



Universität für Bodenkultur Wien

**Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
Institut für Marketing & Innovation**

Analyse des Ablaufes von Holzverkäufen aus Kleinwaldbesitz in Niederösterreich

MASTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades
eines Diplom-Ingenieur
an der Universität für Bodenkultur Wien

Eingereicht von: Tobias Schneider, BSc

Studienkennzahl lt. Studienblatt: 066 425

Studienrichtung lt. Studienblatt: Forstwissenschaften

Betreuer: Schwarzbauer Ao. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr.
Scherhauser Patrick, Mag. Dr. phil

Wien, 2018

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei Herrn Ao. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr. Peter Schwarzbauer (Institut für Marketing und Innovation) für seinen fachlichen Input und die überaus kompetente Unterstützung bei der Erstellung der Masterarbeit vielmals bedanken.

Weiters möchte ich mich bei Herrn Mag. Dr. phil. Patrick Scherhauser (Institut für Wald-, Umwelt- und Ressourcenpolitik) für die methodischen Hilfestellungen und Richtungsvorgaben herzlich bedanken.

Ein kräftiges „Vergelt's Gott“ den Interviewteilnehmern, die mir ihre Zeit geschenkt haben und mir Rede und Antwort standen.

Ein besonderes Danke geht an meine Familie, die mir die gesamte Studienzeit beigestanden ist.

Kurzfassung

Etwa die Hälfte der österreichischen Waldfläche wird von Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern (<200 ha) bewirtschaftet. Für die Holzmobilisierung spielt diese Fläche eine wichtige Rolle. In der forstwirtschaftlichen Praxisliteratur nehmen die Themen Holzverkauf und Holzverkaufsmarketing einen relativ geringen Stellenwert ein. Werden die dennoch sehr wertvollen Hinweise unzureichend berücksichtigt, kann bei den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern ein ökonomischer Schaden entstehen. Unzufriedenheit mit geringen Verkaufserlösen kann zur Einstellung der Holznutzung führen.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war die Abläufe, Gepflogenheiten in der Praxis sowie die Anreize und Barrieren beim Holzverkauf von bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern, die aktiv am Markt teilnehmen, in Niederösterreich zu analysieren. Mithilfe von Experteninterviews wurde analysiert, inwieweit die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf in der Praxis umgesetzt werden. Es wurden zehn Telefoninterviews mit forstwirtschaftlich ausgebildeten Kleinwaldbesitzern geführt und qualitativ analysiert. In fünf Auswertungsschritten wurde das Interviewmaterial komprimiert und schließlich der Fachliteratur gegenübergestellt.

Die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf werden in der Praxis teilweise eingehalten, und teilweise haben sich andere Gepflogenheiten etabliert. Das Zustandekommen eines Holzgeschäftes in der Praxis der bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer verläuft teilweise nach der Lehrbuchempfehlung und teilweise wird davon abgewichen. Bei großen Erntemengen werden mehrere Angebote eingeholt und ein schriftlicher Kaufvertrag (Schlussbrief) abgeschlossen. Bei Geschäften mit regional kleineren Holzabnehmern wird das Holz vielfach per Handschlag verkauft. Durch die gemeinschaftliche Vermarktung von Standardsortimenten werden bessere Verkaufserlöse erzielt. Unsicherheit besteht bei den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern in Bezug auf die Klassifizierung. Diese soll nicht ausschließlich auf einer fachgerechten Grundlage (Österreichische Holzhandelsusancen) basieren, sondern auch von der Marktlage und Saison abhängen. Im Allgemeinen sind die aktiv am Markt teilnehmenden Kleinwaldbesitzer zufrieden mit ihren etablierten Geschäftsstrukturen und haben Freude an der Forstwirtschaft. Große Herausforderungen für die Zukunft sehen die befragten Kleinwaldbesitzer in der wirtschaftlichen Situation der Forstbetriebe, in der Klimaveränderung und teilweise in hohen Rehwild-Beständen.

Abstract

About half of the Austrian forest area is managed by small-scale forest owners (<200 ha), in terms of timber mobilization this represents a significant share. However, in the literature for forest practitioners, topics such as timber sales and marketing play a relatively small role. This lack can have a significant impact on small-scale forest owners and may cause economic damage. Ultimately, the dissatisfaction with timber sales revenues could lead to the shut-down of timber sales altogether.

The aim of this study is to analyse procedures and common practices for timber sales as well as incentives and barriers small local timber business in Lower Austria face. Qualitative expert interviews were conducted and analysed, examining in how far recommendations from expert literature are applied. Ten telephone interviews were carried out with professionally trained small forest owners. These were qualitatively analysed. In five evaluation steps, the interview material was structured and compared to existing literature for practitioners.

Results show that textbook recommendations are only partly applied, while other conventions have been established as well. Regarding timber sale transactions, discrepancies between textbook and common practise was found. For larger sales it is common practice to solicit several bids and negotiate a written and signed sales contract. Smaller regional transactions are often conducted solely on a trust basis without a written contract. Furthermore, joint sales (together with other small forest owners) of standard assortments result in higher sale revenues. However, small-scale forest owner's express uncertainty regarding the quality classification of assortments. It is argued that the classification should not solely rely on the Austrian Timber-Trade Usage framework but also take seasonal and market changes into consideration.

In conclusion, small-scale forest owners who are active timber sellers in general are satisfied with their current business structure and thoroughly enjoy the management of their forest. But they see their economic situation, climate change and – to some extent – high density of wildlife (forest damage) as major challenges for the coming years.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Problemstellung	2
3. Zielsetzung und Forschungsfragen	2
3.1 Zielsetzung	2
3.2 Forschungsfragen.....	2
4. Stand des Wissens	4
5. Material und Methoden	9
5.1 Durchführung der Interviews	9
5.2 Auswahl der Probanden	11
5.3 Die Probanden.....	11
5.4 Auswertung.....	13
6. Ergebnisse	18
6.1 Marktbeobachtung/ gesuchte Sortimente.....	18
6.2 Sondersortimente	18
6.3 Planung des Holzeinschlages	19
6.4 Vertrag bei Holzverkauf (Schlussbrief).....	20
6.5 Ab Stock Verkauf.....	21
6.6 Der gemeinschaftliche Holzverkauf	22
6.7 Holzausformung	23
6.8 Laubholzausformung	23
6.9 Vermarktung besonders wertvoller Stämme	24
6.10 Auf Käuferwünsche eingehen.....	24
6.11 Präsentation des Holzes.....	25
6.12 Abtransport und Lieferschein.....	25
6.13 Vermessung und Klassifizierung	26
6.14 Kontrolle des Abtransports, der Vermessung und Klassifizierung.....	27
6.15 Schlechte Erfahrungen beim Holzverkauf	27
6.16 Besonders positive Holzgeschäfte und Freude an der Waldwirtschaft	29
6.17 Herausforderungen und Chancen für die Zukunft	29
6.18 Wald-Wild-Problematik.....	30
7. Diskussion und zusammenfassende Schlussfolgerungen	31
7.1 Planung Holzeinschlag	31
7.2 Holzernte und fachgerechte Holzausformung	34
7.3 Abtransport und Übernahme des Holzes	34
7.4 Zukunftseinschätzungen der Kleinwaldbesitzer	36
Literaturverzeichnis	38
Abbildungsverzeichnis.....	41
Tabellenverzeichnis.....	42
Anhang	43
Anhang A – Interviewleitfaden	43
Anhang B – Begleitschreiben	45

1. Einleitung

In Österreich lag die Anzahl der Betriebe mit forstwirtschaftlich genutzten Flächen im Jahr 2013 bei 142.938 (Statistik Austria, 2014). Die Waldfläche betrug im Jahr 2016 3,99 Mio. ha. Davon entfallen 2,15 Mio. ha auf Betriebe unter 200 ha Waldbesitz. Im Kleinwald (<200ha) wurden 2016 9,64 Mio. Erntefestmeter (Efm) eingeschlagen, das entspricht 57,5% des gesamten Holzeinschlages in Österreich. Der Gesamtholzeinschlag lag im Jahr 2016 um 4,5% unter dem Vorjahr und um 8,5% unter dem zehnjährigen Durchschnitt (BMLFUW, 2017).

Die vorliegende Arbeit bezieht sich auf die Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer in Niederösterreich, die aktiv am Holzmarkt teilnehmen. Für aktive Waldbesitzerinnen und Waldbesitzer erbringt die Nutzung der Wälder Einkommen. Der bäuerliche Kleinwaldbesitz dient oft als Einkommensreserve für Zeiten besonderer Belastung. Für die Waldeigentümerinnen und Waldeigentümer stellt der Wald zugleich ein Vermögen dar, das verkauft, vererbt oder auch als Sicherheit bei der Kreditaufnahme dienen kann (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Die Produktionsdauer schwankt unter mitteleuropäischen Verhältnissen meist zwischen 80 und 250 Jahren. Demnach wirken sich einmal getroffene Entscheidungen auf viele Jahre aus. Ein Forstbetrieb hat langfristig somit nur geringe Chancen, sich an wechselnde Marktlagen anzupassen (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Indem die Kleinwaldbesitzerin bzw. der Kleinwaldbesitzer Holz verkauft, nimmt sie bzw. er am Holzmarkt teil. Sie bzw. er vermarktet das Holz gegen Entgelt. Am Markt treffen sich die Interessen von Anbieter und Nachfrager. Als Koordinator fungiert der Preis, den Verkäuferinnen bzw. Verkäufer und Käuferinnen bzw. Käufer zur Leitlinie ihres Handelns machen. Die Pläne der Anbieter und Nachfrager werden neben dem Preis auch noch von anderen Determinanten beeinflusst. Der Absatz, also der Verkauf, der eigenen Produkte auf Absatzmärkte bestimmt den Unternehmenserfolg (Bergen et al., 2013).

2. Problemstellung

Die Produktionsdauer von Holz kann 80 Jahre und mehr betragen. In dieser Zeit sind viele verschiedene notwendige Pflegemaßnahmen durchzuführen, damit sich die Bäume in die Richtung des definierten Ziels entwickeln (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Dieser Aufwand und die Leistung der Natur sollte mit einem geplanten Ablauf beim Einschlag und Verkauf des Holzes belohnt werden. Es wird davon ausgegangen, dass derzeit sehr viele Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer mit ihrem hochwertigen Produkt Holz insbesondere beim Verkauf unachtsam umgehen. Sie nutzen ihr Erlöspotenzial durch einen nicht marktorientierten und mangelhaft geplanten Holzverkauf nicht ausreichend aus. Dadurch entsteht aber bei den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern ein ökonomischer Schaden (Huber, 2012).

Die Recherche der forstwirtschaftlichen Praxisliteratur hat ergeben, dass die Themen Holzverkauf und Holzmarketing einen relativ geringen Stellenwert einnehmen (z.B. Wohlleben, 2010; Handstanger et al., 2004; Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Dennoch werden sehr wertvolle Hinweise angegeben, die eingehalten werden sollten, damit ein größtmöglicher Holzerlös erwirtschaftet werden kann. Es wird angenommen, dass Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer diese empfohlenen Strategien beim Holzverkauf (z.B. Schlussbrief) unzureichend berücksichtigen und dadurch einen geringeren Erlös erwirtschaften, als bei optimalem Holzverkaufsmarketing erwirtschaftet werden könnte. Dadurch kommt es zu einem Ungleichgewicht in der Wertschöpfungskette, weil die Holzkäuferinnen und Holzkäufer die Unwissenheit der Holzverkäuferinnen und Holzverkäufer ausnutzen könnten. Bei den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern entsteht gleichzeitig Unzufriedenheit über die geringen Verkaufserlöse. Das wiederum könnte zu einer Einstellung der Holznutzung führen (Huber et al., 2013). Daraus kann geschlossen werden, dass für eine Förderung der Holzmobilisierung auch das Thema Holzverkauf bei aktiven Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmern wichtig ist. Verläuft der Holzverkauf für die Holzverkäuferin bzw. den Holzverkäufer zufriedenstellend ab, wird sie bzw. er weiterhin Holz verkaufen. Macht sie bzw. er schlechte Erfahrungen, kann das zum Gegenteil führen (Huber, 2012).

Seit den 2000er Jahren lag in der Kleinwaldforschung ein wesentlicher Fokus auf der Holzmobilisierung, insbesondere auch von „neuen“ Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer. Immer mehr Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer nutzen ihren Wald nicht. In Studien werden Maßnahmen zur Holzmobilisierung diskutiert und entwickelt (z.B. Huber et al., 2013; Weiss & Bach, 2006; Hogl et al., 2003). Es gibt zahlreiche Studien über den Holzmarkt und über Holzmarketing (z.B. Bergen et al., 2013; Zwirgmaier, 2012). Der

Ablauf des Holzverkaufes und die Einstellungen zum Holzverkauf bei Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern, die aktiv am Markt teilnehmen, wurde aber noch kaum untersucht.

3. Zielsetzung und Forschungsfragen

3.1 Zielsetzung

Die vorliegende Arbeit analysiert die Abläufe, Gepflogenheiten in der Praxis, Anreize, aber auch Barrieren beim Holzverkauf von bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern (<200 ha) in Niederösterreich. Die Untersuchung überprüft inwieweit die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf (Schlussbrief, Lieferschein) in der Praxis von bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern in Niederösterreich umgesetzt werden und beleuchtet die Beweggründe hinter den Verkaufspraktiken. Es erfolgt die Eingrenzung auf Niederösterreich, da der Autor in Niederösterreich wohnhaft ist und somit leichter Kontakt zu den Interviewpartnern hergestellt werden konnte. Die Inhalte der forstwirtschaftlichen Berufsausbildung (Forstwirtschaftlicher Facharbeiter bzw. Meister) werden in Niederösterreich zentral und daher einheitlich über die Land- und Forstwirtschaftliche Lehrlings- und Fachausbildungsstelle Niederösterreich vorgegeben werden. Alle niederösterreichischen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer hätten die Möglichkeit auf einem einheitlichen Wissensstand zu sein, da Weiterbildungs- und Informationsmaßnahmen zentral über den Waldverband Niederösterreich für jede Waldbesitzerin und jeden Waldbesitzer angeboten wird. Der Holzeinschlag betrug 2016 in Österreich 16,8 Mio. Efm ohne Rinde. Niederösterreich hat mit 22,6 % des Holzeinschlages (3,8 Mio. Efm ohne Rinde) eine große Bedeutung in der österreichischen Forstwirtschaft. Nur im Bundesland Steiermark wird mehr Holz geerntet (BMLFUW, 2017).

Nach eingehender Literaturrecherche wurde festgestellt, dass mit der vorliegenden Arbeit der Ablauf des Holzverkaufes von bäuerlichem Kleinwald in dieser Form erstmals analysiert wird. Die Erkenntnisse der Arbeit können einerseits zu einer Verbesserung der schulischen Forstfachausbildung beitragen. Andererseits können wichtige Informationen für die gezielte Fachberatung von Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern gewonnen werden. Auf diese Weise kann sowohl das Einkommen der Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzer verbessert werden, als auch die zukünftige Holzmobilisierung von dieser Waldbesitzergruppe sichergestellt werden.

3.2 Forschungsfragen

Aufgrund der vorangegangenen Kapitel wird folgende Forschungsfrage abgeleitet:

- Inwieweit werden die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf von den forstwirtschaftlichen Facharbeiterinnen und Facharbeitern bzw. Meisterinnen und Meistern in der Praxis im Kleinwald umgesetzt?

Unterfragen:

- Wie läuft der Holzverkauf von bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern in Niederösterreich ab?
- Welche Abläufe und Gepflogenheiten sind in der Praxis üblich?

Es soll analysiert werden, ob die Grundlagen der fachgerechten Praxis bei der Planung des Holzeinschlages und beim Holzverkauf eingehalten werden. Es soll herausgefunden werden, ob mehrere Angebote eingeholt werden, ob erhoben wird, welche Sortimente konkret nachfragt werden, und ob ein schriftlicher Kaufvertrag (Schlussbrief) angefertigt wird, ob der Zeitpunkt und Intensität des Einschlags marktorientiert (als Reaktion auf Holzpreise) durchgeführt werden, ob die Grundsätze der fachgerechten Holzausformung eingehalten werden, ob nach Marktnischen gesucht wird und ob ein gemeinschaftlicher Holzverkauf in Betracht gezogen wird. Die Einhaltung der fachgerechten Praxis beim Holzeinschlag und Verkauf spielt für den Holzerlös eine bedeutende Rolle. Mit den Erkenntnissen aus dieser Forschungsfrage kann gezielt der Lehrplan für die forstliche Fachausbildung verbessert werden. Insbesondere kann daraus abgeleitet werden, auf welche Bereiche im forstwirtschaftlichen Unterricht in Zukunft ein stärkeres Augenmerk gelegt werden sollte.

Es soll erhoben werden, welche Schritte von der Entscheidung Holz zu ernten bis zur Abfuhr bzw. Transaktion der Holzerlöse von den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern getätigt werden. Und gleichzeitig soll analysiert werden, welche Gepflogenheiten und welche Geschäftsbeziehungen in Bezug auf den Holzverkauf in der Praxis üblich sind.

4. Stand des Wissens

Nach mündlicher Aussage von B. Obermayer, Fachlehrer für Forstwirtschaft, an der Landwirtschaftlichen Fachschule Pyhra (Niederösterreich) am 04.08. 2016, wird das Buch „Waldwirtschaft Heute“ (von Gilge et al., 2013) als Basiswissen für die Ausbildung zum Forstfacharbeiter herangezogen und vorausgesetzt.

Die Einnahmen des Holzverkaufes hängen wesentlich vom Holzverkaufsmarketing ab. Bei Preisvergleichen sind die verschiedenen Varianten der Preisangabe und das Zahlungsziel zu berücksichtigen. Der Preis kann als Mischpreis für A-, B- und C-Qualitäten angegeben sein. Möglich ist auch ein gemeinsamer Preis für die Qualitäten A und B, sowie ein Abschlag für eine C-Qualität. Bei der dritten Möglichkeit wird ein Preis für B-Qualitäten vereinbart und für A gibt es einen Zuschlag und für C einen Abschlag (Gilge et al., 2013).

Gilge et al. (2013) beschreiben in ihrem Praxishandbuch folgende zehn Tipps für einen höheren Holzerlös.

1. Mehrere Angebote einholen (Marktbeobachtung); auf die Zahlungsfähigkeit der Käufer achten!
2. Vor Beginn der Schlägerung: gesuchte Sortimente (Preis, Qualität, Übermaß) erfragen und schriftlichen Kaufvertrag (Schlussbrief) abschließen.
3. Marktkonformes Verhalten: Steigerung oder Drosselung des Holzeinschlages oder Verlagerung auf Starkholz oder Durchforstungsholz als Reaktion auf den Holzpreis.
4. Grundsätze der Holzausformung beachten.
5. Direktverkauf an den Endverbraucher (Bauholz, Tischlerware, Brennholz etc.).
6. Marktnischen ausnützen: Vereinzelt werden in den Holzhandelsusancen nicht festgelegte Sortimente für spezielle Zwecke gesucht und gut bezahlt. Beispiele: Schneestangen, Weingartenpfähle, Holz für Krainerwände, Waggonböden, wintergeschlägertes und/oder nach Mondphasen geschlägertes Holz.
7. Gemeinschaftlicher Holzverkauf ist eine günstige Möglichkeit, um den Nachteil des geringeren Holzpreises für Kleinmengen auszugleichen.
8. Schlägerung größerer Mengen bzw. Durchforstung größerer Flächen; zumindest eine LKW-Fuhr (ab zehn Festmeter) sollte anfallen.
9. Auf Käuferwünsche eingehen und sich die Mehrarbeit bzw. das Entgegenkommen bezahlen lassen.
10. Das Holz möglichst vorteilhaft anbieten:
Der Käufer kauft auch mit dem Auge:
 - richtig gelagert
 - sortiert

- sauber (Schmutz, Waldbart, Wurzelanläufe)
- glatt entastet (die Äste holzgleich und nicht rindengleich abschneiden)

Unter einem Schlussbrief versteht man einen schriftlichen Holzkauf- bzw. -verkaufsvertrag. Das schriftliche Festhalten der ausgehandelten Vertragsbedingungen beugt Auseinandersetzungen vor. Der Lieferschein oder Warenbegleitschein beweist, wann, von wem, welches Holz (Sortiment, Baumart und geschätzte Menge) mit welchem Transportmittel, zu welchem Ziel oder Käufer transportiert wurde. Der Lieferschein dient der Holzverkäuferin bzw. dem Holzverkäufer zur Kontrolle der Richtigkeit der Abfahren und Abrechnungen. Seit 2013 sind alle Waldbesitzerinnen und Waldbesitzer nach der Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates VO (EU) 995/2010 verpflichtet, sämtliche Holzverkäufe aufzuzeichnen (Gilge et al., 2013).

Setzer & Spinner (2006) unterscheiden beim Holzverkauf den sogenannten Vorverkauf und den Nachverkauf. Beim Vorverkauf wird vor dem Einschlag ein Holzkäufer gesucht. Holzpreise und Sortimente werden vor der Erntemaßnahme ausverhandelt und für die zu erwartende Holzmenge vereinbart. Der Vorverkauf wird insbesondere für große Holzmenge empfohlen. Setzer & Spinner (2006) weisen darauf hin, dass es dabei beim Abschluss eines Geschäftes zu Problemen kommen kann. Es wird beobachtet, dass Holzkäuferinnen und Holzkäufer versuchen durch eine nachträgliche Änderung der Bezugsmenge (z.B. von fm in rm) den Holzpreis zu senken. Des Weiteren kann es vorkommen, dass die Holzkäuferin bzw. der Holzkäufer bei der Übernahme des Holzes eine besonders strenge Qualitätsprüfung vornimmt und ein eigentliches Bloch in der Güteklasse B als C-Holz deklariert wird. Dies hat zur Folge, dass ein vorab gut ausverhandelter Holzpreis für die Güteklasse B nicht erreicht wird. Als Nachverkauf bezeichnen Setzer & Spinner (2006) die Situation, wenn erst nach der Erntemaßnahme eine Holzkäuferin bzw. ein Holzkäufer gesucht wird. Sinnvoll ist der Nachverkauf bei Ungewissheit der anfallenden Holzsortimente und bei geringen Holzmenge (bis zu 100 fm). Der Vorteil dieses Verfahrens ist, dass absolute Klarheit über die Holzmenge und die angefallene Holzqualität besteht. Der Zwang zum Verkauf des Holzes wirkt sich nachteilig auf die Position der Holzverkäuferin bzw. des Holzverkäufers aus.

Qualitativ hochwertige Stämme werden am besten gegen Meistgebot verkauft. Werden Bäume als besonders wertvoll eingeschätzt, ist die Prüfung durch eine Försterin bzw. einen Förster sinnvoll. Die Försterin bzw. der Förster gibt Auskunft, ob sich eine Versteigerung dieser Stämme lohnt (Setzer & Spinner, 2006).

Handstanger et al. (2004) unterscheiden beim Holzverkauf verschiedene Verkaufsarten. Holz kann ab Stock, ab Schlagort oder Lkw-befahrbarer Straße verkauft werden. Diese Einteilung hat einen räumlichen Bezug. Im Gegensatz zu Setzer & Spinner (2006), die eine Einteilung in

Vor- beziehungsweise Nachverkauf vollziehen, dies entspricht einer Einteilung mit einem zeitlichen Bezug.

Handstanger et al. (2004) stellen fest, dass in früheren Zeiten das Holz vom bäuerlichen Kleinwald öfters überhapps verkauft wurde. Dieses Verfahren lässt eine geringe Wertschätzung der Waldbesitzerin bzw. des Waldbesitzers gegenüber ihrem bzw. seinem Wald erkennen. Heutzutage ist die sogenannte Verkaufsart „Verkauf in Bausch und Bogen“ bei Holz aus dem Hochwald laut dem Forstgesetz § 177 (1) (BGBl. Nr. 440/1975, 1975) gesetzlich verboten. Handstanger et al. (2004) beteuern, dass der schriftliche Verkauf von Holz ein unverzichtbarer Bestandteil der fachgerechten Praxis ist. Vor dem Verkauf von Holz ist es zweckmäßig, von mehreren Interessenten unverbindliche Angebote einzuholen. Der Geschäftsabschluss erfolgt sinnvollerweise mit einem Schlussbrief. Durch dieses Vorgehen sind für größere, gut sortierte Holz mengen höhere Verkaufspreise zu erzielen, als für kleine, schlecht sortierte Holz mengen. Für die anfallenden Bloche können Durchschnittspreise über die verschiedenen Sortimenten oder getrennte Preise nach Sortimenten und Güteklassen vereinbart werden. Für die bäuerliche Waldbesitzerin bzw. den bäuerlichen Waldbesitzer wird empfohlen, einen Sortimentspreis zu vereinbaren, da der Sortimentsanfall vor der Erntemaßnahme nur ungenau abgeschätzt werden kann. Der Verkauf von fertigen Sortimenten bringt einen wirtschaftlichen Vorteil mit sich. Vorausgesetzt sind sowohl gute Fachkenntnisse als auch die Durchführung aller Erntearbeiten von der Waldbesitzerin bzw. vom Waldbesitzer selbst oder einem Dienstleister (Handstanger et al., 2004).

Eine käuferorientierte Vermarktung des Rohholzes sichert die Einnahmen einer Waldbesitzerin bzw. eines Waldbesitzers aus dem Holzverkauf. Die Erfassung der Holzmarktstrukturen und die Pflege des Holzkäuferstammes sind dabei von großer Bedeutung. Am Holzmarkt treffen Holzverkäuferinnen bzw. Holzverkäufer und Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufer zusammen. Gemeinsames Ziel von Holzkäuferin bzw. Holzkäufer und Holzverkäuferin bzw. -verkäufer muss daher der erfolgreiche und reibungslose Abschluss des Holzgeschäftes sein. Das eingeschlagene Rohholz wird durch die Waldbesitzerinnen bzw. Waldbesitzer und Holzhändlerinnen bzw. Holzhändler angeboten. Nachgefragt wird das Holz durch Holzhändlerinnen bzw. Holzhändler, holzwirtschaftliche Betriebe und Privatpersonen. Bestimmt wird die Nachfrage nach Holz durch die Wirtschaftskonjunktur, die Bevölkerungsentwicklung, den Wettbewerb mit anderen Werkstoffen, das Image von Holz und Marketing. Die Holzpreise bilden sich auf dem freien Markt aufgrund von Angebot und Nachfrage (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Daher können am Holzmarkt starke Preisschwankungen auftreten. Die Unkenntnis der Gesetzmäßigkeiten dieser Schwankungen kann zu finanziellen Einbußen für die Holzverkäuferinnen und -verkäufer führen. Ökonomischer Schaden kann beispielsweise

durch die Wahl des falschen Verkaufszeitpunktes entstehen. Umso wichtiger ist die Analyse des Holzmarktes, um Trends zu erkennen und Verluste bestmöglich zu vermeiden (Zwirgmaier, 2012).

Bei Stammholz wird der Holzpreis meist auf Basis eines Grundpreises, der sogenannten Messzahl ermittelt. Verhandelt wird beim Holzverkauf über einen Prozentsatz dieses Basiswertes. Andererseits kann der Holzpreis auch als sogenannter Festpreis vereinbart werden. Beispielsweise wird bei Industrieholz oft ein Preis je Festmeter und bei Hackschnitzel ein fixer Preis je Schüttneter ausgemacht (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Der Holzeinschlag muss vor der Ernte hinsichtlich Menge und Sortimenten aufgrund der voraussichtlichen Preisentwicklung je nach Marktlage geplant werden. Probleme bereiten unvorhergesehene große Holzmengen, die durch Schadereignisse, wie zum Beispiel Sturm oder Insektenbefall, auf den Markt drängen. Durch das kurzfristige Überangebot sinkt bei den betroffenen Holzarten der Preis (Schwarzbauer, 2007). Für das erfolgreiche Wirtschaften ist neben der genauen Marktbeobachtung entsprechende Kenntnis des Holzverkaufes notwendig. In Vorverkaufsverträgen werden die jeweiligen Bedingungen, wie zum Beispiel Menge, Preis, Liefertermin und Qualität, von beiden Vertragspartnern vereinbart. Der Verkaufsabschluss kann durch eine Versteigerung, eine Submission oder einen Freihandverkauf herbeigeführt werden. Bei der Versteigerung ist der Verkauf öffentlich und das mündliche Meistgebot erhält den Zuschlag. Bei der Submission folgt einem öffentlichen Angebot eine geheime Gebotsabgabe. Das höchste Angebot erhält den Zuschlag. Beim Freihandverkauf sind sowohl Vorverkäufe als auch Nachverkäufe möglich. Das Holz wird in freier Vereinbarung von Preis, Art und Menge verkauft. Obwohl auch ein mündlicher Kaufvertrag zulässig ist, ist diesem ein schriftlicher Kaufvertrag vorzuziehen. Darin werden die Verkaufs- und Zahlungsbedingungen gut nachweisbar festgelegt. Auf klare Form und eindeutigen Inhalt ist größter Wert zu legen, um spätere Unklarheiten zu vermeiden (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Beim Holzverkauf kann es zu folgenden Störungen kommen: Lieferverzug, Sachmängel, Abnahmeverzug und Abfuhrfrist. Erfolgt der Holzeinschlag nicht fristgemäß, kann es zu einem Lieferverzug kommen. Die Käuferin bzw. der Käufer kann eine Nachfrist setzen. Wird diese nicht eingehalten, kann die Käuferin bzw. der Käufer vom Vertrag zurücktreten. Sachmängel treten auf, wenn das vereinbarte Maß, die richtige Sortierung oder die zugesicherten besonderen Eigenschaften des Holzes nicht gewährleistet sind. Käuferinnen bzw. Käufer und Verkäuferinnen bzw. Verkäufer müssen sich auf Mängelbeseitigung, Ersatzlieferung oder auf einen verminderten Holzpreis einigen. Wenn die Käuferin bzw. der Käufer das Holz nicht vertragsgemäß abnimmt, spricht man von Abnahmeverzug. Die Verkäuferin bzw. der

Verkäufer kann die Käuferin bzw. den Käufer auf Vertragsverletzung klagen. Wird das gekaufte Holz nicht innerhalb der vereinbarten Abfuhrfrist abgefahren, kann der Verkäufer Lagerkosten verrechnen (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Die Vorgangsweise bei den erwähnten Störungen, sowie bei Zahlungsverzug und Zahlungsausfall ist in Österreich in den Österreichischen Handelsusancen geregelt (Kooperationsplattform Forst Holz Papier, 2006).

Die speziellen Eigenschaften der Produktion von Rohholz beeinflussen das forstliche Marketing. Während die Produktionsdauer von Rohholz viele Jahrzehnte umfasst, dauert die Ernte des Rohholzes nur wenige Tage. Eine nachhaltige Bewirtschaftung ist die Voraussetzung, damit der Forstbetrieb auf Dauer sichergestellt ist. Daher darf während einer Periode nur so viel Holz geerntet werden, als während einer Periode nachwächst. Wird dieser nachhaltige Hiebsatz überschritten, wird der Holzvorrat abgebaut. Um Vorrat aufzubauen, wird er dauerhaft unterschritten. Es ist zweckmäßig im Marketing zwischen einer langfristigen waldbaulichen Strategie und einer kurz- und mittelfristigen Holzernte-Strategie zu unterscheiden. Da sich die langfristigen Absatzmöglichkeiten für Rohholz nur mit großer Unsicherheit prognostizieren lassen, erscheint die Strategie der waldbaulichen Diversifizierung angemessen. Kurzfristig hingegen kann der Forstbetrieb im Rahmen seines stehenden Holzvorrates sehr flexibel auf die Anforderungen des Marktes reagieren (Bergen et al., 2013).

5. Material und Methoden

5.1 Durchführung der Interviews

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wurden mithilfe von Telefoninterviews forstwirtschaftlich ausgebildete Kleinwaldbesitzer über ihre bisherigen Erfahrungen beim Holzverkauf befragt. Da es sich bei den befragten Kleinwaldbesitzern ausschließlich um Männer handelt, wird in der weiteren Arbeit nur die männliche Schreibweise angegeben, wenn die Rede von den Interviewpartnern ist. Zur methodischen Umsetzung wurde das Experteninterview gewählt. Im Folgenden wird eine Argumentation gegeben, warum als Methode das leitfadengestützte Experteninterview angewendet wurde.

Unterschiedliche Formen von Interviews sind die häufigsten qualitativen Forschungsmethoden in den sozialwissenschaftlichen Disziplinen. Sie können mit wenig Aufwand mit Hilfe von Ton- oder Videoaufnahmen sehr einfach konserviert werden (Rosenthal, 2011). Während Meuser & Nagel (2009) das Experteninterview als ein wenig strukturiertes Erhebungsinstrument, das zu explorativen Zwecken eingesetzt wird, betrachten, schreiben Bogner & Menz (2009) dem Experteninterview noch viele weitere Anwendungsfelder zu. Es wird beispielsweise eingesetzt, um aufwendige Erhebungsprozesse abzukürzen, da die Expertinnen und Experten die Meinung von vielen bündeln, um tabuisierte Themenfelder zu erforschen oder um Theorien zu generieren (Bogner & Menz, 2009). Das Experteninterview wird als eine Variante des Leitfadeninterviews gesehen (Flick, 1995 zitiert nach Meuser & Nagel, 2009). Bogner & Menz (2009) bezeichnen die Methode unter Zuhilfenahme eines relativ ausdifferenzierten Leitfadens als systematisierendes Experteninterview und als teilstrukturiertes Erhebungsinstrument. Das leitfadengestützte Interview hat den Zweck, die Vergleichbarkeit der Antworten zu erhöhen. Die Erstellung eines Interviewleitfadens setzt allerdings eine Grundkenntnis über das Forschungsgebiet sowie theoretische Vorüberlegungen voraus (Rosenthal, 2011). Die Vorbereitung des Leitfadens bietet Gelegenheit zur gedanklichen Auseinandersetzung mit Interviewinhalt und -situation (Altrichter & Posch, 2006). Auch bei dieser Interviewform gilt der Grundsatz: Je niedriger der Grad der Standardisierung des Gesprächs, umso mehr können die Befragten ihre Perspektive entfalten (Rosenthal, 2011). Gerade deshalb stehen die Interviewerinnen und Interviewer vor der Herausforderung im Gesprächsverlauf flexibel zu bleiben und gegebenenfalls Abweichungen vom Leitfaden zuzulassen (Hopf, 1978, zitiert nach Rosenthal, 2011). Dazu gehört auch das gezielte Nachfragen, um das Interesse an einem genauen Verständnis des Gesagten auszudrücken sowie Details und Widersprüche zu klären (Altrichter & Posch, 2006). Beim Experteninterview ist die thematische Kompetenz der Interviewerin bzw. des Interviewers besonders wichtig. Sie ist die Voraussetzung für eine hohe

Bereitschaft der Expertin bzw. des Experten ihr bzw. sein Wissen mit dem Interviewpartner zu teilen (Meuser & Nagel, 2009).

Ein wesentlicher Vorteil von offenen Interviews ist – und deshalb fiel die Entscheidung auf diese Methode – dass die Perspektive der interviewten Person erfasst wird und zusätzliche Erklärungen und Sichtweisen kommuniziert werden können. Die Offenheit der Interviews besteht darin, dass die Interviewten ihre Erfahrungen und Einstellungen zu einem angesprochenen Thema durch offen formulierte Fragen frei darstellen können und der Grad der Standardisierung gering ist. Es werden keine geschlossenen Fragen mit Antwortalternativen gestellt. Die interviewte Person nimmt im offenen Interview eine aktive Rolle im Gesprächsablauf ein. Die Interaktion zwischen den Gesprächsteilnehmenden wird als Bestandteil des Forschungsprozesses gesehen, da bei der Erstellung des Interviewleitfadens noch nicht alle Erkenntnisbereiche klar sind und erst durch das Gespräch neue Informationen gewonnen werden (Rosenthal, 2011).

In qualitativen Studien können unterschiedliche Ziele verfolgt werden, das beginnt bei der Fallbeschreibung, über die Hypothesenprüfung und Hypothesengenerierung bis hin zur Theorieentwicklung (Flick et al., 2007). Der Fokus in der vorliegenden Masterarbeit liegt in der Erstellung von Hypothesen und nicht in der Hypothesenprüfung.

Zur Durchführung der Interviews wurde auf Grundlage der Forschungsfragen ein Leitfaden (Anhang A) mit mehreren übergeordneten Fragestellungen entwickelt. Zu jedem Thema wurden mehrere vertiefende Fragen erstellt, um individuell auf die interviewten Personen eingehen zu können, aber gleichzeitig auch die Vergleichbarkeit des Interviewmaterials sicher zu stellen. Die vertiefenden Fragen wurden nur bei Bedarf gestellt, wenn diese nicht schon bei der Hauptfragestellung beantwortet wurden. Um den Leitfaden im Vorfeld zu überprüfen, wurde ein Pretest (ein Interview) gemacht. Anschließend wurden der Leitfaden und die Fragetechnik optimiert.

Die Interviews wurden via Telefon geführt, um die geografische Verteilung der Interviewpartner über Niederösterreich zu gewährleisten und gleichzeitig den Zeitaufwand für An- und Abreise einzusparen. Die Interviews wurden nach der Zustimmungserklärung der Befragten digital aufgezeichnet. Auf die Transkription und Auswertung wird später näher eingegangen.

Es wurden zehn Interviews mit Kleinwaldbesitzern ausgewertet, weil sich der Erkenntnisgewinn mit einer höheren Anzahl an Interviews nicht wesentlich gesteigert hat. Um das festzustellen wurden zehn weitere Interviews geführt. Davon wurden fünf Interviews im Vorfeld verworfen, da sie sehr kurz waren, zu stark vom Leitfaden abgewichen sind oder die Fragen zu oberflächlich beantwortet wurden. Durch die übrigen fünf Interviews konnten keine zusätzlichen Informationen zur Beantwortung der Forschungsfragen mehr gewonnen werden, daher wurden nur die ersten zehn Interviews ausgewertet. Im weiteren Verlauf der Arbeit wird

daher nur von den zehn ausgewerteten Interviews gesprochen. Für die Auswertungsmethode nach Meuser & Nagel (2009) ist diese Anzahl der Interviews sehr angemessen. Bei der Auswahl der Interviewpartner (siehe Kapitel 5.2) wurde auf eine möglichst große Varianz bezüglich der relevanten Merkmale geachtet. Es wurde versucht, eine möglichst heterogene und somit informative Gruppe von Personen für die Untersuchung zu gewinnen. Dadurch sollte die Wahrscheinlichkeit, für die Untersuchung bedeutsame Informationen nicht erheben zu können, minimiert werden (Reinders, 2012).

5.2 Auswahl der Probanden

In Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftskammer Niederösterreich (Kontaktperson Forstdirektor Dipl.-Ing. Werner Löffler) wurde im Newsletter des Waldwirtschaftsverbandes ein Aufruf zur Teilnahme am Interview gestartet. Dieser wurde mit einem Begleitschreiben (Anhang B) per E-Mail versandt. Es wurde die Untersuchung mit dem Ziel den Ablauf beim Holzverkauf von Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern zu analysieren beschrieben. Weiters wurde die Zielgruppe der zu befragenden Personen präzisiert. Die typische interviewte Person besitzt einen Kleinwald (<200ha) und hat in der Vergangenheit mehrmals einen Holzeinschlag durchgeführt und Holz verkauft. Außerdem hat sie eine forstwirtschaftliche Ausbildung, um untersuchen zu können, inwieweit die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf von den forstwirtschaftlichen Facharbeiterinnen und Facharbeitern bzw. Meisterinnen und Meistern in der Praxis im Kleinwald umgesetzt werden. Die Motivation bei der Studie mitzumachen sollte sein, dass die Befragten Teil einer Forschungsarbeit werden und aktuelle Forschungsergebnisse sowie Informationen zur Verfügung gestellt bekommen. Die Leserinnen und Leser wurden gebeten, sich beim Interviewer (per Telefon oder Mail) zu melden. In weiterer Folge wurden Termine für die Telefoninterviews vereinbart.

5.3 Die Probanden

In Tabelle 1 sind forstwirtschaftliche Eckdaten zu den bewirtschafteten Betrieben angeführt. Die Interviewpartner bewirtschaften im Durchschnitt 26 ha forstwirtschaftliche Fläche. Der Anteil des Nadelwaldes beträgt 75 %. Durchschnittlich werden 7,6 fm/ha/Jahr Holz genutzt. Davon werden 16 % für den Eigenverbrauch verwendet.

Tabelle 1: Angegebene Informationen der befragten Kleinwaldbesitzer

	Min	Max	Arithmetisches Mittel
Bewirtschaftete Fläche	5,5 ha	70 ha	26 ha
Anteil Nadelwald	60 %	98,5 %	75 %
Anteil Laubwald	1,5 %	40 %	25 %
Nutzung	2 fm/ha/Jahr	14,4 fm/ha/Jahr	7,6 fm/ha/Jahr

Anteil Eigenverbrauch	5 %	28 %	16 %
-----------------------	-----	------	------

Zwei der zehn befragten Kleinwaldbesitzer haben die forstwirtschaftliche Facharbeiterausbildung absolviert und zusätzlich die Unternehmerprüfung abgelegt. Sechs Befragte sind forstwirtschaftliche Meister, wobei ein Befragter zusätzlich ein Studium absolviert hat und ein weiterer Befragter einen Abschluss einer Höheren Technischen Lehranstalt hat. Zwei Befragte haben eine Höhere Bundeslehranstalt mit landwirtschaftlicher Fachrichtung absolviert und somit Matura.

Festzustellen ist, dass alle befragten Kleinwaldbesitzer Mitglieder von Waldwirtschaftsgemeinschaften sind und somit erleichterten Zugang zu allgemeinen Informationen rund um die Forstwirtschaft und Marktinformationen haben. Jedoch nutzen nicht alle Befragten die gemeinschaftlichen Vermarktungsmöglichkeiten im Rahmen der örtlichen Waldwirtschaftsgemeinschaften. Die freiwillige Meldung der Kleinwaldbesitzer für die Interviews der vorliegenden Arbeit zeigt ein besonderes Interesse für Forstwirtschaft und Holzvermarktung auf. Abbildung 1 zeigt die räumliche Verteilung der Befragten.

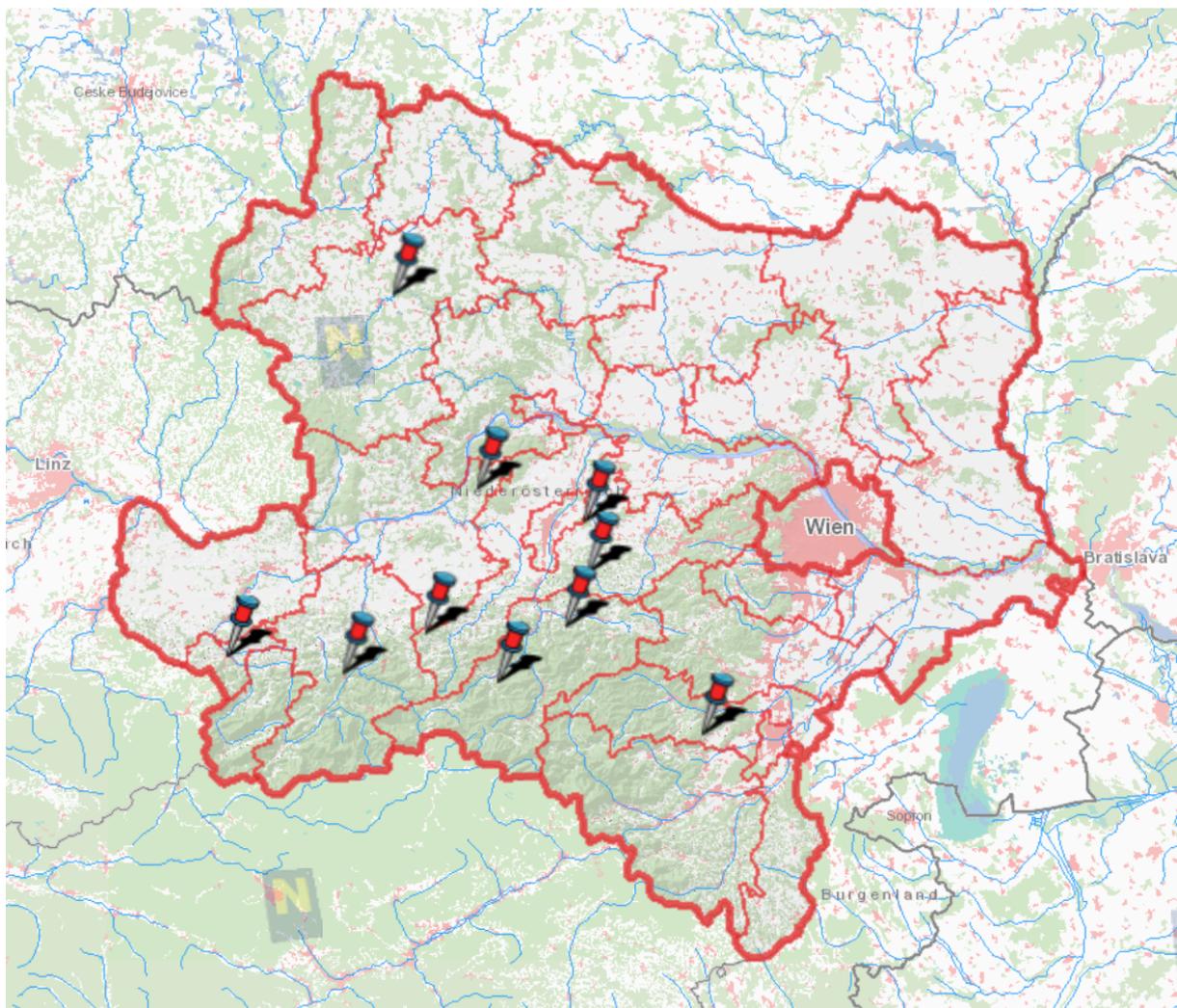


Abbildung 1: Räumliche Verteilung der Befragten in Niederösterreich (Eigene Darstellung nach Land Niederösterreich und Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen, 2018)

5.4 Auswertung

Die Auswertungsmethode nach Meuser & Nagel (2009) orientiert sich an thematischen Einheiten und an inhaltlich zusammengehörigen Passagen. Die Vergleichbarkeit der Interviewtexte wird durch den gemeinsam geteilten institutionell-organisatorischen Kontext der Expertinnen und Experten sichergestellt. Der Leitfaden dient dazu, die Interviews auf die interessierenden Themen zu fokussieren.

Folgende Schritte wurden bei der Auswertungsmethode nach Meuser & Nagel (2009) berücksichtigt. Die praktische Durchführung wird exemplarisch im Text weiter unten gezeigt.

- **Transkription:** Die Interviews wurden audiographisch mithilfe der App Anrufrecorder aufgezeichnet und mit Hilfe des Programms F5 Transcription Free transkribiert. Da es sich beim letztgenannten Programm um eine kostenlose Software handelt, konnten immer nur Sequenzen mit maximal zehn Minuten transkribiert werden. Daher mussten die Audiodateien der einzelnen Interviews mit dem Programm Audio Cut Free zunächst auf Sequenzen mit maximal zehn Minuten geschnitten werden, ehe sie transkribiert wurden. Das Ergebnis dieses Arbeitsschrittes ist ein vollständiges, wörtliches Transkript der zehn Interviews.
- **Paraphrasierung und Kodierung:** Es folgte die Verdichtung des Materials und die paraphrasierten Passagen wurden thematisch geordnet. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Paraphrase dem Gesprächsverlauf folgt, damit keine wesentlichen Inhalte verloren gehen. Die Sequenzierung des Textes erfolgte nach thematischen Einheiten, diese stellen die Codes dar. Teilweise wurden in den Codes Untergliederungen vorgenommen. Beispielsweise wurde der Code „Nutzung“ in die Unterkodes „Blochholz“, „Hackschnitzel“, „Brennholz“, „Faserholz“ und „Schleifholz“ untergliedert. Die Terminologie der Codes wurde möglichst vom Leitfaden und von den Antworten der Interviewten übernommen.

Bei diesem Arbeitsschritt war die Bezugsgröße noch das einzelne Experteninterview. Dieser Auswertungsschritt wurde mithilfe des Programms MAXQDA durchgeführt. Als Ergebnis steht eine Excel-Datei zur Verfügung, in der die einzelnen Codes den zugehörigen Textpassagen zugeordnet sind.

- **Thematischer Vergleich:** Ab dieser Stufe ging die Auswertung über die einzelnen Texteinheiten (Interviews) hinaus. Es werden thematisch vergleichbare Textpassagen aus verschiedenen Interviews gebündelt und Kategorien gebildet. Die Kategorien ergeben sich teilweise aus der Zusammenfassung von mehreren Codes. Die Terminologie der Kategorienbildung orientiert sich weiterhin an den Originaltexten. In

diesem Arbeitsschritt wurde das Material stark verdichtet und immer wieder auf Vollständigkeit und Validität rückkontrolliert. Das Ergebnis dieses Auswertungsschrittes ist eine Word-Datei, in der die Kategorien sowie die dazu passenden Textpassagen der einzelnen Interviews angeführt sind.

- **Soziologische Konzeptualisierung:** In diesem Arbeitsschritt wurden Gemeinsamkeiten und Differenzen auf eine theoriesprachliche Abstraktion begrifflich gestaltet, das heißt die Terminologie der Interviews wurde verlassen und wo nötig durch die forstwirtschaftliche Fachsprache ersetzt. In einer Kategorie wurde das Besondere des gemeinsam geteilten Wissens von Experten verdichtet und explizit gemacht. Teilweise wurden die Kategorien übernommen und teilweise neu entwickelt. Auch bei diesem Auswertungsschritt ist das Ergebnis eine Word-Datei.
- **Theoretische Generalisierung:** Die Kategorien wurden in ihrem internen Zusammenhang aus einer theoretisch informierten Perspektive geordnet. Das erhobene Expertenwissen wurde der Fachliteratur gegenübergestellt, um Widersprüche und Gemeinsamkeiten herauszufiltern. Die Ergebnisse des letzten Auswertungsschrittes sind in Kapitel 6. Ergebnisse angeführt.

Auswertungsschritte anhand eines Beispiels

1. Transkript:

Im Folgendem wird eine wörtliche Niederschrift einer ausgewählten Interviewpassage mit dem Befragten Nummer eins wiedergegeben.

„Interviewer: Beschreibe bitte, wie bei dir der Holzverkauf abläuft, wovon hängt es generell ab, dass überhaupt Holz eingeschlagen wird? #00:04:16-3#

Befragter 1: Naja, bei bäuerlichen Betrieben, bei unserem Betrieb ist es so, dass es sehr stark vom Markt abhängt, wie Holz, zu welchen Preisen verkauft wird, dann hauptsächlich dann nutzen wir, also das Starkholz nutzen wir ausschließlich dann, wenn ein guter Preis und eine gute Nachfrage ist. Sonst gehen wir eher in die Pflege. (...) In der Pflege fallen auch Sortimenten an, aber da fällt dann wesentlich weniger an, oder es kommt drauf an, wie stark der Borkenkäfer ist, dann muss man natürlich, dann muss man nutzen, wenn auch der Preis schlecht ist. Und da suchen wir uns halt den aus, wo wir in der Klassifizierung bisher gute Erfahrungen gemacht haben. Oder auch (..) wo man einfach auch Vertrauen hat, generell. Und wer auch gut brauchen kann, das Holz gerade. #00:05:17-1#

Interviewer: Also kann man schon sagen, dass der Holzpreis für den Einschlag schon relevant ist und das (...)? #00:05:23-6#

Befragter 1: Ja, natürlich, natürlich. Wir sind ja aussetzende Betriebe, die nicht nutzen müssen. Wir haben ja keine(...) oder wenig betriebsfremdes Personal oder so. Also ich habe hauptsächlich mit einem Praktikanten aus einer Bauernschule oder aus dem Wald, in einer Waldausbildung, ein Forstpraktikanten. Mehr fremdes oder mehr Angestellte oder so haben wir eher nicht. Und deshalb können wir auch, relativ leicht, gegenüber einem Forstbetrieb, der fremde Arbeitskräfte hat, fremde

wieder mal (Lachen), Arbeiter oder Angestellte hat, der muss fast nutzen. Weil er ja Ausgaben auch hat in der Richtung, also Mehrausgaben. Wir haben auch Ausgaben, Richtung (unverständlich) Forstbetrieb, aber nicht so starke wie einer, der Arbeiter hat und (...) ja, deshalb nutzen dann, wenn wir können, wenn es für den Betrieb passt, wenn es zu unserem Arbeitsablauf passt und vor allem, wenn der Preis passt. #00:06:54-5#“

2. Paraphrasierung und Kodierung:

Die inhaltlich zusammenpassenden Textpassagen auf Ebenen der einzelnen Interviews wurden thematischen Codes zugeordnet und vereinfacht zusammengefasst.

Kode: Planung Holzeinschlag

Befragter 1: Die Planung des Holzeinschlages hängt stark vom Markt ab. Starkholz wird ausschließlich genutzt, wenn ein guter Preis und eine gute Nachfrage gegeben sind. Sonst werden Pflegemaßnahmen durchgeführt. Bei Befall mit Borkenkäfer muss geschlägert werden, wenn auch der Preis schlecht ist. Dabei werden die Geschäfte mit Holzhändlern gemacht, die der Erfahrung nach fair klassifizieren oder zu denen man Vertrauen hat und bei denen Nachfrage besteht.

Bei schlechter Marktlage wird die Holzernntemenge stark gedrosselt, da im bäuerlichen Kleinwald keine Nutzungsnotwendigkeit besteht, da kein betriebsfremdes Personal bezahlt werden muss. Ausnahme: ein Forstpraktikant aus einer Bauernschule oder aus einer Waldausbildung. Genutzt wird der Forst, wenn es für den Betrieb passt, wenn es zum Arbeitsablauf passt und vor allem, wenn der Preis passt.

3. Thematischer Vergleich:

Die Antworten der einzelnen Befragten wurden nach thematischen Zusammenhängen in einer Kategorie gebündelt.

Kategorie: Planung Holzeinschlag:

#1:

- Holzpreis, speziell bei Starkholz, ist der Preis nicht gut, wird mehr gepflegt,
- Bei Schadholz wird an einen Holzhändler vergeben, der gut klassifiziert -> Erfahrungswert,
- Kleinwaldbesitzer sind aussetzende Betriebe -> müssen nicht nutzen.

#2: ---

#3:

- Wald nutzen -> Hiebsreife,
- Erlös vom Wald, um Kosten zu decken,
- Eingegriffen wird nach Gefühl -> überlegt einen schriftlichen Plan zu machen.

#4:

- Waldzustand -> Pflegeprodukte fallen an, die man verkaufen kann.

#5:

- Verfügbare Zeit im Winter.

#6:

- Kleinwald -> verfügbare Zeit, nicht nach Notwendigkeit,
- Holz selber bringen u. nicht durch Ernteunternehmen -> Problem !?!
- Für WWG ist Mengensteuerung schwierig.

#7:

- Bonität ist maßgeblich für den Hiebsatz = Bonität x Hektar.

#8:

- *Nur bewirtschafteter Wald ist ein guter Wald -> keine Sparkasse!*

#9:

- *Holzeinschlag ist eine Pflegemaßnahme!*
- *Holzpreis ist zweitrangig, Waldzustand ist maßgebend,*
- *Nichts zu tun ist das Schlechteste, was man tun kann.*

#10:

- *Begehung jährlich im Herbst,*
- *bei wertvollen Sortimenten unterstützt von einem Fachmann.*

Kategorie: Holzpreis beeinflusst Planung:

#1:

- *Starkholz nur bei gutem Preis nutzen.*

#2: ---

#3:

- *Nein, nicht gravierend eher die Menge.*

#4:

- *Beeinflusst die Nutzung überhaupt nicht -> Waldzustand.*

#5:

- *Holzpreis wird weniger berücksichtigt -> Waldzustand, Verjüngungszustand + Schadholtzanfall wird berücksichtigt. (muss nicht das eigene Schadholtz sein)*

#6:

- *Bei großen Endnutzungen wird auf den Preis reagiert, aber der Preis ist nicht das entscheidende Kriterium. Auch Schadholtzanfall spielt eine Rolle.*

#7:

- *Ja, guter Preis -> Ernte, schlechter Preis -> Pflege.*

#8:

- *Ja, Auswahl der Sortimente LH, NH; schlechter Preis -> Pflege.*

#9:

- *Holzpreis beeinflusst Planung nicht in erster Linie.*

#10: ---

4. Soziologische Konzeptualisierung:

Das erhobene Expertenwissen wurde in thematischen Kategorien stark verdichtet, wobei Gemeinsamkeiten und Differenzen erhalten blieben. Die Terminologie orientiert sich an der einschlägigen Fachsprache.

Kategorie: Planung Holzeinschlag

- *Steigerung bzw. Drosselung des Holzeinschlages als Reaktion auf den Holzpreis*
- *Bei schlechten Starkholzpreisen Verlagerung auf Durchforstung (Pflegemaßnahmen)*
- *Waldzustand ausschlaggebend für Holzeinschlag*
- *Holzeinschlag um Fixkosten zu decken*
- *Eingriff nach Gefühl*
- *Holzeinschlag nach verfügbarer Zeit*
- *Holzeinschlag je nach Bonität (Zuwachs)*
- *Holzpreis ist zweitrangig, Waldzustand maßgebend*
- *Schadholtzanfall beeinflusst Holzeinschlag*

- *Holzpreis beeinflusst die Auswahl der Sortimente und Laubholz-/Nadelholznutzung*
- *Ernte selber durchführen oder an Dienstleister vergeben*
- *Langfristige Geschäftsbeziehungen mit Sägewerken, Zimmerei*

5. Theoretische Generalisierung

Im letzten Auswertungsschritt wurde das gebündelte Expertenwissen der Fachliteratur gegenübergestellt. Es wurden Theorien und Verallgemeinerungen aus den Interviews abgeleitet und gegebenenfalls auch Widersprüche zur Literatur aufgezeigt.

Planung des Holzeinschlages:

Diverse Expertinnen und Experten empfehlen, dass der Holzeinschlag vor der Ernte hinsichtlich Menge und Sortimenten aufgrund der voraussichtlichen Preisentwicklung je nach Marktlage geplant werden muss (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Auch Gilge et al. (2013) sprechen von marktkonformen Verhalten, als Reaktion auf die Holzpreissituation. Das Angebot soll je nach Marktlage gesteigert bzw. gedrosselt werden und es sollen nur nachgefragte Sortimente angeboten werden. Die Wahl des Verkaufszeitpunktes ist eine wesentliche Determinante, um einen ökonomischen Erfolg zu generieren (Zwirgmaier, 2012). Bergen et al. (2013) hingegen weisen auf die Wichtigkeit einer langfristigen waldbaulichen Strategie hin. Je nach Möglichkeit kann man aber mit einer kurzfristigen Holzerntestrategie auf die Anforderungen des Marktes reagieren.

Die Befragten verfolgen unterschiedliche Holzerntestrategien. Einerseits wird der Holzeinschlag marktkonform geplant. Bei guten Holzpreisen wird mehr Starkholz geerntet und bei schlechten Starkholzpreisen wird auf Pflegemaßnahmen gesetzt bzw. das Angebot gedrosselt. Als Reaktion auf die Marktpreise werden entsprechende Sortimente von Laubholz oder Nadelholz bereitgestellt. Eine weitere Holzerntestrategie orientiert sich nicht am Marktgeschehen, sondern wird aufgrund des Waldzustandes entwickelt. Die Planung des Holzeinschlages wird gegebenenfalls auch durch den Anfall von Schadholz beeinflusst. Außerdem ist die verfügbare Zeit der Waldbesitzer teilweise ausschlaggebend für die Holzerntemengen, da im bäuerlichen Kleinwald die Holzerntemaßnahmen meist selbst durchgeführt werden. Werden die Erntearbeiten an einen Dienstleister vergeben, müssen auch dessen zeitliche Ressourcen berücksichtigt werden.

Einige Befragte wiesen darauf hin, dass sie jedenfalls jährlich so viel Holz ernten, um die Fixkosten, die mit dem Waldbesitz verbunden sind, wie Sozialversicherung und Grundsteuer, zu decken. Unter den Befragten besteht ein hohes Bewusstsein für Nachhaltigkeit, da sie den Holzeinschlag an der Bonität ihres Waldes und dem damit verbundenen Zuwachs orientieren. Es werden teilweise bestimmte Holz mengen unabhängig vom Marktgeschehen bereitgestellt, um langfristige Geschäftsbeziehungen (regionale Sägewerke, Zimmereien) zu bedienen.

6. Ergebnisse

Wie schon im Kapitel Material und Methoden erwähnt, werden in folgendem Kapitel die Ergebnisse des letzten Auswertungsschrittes „Theoretische Generalisierung“ angeführt. Das Interviewmaterial wurde der Fachliteratur gegenübergestellt. Die Erkenntnisse der Auswertung machen deutlich, dass es sich bei den Interviewten um überdurchschnittlich geschulte und am Holzmarkt sehr aktive Kleinwaldbesitzer handelt.

6.1 Marktbeobachtung/ gesuchte Sortimente

Gilge et al. (2013), Setzer & Spinner (2006) sowie Handstanger et al. (2004) empfehlen stets vor dem Holzeinschlag mehrere Angebote einzuholen, um sich ein Bild von den nachgefragten Sortimenten sowie der Marktpreissituation zu machen.

Aus der Analyse des Interviewmaterials geht hervor, dass die Kleinwaldbesitzer diesen Rat durchaus auch in der Praxis einhalten und sich zwischen zwei und vier Angebote vor dem Holzeinschlag einholen. Angebote werden einerseits von Holzhändlern erfragt und andererseits wird direkt mit Endverbrauchern, vor allem regionalen Sägewerken, Kontakt aufgenommen, um die Nachfrage abzuklären. Des Weiteren werden Informationen über gesuchte Sortimente auch über die Waldwirtschaftsgemeinschaft bzw. den Waldverband erfragt. Es werden die Anforderungen an die Ausformung, Länge, spezielle Wünsche und der Preis abgeklärt. Viele der Befragten bevorzugen langjährige Geschäftsbeziehungen aufgrund der entstandenen Vertrauensbasis bei vorangegangenen Geschäften. Auch in der Fachliteratur (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004) wird darauf hingewiesen, dass die Pflege des Holzkäuferstammes und eine käuferorientierte Vermarktung die Basis für gute Holzgeschäfte sind.

Marktinformationen über aktuelle Preise und Marktentwicklungen werden von den Kleinwaldbesitzern beim Waldverband, bei der regionalen Waldwirtschaftsgemeinschaft, über die Bauernzeitung und diverse Fachzeitschriften sowie über die Landwirtschaftskammer eingeholt. Zwirgmaier (2012) beteuert, dass die Analyse des Holzmarktes essentiell ist, um Trends rechtzeitig zu erkennen und die bestmöglichen Holzpreise zu erzielen.

6.2 Sondersortimente

Sortimente für spezielle Zwecke stellen Marktnischen dar und werden oft gut bezahlt. Beispielsweise Holz mit speziellen Anforderungen für Schneestangen, für Krainerwände oder nach Mondphasen geschlägertes Holz gesucht (Gilge et al. 2013).

Die befragten Kleinwaldbesitzer haben eine Bereitschaft je nach vorhandenen Möglichkeiten hochpreisige Sondersortimente zu bedienen. Angebote über Sondersortimente werden entweder direkt mit der Holzkäuferin bzw. dem Holzkäufer vereinbart oder über die örtlichen Waldwirtschaftsgemeinschaften ausgeschrieben. Die Analyse des Interviewmaterials zeigt auf, dass es bei der Schlägerung von Mondphasenholz keine einheitliche Zugangsweise gibt. Obwohl die Mehrheit der Befragten dieses Holz verwendet, um höhere Erlöse zu erzielen, sehen andere hier keinen ökonomischen Mehrwert, weil die erzielbaren Preisaufläge zu gering sind. Die Befragten gaben Preisaufläge von fünf bis zehn Prozent an. Der erhöhte Arbeitsaufwand ergibt sich bei der Ernte von Mondphasenholz dadurch, dass die Schlägerung nur in einem kurzen Zeitfenster möglich ist, wobei zu diesem Zeitpunkt einerseits die notwendige Arbeitskapazität zur Verfügung stehen muss und die Witterungsverhältnisse für Waldarbeiten geeignet sein müssen. Die Nachfrage nach Mondphasenholz ist regional sehr unterschiedlich, sodass für manche Befragte dieses Sortiment nicht in Frage kommt.

Weitere Sondersortimente, auf die hingewiesen wurde, sind: Masten, Bauholz für Zimmerer, Eigenbedarf oder Privatkunden, Zaunsteher, Langholzstangen, Langholz für den Massivholzbau und Schweizerblock (Kiefer, Erdblock, vier bis fünf Meter mit mindestens 30 Zentimeter Zopfdurchmesser, Verwendung für feinste Verarbeitungsindustrie, Fenster und Türen). Die Bedienung von Sondersortimenten ist nur dann interessant, wenn der Mehraufwand bei der Schlägerung und Bringung auch tatsächlich bezahlt wird.

6.3 Planung des Holzeinschlages

Diverse Expertinnen und Experten empfehlen, dass der Holzeinschlag vor der Ernte hinsichtlich Menge und Sortimenten aufgrund der voraussichtlichen Preisentwicklung je nach Marktlage geplant werden muss (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004). Auch Gilge et al. (2013) sprechen von marktkonformem Verhalten, als Reaktion auf die Holzpreissituation. Das Angebot soll je nach Marktlage gesteigert bzw. gedrosselt werden und es sollen nur nachgefragte Sortimente angeboten werden. Die Wahl des Verkaufszeitpunktes ist eine wesentliche Determinante, um einen ökonomischen Erfolg zu generieren (Zwirgmaier, 2012). Bergen et al. (2013) hingegen weisen auf die Wichtigkeit einer langfristigen waldbaulichen Strategie hin. Je nach Möglichkeit kann man aber mit einer kurzfristigen Holzerntestrategie auf die Anforderungen des Marktes reagieren.

Die Befragten verfolgen unterschiedliche Holzerntestrategien. Einerseits wird der Holzeinschlag marktkonform geplant. Bei guten Holzpreisen wird mehr Starkholz geerntet und bei schlechten Starkholzpreisen wird auf Pflegemaßnahmen gesetzt bzw. das Angebot gedrosselt. Als Reaktion auf die Marktpreise werden entsprechende Sortimente von Laubholz oder Nadelholz bereitgestellt. Eine weitere Holzerntestrategie orientiert sich nicht am

Marktgeschehen, sondern wird aufgrund des Waldzustandes entwickelt. Die Planung des Holzeinschlages wird gegebenenfalls auch durch den Anfall von Schadh Holz beeinflusst. Außerdem ist die verfügbare Zeit der Waldbesitzer teilweise ausschlaggebend für die Holzerntemengen, da im bäuerlichen Kleinwald die Holzerntemaßnahmen meist selbst durchgeführt werden. Werden die Erntearbeiten an einen Dienstleister vergeben, müssen auch dessen zeitliche Ressourcen berücksichtigt werden.

Einige Befragte wiesen darauf hin, dass sie jedenfalls jährlich so viel Holz ernten, um die Fixkosten, die mit dem Waldbesitz verbunden sind, wie Sozialversicherung und Grundsteuer, zu decken. Unter den Befragten besteht ein hohes Bewusstsein für Nachhaltigkeit, da sie den Holzeinschlag an der Bonität ihres Waldes und den damit verbundenen Zuwachs orientieren. Es werden teilweise bestimmte Holz mengen unabhängig vom Marktgeschehen bereitgestellt, um langfristige Geschäftsbeziehungen (regionale Sägewerke, Zimmereien) zu bedienen.

6.4 Vertrag bei Holzverkauf (Schlussbrief)

Ein schriftlicher Kaufvertrag (Schlussbrief) ist vor Beginn der Schlägerung abzuschließen. Das schriftliche Festhalten der ausgehandelten Vertragsbedingungen beugt Konflikten vor (Gilge et al., 2013). In früheren Zeiten wurde das Holz vom bäuerlichen Kleinwald oft nur grob geschätzt und ohne schriftlichen Vertrag verkauft. Der schriftliche Verkauf ist heutzutage ein unverzichtbarer Bestandteil der fachgerechten Praxis. Der Geschäftsabschluss erfolgt nach dem Einholen von mehreren Angeboten mit einem schriftlichen Schlussbrief. Darin sollen Durchschnittspreise über die verschiedenen Sortimenten oder getrennte Preise nach Sortimenten und Güteklassen vereinbart werden. Da im bäuerlichen Kleinwaldbesitz der Sortimentsanfall vor der Erntemaßnahme nur ungenau abgeschätzt werden kann, empfiehlt es sich Sortimentspreise zu vereinbaren. Durch den Verkauf von fertigen Sortimenten kann ein wirtschaftlicher Vorteil erzielt werden (Handstanger et al., 2004).

In Deutschland wird in der forstlichen Ausbildung in diesem Zusammenhang von Vorverkaufsverträgen gesprochen. Darin werden die jeweiligen Bedingungen, wie zum Beispiel Menge, Preis, Liefertermin und Qualität von beiden Vertragspartnern vereinbart. Dem schriftlichen Kaufvertrag ist in jedem Fall der Vorzug zu geben. Darin werden die Verkaufs- und Zahlungsbedingungen gut nachweisbar festgehalten. Auf klare Form und eindeutigen Inhalt ist größter Wert zu legen, um spätere Konflikte zu vermeiden (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Aus der Analyse des Interviewmaterials geht hervor, dass die Kleinwaldbesitzer bei langjährigen Geschäftspartnern auf schriftliche Schlussbriefe verzichten und auf Basis von Handschlag und Vertrauen den Holzverkauf abschließen. Es besteht ein hohes Bewusstsein dafür, dass bei vertraglos geschlägertem Holz die Verhandlungsbasis deutlich schlechter ist.

Das wird aber wie erwähnt bei erfahrungsgemäß vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen in Kauf genommen. Bei größeren Ernteeingriffen wird im Vorfeld ein schriftlicher Kaufvertrag vereinbart, um die ausverhandelten Rahmenbedingungen klar und gut nachweisbar festzuhalten. Teilweise wird auf finanzielle Absicherung durch eine Bankgarantie bei größeren Erntemengen gesetzt. Ob ein Schlussbrief abgeschlossen wird, hängt nicht nur von der Erntemenge ab, sondern auch von den anfallenden Sortimenten, von der Art der Nutzung und von der Marktlage. Bei hoher Nachfrage wird teilweise auf einen schriftlichen Vertrag verzichtet, da gute Preise und gute Klassifizierung erwartet werden.

Die Auswertung der Interviews zeigt, dass der Vertragsabschluss beim Holzverkauf aus dem Kleinwaldbesitz nicht immer nach der Lehrbuchempfehlung abläuft. Verschiedene Überlegungen führen dazu, dass bei der Direktvermarktung teilweise kein schriftlicher Kaufvertrag abgeschlossen wird. Bei der gemeinschaftlichen Vermarktung werden sehr wohl zwischen der Waldwirtschaftsgemeinschaft und der Holzkäuferin bzw. dem Holzkäufer schriftliche Kaufverträge vereinbart.

6.5 Ab Stock Verkauf

Der Holzverkauf wird in unterschiedliche Verkaufsarten eingeteilt. Der Verkauf des Holzes kann ab Stock, ab Schlagort oder Lkw-befahrbarer Straße erfolgen (Handstanger et al., 2004). Die Rahmenbedingungen zum Stockverkauf sind in den Österreichischen Holzhandelsusancen geregelt. Der Begriff „Ab Stock“ bedeutet, dass die Käuferin bzw. der Käufer die Kosten und das Risiko für die Ernte, Bringung, Sortierung und Lagerung sowie für den Transport ins Empfangswerk zu tragen hat (§13/6 ÖHU). Bei Stockverkäufen ist nach § 58 ÖHU der gesamte Nutzungsvorgang mit der Sorgfalt einer ordentlichen Unternehmerin bzw. eines ordentlichen Unternehmers und einer ordentlichen Forstwirtin bzw. eines ordentlichen Forstwirts vorzunehmen und von der Käuferin bzw. vom Käufer und von der Verkäuferin bzw. vom Verkäufer gemeinsam zu überwachen (Kooperationsplattform Forst Holz Papier, 2006).

Laut dem vorliegenden Interviewmaterial spielen Stockverkäufe bei Kleinwaldbesitzern eine untergeordnete Rolle, da sie gern ihre eigene Arbeitskraft nutzen, um eine höhere Wertschöpfung zu erzielen als beim Verkauf am Stock. In Einzelfällen wird diese Verkaufsart angewendet, wenn größere Erntemengen anfallen. Eine mögliche Herangehensweise ist, dass die Holzkäuferin bzw. der Holzkäufer ein Schlägerungsunternehmen vorschlägt. Die Abrechnung und Bezahlung des Dienstleisters erfolgt nach tatsächlich verkaufter Holzmenge.

6.6 Der gemeinschaftliche Holzverkauf

Gilge et al. (2013) sehen den gemeinschaftlichen Holzverkauf als Möglichkeit, um den Nachteil des geringeren Holzpreises für Kleinmengen auszugleichen.

In Niederösterreich ist die gemeinschaftliche Holzvermarktung gut organisiert. Der Waldverband Niederösterreich ist die Dachorganisation der 67 Waldwirtschaftsgemeinschaften, die rund 7.000 Mitglieder zählen. Die Aufgaben des Waldverbands sind neben der Aus- und Weiterbildung und Beratung für Mitglieder, auch die Verhandlung von Richtpreisen mit Großabnehmern von Massensortimenten sowie die Durchführung und Abhaltung der Laubholzmission (Niederösterreichischer Waldverband, 2018).

Die Mitgliedschaft in einer Waldwirtschaftsgemeinschaft wird von den befragten Kleinwaldbesitzern als sehr positiv empfunden. Die wesentlichen Gründe dafür sind Informationsbeschaffung, Vermarktungshilfen, Erfahrungsaustausch, Vernetzung und aktuelle Informationen über den Holzmarkt sowie Förderungsmöglichkeiten. Waldwirtschaftsgemeinschaften erbringen teilweise auch Dienstleistungen für neue Waldbesitzerinnen und Waldbesitzer und tragen so zur Pflege der Waldbestände und zur Holzmobilisierung bei.

Obwohl kein Zwang zur Vermarktung über die Waldwirtschaftsgemeinschaft besteht, werden vielfach die Standardsortimente über diese Organisationsstruktur verkauft, da bei größeren Mengen mit besseren Preisen zu rechnen ist. Sondersortimente werden großteils selbstständig vermarktet. Der Waldverband verhandelt mit Großabnehmern Holzpreise aufbauend auf den Meldungen der voraussichtlichen Holzerntemengen der einzelnen Waldwirtschaftsgemeinschaften. So wird auch eine gewisse Mengensteuerung durch diese Organisationen erwirkt. Werden die vereinbarten Mengen voraussichtlich nicht erreicht, wird aktiv bei den Mitgliedern um mehr Holzernte geworben, damit die besseren Preise auch realisiert werden können. Jedoch gestalten sich die Mengensteuerung und Holzmobilisierung teilweise als schwierig.

Diese regionale Zusammenarbeit vereinfacht auch die Logistik und fördert den Zusammenhalt unter den Waldbesitzerinnen und Waldbesitzern. Auffällig in den Interviews war, dass unter den Kleinwaldbesitzern kein Konkurrenzdenken vorhanden ist. Eine aktive Waldwirtschaftsgemeinschaft kann somit die Holzpreise einer Region wesentlich verbessern. Dabei hat sich bei den Interviews herausgestellt, dass das Engagement und die Qualität der Serviceleistungen der regionalen Waldwirtschaftsgemeinschaften sehr unterschiedlich sind und sehr von den beteiligten Personen abhängen.

6.7 Holzausformung

Um den bestmöglichen Holzpreis zu erzielen sind die Grundsätze der Holzausformung anzuwenden (Gilge et al., 2013). Es kann zu Problemen mit der Holzkäuferin bzw. dem Holzkäufer kommen, wenn Sachmängel auftreten und beispielsweise das vereinbarte Maß nicht eingehalten wird (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Bei der Frage nach der Holzausformung sind sich die Befragten einig und gehen damit sehr gewissenhaft um. Die Ausformung richtet sich nach der Qualität des Blochs, dem Zustand des Baumes, der Abholzigkeit, der Krümmung, der Astigkeit sowie nach der Holzart (Laubholz oder Nadelholz). Die Kleinwaldbesitzer gehen dabei auf die nachgefragten Sortimente sowie die Käuferwünsche ein. Allerdings ist es in der Praxis wünschenswert, dass die Längenausformung variabel je nach dem Zustand des Blochs gewählt werden kann, ohne Preisabschläge in Kauf nehmen zu müssen. So kann zum Beispiel bei großer Abholzigkeit ein kürzeres Bloch von Vorteil sein. Das Ziel der Befragten ist eine optimale Ausformung, um die bestmögliche Klassifizierung zu erreichen. Laut den Österreichischen Holzhandelsverbänden (Kooperationsplattform Forst Holz Papier, 2006) wird beim Sortiment Sägerundholz ein Übermaß bei Nadelholz von 1 Prozent der Länge, mindestens 6 Zentimeter und höchstens 15 Zentimeter und bei Laubholz 1% der Länge, mindestens fünf Zentimeter und höchstens zehn Zentimeter vorgeschrieben. Die Befragten sprechen in der Praxis von einem Übermaß von mindestens zehn Zentimeter. Speziell bei Starkholz mit großen Durchmessern kann es durch falsches Messen oder schräge Schnittflächen zu einem geringen Übermaß und somit zu Abschlägen kommen. Es wurde darauf hingewiesen, dass bei der vollmechanisierten Holzernte (Harvestereinsatz) der Prozessorkopf auf die Längenausformung kalibriert und kontrolliert werden muss, da es im praktischen Einsatz vereinzelt zu Abweichungen kommt. Abschläge für fehlerhafte Längenausformung bzw. für zu geringes Übermaß kommen nur selten vor.

6.8 Laubholzausformung

Laubholz (speziell Eiche und Ahorn) wird von den Kleinwaldbesitzern mit einer Länge bis zu acht Meter aus dem Wald gebracht, um einerseits die Käuferwünsche bestmöglich zu erfüllen und andererseits die bestmögliche Klassifizierung zu erreichen. Bei der Vermessung und Qualitätsbestimmung wird oftmals neben der Eigentümerin bzw. dem Eigentümer und der Holzhändlerin bzw. dem Holzhändler eine Expertin bzw. ein Experte der Waldwirtschaftsgemeinschaft beigezogen. Im Zuge dessen wird auch das Holz abgelängt.

6.9 Vermarktung besonders wertvoller Stämme

Werden Bäume als besonders qualitativ hochwertig eingeschätzt, ist die Beziehung einer fachlichen Expertenmeinung durch eine Försterin bzw. einen Förster empfehlenswert. Denn bei besonders wertvollen Stämmen lohnt sich eine Versteigerung gegen Meistgebot (Setzer & Spinner, 2006).

Die Befragung hat gezeigt, dass Kleinwaldbesitzer besonders wertvolle Stämme separat sortieren. Wie es Setzer & Spinner (2006) empfehlen, wird von den befragten Kleinwaldbesitzern bei wertvollen Stämmen die Expertise einer Fachfrau bzw. eines Fachmanns eingeholt. In der Praxis ist das oftmals der Forstsekretär der örtlichen Bezirksbauernkammer, der auch bei besonders wertvollen Laubholzstämmen Auskunft über die Tauglichkeit für die Laubholzsubmission gibt. Der Transport zur Laubholzsubmission wird gemeinschaftlich vom Waldverband organisiert und koordiniert. Bei der Laubholzsubmission erhält das geheim abgegebene Höchstgebot den Kaufzuschlag. Die Befragten gaben an, dass nicht immer die erwarteten preislichen Vorstellungen bei der Submission erreicht wurden. Die Preise der einzelnen Stämme einer Baumart haben enorme Schwankungsbreiten und sind für den Holzverkäufer nicht immer nachvollziehbar. Daher holen manche Kleinwaldbesitzer mehrere Angebote bei lokalen Holzhändlerinnen bzw. Holzhändlern ein und erfragen die gewünschte Länge.

Die Analyse des Interviewmaterials zeigt auf, dass bei wertvollen Nadelholzstämmen anders als bei Laubholz vorgegangen wird. Speziell bei Lärche und Tanne sehen die Waldeigentümer ein geringes Windwurfisiko, weshalb bei Nadelholz-Starkholz auf spezielle Angebote gewartet wird. Wenn größere Mengen anfallen, ist eine Möglichkeit das geschlägerte Nadelholz in Form von Langholz an den Massivholzbau zu vermarkten. Teilweise können auch spezielle Marktnischen für A-Stämme oder zum Beispiel Schweizerblock (siehe Kapitel 6.2 Sondersortimente) zu guten Holzpreisen bedient werden.

Auch bei Wertholz ist die anfallende Menge oftmals ausschlaggebend für den erzielbaren Preis, weshalb nach Möglichkeit, mindestens ein Motorwagen zur Vermarktung bereitgestellt wird.

6.10 Auf Käuferwünsche eingehen

Um einen höheren Holzpreis erzielen zu können, empfehlen Gilge et al. (2013) auf die Käuferwünsche einzugehen, wenn die Mehrarbeit finanziell abgegolten wird. Die Voraussetzung für die Sicherung der Einnahmen aus dem Holzverkauf ist eine käuferorientierte Vermarktung (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Die Befragung zeigt beim Thema Erfüllung von Käuferwünschen, ähnlich wie beim verwandten Thema Sondersortimente, unterschiedliche Zugänge auf. Manche Kleinwaldbesitzer sehen die

Erfüllung der Käuferwünsche als oberste Priorität, um den höchstmöglichen Preis zu erzielen, während andere das differenzierter betrachten. Es wird nur nach vorhandenen Möglichkeiten auf die Käuferwünsche eingegangen, wenn es ökonomisch Sinn macht und die Aufwandsentschädigung tatsächlich angemessen ist. Einfache Wünsche der Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufer, wie zum Beispiel die Ausformung gewünschter Längen, können problemlos erfüllt werden. Spezielle Käuferwünsche, wie zum Beispiel der Erntezeitpunkt (Mondphasenholz), bedeuten für den Waldbesitzer einen deutlich höheren Aufwand. Allerdings wird auch der Vorteil des Kleinwaldes erwähnt, der mehr Flexibilität für Sonderwünsche zulässt.

6.11 Präsentation des Holzes

Gilge et al. (2013) verweisen darauf, dass die Holzkäuferin bzw. der Holzkäufer auch mit dem Auge kauft. Daher ist es vorteilhaft das Holz zu präsentieren, dazu gehört die richtige Lagerung, Sortierung, Sauberkeit (Schmutz, Waldbart, Wurzelanläufe) sowie die sachgemäße Entastung.

Bei der Präsentation des Holzes wird in der Praxis bei Laubholz und Nadelholz unterschiedlich vorgegangen. Zunächst erfolgt die Sortierung nach Laubholz, Nadelholz, Qualitäten und Sortimenten. Bei Nadelholz und Massenware haben die zweckmäßige Lagerung (trockene Plätze, teilweise mit Unterlage, bei einer Forststraße) und der problemlose Abtransport oberste Priorität. Hingegen wird bei wertvollem Laubholz die Einzelstammpräsentation bevorzugt. Die Stammanschnitte werden gerade geschnitten und die Lagerung erfolgt bei einer Forststraße, um die Qualitätsbestimmung und Vermessung jederzeit zu ermöglichen.

6.12 Abtransport und Lieferschein

Neben dem schriftlichen Festhalten der ausverhandelten Vertragsbedingungen, beugt auch der Lieferschein oder Warenbegleitschein späteren Auseinandersetzungen vor. Ein Lieferschein beinhaltet die Verkäuferin bzw. den Verkäufer, die Käuferin bzw. den Käufer, den Zeitpunkt des Abtransportes des Holzes, die geladenen Sortimente und Baumarten, die geschätzte Menge sowie das Transportmittel. Dadurch kann zu jedem späteren Zeitpunkt die Richtigkeit der Abfahren und die Abrechnung nachvollzogen werden (Gilge et al., 2013).

Beim Abtransport des Holzes sind in der Praxis unterschiedliche Vorgangsweisen üblich, die teilweise in Kontrast zu den Empfehlungen in der Fachliteratur stehen. Der Abtransport erfolgt teilweise selbstständig durch die Holzkäuferin bzw. den Holzkäufer ohne die Anwesenheit des Holzverkäufers. In diesem Fall wird kein Lieferschein ausgestellt. Manche Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufer stellen aber auch Lieferscheine aus, teilweise werden diese elektronisch mit Fotos der Fuhren zur Verfügung gestellt. Andererseits dokumentieren manche Holzverkäufer

jede Fuhr mit einem Foto, auf dem ersichtlich ist, welche Anzahl an Einzelstücke geladen wurden und ob es Farbabweichungen bei den Anschnitten gibt. Wenn es der Holzverkäufer als wichtig erachtet beim Abtransport anwesend zu sein, wird der Zeitpunkt direkt mit dem Frächter vereinbart.

6.13 Vermessung und Klassifizierung

Grundsätzlich ist es möglich Durchschnittspreise über die verschiedenen Sortimente oder getrennte Preise nach Sortimenten und nach den Güteklassen zu vereinbaren. Im bäuerlichen Waldbesitz ist die Vereinbarung von Sortimentspreisen sinnvoll, da der Sortimentsanfall vor der Ernte nur ungenau abgeschätzt werden kann (Handstanger et al. 2004).

Die Qualitätsbestimmung des Holzes ist maßgeblich für den erzielbaren Erlös. Wird eine besonders strenge Qualitätsprüfung durch die Holzkäuferin bzw. den Holzkäufer vorgenommen und Bloche absichtlich in die Güteklasse C degradiert, kann ein vorab gut ausverhandelter Holzpreis für die Güteklasse B nicht realisiert werden (Setzer & Spinner, 2006).

Aus der Analyse des Interviewmaterials geht hervor, dass die Vermessung unterschiedlich je nach Sortimenten vorgenommen wird. Während bei Standardsortimenten und Nadelholz die Werksvermessung praktiziert wird, wird bei Langholz sowie bei besonders wertvollen Stämmen, wie zum Beispiel Eiche, Ahorn, Esche, Ulme, händisch jeder Stamm vermessen und klassifiziert. Auch beim Verkauf von Blochen an regionale Sägewerke wird per Hand vermessen. Schriftliche Werksabmaßlisten bzw. Vermessungslisten werden von den Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufern teilweise zeitnah innerhalb von wenigen Tagen und teilweise erst vier Wochen nach der Vermessung zur Verfügung gestellt.

Die Analyse der Befragung hat gezeigt, dass die Klassifizierung in der Praxis ein heikles Thema ist, da die erzielbaren Erlöse von der Qualitätsbestimmung abhängen. Kleinwaldbesitzer sind der Klassifizierung ausgeliefert, da eine Kontrolle nur schwer möglich ist und Reklamationen mühsam sind. Die Befragten äußerten die Kritik, dass es für Waldbesitzerinnen und Waldbesitzer keine Schulungen zum Thema Klassifizierung gibt. Allerdings bietet die Landwirtschaftskammer Niederösterreich über das Ländliche Fortbildungsinstitut Niederösterreich (LFI) sehr wohl entsprechende Kurse an (z.B. Höherer Verkaufserlös durch richtige Holzausformung), die anscheinend bei den Kleinwaldbesitzern zum Teil nicht bekannt sind (Landwirtschaftskammer Niederösterreich, 2017). Die Rahmenbedingungen zur korrekten Klassifizierung sind in den Österreichischen Holzhandelsusancen (Kooperationsplattform Forst Holz Papier, 2006) niedergeschrieben und deren Kenntnis ist von Vorteil. Viele Befragte behaupten, dass die Klassifizierung nicht immer fair und sachlich erfolgt. Beispielsweise wird berichtet, dass Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufer

bei gesättigtem Markt am Saisonende oder nach Kalamitäten schlechter klassifizieren und viele Bloche in die Güteklasse C und C+ einstufen. Hingegen wird zu Saisonbeginn und bei großer Nachfrage ein geringerer C und C+ Anteil beobachtet. Allerdings waren unter den Befragten auch Waldbesitzer, die keine schlechten Erfahrungen hinsichtlich der Klassifizierung gemacht haben und der korrekten Klassifizierung durch die Holzkäuferinnen und Holzkäufer vertrauen. Vorteilhaft ist dabei die Belieferung von regionalen Sägewerken, da eine Anwesenheit bei der Klassifizierung möglich ist und Unklarheiten sofort ausdiskutiert werden können. Das führt zu transparenten Geschäftsbeziehungen, die bedingt durch die gegenseitige Verantwortung zu Zufriedenheit beitragen. Mitglieder einer Waldwirtschaftsgemeinschaft haben ein stärkeres Marktauftreten, da sie bei Reklamationen Unterstützung durch die Waldwirtschaftsgemeinschaft erhalten.

6.14 Kontrolle des Abtransports, der Vermessung und Klassifizierung

Die befragten Kleinwaldbesitzer verfolgen keine einheitliche Vorgehensweise bei der Kontrolle des Abtransportes, der Vermessung und Klassifizierung. Die bisherigen Erfahrungen beim Holzverkauf beeinflussen das Kontrollverhalten massiv. Einerseits haben manche Befragten volles Vertrauen in die Holzkäuferinnen und Holzkäufer bzw. Frächter und kontrollieren das verkaufte Holz gar nicht. Dieses Verhalten resultiert aus bisher guten Erfahrungen. Andererseits gibt es Kleinwaldbesitzer, die bei jeder Fuhr die Stückzahl anhand der selbst gemachten Fotos kontrollieren. Des Weiteren werden auch die von den Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufern zur Verfügung gestellten elektronischen Lieferscheine mit Fotos zu Kontrollzwecken verwendet. Teilweise wird eine punktuelle Kontrolle durchgeführt, wobei diese Holzverkäufer großes Vertrauen in die korrekte Werksvermessung haben.

Problematisch sind grundsätzlich die geringen Kontrollmöglichkeiten. Beim Werksabmaß kann ausschließlich die Stückzahl als einziges Kontrollkriterium herangezogen werden, der Klassifizierung muss vertraut werden. Allerdings ist es üblich, dass von jedem Bloch bei der Werksvermessung ein Foto gemacht wird. Einzelne Kleinwaldbesitzer haben bei Unstimmigkeiten über die Klassifizierung diese Fotos angefordert und konnten eine Sonderzahlung erwirken.

6.15 Schlechte Erfahrungen beim Holzverkauf

Beim Vorverkauf kann es bei Holzgeschäften zu Problemen kommen, indem die Holzkäuferinnen und Holzkäufer versuchen durch eine nachträgliche Änderung der Bezugsmenge (von fm in rm) den Holzpreis zu senken. Des Weiteren führen auch besonders strenge Qualitätsprüfungen und absichtlich schlechtere Klassifizierung zu Unstimmigkeiten bei

der Abwicklung eines Holzgeschäftes, da die erwarteten Holzerlöse nicht erzielt werden können. (Setzer & Spinner, 2006) Um spätere Unklarheiten zu vermeiden ist ein schriftlicher Kaufvertrag mit eindeutigen Inhalten unumgänglich. Trotz schriftlicher Vereinbarungen kann es bei der Abwicklung des Holzgeschäftes zu Problemen, wie zum Beispiel Lieferverzug, Sachmängel, Abnahmeverzug und Abfuhrfrist kommen (Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Die Wahl des richtigen Verkaufszeitpunktes stellt eine wichtige ökonomische Erfolgskomponente im Holzverkauf dar. Die starken Preisschwankungen sind eine Reaktion der Veränderung von Angebot und Nachfrage. Für Holzverkäufer ist es eine Herausforderung das Marktgeschehen zu beobachten und zu verstehen, um wirtschaftliche Verluste bestmöglich zu vermeiden (Zwirgmaier, 2012). Problematisch wirken sich unerwartete große Holzermengungen, verursacht durch Kalamitäten, auf das Marktgeschehen aus (Waldarbeiterschulen der Bundesrepublik Deutschland, 2004).

Die Analyse der Befragung der Kleinwaldbesitzer hat ergeben, dass im Allgemeinen sehr wenig schlechte Erfahrungen beim Holzverkauf gemacht wurden und überwiegend eine Zufriedenheit mit den Holzgeschäften vorherrscht. Vor allem Probleme, die in der oben zitierten Literatur angesprochen werden, wurden in den Interviews nicht erwähnt. Kleinwaldbesitzer fokussieren eine konstruktive Zusammenarbeit und setzen auf langfristige Geschäftspartner, mit welchen gute Erfahrungen gemacht wurden. Vielfach werden kleine Abnehmer, wie regionale Sägewerke, als verlässliche Partner wahrgenommen. Beim Abtransport sind Ortskundige Stammfrächter vorzuziehen, weil dadurch Probleme minimiert werden.

Eine Herausforderung bei Holzgeschäften stellt, wie schon im Punkt Klassifizierung erwähnt, die Nachvollziehbarkeit der Klassifizierung dar. Haben Kleinwaldbesitzer Bedenken, ob die Klassifizierung bei Werksabmaß fair und sachlich korrekt abgelaufen ist, gibt es in der Regel keinen Diskussionsspielraum mit der Holzkäuferin bzw. dem Holzkäufer. Die Befragten berichteten vereinzelt von Holzgeschäften mit Käuferinnen und Käufern, deren Zahlungsmoral oder -sicherheit nicht gegeben war. Bei derartigen Vorfällen, kann es neben der emotionalen Belastung und dem Vertrauensverlust zum Geschäftspartner auch zu enormen wirtschaftlichen Schädigungen kommen. Wenn bei Verkäufen über die Waldwirtschaftsgemeinschaft Unstimmigkeiten auftreten, werden nachträglich die Lieferscheine ausgehändigt. So haben die Mitglieder eine Kontrollmöglichkeit und können im besten Fall die Differenzen ausräumen.

6.16 Besonders positive Holzgeschäfte und Freude an der Waldwirtschaft

Die Befragten berichteten über ihre positiven Erfahrungen beim Holzverkauf. In Erinnerung blieben gute Geschäfte, wo ein besonders hoher Holzpreis erzielt werden konnte. Erwähnt wurden in diesem Zusammenhang der Verkauf von mondphasengeschlägertem und hochpreisigem Bauholz sowie der Verkauf von Schweizerblochen (siehe Kapitel 6.2 Sondersortimente), wo ein zufriedenstellender Erlös realisiert wurde. Die größte Motivation für den Holzeinschlag stellen neben den zufriedenstellenden Erlösen, die Freude und der Spaß an der Waldwirtschaft dar. Zum einen werden sind die waldbaulichen Gestaltungsmöglichkeiten (Bestandesetablierung) als eine befriedigende Arbeit wahrgenommen, weil die Kleinwaldbesitzer in den folgenden Jahren die Entwicklung des Waldes beobachten und aktiv steuern können. Zum anderen macht die Waldarbeit Spaß, wenn im Altholz viele Festmeter pro Tag geerntet werden können.

6.17 Herausforderungen und Chancen für die Zukunft

Die Analyse des Interviewmaterials zeigt auf, dass die wirtschaftliche Situation in der Waldwirtschaft als große Herausforderung gesehen wird. In den letzten Jahrzehnten ist der Rohstoffwert von Holz so stark gesunken, dass Investitionen immer schwieriger möglich sind. Um die gleichen Erlöse zu erzielen, müssen immer mehr Festmeter geerntet werden. Dadurch sinken für die Kleinwaldbesitzer die Gewinne und Investitionsmöglichkeiten. Kleinwaldbesitzer haben aber durch die Mitgliedschaft in einer Waldwirtschaftsgemeinschaft die Möglichkeit ihre Marktposition zu stärken. Die gemeinschaftliche Vermarktung verbessert die Verhandlungsposition der kleinstrukturierten Waldwirtschaft gegenüber relativ wenigen und großen Betrieben der Holzindustrie.

Des Weiteren werden die klimatischen Veränderungen von den Kleinwaldbesitzern als große Herausforderung für die Zukunft wahrgenommen. Einerseits wird mit einer Zunahme von abiotischen und biotischen Schäden gerechnet, andererseits steht die Etablierung von klimafitten Waldbeständen mit einem an die Gegebenheiten angepassten Baumartenmischverhältnis im Fokus der Bestandesformung. Ziel ist stets die Etablierung von stabilen Wäldern, die bessere Planungssicherheit bieten und die Risikoverteilung praktisch umsetzen. In diesem Zusammenhang wurde bei der Befragung die Betrachtung des Waldes als Wertanlage kritisch hinterfragt. Das Risiko von Schäden ist enorm, vielmehr sollte eine nachhaltige Bewirtschaftung im Vordergrund stehen. Mit Schadereignissen sind auch logistische Herausforderungen, wie Walderschließung und Lagerkapazitäten, verbunden. Waldwirtschaftsverträge für land- und forstwirtschaftsfremde Waldbesitzer können eine Chance darstellen, um einerseits die Holzmobilisierung und andererseits die nachhaltige Bewirtschaftung sicherzustellen. In dieser Thematik werden von den Kleinwaldbesitzern

agrarpolitische Strategien gefordert, um neue Waldbesitzer zu erreichen und die Holzmobilisierung voranzutreiben. Von der Politik wird außerdem erwartet, dass die Souveränität von Waldböden bewahrt wird.

Eine zukünftige Herausforderung stellt die Wald-Wild-Problematik dar. In manchen Teilen von Niederösterreich ist es wegen des hohen Wildbestands nicht möglich, Naturverjüngungen zu etablieren. In Kapitel 6.18 wird dieser Thematik eigens nachgegangen.

Als Chance für die Zukunft sehen die Kleinwaldbesitzer, dass Holz wieder vermehrt als hochwertiger Baustoff eingesetzt wird. In diesem Bereich gibt es noch nicht ausgeschöpfte Potenziale. Die Bewirtschaftung von Kleinwald durch ausgebildete Forstwirte würde die fachgerechte Bewirtschaftung sicherstellen und die Etablierung von zukunftssicheren Waldbeständen vorantreiben.

6.18 Wald-Wild-Problematik

Die Frage nach der Wald-Wild-Problematik wurde aus dem persönlichen Interesse des Interviewers gestellt. In dieser Thematik finden sich im Interviewmaterial viele Kontroversen. Vereinzelt spricht man von großen Problemen die Verjüngung zu etablieren, da der Wildstand zu hoch ist. Zur Beurteilung der Rehwilddichte wird der Zustand der Tannenverjüngung maßgeblich als Indikator herangezogen. In manchen Gebieten ist der Einzelbaumschutz bei Aufforstungen oder Naturverjüngungen notwendig. Im Speziellen berichteten Befragte von Schutzbedarf für Tannen und teilweise auch für Buchen. Die meisten Befragten, gaben allerdings an, keine gravierenden Probleme in dieser Thematik zu haben, da ein gutes Verhältnis zur Jägerschaft gepflegt wird und gleichzeitig die Verjüngung (Tanne) aufkommt. Die Gesamtbetrachtung und Zusammenarbeit von Waldwirtschaft und Jagd ist entscheidend, um zukunftsfähige Bestände zu etablieren. Die Baumartenwahl sollte kein Kompromiss zum Wildbestand darstellen, sondern die Entscheidung des Waldbesitzers sein. Dort, wo die Zusammenarbeit mit der Jägerschaft nicht als positiv empfunden wird, wird das Jagdsystem in Österreich in Frage gestellt und als Alternative werden Berufsjäger vorgeschlagen.

7. Diskussion und zusammenfassende Schlussfolgerungen

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war die Abläufe, Gepflogenheiten in der Praxis sowie die Anreize und Barrieren beim Holzverkauf von bäuerlichen Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern zu analysieren. Mit einer Befragung wurde überprüft, inwieweit die Lehrbuchempfehlungen zum Holzverkauf in der Praxis umgesetzt werden. In der Problemstellung wurde angenommen, dass unter den Kleinwaldbesitzerinnen und Kleinwaldbesitzern eine gewisse Unzufriedenheit hinsichtlich der erzielbaren Erlöse und der Abläufe beim Holzverkauf besteht. Diese Annahme konnte in der Untersuchung nur teilweise bestätigt werden. Einerseits gibt es große Herausforderungen im Umgang mit Geschäftspartner, zum Beispiel in Bezug auf die Klassifizierung, andererseits haben die befragten Kleinwaldbesitzer aber große Freude mit der Forstwirtschaft. Es muss darauf hingewiesen werden, dass die Befragten eine Gruppe von Waldbesitzern ist, die sehr aktiv am Holzmarkt teilnimmt und durch die Mitgliedschaft in einer Waldwirtschaftsgemeinschaft sehr gute Informationen zur Verfügung hat. Die Ergebnisse können daher nicht auf Kleinwaldbesitzer übertragen werden, die nicht oder kaum am Holzmarkt aktiv sind.

7.1 Planung Holzeinschlag

In der forstwirtschaftlichen Ausbildung wird gelehrt, dass ein marktkonformes Verhalten bereits vor dem Holzeinschlag und -verkauf ein wesentlicher Faktor für den ökonomischen Erfolg darstellt. Der Holzeinschlag soll bei einer schlechten Marktsituation gedrosselt werden und bei guten Holzpreisphasen erhöht werden. Vor dem Holzeinschlag sollen mehrere Angebote eingeholt werden und ein schriftlicher Vertrag (Schlussbrief) abgeschlossen werden (Gilge et al., 2013). Das Zustandekommen eines Holzgeschäftes in der Praxis der bäuerlichen Kleinwaldbesitzer verläuft teilweise nach der Lehrbuchempfehlung und teilweise wird davon abgewichen. In der Regel holen die Kleinwaldbesitzer Marktinformationen vor dem Holzeinschlag in diversen Fachzeitschriften sowie beim Waldverband Niederösterreich bzw. in den örtlichen Waldwirtschaftsgemeinschaften ein. Anschließend werden die nachgefragten Sortimente und die Preise bei Holzhändlerinnen bzw. Holzhändlern und regionalen Endverbrauchern (z.B. Sägewerke) erfragt. Dabei holen manche Kleinwaldbesitzer auch mehrere schriftliche Angebote ein, vor allem wenn größere Holzeinschläge anstehen. Ein Teil der Kleinwaldbesitzer verhält sich nicht nach den Lehrbuchempfehlungen und holt keine Vergleichsangebote ein, da sie einen langjährigen Geschäftspartner, dem sie vertrauen, beliefern. Während Standardsortimente vielfach gemeinschaftlich über den Waldverband Niederösterreich vermarktet werden, werden Sondersortimente entweder mit den

Endverbrauchern vereinbart und selbstständig abgewickelt oder über die örtlichen Waldwirtschaftsgemeinschaften ausgeschrieben.

Bei der tatsächlichen Planung des Holzeinschlages gehen die Kleinwaldbesitzer unterschiedlich vor. Manche Kleinwaldbesitzer verhalten sich marktkonform und ernten bei guten Holzpreisen größere Mengen in den nachgefragten Sortimenten und bei schlechten Holzpreisen werden großteils nur Pflegemaßnahmen vorgenommen. Bei anderen Kleinwaldbesitzern stehen Faktoren, wie der Zustand des Waldes oder die zeitliche Ressource im Vordergrund. Teilweise werden unabhängig vom Marktpreis langjährige Geschäftspartner mit Holz versorgt, um die gute Geschäftsbeziehung zu erhalten. Manche Kleinwaldbesitzer ernten jedes Jahr zumindest so viel Holz, um die Fixkosten für den Forstbetrieb decken zu können. Dabei besteht unter den Kleinwaldbesitzern ein hohes Bewusstsein für die nachhaltige Waldbewirtschaftung, da sich ihre langfristige Holzerntestrategie an der Bonität und am Zuwachs orientiert. Verwunderlich ist, dass die Witterung nicht als wesentlicher Faktor für den Holzeinschlag erwähnt wurde. Die forstliche Erschließung ist im bäuerlichen Kleinwald in der Regel nicht sonderlich gut ausgebaut, sodass die Forstwege bei feuchter Witterung mit Holzerntemaschinen nur eingeschränkt befahrbar sind. So kann ein warmer und feuchter Winter zu weniger Holzeinschlag führen, da die Bringung nur erschwert möglich ist.

Den Zuschlag für das Holzgeschäft bekommt in der Regel die Holzkäuferin bzw. der Holzkäufer, mit der bzw. dem bereits gute Erfahrungen in Bezug auf die Klassifizierung, die erzielten Erlöse und Abwicklung des Holzgeschäftes gesammelt wurden. Langjährige Geschäftspartner werden bevorzugt mit Holz versorgt. Es wurde erwähnt, dass neue Geschäftspartner vorerst mit kleineren Holzmengen bedient werden, um das Risiko von Zahlungsausfällen, schlechten Erfahrungen bei der Klassifizierung und Abwicklung des Holzgeschäftes zu minimieren. Vielfach werden die Verträge nur mündlich bzw. per Handschlag vereinbart. Nur bei größeren Holzerntemengen werden schriftliche Verträge (Schlussbriefe) abgeschlossen. Bei der forstwirtschaftlichen Ausbildung sollte auf diese Thematik näher eingegangen werden. Denn nur ein schriftlicher Vertrag mit klaren Vereinbarungen schafft für den Holzverkäufer Sicherheit beim Holzverkauf.

Vor der Vermarktung von besonders wertvollen Stämmen holen die befragten Kleinwaldbesitzer oftmals eine Expertenmeinung ein, so wie es in der Fachliteratur empfohlen wird (z.B. Setzer & Spinner, 2006). Obgleich die Wertholzsubmission bekannt ist und diese Vermarktungsmöglichkeit auch schon genutzt wurde, wird versucht das Wertholz selbstständig zu verkaufen. Bei der Wertholzsubmission werden zwar immer wieder außerordentliche Höchstpreise erzielt, aber oftmals ist die extreme Schwankungsbreite der Preise für die Holzverkäufer nicht nachvollziehbar und es gibt keinerlei Preisgarantie. Manche der Befragten waren mit den erzielten Erlösen nicht zufrieden, daher verkaufen sie das

Wertholz – nach Möglichkeit mindestens einen Motorwagen – selbstständig. Mit Abnehmern von Nischenprodukten hingegen werden die Anforderungen und ein fixer Preis vereinbart. Dabei wird bei entsprechender Abgeltung auch speziell auf die Käuferwünsche eingegangen. Hinsichtlich der Käuferwünsche gehen die befragten Kleinwaldbesitzer nicht immer vor, wie es Gilge et al. (2013) in der forstlichen Ausbildung lehren. Manche Kleinwaldbesitzer versuchen jeden Käuferwunsch zu erfüllen, um den höchstmöglichen Preis zu erzielen. Während andere vorab den notwendigen höheren Aufwand bei der Holzernte und Bringung den höheren Erlösen gegenüberstellen. Käuferwünsche werden demnach nur erfüllt, wenn der Mehraufwand auch finanziell abgegolten wird. Beispielsweise interessieren sich aus diesem Grund manche Kleinwaldbesitzer nicht für die Schlägerung von Mondphasenholz, da sie die angebotenen Preisaufschläge für zu gering erachten. In der forstwirtschaftlichen Ausbildung sollte die ökonomische Betrachtung von Holzgeschäften intensiv gelehrt werden. Kleinwaldbesitzer haben den Vorteil, dass sie sehr flexibel auf Käuferwünsche eingehen können. Der Mehraufwand muss aber auch entsprechend abgegolten werden.

Gefundene Hypothesen – Liste:

Die Hypothesen gelten für gut geschulte Kleinwaldbesitzer, die aktiv mit ihrem Wald wirtschaften.

- Mitglieder einer Waldwirtschaftsgemeinschaft erzielen höhere Erlöse beim Holzverkauf.
- Kleinwaldbesitzer bevorzugen bei Holzgeschäften kleine regionale Abnehmer.
- Bei Kleinwaldbesitzern ist für das Zustandekommen eines Holzgeschäftes der möglichst hohe Preis nicht das wichtigste Entscheidungskriterium.
- Je mehr positive Erfahrungen mit einem Geschäftspartner gesammelt werden, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein schriftlicher Vertrag (Schlussbrief) vereinbart wird.
- Je kleiner die Holzerntemenge, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Schlussbrief abgeschlossen wird.
- Je höher die erzielbaren Erlöse sind, desto mehr wird auf Käuferwünsche eingegangen.
- Je höher die erzielbaren Erlöse sind, desto höher ist die Bereitschaft Marktnischen zu bedienen.
- Kleinwaldbesitzer vermarkten besonders wertvolle Stämme nicht gemeinschaftlich, sondern selbstständig.

7.2 Holzernte und fachgerechte Holzausformung

Im bäuerlichen Kleinwald werden die Erntemaßnahmen zum überwiegenden Teil durch die Besitzer selbst vorgenommen. Bei größeren Eingriffen werden teilweise aber auch Dienstleister in Anspruch genommen.

In der Praxis werden die Grundsätze der fachgerechten Holzausformung eingehalten. Die befragten Kleinwaldbesitzer berichten von wenigen Beanstandungen bezüglich der korrekten Holzausformung. Die Ausformung gewünschter Längen wird mit den Holzkäufern vielfach vorab vereinbart. Wichtig sei in der Praxis, dass die Längenausformung dennoch je nach dem Zustand des Baumstammes flexibel gewählt werden kann. Wertvolle Laubholzstämme werden nach Möglichkeit lang aus dem Wald gerückt und vor Ort mit der Holzkäuferin bzw. dem Holzkäufer abgelängt.

Die Lehrbuchempfehlung, das Holz für den Holzkäufer vorteilhaft zu präsentieren und auf die richtige Lagerung, Sortierung, Sauberkeit und die sachgemäße Entastung zu achten (Gilge et al., 2013), wird in der Praxis von den Kleinwaldbesitzern umgesetzt. Ausschlaggebend für die Präsentation des Holzes ist das jeweilige Sortiment. Während sich bei Nadelholz und Massenware die Lagerung nach der zweckmäßigen und raschen Abfuhr richtet, wird bei wertvollem Laubholz die Einzelstammpräsentation durchgeführt.

Gefundene Hypothesen – Liste:

Die Hypothesen gelten für gut geschulte Kleinwaldbesitzer, die aktiv mit ihrem Wald wirtschaften.

- Kleinwaldbesitzer führen die Erntemaßnahmen selbstständig durch, um höhere Erlöse zu erzielen.
- Kleinwaldbesitzer sind keine Zielgruppe für Forstunternehmer (Dienstleister).
- Kleinwaldbesitzer halten die Grundsätze der fachgerechten Holzausformung ein.
- Kleinwaldbesitzer befolgen die Lehrbuchempfehlung zur vorteilhaften Präsentation des Holzes.

7.3 Abtransport und Übernahme des Holzes

Im Lehrbuch der Land- und forstwirtschaftlichen Schulen wird beim Abtransport des Holzes die Ausstellung eines Lieferscheins empfohlen. Durch die Dokumentation werden spätere Auseinandersetzungen vermieden (Gilge et al., 2013). Diese Empfehlung wird in der Praxis nicht immer erfüllt. Teilweise wird auf die Ausstellung eines Lieferscheins und auf die Anwesenheit beim Abtransport verzichtet. Dadurch entfällt aber ein wichtiges Kontrollinstrument für den Holzverkäufer. Geschäftsabschlüsse auf Vertrauensbasis sind zwar

üblich, aber können bei Abweichungen zu Konflikten führen. Hingegen nimmt ein Teil der Befragten die Dokumentation des Abtransportes sehr ernst und fertigt sogar Fotos von jeder Fuhre an. Somit kann zumindest die Stückzahl und gegebenenfalls die Holzverfärbung kontrolliert werden. Andererseits stellen auch manche Frächter standardmäßig Lieferscheine aus, die vereinzelt mit Fotos und elektronisch an die Holzverkäufer übermittelt werden.

Die befragten Kleinwaldbesitzer berichteten in den Interviews von unterschiedlichen Erfahrungen in Bezug auf die Vermessung und Klassifizierung. Die Werksvermessung wird zweckmäßig bei Standardsortimenten und Nadelholz praktiziert. Während einige volles Vertrauen in die Werksvermessung haben und mit der Klassifizierung grundsätzlich zufrieden sind, gibt es auch kritische Praxiserfahrungen. Die Kleinwaldbesitzer sind der Klassifizierung zumeist vollständig ausgeliefert. Auch wenn die Klassifizierung für den Holzverkäufer nicht nachvollziehbar ist, sind Reklamationen aufwendig. Es wurde mehrfach darauf hingewiesen, dass die Ergebnisse der Klassifizierung vom Füllungsgrad der Holzlager (Marktsättigung) abhängen. Manche Kleinwaldbesitzer gehen davon aus, dass nicht ausschließlich die Qualitätskriterien für die Einstufung in die Holzgüteklassen ausschlaggebend sind, sondern auch die Marktsituation. Sie vermuten, dass zu Saisonende und bei unerwartet großen Holzmengen, wie zum Beispiel bei Sturmschäden, schlechter klassifiziert wird. Sie versuchen daher das Holz frühzeitig zu Saisonbeginn zu verkaufen. Für die Kleinwaldbesitzer hat diese Thematik eine wichtige ökonomische Bedeutung, da die Verkaufserlöse nicht nur vom vorab ausverhandelten Preis abhängen, sondern insbesondere von den Klassifizierungsergebnissen. Setzer & Spinner (2006) weisen genau auf diese Problematik hin. Wird bei der Übernahme des Holzes besonders streng klassifiziert und ein hoher Anteil des Holzes in die Güteklasse C oder C+ eingeordnet, können vorab gut ausverhandelte Preise für die Güteklasse B nicht realisiert werden. Es entsteht ein wirtschaftlicher Schaden für den Holzverkäufer. Problematisch für die Kleinwaldbesitzer ist, dass sie kaum Kontrollmöglichkeiten für die Klassifizierung haben. Die Werksabmaßlisten, welche nur die Kontrolle der Stückzahl, Länge und Durchmesser zulassen, werden von den Holzkäuferinnen bzw. Holzkäufern vereinzelt erst einige Wochen nach der Übernahme übermittelt. Da beim Werksabmaß von jedem Bloch Fotos angefertigt werden, besteht zumindest die Chance bei starken Abweichungen mit dem Holzkäufer in Verhandlungen zu treten. Bei Reklamationen haben Mitglieder einer Waldwirtschaftsgemeinschaft einen großen Vorteil, da sie von dieser Unterstützung erhalten und ihre Verhandlungsposition somit im Vergleich zu einem „kleinen Einzelkämpfer“ gestärkt wird. Die Machtverhältnisse zwischen Holzindustrie und kleinstrukturierter Waldwirtschaft werden durch den gemeinschaftlichen Holzverkauf und durch Zusammenschlüsse von Interessensgruppen etwas ausgeglichen.

Es sind weiterführende Untersuchungen notwendig, um die Korrektheit und Fairness bei der Werksvermessung und Klassifizierung objektiv festzustellen. Es muss geklärt werden, ob die Holzindustrie die schwache Position der kleinstrukturierten Waldwirtschaft in Niederösterreich systematisch ausnutzt oder ob die Kleinwaldbesitzer falsche Vorstellungen von der Klassifizierung haben. Einige Kleinwaldbesitzer haben in der Befragung den Wunsch nach Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema Klassifizierung geäußert. Das vorhandene Weiterbildungsangebot sollte vom Waldverband Niederösterreich oder von der Landwirtschaftskammer Niederösterreich besser publik gemacht werden. Weiters sollte auch in der forstwirtschaftlichen Ausbildung dieses Thema intensiver aufgegriffen werden, um die Kleinwaldbesitzer besser auf Unstimmigkeiten bei der Klassifizierung vorzubereiten.

Hingegen bei der händischen Vermessung und Klassifizierung von Laubholz und Langholz berichten die befragten Kleinwaldbesitzer von keinen Problemen. Durch die Anwesenheit von Holzverkäufer und Holzkäufer bzw. Holzhändler können Unsicherheiten sofort ausdiskutiert werden. Dieses System wird auch bei der Belieferung von kleinen Sägewerken in der Region praktiziert und führt zu großer Zufriedenheit der Holzverkäufer, da die Transparenz unmittelbar gegeben ist.

Gefundene Hypothesen – Liste:

Die Hypothesen gelten für gut geschulte Kleinwaldbesitzer, die aktiv mit ihrem Wald wirtschaften.

- Je gesättigter der Holzmarkt ist, desto schlechter wird klassifiziert.
- Je früher in der Saison das Holz verkauft wird, desto besser wird klassifiziert.
- Je kleiner die Holzerntemenge, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Lieferschein ausgestellt wird.
- Je besser die Erfahrungen mit einem Holzabnehmer hinsichtlich der Klassifizierung sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass mit diesem Holzabnehmer wieder ein Holzgeschäft zustande kommt.
- Je langjähriger die Geschäftsbeziehung, desto weniger wird kontrolliert.
- Mitglieder einer Waldwirtschaftsgemeinschaft haben eine stärkere Position bei Reklamationen.

7.4 Zukunftseinschätzungen der Kleinwaldbesitzer

Ogleich die befragten Kleinwaldbesitzer vielfach ihre Freude und Zufriedenheit mit der Arbeit in der Forstwirtschaft zum Ausdruck brachten, sehen sie für die Zukunft auch einige Herausforderungen auf die Forstwirtschaft zukommen. Die wirtschaftliche Situation der Forstbetriebe hängt unmittelbar mit dem Holzverkauf zusammen. Der real sinkende

Rohstoffwert macht Investitionen immer schwieriger und je weniger lukrativ ein Holzgeschäft ist, desto weniger Holz wird mittelfristig geerntet. Gleichzeitig stellen die klimatischen Veränderungen große Herausforderungen an alle Waldbesitzer. Die Kleinwaldbesitzer rechnen vermehrt mit abiotischen und biotischen Schadereignissen. Die Planungssicherheit schwindet und die Risikoverteilung wird immer wichtiger. Jeder Waldbesitzer ist verantwortlich für die Etablierung und Pflege eines nachhaltigen und zukunftsfiten Waldes. Im Fokus der Bestandesetablierung steht ein an die lokalen Gegebenheiten angepasstes Baumartenmischverhältnis. Diese Gratwanderung zwischen Ökonomie, Nachhaltigkeit und Klimatauglichkeit des Waldes ist den befragten Kleinwaldbesitzern bewusst und muss in der Aus- und Weiterbildung von forstwirtschaftlichen Facharbeitern und Meistern verstärkt thematisiert werden.

Gleichzeitig sehen die bäuerlichen Kleinwaldbesitzer eine Herausforderung mit neuen Waldbesitzern. Die Betrachtung des Waldes als Wertanlage ist kritisch zu beleuchten und stellt auch eine Gefahr für Nachbarwälder dar, etwa bei der Ausbreitung von Schädlingen. Nur eine nachhaltige Bewirtschaftung erhält langfristig gesunde Waldbestände. Die Kleinwaldbesitzer fordern von der Politik Strategien, um die neuen Waldbesitzer besser zu erreichen und die Holzmobilisierung voranzutreiben. Es werden Waldwirtschaftsverträge für land- und forstwirtschaftsfremde Waldbesitzer vorgeschlagen, um die Pflege der Wälder sicherzustellen. Hohe Rehwildbestände stellen in manchen Regionen Niederösterreichs die Forstwirtschaft vor enorme Herausforderungen. In diesen Gebieten ist der Schutz der Naturverjüngung erforderlich und sehr arbeitsintensiv. Die Kleinwaldbesitzer sind sich einig, dass die aufkommenden Baumarten nicht einen Kompromiss zu hohen Wilddichten darstellen dürfen. Vielmehr müssen die gewünschten Baumartenmischverhältnisse aufgrund der natürlichen Gegebenheiten vom Waldbesitzer steuerbar sein. Der entscheidende Erfolgsfaktor ist eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen Jagd- und Forstwirtschaft.

Literaturverzeichnis

- Altrichter, H., & Posch, P. (2006). *Lehrerinnen und Lehrer erforschen ihren Unterricht: Unterrichtsentwicklung und Unterrichtsevaluation durch Aktionsforschung* (4., überarbeitete Auflage). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Bergen, V., Löwenstein, W., & Olschewski, R. (2013). *Forstökonomie: Volkswirtschaftliche Ansätze für eine vernünftige Umwelt- und Landnutzung* (2., überarb. und erw. Aufl.). München: Vahlen.
- BGBI. Nr. 440/1975. Bundesgesetz vom 3. Juli 1975, mit dem das Forstwesen geregelt wird (Forstgesetz 1975).
- BMLFUW, (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft). (2017). *Grüner Bericht 2017: Bericht über die Situation der österreichischen Land- und Forstwirtschaft* (58. Aufl.). Wien.
- Bogner, A., & Menz, W. (2009). Experteninterviews in der qualitativen Sozialforschung. In A. Bogner, B. Littig, & W. Menz (Hrsg.), *Experteninterviews. Theorien, Methoden, Anwendungsfelder* (3., überarb. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flick, U., Kardorff, E. von, & Steinke, I. (Hrsg.). (2007). *Qualitative Forschung. Ein Handbuch* (5. Aufl.). Hamburg: Rowohlt.
- Gilge, H., Grulich, H., Pfeiffer, G., Sandler, J., Spreitzhofer, J., & Stadlmann, H. (2013). *Waldwirtschaft heute* (9., überarb. Aufl.). Wien: Cadmos.
- Handstanger, R., Schantl, J., Schwarz, R., & Krondorfer, M. (Hrsg.). (2004). *Zeitgemässe Waldwirtschaft* (5., überarb. Aufl.). Graz: Stocker.
- Hogl, K., Pregernig, M., & Weiss, G. (2003). Wer sind Österreichs WaldeigentümerInnen? Einstellungen und Verhalten traditioneller und „neuer“ Waldeigentümergruppen im Vergleich. Wien: Univ. Bodenkultur, Diskussionspapier.

- Huber, W. (2012). *Walbezogene Objektwelten und Handlungsmuster von WaldbetriebsleiterInnen. Auf Basis von Fallstudien in Österreich* (Dissertation). Universität für Bodenkultur, Wien.
- Huber, W., Schwarzbauer, P., & Stern, T. (2013). Analyse der Motive österreichischer Kleinwaldeigentümer als Schlüssel für die Holzmobilisierung. *Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen*, 164(9).
- Kooperationsplattform Forst Holz Papier. (2006). *Österreichische Holzhandelsunionen*. Kooperationsplattform Forst Holz Papier.
- Landwirtschaftskammer Niederösterreich. (2017). Forstliches Kursprogramm 2017-2018. Abgerufen von <http://www.forstausbildung-noe.at/>
- Meuser, M., & Nagel, U. (2009). Das Experteninterview - konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage. In S. Pickel, G. Pickel, H. Lauth, & D. Jahn, *Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft* (S. 465–479). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Niederösterreichischer Waldverband. (2018). Waldverband Was tun wir. Abgerufen 6. März 2018, von <http://www.waldverband-noe.at/content/waldverband/was.php>
- Reinders, H. (2012). *Qualitative Interviews mit Jugendlichen führen: Ein Leitfaden* (2. Aufl.). München: Oldenbourg.
- Rosenthal, G. (2011). *Interpretative Sozialforschung: Eine Einführung (Grundagentexte Sozialforschung)* (3., aktualisierte und ergänzte Auflage). Weinheim [u.a.]: Juventa.
- Schwarzbauer, P. (2007). Einflüsse von Schadholzmengen auf Rohholzpreise. Eine quantitativ-statistische Analyse am Beispiel Österreichs. *Allgemeine Forst- und Jagdzeitung*, S. 1-8.
- Setzer, F., & Spinner, K. (2006). *Waldbesitzerhandbuch: Mit besonderen Hinweisen für brandenburger Waldbesitzer*. Melsungen: Neumann-Neudamm.
- Statistik Austria (Hrsg.). (2014). *Agrarstrukturerhebung 2013: Betriebsstruktur*. Wien.

Waldarbeitsschulen der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.). (2004). *Der Forstwirt* (4., korr. Aufl.). Stuttgart: Ulmer.

Weiss, G., & Bach, C. (2006). *Bewirtschaftungsdienstleistungen für neue Waldbesitzertypen* (Projektbericht). Wien: Univ. Bodenkultur.

Wohlleben, P. (2010). *Der eigene Wald: Privatwald optimal bewirtschaften*. Stuttgart: Ulmer.

Zwirgmaier, K. (2012). *Ursachen saisonaler Holzpreisschwankungen: Eine Analyse des deutschen Holzmarktes*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Räumliche Verteilung der Befragten in Niederösterreich (Eigene Darstellung nach Land Niederösterreich und Bundesamt für Eich- und Vermessungswesen, 2018) 135

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Angegebene Informationen der befragten Kleinwaldbesitzer 114

Anhang

Anhang A – Interviewleitfaden

Bei den Fragen wird darauf geachtet, dass diese einfach und klar gestellt werden. Sie sollen den Interviewpartner zum Erzählen animieren. Bei der Befragung sollen Hauptfragen mit Unterfragen gestellt werden, um einen Erzählfluss zu gewährleisten.

Allgemeine Daten:

Ausbildung (Forstwirtschaftlicher Facharbeiter/ Meister)

Wie viel ha Wald bewirtschaften Sie? Und wie viel davon ist Nadelwald bzw. Laubwald?

Wie viel Holz in fm nutzen Sie ungefähr pro Jahr (Summe aus Holz, das Sie selbst verbrauchen – Eigenverbrauch – und Holz, das Sie verkaufen)? Wie viel davon ist Nadel- bzw. Laubholz?

Welche Sortimente von Nadel- bzw. Laubholz bieten Sie an?

Frage 1: Sie haben eine forstwirtschaftliche Ausbildung absolviert. Können Sie sich noch an die Lehrinhalte zum Holzverkauf erinnern? Welche fallen Ihnen dabei ein?

- Wie setzten Sie diese Lehrinhalte zum Holzverkauf in der Praxis um? Warum?

Frage 2: Beschreiben Sie, wie bei Ihnen der Holzverkauf abläuft?

- Wovon hängt es generell ab, dass Sie überhaupt einen Holzeinschlag planen?
- Wie gehen Sie bei der Planung des Holzeinschlages vor? Warum?
- Wo informieren Sie sich über gesuchte Sortimente und den Holzpreis? Warum?
- Holen Sie mehrere Angebote ein? Warum?
- Schließen Sie einen schriftlichen Kaufvertrag (Schlussbrief) ab? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum?
- Wie beeinflusst der Holzpreis die Planung Ihrer Holzernte (marktorientierter Einschlag)? Warum?
- Formen Sie neben den klassischen Sortimenten (Blochholz, Industrie-/Faserholz, Energieholz) auch Sondersortimente für bestimmte Nachfrager aus (z.B. Masten, Mondphasenholz)? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum?
- Verkaufen Sie auch direkt an den Endverbraucher?
- Verkaufen Sie Holz über einen Waldverband, Waldbesitzerverband oder eine ähnliche Gemeinschaft?
- Wie gehen Sie mit besonders wertvollen Stämmen um? (Versteigerungen, Submissionen)

- Was passiert von der Schlägerung bis zur Überweisung des Holzerlöses?
 - Auf welche Kriterien achten Sie bei der Holzausformung? Warum?
 - Gehen Sie auf Käuferwünsche ein? Wenn ja, welche?
 - Wie wird das Holz dem Käufer präsentiert? Warum?
 - Wo wird das Holz verkauft (ab Straße, ab Stock)? Warum?
 - Wo wird das Holz vermessen (im Wald, ab Straße, im Werk)? Warum?
 - Wird ein Lieferschein bei der Verladung des Holzes ausgestellt? Warum ja? Warum nein?
 - Kam es beim Holzverkauf zu Abweichungen oder Problemen? Wenn ja, welche? Und wie wurden Sie behoben?
 - Gibt es ein Holzgeschäft, an das Sie sich besonders gern erinnern?
 - Wollen Sie zu diesem Thema noch etwas sagen oder haben Sie noch eine spezielle Frage?

Alter:

Geschlecht:

Anhang B – Begleitschreiben

Sehr geehrte
Damen und Herren,
liebe Kollegen/innen!



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wirtschafts- und
Sozialwissenschaften

Im Rahmen meiner Diplomarbeit, die ich an der Universität für Bodenkultur Wien im Bereich Forstwissenschaften schreibe, bin ich auf der Suche nach Personen, die ich zum Thema **Holzverkauf** befragen kann.

Haben Sie in den letzten Jahren Holz verkauft?

Wenn ja,
können Sie an der Befragung teilnehmen.

Die Befragung wird über Telefon durchgeführt und dauert circa 15 Minuten. Es bedarf keiner Vorbereitung und die Befragung ist anonym.

Alle, die an der Befragung teilnehmen, sind Teil einer Forschungsarbeit und werden von mir die ungekürzten Ergebnisse erhalten.

>> gemeinsam Wissen schaffen <<

Wenn ich Ihr Interesse wecken konnte, dann **einfach per Telefon oder E-Mail melden**. Wir vereinbaren dann einen für Sie passenden Termin für die Befragung.

Mit vorzüglicher Hochachtung

Tobias Schneider, BSc

E-Mail: tobias.schneider@students.boku.ac.at

Telefon: 0677 61298986