

# Bündeln, Vermarkten, Abwickeln

Überregionale Vermarktungsorganisationen erleichtern den Holzfluss

Michael Lutze

**Im Rahmen des Projektes »Holzmobilisierung und Logistik« durchleuchtete die Bayerische Landesanstalt für Wald und Forstwirtschaft überregionale Vermarktungsinitiativen in Bayern. Überregionale oder auch zentrale Vermarktungsorganisationen wirken innerhalb der Wertschöpfungskette Holz als Bindeglied zwischen den forstlichen Zusammenschlüssen und der Holzindustrie. Sie bündeln Holz aus den Zusammenschlüssen und leiten es zu Abnehmern der Holzindustrie weiter, je nach Rechts- und Organisationsform auf verschiedene Art und Weise. Sie erwerben das Holz von den Zusammenschlüssen und verkaufen es weiter, oder sie schließen Rahmenverträge ab und stellen das Holz über Liefer- und Zeitpläne bereit.**

Die kleinen unter den forstlichen Zusammenschlüssen (FZus) sind mit ihren geringen Angebotsmengen keine so interessanten Partner für die großen Betriebe der Holzindustrie. Hier übernehmen die überregionalen und zentralen Vermarktungsorganisationen eine wichtige Funktion des Bündelns und Vermarkten. Diese Organisationen befinden sich in Bayern jedoch in sehr unterschiedlichen Entwicklungsstadien sowie Organisations- und Rechtsformen. Sie variieren hinsichtlich Marktposition sowie Bedeutung für die Holzindustrie und Rundholzanbieter. Die Spannweite der Vermarktungsorganisationen reicht von den anerkannten Forstwirtschaftlichen Vereinigungen (FV) nach Bundeswaldgesetz (BWaldG), der Genossenschaft in. Silva eG und geht über die regional aktive Waldbesitzer Dienstleistungen (WBD) GmbH Hochfranken bis hin zu Vereinen und »locker organisierten Runden« forstlicher Zusammenschlüsse, die überhaupt keinen organisatori-

schen Überbau aufweisen. Die Bayernholz GmbH wurde von der Forstwirtschaftlichen Vereinigung Schwaben und dem Bayerischen Waldbesitzerverband gegründet und ist ebenfalls in der Holzvermarktung aktiv (Tabelle 1).

## Die Fakten

Die Rolle überregionaler Vermarkter kann mit Hilfe ihrer Vermarktungsmenge pro Jahr eingeschätzt werden. In der Summe waren es im Jahr 2009 in Bayern nach vorläufigen Angaben und Schätzungen etwa 1,2 bis 1,3 Millionen Festmeter, verteilt auf die sechs Forstwirtschaftlichen Vereinigungen ohne die FV Oberbayern, inklusive in. Silva eG und der WBD GmbH Hochfranken. Im selben Zeitraum betrug der Einschlag im bayerischen Privat- und Körperschaftswald insge-

Tabelle 1: Kennzeichen einiger überregionaler Vermarktungsorganisationen in Bayern

Name	Organisationsform	Charakteristika	Aktivitäten
Forstwirtschaftliche Vereinigungen (FV)	Verein	Gebunden an das Bundeswaldgesetz	Im Wesentlichen Bündelungsfunktion, Vermarktung (Abschluss von Rahmenverträgen) von Stamm- und Industrieholz <sup>1</sup> für FZus
in. Silva eG	Eingetragene Genossenschaft	Hochprofessionelle Vermarktungsorganisation von Stammholz mit ca. zehn Großkunden	Holzhandel und Logistik mit Frei-Werk-Lieferung, Dienstleister für forstliche Zusammenschlüsse und Waldbesitzer
WBD GmbH Hochfranken	GmbH	Zusammenschluss dreier Waldbesitzervereinigungen (WBV Sechsamterland, WBV Hof/Naila, WBV Münchberg) im Dienstleistungsbereich	Dienstleistungen rund um Holzvermarktung, -transport und Forstbetriebsmanagement; liefert mit eigenen LKW frei Werk
Bayernholz GmbH	GmbH	Vermarktungsorganisation	Abschluss von Rahmenverträgen
Schwaben-Altbayern-Holz	Verein	Zusammenschluss zum regelmäßigen Austausch und Informieren	Nicht näher bezeichnet
»lose Runden«, z.B. Rohrdorfer	Keine bzw. unbekannt	Organisierter Informationsaustausch	Nicht näher bezeichnet

<sup>1</sup> In Schwaben nur Papierholz, in Oberbayern kein Rundholz

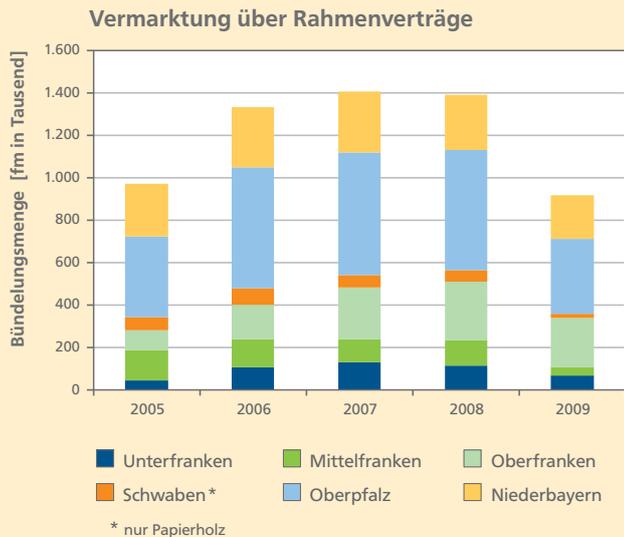


Abbildung 1: Bündelungsmengen der Bayerischen Forstwirtschaftlichen Vereinigungen zwischen 2005 und 2009

samt ca. 11,05 Millionen Festmeter, davon entfielen ca. 5,27 Millionen Festmeter auf die Sortimente Stamm- und Industrieholz. Insgesamt gibt es also noch Potential, die zentral vermarktete Menge zu steigern, insbesondere beim Sortiment »Standardlänge«. Tatsächlich schwankt der über die Forstwirtschaftlichen Vereinigungen abgesetzte Anteil bei den Zusammenschlüssen mit null bis 70 Prozent erheblich. Beim Papierholz erreicht der zentral vermarktete Anteil regional in Niederbayern fast 100 Prozent. Die Organisationen haben also ganz unterschiedliches Gewicht und agieren auf verschiedenen Märkten, sowohl regional als auch hinsichtlich der Sortimente und Baumarten.

In den Jahren vor der Forstreform waren die meisten anerkannten Forstwirtschaftlichen Vereinigungen (FV) nach BWaldG nur mit geringen Mengen auf dem Markt präsent. Seit dem Jahr 2005 vermarkteten sie tendenziell zunächst immer mehr Holz (Abbildung 1), bis – verursacht von der Wirtschaftskrise 2008/2009 – die Absätze zum Teil deutlich zurückgingen. Hinzu kommen noch Sondereinflüsse. Die abschwellenden Borkenkäferkalamitäten in Mittelfranken reduzierten dort die Vermarktungsmenge, dies betraf auch die zentrale Vermarktung über die dortige Forstwirtschaftliche Vereinigung. Für die Genossenschaft in. Silva eG betrug der Holzumsatz bis 2008 etwa 300.000 Festmeter jährlich, im Jahr 2009 hingegen nur noch etwa 250.000 Festmeter. In dieser Menge sind auch nicht bekannte Anteile aus Österreich, Liechtenstein, der Schweiz und Baden-Württemberg enthalten. Die WBD GmbH Hochfranken bündelt das Holz seiner drei Gründungsvereine und vermarktet in Normaljahren 170.000 bis 200.000 Festmeter.

## Worin sind die Unterschiede begründet?

Die Forstwirtschaftlichen Vereinigungen haben also bei der überregionalen Vermarktung bis dato sehr unterschiedliche Marktpositionen erreicht. Die Ursachen sind:

- historisch bedingt auf Grund eingespielter »Vermarktungsrunden«, Kooperationen, guter Geschäftsbeziehungen zwischen Holzindustrie und Gruppen von Zusammenschlüssen;
- die relativ starke Marktstellung größerer Waldbesitzervereinigungen und Forstbetriebsgemeinschaften, vor allem in Oberbayern und Schwaben;
- die Konkurrenz bereits erfolgreich agierender Vermarktungsorganisationen: z. B. die WBD GmbH Hochfranken oder in. Silva eG. Sie waren bereits vor der Forstreform auf dem Markt sehr aktiv.

Darüber hinaus gibt es strukturelle Unterschiede zwischen den Regierungsbezirken. In Unterfranken verkaufen zahlreiche kommunale Waldbesitzer ihr Holz eigenständig und in einigen Regionen lassen die Baumartenanteile und Vorräte die hohen Umsätze aus anderen Regionen kaum zu. In Oberbayern und Schwaben hingegen agieren zum Teil sehr große Waldbesitzervereinigungen, die auf Grund ihrer Marktstellung und Lage zur Industrie nicht auf den Service überregionaler Vermarktungsinitiativen zurückzugreifen brauchen.

Die in. Silva eG ist international organisiert mit Partnern aus Schwaben, Oberbayern, Baden-Württemberg, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein. Sie kann weitgehend unabhängig arbeiten, ohne räumliche Beschränkungen. Die Säulen der WBD GmbH Hochfranken beruhen auf drei Zusammenschlüssen, die ihr Holz zentral über die GmbH vermarkten und auf Grund ihrer hohen Vorräte und guten Strukturen verhältnismäßig viel Holz einschlagen können.

## Vorteile für die Holzindustrie

Insbesondere die großen Verarbeitungseinheiten brauchen starke und zuverlässige Partner zur Deckung ihres Rohstoffbedarfs, überregionale Vermarktungsorganisationen bringen ihnen Vorteile:

- Weniger Ansprechpartner bedingen einen geringeren Aufwand beim Einkauf.
- Feste Lieferpläne erleichtern das Disponieren.
- Die zentrale Verwaltung und Kontrolle der Holzabfuhr gewährt die aktuelle Übersicht über den Stand der Auslastung von Bankbürgschaften. Dies bietet dem Holzkunden die Möglichkeit, seine Bürgschaften effizienter und damit kostengünstiger zu nutzen.
- Wenn die Vermarktungsorganisationen zuverlässig frei Werk liefern, entlastet dies die Logistikseite.
- Bei Kalamitäten ist ein regionaler Ausgleich der Holzströme leichter zu organisieren.

## Vorteile für die Waldbesitzer

Starke Vermarktungsorganisationen eröffnen den Kleinprivatwaldbesitzern Perspektiven, die ihnen auch mittelgroße Zusammenschlüsse mit Umsätzen von 50.000 bis 100.000 Festmetern pro Jahr in der Regel kaum bieten können.

- Sie stärken die Marktposition des Kleinprivatwaldes und können Marktanteile erreichen, mit denen sie ihre Verhandlungspositionen mit der Holzindustrie deutlich verbessern.
- Das operative Handelsgeschäft wird entlastet; eine zügige Frei-Werk-Lieferung überträgt rascher das Risiko auf den Käufer.
- Rahmenverträge mit flexibler Mengen- und Sortimentsgestaltung bieten dem Waldbesitzer Optionen für höhere Wertschöpfungen.
- »Sortierbeauftragte« gewährleisten eine Qualitätskontrolle bei der Werkseingangsvermessung, z. B. praktiziert bei der FV Niederbayern.

## Stark beim Versteigern

Eine wichtige Rolle als Zentralstelle haben einige Forstliche Vereinigungen bei den jährlichen Versteigerungen und Submissionen. In Ober- und Unterfranken verlaufen diese seit Jahren sehr erfolgreich, mit guten Ergebnissen für die Waldbesitzer. Diese Meistgebotstermine lassen sich nur überregional sinnvoll organisieren, damit interessierte Käufer aus dem In- und Ausland entsprechende Mengen zentral begutachten und ersteigern können. Regelmäßig werden mehrere tausend Festmeter Wertholz angeboten und mehrere Millionen Euro umgesetzt. Die guten Ergebnisse auf den Versteigerungen gründen auf einem hervorragenden Marketing. Außerdem führen sie jedem Waldbesitzer vor Augen, welche Werte aus gut gepflegten Laubholzbeständen geschöpft werden können und unterstützen den Laubholzanbau.

## Ausblick

Das schwierige Jahr 2009 hat auch Spuren bei überregionalen Vermarktungsorganisationen hinterlassen. Mehrere Unternehmungen mussten Umsatzeinbußen von zehn bis 20 Prozent oder mehr hinnehmen. Teilweise folgten daraufhin Anpassungen auf der Personalseite. Die weiteren Entwicklungen hängen auch vom laufenden Geschäftsjahr ab. Viele Privatwaldbesitzer halten sich beim Holzeinschlag bewusst zurück, obwohl die Stammholzpreise das Tief der Jahre 2008/2009 überwunden haben. Die Gründe sind unter anderem sowohl in dem niedrigen Zinsniveau und damit der Erwartung, dass sich die Waldbestände besser »verzinsen« als Geldanlagen, als auch in Diskussionen um die Stabilität des Euros zu sehen. Die »alte« Sparbuchfunktion des Waldes in privater Hand ist also immer noch aktuell.

Auf dem Papierholzsektor ging die zentrale Vermarktung bei manchen Forstwirtschaftlichen Vereinigungen um über 50 Prozent zurück. Ursache: Ein Preis von etwa 22 Euro pro Raummeter ist für viele Privatwaldbesitzer uninteressant und sie führen das Holz anderen Verwendungen zu, insbesondere der Energieerzeugung über Hackschnitzel und Brennholz. Mittelfristig sind die Aussichten für die mitteleuropäische Forst- und Holzwirtschaft aber positiv, der Rohstoff Holz wird auch in Zukunft nachgefragt und die überregionalen Vermarktungsorganisationen erfüllen wichtige Funktionen auf den Märkten.

Das novellierte Bundeswaldgesetz erlaubt es den Forstwirtschaftlichen Vereinigungen, neben der bisherigen Bündelungsfunktion auch Holz zu vermarkten. Diese Option stärkt die Forstwirtschaftlichen Vereinigungen und bietet das Potential, die überregionale Vermarktung in Bayern weiter zu entwickeln. Darüber hinaus haben die Forstwirtschaftlichen Vereinigungen zur weiteren Geschäftsentwicklung die Möglichkeit, beispielsweise auf dem Energiesektor das Beliefern von Hackschnitzelanlagen zu koordinieren oder Logistikaktivitäten mit Frei-Werk-Lieferung aufzubauen.

Das erfolgreiche Beispiel der WBD GmbH Hochfranken zeigt im Grunde, dass eine weitere Professionalisierung von Waldbesitzervereinigungen und Forstbetriebsgemeinschaften mit den oben genannten Optionen oder einer Vermarktung über angegliederte Tochtergesellschaften (GmbH's) – unter Beachten der möglichen Auswirkungen auf Förderungen nach der einschlägigen Richtlinie (FORSTZUSR) – sehr wohl möglich ist. Die Entwicklung zur überregionalen Vermarktung wird sicher noch nicht abgeschlossen sein. Die Märkte und Waldbesitzer sind dynamisch, die nachrückenden Generationen junger Forstleute ebenfalls und die Vermarktungsorganisationen werden es auch sein (müssen).

## Fazit

Die überregionalen Vermarktungsorganisationen haben eine wichtige Funktion innerhalb der Wertschöpfungskette Holz. Die Waldbesitzervereinigungen und Forstbetriebsgemeinschaften werden im operativen Handelsgeschäft entlastet; zügige Frei-Werk-Lieferung überträgt rascher das Risiko auf den Käufer.

Für die Holzindustrie hingegen gestalten sich Disposition und Logistik wesentlich effektiver, vor allem Bankbürgschaften werden besser ausgenutzt. Die in Bayern agierenden Vermarktungsinitiativen sind sehr unterschiedlich organisiert. Ihre Entwicklungspotentiale bestehen u. a. auf dem Energieholz- und Logistiksektor.

---

Dr. Michael Lutze ist Mitarbeiter im Sachgebiet »Betriebswirtschaft und Forsttechnik« der Bayerischen Landesanstalt für Wald und Forstwirtschaft. [Michael.Lutze@lwf.bayern.de](mailto:Michael.Lutze@lwf.bayern.de)