

## „Sicherung der genetischen Qualität von forstlichem Vermehrungsgut aus der Sicht der Lieferanten und Verbraucher“

**Moderation des Gesprächskreises B: Dr. Marcus Schmidt, Hessen-Forst-FIV**

**Protokoll und Zusammenfassung der Ergebnisse: Dr. Karl Gebhardt, Hessen-Forst-FIV**

Fuldata, Freitag, den 21.10.05

### Situationsanalyse:

In einem Impulsreferat beschrieb Albrecht Behm vom Bay. Amt für forstliche Saat- und Pflanzenzucht in Teisendorf zunächst die äußeren und inneren Qualitätsmerkmale von forstlichem Vermehrungsgut. Während die äußere Qualität wie z.B. die Pflanzenfrische optisch erkennbar ist und nach den Kriterien des allgemeinen Handelsrechtes beurteilt wird ist die genetische Qualität mit herkömmlichen Verfahren nicht direkt erkennbar. Die derzeitige Situation auf dem Markt für forstliches Vermehrungsgut stellt sich unter dem Betrachtungswinkel des Lieferanten und des Waldbesitzers unterschiedlich dar. Der Lieferant agiert umsatzorientiert, achtet auf Auslastung seiner Produktionskapazitäten und sucht die Kundenbindung. Letztere erfordert ggf. die Erweiterung seiner Produktpalette durch Zukauf und Handel mit fremden Erzeugnissen. Die Einhaltung der äußeren Qualität dient u.a. der Vermeidung von Regressansprüchen. Der Lieferant entwickelt dann Interesse an genetischer Qualität, wenn das Produkt zu kostendeckendem Preis abgenommen wird und das Kundeninteresse langfristigen Betriebserfolg verspricht und sichert.

Ergänzend ist zu bemerken, daß die Baumschulen heute über eine Veränderung der Rahmenbedingungen klagen. Während früher ein hoher Pflanzenbedarf insbesondere bei Nadelhölzern gegeben war wird heute unter dem Primat der Naturverjüngung auf weite Pflanzverbände, viele (z.T. seltene) Baumarten und kleine Partien unterschiedlichster Herkunft, Größen und Sortierungen gesetzt. Der früher überschaubare, heimische Markt ist durch international agierende Spieler unüberschaubar und schwer kontrollierbar geworden. Ein immer härter werdender Preiskampf trifft insbesondere die heimischen Baumschulen, die unter schwierigen Standortsbedingungen produzieren müssen, die den Unsicherheiten jährlich wechselnder Erntemengen ausgesetzt sind und bei Vergrößerung des Sortimentes ein höheres Absatzrisiko tragen.

Der Verbraucher, insbesondere der Waldbesitzer sollte nach Ansicht von Albrecht Behm wegen des höheren Nutzens von qualitativ hochwertigem Forstvermehrungsgut ein hohes Eigeninteresse an Erzeugung und Erwerb der besseren Qualität haben. Tatsächlich agiert er jedoch nach anderen Prämissen. Häufig überzeugt nur der Preis und damit das billigste Angebot. Es werden Komplettbestellungen gewünscht und die Angaben zur Authentizität des angebotenen Vermehrungsgutes werden unkritisch und leichtgläubig abgenommen.

Zunehmend problematisch wirkt sich auch der Abbau der staatlichen Beratung des Klein- und Großprivatwaldbesitzers in vielen Bundesländern aus.

#### Diskussionsrunde (27 Teilnehmer)

In der Diskussionsrunde wurden Konzepte und Instrumente diskutiert um alle Waldbesitzer differenziert nach Staatswald, Kommunalwald, Klein- und Großprivatwald in stärkerem Maße als bisher für qualitativ hochwertiges Vermehrungsgut zu interessieren. Es ist wichtig, dass bei den Waldbesitzern differenziert wird denn größte Defizite bestehen aktuell beim Kleinprivatwald und beim Kommunalwald.

Als die drei wesentlichen Punkte wurden Imageverbesserung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit gesehen.

Ein Waldbesitzer der die Verpflichtung für Generationen herausstellt muß dies auch bei der Wahl des Vermehrungsgutes erkennen lassen. Auch der Privatwaldbesitzer kann zum Saatgutproduzenten werden und Lohnanzucht betreiben.

Ein neues Marketingkonzept sollte sich wenn möglich einer besseren, zeitgemäßen und plakativen Sprache bedienen. Der Begriff Samenplantage ist beispielsweise ebenso wie „künstliche Verjüngung“ häufig negativ belegt. Für Samenplantage könne man besser Samengarten sagen. Ein guter Name, z.B. „Sonderherkunft“ erhöht oftmals den Wert.

Öffentlichkeitsarbeit muß den Wert des Vermehrungsgutes deutlich machen und darf keine Unsicherheiten verbreiten. Der Kunde liebt es das Material in Augenschein zu nehmen. Ansprechpartner sind Verbände, Waldbesitzer und ggf. auch der Landschaftsbau. Die Öffentlichkeitsarbeit muß zielgruppengerecht erfolgen und die Medienpräsenz verbessert werden. Es wäre Aufgabe der Versuchsanstalten auch den Waldbau stärker als bisher an Tagungen zur oben genannten Thematik zu beteiligen.

Alle vorhandenen Kontrollinstrumente müssen genutzt und so effizient wie möglich gemacht werden. Zertifizierung als freiwillige Kontrolle z.B. ZüF, verdient staatliche Förderung.

Die Forstverwaltung wird als wesentlicher Impulsgeber für eine In-Wert-Setzung forstlichen Vermehrungsgutes angesehen. Die Versuchsanstalten sollten dies mit ihrem Know-how unterstützen.