössenordnung von plus 1 bis 10 Fr./m³ gegenüber einem Einzelverkäufer.

Beteiligung ist über kurz oder lang betrachtet ein Gebot der Vernunft.

- Eigentumsübergreifende Zusammenarbeit bei Holznutzung, Logistik und Vermarktung.
- Übernahme der Logistik vom Wald ins Werk
- Entlastung der Revierförster im administrativen Bereich

Gebündeltes Holz bewirkt Marktmacht und Preisvorteile

Es stellt sich die Frage, welche Wirkungen die ZürichHolz AG in den vergangenen fünf Jahren auf die Holzpreise, bzw. auf die betriebswirtschaftlichen Ergebnisse der Forstbetriebe hatte?

Wie im Referat von Peter Hofer angetönt, ist es schwierig, die Auswirkung einer Holzvermarktungsfirma wie der ZürichHolz AG auf den Holzpreis in Franken genau zu definieren. Es gibt dazu keine fundierten, wissenschaftlichen Erhebungen oder Statistiken. Wohl kann aber mit der Erfahrung und den Zahlen der Holzvermarkter argumentiert werden.

- Bei der Vermarktung an die Grossindustrie erreichen die Vermarkter dank Menge und Marktübersicht Provisionen oder Spezialpreise in der Grössenordnung von plus 1 bis 10 Franken pro Kubikmeter gegenüber einem Einzelverkäufer.
- Bei regionalen Sägereien kann der Vermarkter die Preisempfehlungen der Verbände meist besser durchsetzen, generiert ebenfalls eine Provision oder einen höheren Preis.
- Die Vermarkter sind dank grösserer Mengen besser in der Lage, die Durchschnittspreise der Industrie gegeneinander abzuwägen und die richtigen Sortimentsentscheide zu treffen.
- Die Vermarkter kämpfen mit dem Wissen des internationalen Preisniveaus bei den Preisverhandlungen

für die Waldbesitzer und Förster um beste Preise.

- Abrechnungen der Holzlieferungen können auf Wunsch direkt zum Holzlieferanten gemacht werden, und somit die Forstreviere entlasten. Die eingesetzte Logistiksoftware wurde speziell zu diesem Zweck entwickelt.

Von Preisvorteilen profitieren alle Erfahrungsgemäss liegen die Preisvorteile durch die Vermarkter bei drei bis acht Franken pro Kubikmeter über die ganze Schweiz und alle Sortimente. Umgerechnet auf die Nutzung im Kanton Zürich von ca. 450'000m³ ergibt das einen wirtschaftlichen Mehrwert für die Forstbetriebe, bzw. die Waldeigentümer von 1.35 Mio. bis 3.6 Mio. Franken pro Jahr. Da die Revierförster gleich grosse oder grössere Aufwendungen pro Kubikmeter verkauftem Holz haben, ist dieser Mehrwert realistisch.

Leider verliert die ZürichHolz AG durch Direktlieferungen von Waldbesitzern und Förstern an dieselben Abnehmer immer wieder an Menge, Marktmacht und auch Geld. Und die Akteure der Holzindustrie sind bemüht, die Einigkeit der Waldeigentümer immer wieder zu durchbrechen. Dass sie das tun, beweist, dass sie sich vor gebündeltem Absatz fürchten. Im Grundsatz gilt: Je mehr Holz über die ZürichHolz AG verkauft wird, umso höhere Preise können am Markt durchgesetzt und an die Waldbesitzer und Forstreviere weiter gegeben werden. Beteiligung ist über kurz oder lang betrachtet ein Gebot der Vernunft – ohne sie ist der gemeinsame Erfolg nicht zu erreichen.

Kontakt:

Beat Riget, ZürichHolz AG, Juheestrasse 28, 8620 Wetzikon, Mail: zuerichholz@bluewin.ch