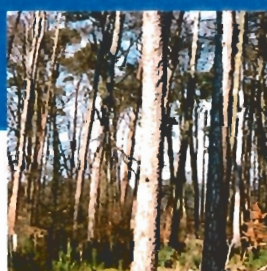


Het houtaanbodgedrag van Nederlandse bouseigenaren

Een studie naar de optimalisering van de
inkomsten uit hout

M.N. van Wijk *(eindredactie)*



Alterra-rapport 294. ISSN 1566-7197

Het houtaanbodgedrag van Nederlandse boscigenaren

Het houtaanbodgedrag van Nederlandse bouseigenaren

Een studie naar de optimalisering van de inkomsten uit hout

M.N. van Wijk (eindredactie)

Alterra-rapport 294

Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte, Wageningen, 2001

REFERAAT

Wijk, M.N. van, J.W.M. Hendriks (IBP consultancy), E.E.M. van Leeuwen en D.A.J. van Os (Stichting Robinia), 2001. *Het houtaanbodgedrag van Nederlandse boscigenaren; Een studie naar de optimalisering van de inkomsten uit hout*. Wageningen, Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte. Alterra-rapport 294.

Doel van het onderzoek is inzicht te verschaffen in het houtaanbodgedrag van boscigenaren. Vanuit dat inzicht wordt gezocht naar verbeteringen in het aanbodgedrag die tot doel hebben de inkomsten uit hout voor de boscigenaar te vergroten en een betere afstemming tussen vraag en aanbod te verkrijgen. Bewustwording en verhoging van kennis van de mogelijkheden van inkomsten uit hout zijn vooral voor particuliere boscigenaren met een kleiner bosbezit van belang om de inkomsten uit hout te verhogen. Grotere boscigenaren kunnen door meer inzicht te verwerven in de potenties van hun bosbezit en door meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden ten aanzien van de vraagzijde een betere aansluiting krijgen bij de huidige marktontwikkelingen. Een betere communicatie tussen de vraag- en aanbodzijde van hout kan de afstemming tussen vraag en aanbod verbeteren.

Trefwoorden: bossen, boscigenaren, houtaanbodgedrag, inkomsten uit hout, bosexploitatie

ISSN 1566-7197

Dit rapport kunt u bestellen door NLG 40,00 (€ 18) over te maken op banknummer 36 70 54 612 ten name van Alterra, Wageningen, onder vermelding van Alterra-rapport 294. Dit bedrag is inclusief BTW en verzendkosten.

© 2001 Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte,
Postbus 47, NL-6700 AA Wageningen.
Tel.: (0317) 474700; fax: (0317) 419000; e-mail: postkamer@alterra.wag-ur.nl

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Alterra.

Alterra aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Alterra is de fusie tussen het Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek (IBN) en het Staring Centrum, Instituut voor Onderzoek van het Landelijk Gebied (SC). De fusie is ingegaan op 1 januari 2000.

Inhoud

1	Inleiding	13
1.1	Probleembeschrijving	13
1.2	Onderzoekskader	13
1.3	Doelstelling	13
1.4	Onderzoeksafbakening	14
1.5	Methode en technieken van onderzoek	14
2	Voorstudie	17
2.1	Inleiding	17
2.2	Resultaten uit de literatuurstudie	17
2.3	Analyse van de literatuur met behulp van het model 'Problem-in-Context'	25
2.4	Hypothesen	25
3	Houtaanbodgedrag particuliere boseigenaren	27
3.1	Inleiding	27
3.2	Analyse houtaanbodgedrag particuliere boseigenaar	27
3.3	Conclusie en samenvatting	37
4	Houtaanbodgedrag particuliere boseigenaar naar grootteklasse	39
4.1	Inleiding	39
4.2	Indeling naar drie grootteklassen	42
4.3	Houtaanbodgedrag en hypothesen	45
5	Houtaanbodgedrag niet particuliere boseigenaren	49
5.1	Inleiding	49
5.2	Staatsbosbeheer	49
5.3	Gemeenten	50
5.4	Provinciale Landschappen	51
5.5	Natuurmonumenten	51
5.6	Bosgroepen	52
5.7	Samenvatting en conclusie	53
6	Houtaanbodgedrag gezien vanuit de vraagzijde	55
6.1	Inleiding	55
6.2	De houtketen	55
6.3	Houtaanbod	57
6.4	Bosexploitatie en beheer	58
6.5	Samenvatting en conclusie	59
7	Conclusies, oplossingsrichtingen en aanbevelingen	61
7.1	Conclusies ten aanzien van de gestelde hypothesen	61

7.2	Conclusies en oplossingsrichtingen ten aanzien van de achtergrondkarakteristiek van de boseigenaar	63
7.3	Conclusies en oplossingsrichtingen ten aanzien van het houtaanbodgedrag en de interactie met de vraagzijde	65
7.4	Aanbevelingen	67
	Literatuur	69
	Bijlage 1 Toelichting model 'Problem-In-Context'	71
	Bijlage 2 Uitgewerkt model 'Problem-in-context'	73
	Bijlage 3 Vragenlijst inkomsten uit hout	78
	Bijlage 4 Lijst van geïnterviewden	87

Woord vooraf

De boseigenaren nemen in de houtmarkt van vraag en aanbod, als aanbieder van hout, een centrale plaats in. Alterra heeft deze belangrijke sector in de houtketen nader bekeken door middel van een onderzoek dat is uitgevoerd binnen het onderzoeksprogramma 320 'Bossen in Ecologische en Maatschappelijke context'.

Met het onderzoek naar het houtaanbodgedrag van Nederlandse boseigenaren is beoogd problemen die zich voordoen in het aanbod van hout op de houtmarkt inzichtelijk te maken en een beschrijving te geven van eventuele oplossingsrichtingen voor gevonden problemen.

In het onderzoek heeft de aanbieder van hout centraal gestaan. Om de houtketen optimaal te laten functioneren dienen aanbieders en vragers goed op elkaar ingespeeld te zijn. Om het spel van vraag en aanbod beter te laten verlopen is het belangrijk dat ook de vraagzijde goed in beeld wordt gebracht. Hopelijk wordt hier in vervolgonderzoek aandacht aan besteed.

Het onderzoek is begeleid door een begeleidingscommissie bestaande uit deskundigen vanuit verschillende disciplines in de bos- en houtketen: ing. C. Boon (AVIH), ir. G.J. Nijland en R.M.W.J. Nas (Bosschap), ir. J.A.J. Hagendoorn (EC-LNV), ing. Z. van Olst (Staatsbosbeheer), ir. P.A.G. Jansen (Stichting Bos en Hout) en ir. J.E. Polman (Wageningen Universiteit en Research centrum, vakgroep Bosbouw). Hen is veel dank verschuldigd voor de sturing tijdens het onderzoek en de aanvullingen op het rapport.

Daarnaast dank ik John Hendriks (I.B.P. Consultancy) en Emile van Leeuwen en Daan van Os (beiden Stichting Robinia) voor de ondersteuning bij de uitvoering van dit onderzoek.

Martijn van Wijk

Samenvatting

Het doel van dit onderzoek is inzicht te verschaffen in het houtaanbodgedrag van bouseigenaren. Vanuit dit inzicht zal worden gezocht naar verbeteringen in het aanbodgedrag die tot doel hebben de inkomsten uit hout voor de bouseigenaar te vergroten en een betere afstemming tussen vraag en aanbod van hout te verkrijgen.

Als uitgangspunt in dit onderzoek is genomen, dat de financiële opbrengsten vanuit de houtproductiefunctie niet optimaal zijn voor de bouseigenaar.

Uitgaande van de kwaliteit en kwantiteit aan hout, die in het bos aanwezig is, is gezocht naar oplossingsrichtingen op bedrijfsniveau ten aanzien van het houtaanbodgedrag om de inkomsten uit hout voor de bouseigenaar/beheerder te verbeteren. Tevens is gekeken naar de beïnvloeding van de besluitvorming hieromtrent, waarbij het bosbeheer en de bedrijfsvoering als belangrijke interne factoren worden gezien, en de interactie met de vraagzijde als een belangrijke externe factor.

In de voorstudie zijn, na een literatuurstudie, aan de hand van het probleemanalyse- model 'Problem-In-Context' onderzoekshypothesen geformuleerd ten aanzien van de aspecten die bij het aanbod van hout een rol spelen, zoals het bosbeheer, de bosexploitatie, het vaststellen van de waarde van het hout, de wijze van verkoop van het hout, de prijsvorming en de marketing. Deze hypothesen vormden de basis voor het onderzoek naar het houtaanbodgedrag, waarbij het accent is gelegd bij de particuliere bouseigenaren. De wijze waarop de vraagzijde (van exploitatie tot verwerkende industrie) aankijkt tegen het aanbodgedrag van de bouseigenaren is via enkele interviews geïnventariseerd.

Voorstudie

Ten aanzien van de doelstelling voor het bosbeheer is de particuliere bouseigenaar in eerste instantie gericht op instandhouding van het bosbezit en in tweede instantie op houtproductie. Uit onderzoek blijkt dat bouseigenaren die zijn aangesloten bij een bosgroepen hogere opbrengsten genereren uit houtverkoop en subsidies dan niet-bosgroepleden. Bouseigenaren gaan steeds meer werken met kleinschalige beheervormen, wat een ongunstige invloed lijkt te hebben op het saldo van de houtoogst. Bouseigenaren verrichten nauwelijks metingen aan voorraad en bijgroei. Voor het bepalen van de oogsthoeveelheden vinden ze beheersaspecten belangrijker dan ontwikkelingen op de houtmarkt. De houtprijzen spelen slechts een rol in het tijdstip van aanbod. Het meeste hout wordt verkocht via onderhandse verkoop. Bouseigenaren, met uitzondering van Staatsbosbeheer, opereren veelal in de houtmarkt zonder een duidelijk marketingplan. De huidige ontwikkelingen in het bosbeheer en de houtmarkt zorgen ervoor, dat het aanbod van en de vraag naar inlands hout steeds minder op elkaar aansluiten. Bovendien beperkt de sterke concurrentie vanuit het buitenland de markt voor inlands hout steeds meer tot een "niche markt". Het inlandse hout heeft echter naar verwachting nog wel marktpotenties, maar deze moeten nog verder worden ontwikkeld.

Houtaanbodgedrag particuliere bouseigenaren

Binnen de particuliere bouseigenaren is globaal onderscheid te maken in de houding ten aanzien van het houtaanbodgedrag. Onderscheidende factor is het wel of niet nastreven

van houtproductie als doelstelling. Boseigenaren die zeggen te streven naar houtproductie vinden aspecten ten aanzien van houtverkoop en marketing belangrijk.

Gelet op het houtaanbodgedrag zijn, ten aanzien de bezitsgrootte, drie categorieën boseigenaren onderscheiden:

Categorie A (bosgrootte 5-25 ha.) wordt voornamelijk gevormd door boseigenaren, die andere doelstellingen dan houtproductie nastreven als hoofddoelstelling. Ze hebben hun hoofdberoep voornamelijk buiten de groene sector en weinig van hen zijn lid van een samenwerkingsverband. Belangrijke aspecten bij het bosbeheer zijn het behoud van de karakteristiek, het eigendom en de natuurwaarden. Houtproductie is ondergeschikt aan beheer, en een groot gedeelte van hen verkoop zelfs geen hout. De meeste boseigenaren in deze groep (die wel oogsten) verrichten (of laten verrichten) wel de nodige werkzaamheden voor houtoogst zoals het blesen en meten. Weinig van hen zijn geïnteresseerd in het volgen van een verkoop- en marketingstrategie en hebben een goed inzicht in de markt. De boseigenaren in deze categorie verdiepen zich ongeveer evenveel in sortimenten en houtprijzen als boseigenaren in de categorieën B en C.

Boseigenaren uit **categorie B** (bosgrootte 25-100 ha.) zijn meer geïnteresseerd in houtproductie dan de boseigenaren uit categorie A. Een groter deel van hen heeft zijn hoofdberoep in de groene sector en gaat professioneler te werk (t.o.v. categorie A). Ten aanzien van hun bosbezit vinden ze een (positief) financieel resultaat belangrijk en in hun beheer vinden ze aspecten als kwaliteitshout en een hoge houtproductie belangrijk. Ten opzichte van categorie A stellen ze meer belang in verkoop- en marketingaspecten van hun houtaanbod. Eigenaren uit categorie B zijn vaker lid van een belangenorganisatie dan eigenaren uit de categorieën A en C.

Boseigenaren uit **categorie C** (bosgrootte > 100 ha.) hebben in dit onderzoek eigendomsgrottes tot 2000 ha en streven meer dan de andere categorieën naar houtproductie. Zij zijn ten opzichte van de andere categorieën het meest professioneel met hun bosbezit bezig, maken meer gebruik van aannemers voor het uitvoeren van werkzaamheden en schakelen vaker rentmeesters en adviseurs in. Boseigenaren in deze categorie zijn minder vaak lid van een samenwerkingsverband dan boseigenaren uit categorie B. Dit wordt mogelijk verklaard door het feit dat ze al meer gebruik maken van diensten van adviseurs en rentmeesters. Eigenaren in deze categorie hebben de meeste behoefte aan informatie over de nationale staande voorraad en bijgroei en vinden het volgen van een marketingstrategie belangrijker dan andere eigenaren.

Houtaanbodgedrag overige boseigenaren

Overige boseigenaren in dit onderzoek zijn gemeenten, landschaps- en natuurbeschermingsorganisaties en Staatsbosbeheer. Een aparte plaats in weggelegd voor de bosgroepen, die als organisatie optreden namens grote groepen boseigenaren. Bij alle organisaties vindt in meer of mindere mate houtoogst plaats, waarbij het beheer (boskarakteristiek, natuurontwikkeling, omvorming, etc.) de belangrijkste bepalende factor is voor de hoeveelheid hout die wordt geoogst en de wijze waarop wordt geoogst. Het belang van houtproductie neemt de laatste jaren bij deze organisaties af, omdat steeds meer belang wordt gehecht aan andere functies zoals recreatie en natuurontwikkeling. Inkomsten uit hout worden aangewend voor kostenverlaging, maar zijn in veel gevallen niet bepalend

voor de bedrijfsvoering. Inkomsten anders dan uit houtverkoop zijn belangrijker. De kwaliteit van het vellingswerk is belangrijk, en de inzet van mechanisatie is hiervoor van belang. De verkoop geschiedt meestal op stam, waarbij het hout meestal onderhands uit de hand wordt verkocht. De organisaties die hout aanbieden verdiepen zich goed in de houtprijzen, maar hanteren, met uitzondering van SBB, geen duidelijke verkoop- en marketingstrategie.

Interactie vraagzijde - aanbodzijde

Het onderzoek naar de interactie tussen vraagzijde en aanbodzijde is gebaseerd op een (beperkt) aantal interviews met bedrijven en organisaties uit de houtsector. In dit rapport wordt expliciet hun mening weergegeven.

Door toenemende concurrentie uit het buitenland is de markt van inlands hout verschoven naar een markt van specialisatie in afwijkende maten, het leveren van goede kwaliteit en het leveren op korte termijn. Wanneer de boseigenaar met zijn houtaanbodgedrag hierop inspeelt, kan hij zijn opbrengsten uit hout optimaliseren. Het aanbodgedrag van de boseigenaar is volgens de vraagzijde te verbeteren door een verhoging van flexibiliteit en het waarborgen van continuïteit:

- een ruime periode van ruiming (minimaal 1 jaar) zonder beperkingen en het aanhouden van voorraden op stam;
- uitvoeren van betrouwbare metingen door zich te verdiepen in blesen, meten en sortimenteren;
- inspelen op marktschommelingen door zich te verdiepen in vraag naar sortimenten en houtprijzen;
- hanteren van korte lijnen in contacten en het onderhouden van vaste netwerken met afnemers.

Oplossingsrichtingen voor gesignaleerde knelpunten en relatie vraag-aanbod

Uit de uitkomsten van het onderzoek blijkt dat knelpunten (en dus ook oplossingsrichtingen daarvoor) ‘gebonden’ zijn aan de specifieke achtergrondkarakteristieken van de boseigenaar.

Bewustwording en verhoging van kennis van de mogelijkheden van inkomsten uit hout zijn vooral voor veel particuliere boseigenaren met een klein bosbezit van belang. Voor deze boseigenaren lijkt het weinig zinvol om pogingen te ondernemen om een volledig inzicht op de markt van vraag en aanbod en op de prijsvorming te krijgen. Samenwerking lijkt voor hen een goede basis voor het doorvoeren van verbetering.

Samenwerkingsverbanden (Bosgroepen) dienen zich dan wel met name te richten op taken en functies die additioneel zijn op de bestaande relaties op houtmarkt, en op een betere afstemming tussen vraag- en aanbodzijde waardoor een betere marktstructuur ontstaat. Daar waar de opeenvolgende schakels in de keten goed op elkaar aansluiten kunnen nieuwe samenwerkingsverbanden tot gevolg hebben dat ketens onnodig lang worden. Met name in de keten van het houtaanbod van kleine boseigenaren lijken (nieuwe) samenwerkingsverbanden te kunnen leiden tot verdere verbeteringen.

Voor al grote boseigenaren dienen een betere aansluiting te krijgen met de huidige marktontwikkelingen. Dit is mogelijk door meer inzicht te verwerven in enerzijds de potenties van hun bosbezit (houtvoorraad) en bosbeheer (flexibiliteit), en anderzijds in de

mogelijkheden ten aanzien van de vraagzijde. Hierdoor groeit het besef, dat inspelen op de marktvraag onmiddellijk (positieve) gevolgen heeft voor de inkomsten uit houtproductie. Boseigenaren realiseren zich te weinig dat een beter houtaanbod direct een positieve invloed heeft op de economische en logistieke aspecten en daarmee op de efficiëntie van de houtstroom. Zij letten te veel op de nadelen, zoals het feit dat zij hun vrijheden en verantwoordelijkheden ten aanzien van het bosbeheer moeten delen met de vraagzijde. Het strategisch combineren van verschillende verkoopmethoden die elk specifieke marktinformatie geven, geeft een goede ingang tot het verkennen van de markt.

Binnen de houtketen ontbreekt het aan een optimale communicatie tussen de vraag- en aanbodzijde. Deze zou meer gestimuleerd moeten worden, zodat afstemming wordt bevorderd. Zo is de boseigenaar direct gebaat bij een doorzichtige markt, en bij een beter bewustzijn van de voordelen van een betere aansluiting op de vraagzijde. De vraagzijde moet daarbij meer openheid geven over de wensen die zij hebben en de mogelijkheden die er voor aanbieders zijn. Basis voor een optimale afstemming tussen vraag en aanbod is een zekere mate van vertrouwen.

Samenwerking tussen vraag en aanbod is voor de hele keten van inlands hout van belang, zeker gezien de huidige ontwikkelingen waarin aanbod en vraag uit elkaar groeien.

1 Inleiding

1.1 Probleembeschrijving

Twee belangrijke stellingen, uit de literatuur opgemaakt, geven de kern van de problematiek in relatie tot dit onderzoek. Deze stellingen zijn:

1. De financiële opbrengsten vanuit de houtproductiefunctie zijn voor de boseigenaar lager dan hetgeen in een optimale situatie mogelijk zou zijn;
2. De potentiële kwaliteit en kwantiteit aan houtproducten die het Nederlandse bos kan leveren wordt onvoldoende benut.

Boseigenaren stemmen hun bosbeheer en -bedrijfsvoering met betrekking tot houtproductie af op basis van (de veelal beperkte) kennis omtrent de houtketen die zij bezitten, vergaren en/of inhuren. In veel gevallen lijken boseigenaren onvoldoende op de hoogte van de marktvraag naar bepaalde kwaliteiten waardoor het houtaanbod niet overeenstemt met de eigenlijke vraag naar hout.

Gevolg hiervan is enerzijds dat de boseigenaar niet de potentieel mogelijke inkomsten uit de houtproductiefunctie genereert, en anderzijds dat de houtketen in Nederland niet de hoogst mogelijke efficiëntie bereikt.

1.2 Onderzoekskader

Dit onderzoek richt zich voornamelijk op een verbetering van het houtaanbodgedrag door boseigenaren en daarmee op de optimalisering van de inkomsten uit hout voor boseigenaren. Uitgaande van de kwaliteit en kwantiteit aan hout, die in het bos aanwezig is, is gezocht naar verbeteringen in het houtaanbodgedrag die tot doel hebben de inkomsten uit hout voor de boseigenaar/beheerder te verbeteren. Aspecten die hierbij een rol spelen zijn het bosbeheer, de bosexploitatie, het vaststellen van de waarde van het hout, de wijze van verkoop van hout, prijsvorming en marketing (activiteiten ter ondersteuning van de handel op de houtmarkt). Tevens is gekeken naar de beïnvloeding van de besluitvorming hieromtrent, waarbij het beheer en de bedrijfsvoering als belangrijke interne factoren worden gezien en de interactie met de vraagzijde als een belangrijke externe factor.

1.3 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht te verschaffen in het houtaanbodgedrag van boseigenaren. Vanuit dit inzicht zal worden gezocht naar verbeteringen in het aanbodgedrag die tot doel hebben de inkomsten uit hout voor de boseigenaar te vergroten en een betere afstemming tussen vraag en aanbod van hout te verkrijgen.

1.4 Onderzoeksafbakening

In eerste instantie zijn alle boseigenaren binnen dit onderzoek als doelgroep opgenomen: grotere bosbezittingen veelal in handen van overheden (Staatsbosbeheer en gemeenten), natuurverenigingen en -stichtingen (natuurmonumenten en de provinciale landschappen) en bosbezittingen van particulieren. De particuliere boseigenaar komt echter het meest in aanmerking voor een gedetailleerd onderzoek. Als gevolg van een (verwachte) minder professionele bedrijfsvoering van particulieren worden bij deze categorie meer knelpunten binnen het houtaanbodgedrag verwacht dan bij andere categorieën. Deze minder professionele bedrijfsvoering uit zich in geen, of niet beschreven, commercieel beleid, geen of weinig marktverkenningen en weinig kennis en kunde m.b.t. bosbouw en/of houtkunde. De overige doelgroepen in dit onderzoek zijn geanalyseerd middels literatuurstudie en interviews.

Dit onderzoek betreft in hoofdzaak een studie naar de basis van de aanbodzijde van de houtketen. Het aanbod van hout vanuit de rondhouthandel naar de verwerkers binnen de keten wordt niet geanalyseerd evenals de vraag naar hout vanuit de houtverwerkende industrie. Om toch de belangrijkste knelpunten tussen aanbieder en koper mee te nemen is de rol van de rondhouthandel in het onderzoek in de vorm van een quick-scan meegenomen.

Het onderzoek wordt benaderd vanuit een tweetal invalshoeken:

- het aanbodgedrag op de houtmarkt door de Nederlandse boseigenaar;
- de psychologische achtergrond van de boseigenaar ten aanzien van de keuzes binnen zijn houtaanbodgedrag;

De structuur van de totale houtketen in Nederland is op diverse onderdelen voor verbetering vatbaar. Dit onderzoek betreft echter slechts een onderdeel van deze houtketen (de aanbodzijde). Ter verbetering van de structuur in de markt van vraag, aanbod, verwerking en gebruik van hout in Nederland dienen echter nog diverse aspecten aan een nadere analyse onderworpen te worden zodat knelpunten kunnen worden vermindert c.q. kunnen worden opgeheven. Waar mogelijk zullen eerste aanbevelingen worden gedaan om deze signaleerde knelpunten op te lossen.

1.5 Methode en technieken van onderzoek

Opbouw onderzoek

Binnen het onderzoek is in eerste instantie naar particuliere eigenaren, bosgroepen, grotere bosbeherende organisaties en het netwerk van de handel gekeken. Een voorstudie heeft, door middel van een eerste oriëntatie op de problematiek, de basis gelegd voor dit onderzoek.

Het eigenlijke onderzoek werd verricht onder alle boseigenaren van Nederland, maar met een per doelgroep verschillende aanpak:

- de particuliere boseigenaren zijn benaderd via een schriftelijke enquête;

- het onderzoek naar de besluitvorming betreffende velling, houtverkoop en marketing binnen Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Landschappen, gemeenten en Bosgroepen is middels diepte-interviews uitgevoerd;

Het aanbodgedrag van de boseigenaren is vervolgens geconfronteerd met de vraagzijde in de vorm van een quick-scan. Confrontatie van de aanbodzijde met de inzichten van de deskundigen vanuit de vraagzijde heeft geleid tot een beter inzicht in de problematiek van afstemming binnen de vraag en het aanbod van hout.

Voorstudie

Om een indruk te krijgen van de problematiek zoals beschreven in paragraaf 1.1 (probleembeschrijving) is eerst een literatuuronderzoek uitgevoerd. Aan de hand van een analyse van de literatuur met gebruikmaking van het model 'Problem-In-Context' (zie toelichting in bijlage I) zijn hypothesen opgesteld. Deze hypothesen hebben als basis gediend voor het samenstellen van de interviews en de enquête. Het analysemodel 'Problem-In-Context' is gebruikt omdat de analysemethode goed aansluit bij de problematiek van het aanbodgedrag van de boseigenaar. Het model maakt onderscheid tussen factoren van interne en externe beïnvloeding van motivaties. In werkelijkheid lijken de subjectieve keuzes van boseigenaren ten aanzien van het houtaanbodgedrag ook sterk door interne en externe factoren beïnvloed te worden.

Enquête

De opzet van de enquête voor particuliere boseigenaren kan als volgt worden gekenschetst :

- het formuleren van hypothesen aangaande knelpunten op basis van het analysemodel "Problem-In-Context";
- formuleren van enquêtevragen aan de hand van de aspecten die van invloed worden geacht op de strategie van de boseigenaar met betrekking tot het houtaanbodgedrag.

De omvang van de steekproef (aantal boseigenaren dat de enquête krijgt) is bepaald op een maximum van 20 % van de te onderzoeken totale populatie. De populatie bestaat uit alle particuliere boseigenaren in Nederland met een bosoppervlakte van meer dan >5 ha. Basis hiervoor is een bestand van het Bosschap.

Tabel 1 Onderzoekspopulatie en steekproefgrootte

Populatie	1.340
Steekproef	286
Respons	66
Responspercentage	23%

Voor dit deel van het onderzoek is gekozen voor een naar oppervlakte gestratificeerde steekproef. De trekking heeft aselekt plaatsgevonden vanuit de bovengenoemde populatie onder controle van een juiste spreiding.

Diepte-interviews

Om een indruk te krijgen van het houtaanbodgedrag van de diverse niet particuliere boseigenaren zijn 11 interviews afgenomen met beheerders van :

- Staatsbosbeheer;
- Diverse gemeenten;
- Natuurmonumenten;
- Diverse Bosgroepen;
- Diverse landschappen.

Naast het aanbod van de boseigenaren, is de vraagzijde aan de orde gekomen in de vorm van een quick-scan. Binnen de vraagzijde is de categorie rondhouthandelaren als doelgroep genomen, omdat deze vrager het meest wordt ingeschakeld als koper van het hout van de boseigenaar en/of beheerder. De interviews hebben plaatsgevonden met medewerkers van:

- de Algemene Vereniging Inlands Hout (AVIH);
- de Stichting Bos en hout (SBH);
- de houtverwerkende industrie;
- twee bedrijven gericht op bosexploitatie en rondhouthandel.

2 Voorstudie

2.1 Inleiding

Om de problematiek, zoals beschreven in de probleembeschrijving, nader te bekijken is er een literatuuronderzoek uitgevoerd. De resultaten hiervan zijn geanalyseerd met behulp van het model 'Problem-In-Context', Vervolgens zijn onderzoekshypothesen opgesteld.

2.2 Resultaten uit de literatuurstudie

Karakteristieken van de boscigenaren

Volgens het Boschap (1998) zijn er in 1998 1.340 particuliere boscigenaren in Nederland. Het gemiddelde bedrijfsresultaat per hectare van alle particuliere bedrijven met meer dan 5 hectare bosbezit was in het jaar 1997 opnieuw negatief. Deze bosbedrijven leden een verlies door lagere inkomsten en hogere kosten ten opzichte van voorgaande jaren (Berger, 1999). De opbrengsten uit hout zijn ten opzichte van voorgaande jaren afgenomen.

Mensink *et al* (1990) geeft aan dat de hoofddoelstelling voor particuliere eigenaren voor hun bosbezit 'Het in de familie houden van het bezit' is met als meest verwante doelstelling 'De instandhouding van het bezit'. Als tweede doelstelling wordt 'Opbrengsten uit houtproductie' genoemd. De houtproductie is in veel gevallen zozeer verbonden met het bezit, dat dit niet meer wordt herkend als een doelstelling. Houtproductie kan goed samengaan met andere doelstellingen als natuurbehoud, landschapsbehoud, faunabeheer en recreatie. De motivatie van de boscigenaar om het bosbezit aan te houden (ondanks een negatief bedrijfsresultaat) is gebaseerd op (Hekhuis, 1991a):

- traditionele overwegingen;
- liefhebberij;
- vermogensbelegging; en
- algemeen nut.

Bosbedrijven streven dan ook eerder naar nutsmaximalisatie dan naar winstmaximalisatie. Het beheer van het bos wordt in het algemeen gezien als de noodzakelijke verzorging van het bos; beheerders zien inkomsten uit hout als een belangrijke bijdrage in de dekking van de kosten (Dielen *et al*, 1999).

Tabel 2 geeft weer hoe verlieslijdende en winstgevende bedrijven aankijken tegen marktbaar en niet-marktbare producten van het bos (Hekhuis, 1991b).

Tabel 2 Aandeel van bosbedrijven (per categorie) die waarde hechten aan marktbaar en niet-marktbare producten van het bos

	Verlieslijdende bedrijven	Winstgevende bedrijven
Marktbaar producten (hout en jacht)	38%	57%
Niet-marktbare producten (natuur en landschap)	62%	43%

De helft van de particuliere boscigenaren vindt dat het bosbedrijf een zelfstandige eenheid is, die zichzelf financieel gezien moet kunnen bedruipen (Hekhuis, 1991b). Veertig procent van hen wil wel een verlies accepteren als de inkomsten van buiten het bosbedrijf dat toelaten. De overige 10% vindt dat het bosbezit niet verlieslijdend mag zijn.

De bedrijfsvoering van bosbedrijven is een belangrijke factor die invloed heeft op de bedrijfsresultaten. Een goed inzicht in de bedrijfsvoering kan bijdragen aan het verklaren en eventueel verbeteren van deze bedrijfsresultaten.

Bosbedrijven hebben in het verleden al personeel afgestoten om de arbeidskosten te verlagen en daarmee de bedrijfsresultaten te verbeteren (Dielen *et al.*, 1999). Volgens Dielen (1991) blijven de bedrijfsresultaten desondanks toch laag, doordat:

- bos voornamelijk is gelegen op arme gronden;
- de mechanisatiegraad te laag is en de arbeidskosten te hoog;
- kosten hoog zijn door forse belastingen, zoals waterschapslasten;
- bosbezit kleinschalig en versnipperd is;
- de boscigenaar andere doelstellingen nastreeft dan het behalen van een goed financieel resultaat;
- houtprijzen laag zijn;
- beheer te weinig productiegericht is;
- bos nauwelijks actief wordt beheerd (het functiebeloningssysteem zou de boscigenaar demotiveren).

Schrijver (1997) geeft aan dat een zuiver op de houtproductie gericht bedrijf rendabel te exploiteren is, zeker op de wat rijkere groeiplaatsen.

De beheersvorm Geïntegreerd bosbeheer wordt gezien als instrument om de kosten voor het beheer te verlagen (Schrijver, 1997), door meer gebruik te maken van natuurlijke verjonging. Daar staat tegenover dat dunningen naar verwachting duurder zijn (afname van het areaal vlaktegewijze eindkap). Verder heeft het geoogste hout, mede door rekening te houden met meerdere functies, naar verwachting in het algemeen een slechtere kwaliteit. Lagere opbrengsten voor hout zijn een gevolg.

Samenwerking binnen de bosbouw

In 1996 was ongeveer de helft van de eigenaren aangesloten bij een bosgroep (Hoek, 1996). Deze eigenaren hebben gezamenlijk 90% van het totale particuliere bosoppervlak in eigendom. De motieven om lid te worden van een bosgroep zijn:

- kennisoverdracht;
- financieel-economische (schaalvergroting, bundeling van houtpartijen, gezamenlijke inkopen en uitbesteding van werkzaamheden);
- blokvorming (meer mensen maakt sterker)
- belangenbehartiging;
- sociale motieven;
- risicobeperking.

Samenwerkende boscigenaren (via bosgroepen) hebben duidelijk hogere opbrengsten in vergelijking met niet samenwerkende boscigenaren (Hoek, 1996; Rijk, 1993). Deze hogere opbrengsten komen met name voort uit hogere houtopbrengsten en hogere

subsidiebijdragen per hectare. Het bedrijfsresultaat is eveneens beter dan bij niet samenwerkende boscigenaren. Verschillen in de bedrijfsvoering, zoals meer werk uitbesteden aan derden en minder inzet van eigen personeel en eigen machines, zijn hier de oorzaak van (Rijk, 1993). Bij bosbedrijven die al langer samenwerken ligt het activiteiteniveau duidelijk hoger dan bij bedrijven die nog maar kort of niet samenwerken. Dit resulteert in hogere opbrengsten bij gelijkblijvende kosten en een beter bedrijfsresultaat ten opzichte van de overige bosbedrijven. Samenwerkende boscigenaren hebben gemiddeld (Rijk, 1993) ten opzichte van niet samenwerkende boscigenaren dus:

- een beter bedrijfsresultaat;
- hogere opbrengsten per hectare;
- ongeveer dezelfde kosten per hectare.

Ten aanzien van de houtverkoop fungeren bosgroepen als intermediair. Verkoop vindt plaats met behulp van raamcontracten aan de houthandel of rechtstreeks aan lokale houtzagerijen of houtverwerkende industrie (Hoek, 1996). Een aantal Bosgroepen biedt ook rondhout aan op de houtveiling te Münster (Duitsland) of Arnhem. Daarnaast vindt een verdere bundeling plaats op nationaal niveau door de Unie van Bosgroepen door het centraal afsluiten van raamcontracten voor de houtafzet. Bosgroepleden verkopen hout zowel zelf aan de houthandel als via bosgroepen. Het zijn met name de bosgroepleden die vaste contacten met de houthandel hebben of die personeel hebben dat de houtverkoop regelt, die hun hout niet (of gedeeltelijk) via de bosgroepen verkopen.

Bosbeheer

Particuliere boscigenaren oogsten (in de periode 1988-1996) ten opzichte van andere eigenaren, zoals Staatsbosbeheer, het meest. Zowel de voorraad als het oogstniveau bij particulieren is hoog, en de bijgroei is voldoende (Seubring, 1997). Eigenaren die houtproductie en/of jacht als belangrijkste functie aangeven hebben een aantoonbaar hoger dunnings-, eindkap- en totaal houtaanbodniveau (Hekhuis, 1991a).

Bij de keuze voor bepaalde boomsoorten voor houtproductiedoeleinden spelen factoren als de omloop, de productiepotentie en de herkomst van de soorten een belangrijke rol (Mensink en Tiemersma, 1990). Binnen de doelstelling houtproductie wordt specifiek gelet op korte en lange termijn opbrengsten. De keuze voor het tijdstip van eindkap wordt bepaald aan de hand van de omloop en de productiepotentie.

Veel boscigenaren schakelen over op kleinschalig bosbeheer. Dit zal consequenties hebben voor de kosten van de houtoogst en de opbrengsten uit houtverkoop (Raffe *et al.*, 1998). De productiviteit van mechanisatie en handmatige houtoogst zal naar verwachting verminderen door de toename van het aantal sortimenten, langere uitrijtijden, de aanwezigheid van een complexere menging (soorten en leeftijden) en meer en zwaarder loofhout. Naar verwachting zal de oogst 5 tot 15% teruglopen (Bussink *et al.*, 1997). Boscigenaren verwachten eveneens veel knelpunten bij de invoering van kleinschalig bosbeheer op het gebied van beheer, planning, houtoogst en -verkoop en bedrijfsresultaten.

Houtoogst

Dunningen en eindkap worden bij eigenaren, die een relatief groot bosbezit hebben, grotendeels op ervaring uitgevoerd (Mensink en Tiemersma, 1990). Deze boscigenaren

verrichten nauwelijks metingen aan voorraad en bijgroei. De houtprijs bij verkoop (dunning en eindkap) is bij hen niet van invloed op het dunnings- of het eindkapniveau (Hekhuis, 1991a). De houtprijs speelt slechts een rol bij de bepaling van het precieze moment van oogst, als de boseigenaar vanuit beheeroverwegingen al besloten heeft om hout te oogsten (Hekhuis, 1996; Mensink *et al.*, 1990).

Het dunningsniveau wordt vooral bepaald door wat er teelttechnisch gezien mogelijk is (Hekhuis, 1991a). Het bosbouwkundige kennisniveau en de doelstelling van de eigenaar blijken bij de bedrijven van invloed op de mate waarin de potentiële dunning daadwerkelijk wordt aangeboden. Daarnaast is het exogene inkomen van de eigenaar mogelijk van invloed op de werkelijke dunning. Eigenaarkarakteristieken als leeftijd en het wel of niet wonen op het bosbedrijf en bedrijfskarakteristieken als het exploitatieresultaat, de bezetting van eigen personeel en de verkregen houtprijzen (de onderlinge verschillen) hebben geen aantoonbare invloed op de verschillen in de werkelijke dunning op verschillende bedrijven. Volgens Mensink (1990) heeft de houtprijs wél invloed op de dunningen én eindkap van boseigenaren met een houtproductiedoelstelling en een eigendoms grootte van 50 – 250 ha.

De verschillen in de werkelijke eindkap worden onder andere bepaald door (Hekhuis, 1991a):

- eigenaarkarakteristieken als de doelstelling, de leeftijd en mogelijk door het exogene inkomen;
- bedrijfskarakteristieken als de kosten en opbrengsten van de oogstmaatregelen.

Eigenaren met een bosbouwkundige opleiding hebben geen aantoonbaar hoger aanbodniveau dan eigenaren zonder bosbouwkundige opleiding (Hekhuis, 1991a). Analoog hieraan kan niet aangetoond worden dat er verschil bestaat tussen het aanbodniveau van een bosbedrijf beheerd door een rentmeester of de eigenaar zelf. Eigenaren die relatief weinig eindkap plegen, zijn zich daar in het algemeen van bewust.

Verlieslijdende bosbedrijven realiseren een beduidend lager saldo bij de houtoogst dan winstgevendende bedrijven (Hekhuis, 1991b). Een reden hiervoor is, dat een groter aandeel van de houtoogst in eigen beheer wordt gevelde en verkocht, waarbij de hoge arbeidskosten het saldo van de oogst verlagen. Door eigen personeel gevelde hout levert een lager saldo per m³ op dan op stam verkocht hout. Het aandeel hout dat op stam wordt verkocht ligt bij dunningen op ca 72% en bij eindkap op ca. 93% (Berger, 1999). Dielen *et al.* (1999) concludeert, dat positieve bedrijfsresultaten vooral samen lijken te hangen met relatief weinig personeel en een relatief hoge houtoogst.

Praktische problemen als een beperkte oogsttijd door niet te oogsten in het broedseizoen en een gering maatschappelijk draagvlak voor oogstwerkzaamheden beperken de kwantiteit en continuïteit van het houtaanbod (van Leeuwen, 1998).

Houtprijs

Factoren als kwaliteit, exploitatiekosten, transportkosten en kosten van overhead, winst & risico (o.w.r.) voor de handelaar spelen een belangrijke rol voor de prijs op stam (of aan de bosweg) die de boseigenaar ontvangt (Jansen, 1997; zie Tabel 3). Variabelen als inhoud (aantal m³/boom), houtsoort, vellingsfase en gunstige of ongunstige ligging (situatie binnen

het bos en afstand van transport tot verwerker) zijn ook van groot belang (Slangen, 1987). De partijgrootte blijkt geen invloed uit te oefenen op de prijs per m³.

Tabel 3 De opbouw van de rondhoutprijzen (Jansen, 1997)

Locatie	Activiteiten	Kosten
Prijs op stam		A
	Exploitatiekosten	B
Prijs aan de weg		C
	Transportkosten	D
	O.W.R. houthandel	E
Prijs franco fabriek		F

De prijs van Nederlands rondhoutsortiment (franco fabriek) is afhankelijk van de beschikbaarheid van en de vraag naar het hout. De prijs franco fabriek wordt daarnaast bepaald door de verkoopprijs van het van het rondhout gemaakte eindproduct. In de meeste gevallen geldt voor deze eindproducten de 'wereldmarktprijs'. Een individuele verwerker heeft hierop weinig tot geen invloed (Jansen, 1997).

Houtverkoop

De meest gebruikte verkoopmethoden zijn de onderhandse verkoop en openbare inschrijving, al dan niet door een rentmeester of Bosgroep verzorgd (Algemene Vereniging Inlands Hout, zonder jaartal). Slangen (1987) geeft aan dat het meeste hout in Nederland (bij SBB en lagere overheden) onderhands wordt verkocht, ofwel op inschrijving of uit de hand. In zijn onderzoek zijn echter de verkoopwijzen van particuliere boseigenaren grotendeels onbekend.

Verschillende verkoopmethoden hebben verschillende voor en nadelen. Onderhandse verkoop heeft als voordeel, dat de mogelijkheid bestaat om wensen van koper en verkoper op elkaar af te stemmen (SBB, 1987). De kosten van deze verkoopmethode zijn laag, maar daar staat tegenover dat het prijsniveau t.o.v. andere verkoopmethoden gematigd is (Rijsewijk en Kuus, 1994). Onderhandse inschrijving kan echter een nog lager prijsniveau opleveren door onderling overleg tussen de potentiële kopers. De eisen waaraan de verkoper moet voldoen bij deze verkoopmethode zijn hoog. Hij moet goed op de hoogte zijn van de markt en beschikken over commerciële vaardigheden. Bovendien is de vertrouwensrelatie tussen verkoper en koper van groot belang voor de goede gang van zaken (Schütz *et al.*, 1982).

Het opbouwen van een vaste relatie met de koper heeft voordelen voor de boseigenaar (Rijsewijk en Kuus, 1994). Zo zal de koper goed op de hoogte zijn van de bossituatie en wensen van de boseigenaar, en zal hij meer geneigd zijn om afwijkend aanbod eveneens af te nemen.

Onderhandse verkoop op inschrijving werd vroeger door SBB afgewezen (SBB, 1987). Als reden hiervoor gaven zij aan dat het de nadelen van openbare inschrijving en onderhandse verkoop uit de hand combineerde, terwijl de voordelen geen meerwaarde gaven.

Een andere in Nederland toegepaste verkoopmethode is openbare inschrijving. Deze methode wordt veel door SBB toegepast (Slangen, 1987; SBB, 1987). Openbare inschrijving geeft de boseigenaar de mogelijkheid, om zich goed te oriënteren op gunstige

momenten voor verkoop zoals bijvoorbeeld verkoop in het begin van het kapseizoen (Schütz *et al.*, 1982). Het prijsniveau bij deze methode ligt vaak hoog, maar kan ook laag zijn afhankelijk van de markt op het moment van aanbod (SBB, 1987). De verkoopkosten zijn in het algemeen hoog door de organisatie van kijkdagen, advertentiekosten en mailings. Dit maakt deze methode alleen bij grote partijen interessant. De hoge opbrengsten die bij deze methoden te verwachten zijn worden verklaard uit het feit dat kopers gemakkelijker kunnen vinden wat ze zoeken omdat er een open aanbod is (Rijsewijk en Kuus, 1994). Een nadeel is dat er geen duurzame relatie tussen koper en verkoper kan worden opgebouwd, zodat een goede afstemming over de wijze van oogst e.d. moeilijker is. Bovendien kunnen niet gemakkelijk eisen worden gesteld aan de koper ten aanzien van kwaliteit van vellingswerk en financiële afwikkeling (Rijsewijk en Kuus, 1994). Dit kan (deels) ondervangen worden door een goed verkoopcontract.

Een derde verkoopmethode is verkoop op (raam)contract. Het prijsniveau is in het algemeen gematigd, maar de kosten zijn laag (SBB, 1987). De prijs wordt jaarlijks vastgesteld (Rijsewijk en Kuus, 1994), waardoor inspelen op tijdelijke prijsschommelingen niet mogelijk is. Er is sprake van een duurzame relatie, en wensen en voorwaarden van de verkoper kunnen worden meegenomen in het contract. Voor het afsluiten van een contract zijn goede vaardigheden en veel kennis nodig van de verkoper (SBB, 1987).

Recentelijk zijn een aantal nieuwe verkoopmethoden opgestart. Aertsen *et al.* (1996) en Lichtenberg en Metten (1996) hebben in verschillende studies aangetoond, dat het potentiële aanbod van kwaliteitshout¹ in Nederland voldoende is om een Kwaliteitshoutveiling en Houtwinkel rendabel te exploiteren. De Nederlandse kwaliteitshoutveiling wordt vanaf 1997 georganiseerd als samenwerkingsverband van een aantal gemeenten en organisaties uit de bos- en houtsector. Het hout wordt geclassificeerd volgens een Duits kwaliteitsclassificatiesysteem voor rondhout. In 1999 is de Bosgroep Gelderland gestart met de exploitatie van de Houtwinkel. Doelstelling is om kleine partijen kwaliteitshout, die anders dreigen op te gaan in de bulkmassa, te verzamelen en te bundelen. Via voorraadlijsten worden potentiële kopers op de hoogte gehouden.

Marketing

Boseigenaren opereren op de rondhoutmarkt even traditioneel als 50 jaar geleden, d.w.z. veelal zonder marketingplan op de middenlange termijn. SBB is op dit moment één van de weinige organisaties, die zich structureel en bedrijfsmatig aan marketing wijdt. Op basis van gegevens van het Systeem Houtinventarisatie (SYHI), op basis van ervaring en kennis van de markt, op basis van afspraken met afnemers en op basis van historische cijfers wordt een verwachting opgesteld over de houtverkopen in de komende jaren. Dit dient als basis voor het marketingplan. Het aangaan van samenwerkingsverbanden² met afnemers en uitvoerders wordt gezien als een belangrijk aspect van het marketingplan (SBB, 1998). In samenwerking met houtverwerkende bedrijven bouwt SBB aan het tot stand brengen van

¹ Onder kwaliteitsrondhout wordt het rondhout gerekend dat voldoet aan de klassen F, A, B en C (met TF-index) van het Duitse rondhoutclassificatiesysteem voor de bouseigenaar.

² Hierbij moet de opmerking geplaatst worden dat een 'samenwerkingsverband' niet gelezen moet worden als een 'Bosgroep' zijnde, er zijn namelijk meer typen samenwerkingsverbanden mogelijk dan alleen in de vorm van de Bosgroepen.

productieketens. Certificering voor duurzaam bosbeheer (FSC) is onderdeel van deze strategie.

Een nieuw initiatief op het gebied van verkoop is de in 1999 door de Unie van Bosgroepen opgestarte Rondhoutbank (Anoniem, 1998). In principe fungeert de Rondhoutbank als een advertentie (op internet) voor al dan niet gebundeld aanbod van de aangesloten leden van de Bosgroepen. Verkoopwijzen, zoals die tot voor de oprichting van de rondhoutbank werden gebruikt, blijven gehandhaafd. In principe wordt bij de prijsstrategie uitgegaan van het behalen van de hoogst mogelijke prijs.

Afstemming met vraagzijde

Het aanbod van houtsoorten en sortimenten uit het Nederlandse bos sluit steeds minder aan bij de behoeften van de verwerkende industrie (Stolp, 1996). Door het ouder worden van het bos stijgt het aanbod van zaaghout, maar de productie in de zagerijen neemt juist af doordat de import van gezaagd toeneemt. De markt lijkt zich daarnaast meer te richten op de toepassing van plaatmaterialen, die gemakkelijker zijn in gebruik dan gezaagd hout. De vraag naar vezelhout neemt daardoor toe, terwijl het aanbod uit het Nederlandse bos daalt (Anoniem 1999). Door de samenstelling van het Europese bos, het geplande beheer, een verwachte lagere oogst per hectare, een verwachte stijging van de productiekosten en het niet economische aanbodgedrag van de boseigenaren is te voorzien dat het aanbod van hout zal dalen. De vraag naar hout blijft echter stijgen. Dit heeft tot gevolg dat de zelfvoorzieningsgraad van rondhout daalt en hout mogelijk meer en meer door andere grondstoffen zal worden vervangen (Anoniem 1999).

De rondhoutverwerkende industrie in Nederland is relatief klein van omvang, en schaalvergroting heeft ertoe geleid dat enkele grote verwerkers de markt domineren (SBB, 1987). Deze bedrijven kunnen daardoor de inlandse leveringsvoorwaarden dicteren. Deze grote verwerkers zijn gebaat bij een continue leverantie van grote hoeveelheden hout. Een tegenhanger van deze bulkmarkt is de kleinschalige markt voor veelal goed betaalde sortimenten als paalhout en zaaghout. Deze markt is echter weinig doorzichtig en zeer veelzijdig.

De vraag naar inlands hout wordt beheerst door de binnenlandse consumptie, die voor een groot deel wordt aangevuld uit import (Gerritse, 1990). De vraag vanuit de verwerkende industrie wordt bepaald door een aantal economische variabelen waaronder binnenlandse en buitenlandse houtprijzen, diverse kosten, voorraadvorming (bij de industrie en de rondhouthandel) en verkoopverwachtingen voor het volgende jaar. Aan de zijde van de boseigenaar bepalen factoren als overig inkomen en de bossituatie (teeltkundig beheer) het (moment van) aanbod. De prijs speelt geen belangrijke rol bij het (tijdstip van) aanbod. Door het karakter van het Nederlandse bosbezit is het rondhoutaanbod versnipperd, waardoor de bosbedrijven een zwakke financieel-economische positie hebben.

Stolp (1996) geeft aan dat houtprijzen steeds verder onder druk komen en worden gedicteerd door Scandinavië, dat ver vooruit is in de ontwikkelingen in de houtsector. De industrie werd daardoor gedwongen kosten verder te reduceren. Een gevolg hiervan was, dat een deel van de industrie naar landen met lage lonen verhuisde (Dielen en Kooy, 1993).

Deze kostenreductie voltrekt zich ook in de bosexploitatie en transport. De rondhouthandel werkt aan verbetering van het rendement door mechanisatie. Het verleggen van de voorraden bij de handelaar naar voorraden op stam bij de bouseigenaar kan een kostenreductie opleveren.

De Nederlandse houtmarkt kenmerkte zich begin jaren negentig door (absoluut) lage prijzen en een beperkte stijging van de houtprijs bij een toenemende diameter en houtkwaliteit (Wieman en Hekhuis, 1996). De bouseigenaar zag zijn bedrijfsresultaten dalen door lagere opbrengsten uit hout, en stelde achterstallige dunningen uit. Oplossingen werden gezocht in kostenverlaging door meer uitbesteding van bosexploitatie, meer aanbod via de Bosgroepen, de mogelijkheid van jaarrond oogsten en verlenging van de ruimingsdatum, vermindering van de verkoop op inschrijving en professionalisering van de verkoop. De exploitatie kan worden verbeterd door het hanteren van andere meetmethoden en door meer gebruik te maken van mechanisatie.

De afzet van de laagwaardige en hoogwaardige sortimenten is voor verbetering vatbaar.

In Nederland is er een leemte op het gebied van verwerking van dunningshout van geringe afmetingen, van kwalitatief mindere houtsoorten en van restproducten. Verwerking van deze producten vindt in het buitenland veelal op grootschalige en hoogwaardige wijze plaats (Ministerie van Economische Zaken, 1993).

In theorie zijn er goede mogelijkheden voor hoogwaardige toepassingen van inlands hout (Dielen, 1993; Leeuwen, 1998). De bestaande productielijnen zijn daarvoor geschikt (te maken). Bovendien is voldoende hout van de gewenste soorten in het Nederlandse bos aanwezig. In de praktijk blijken de mogelijkheden echter beperkt te zijn. Het is nauwelijks mogelijk om aan redelijke hoeveelheden kwalitatief goed hout van de gewenste soort te komen. In Nederland ontbreekt de productieketen van bos tot gezaagd hout gericht op de voortbrenging van kwaliteitshout. Hierdoor komt het voor dat de hoogwaardige sortimenten als laagwaardig sortiment worden afgezet (Leeuwen, 1998; Wieman, 1996). Er is relatief weinig kennis aanwezig over het verwerken van Nederlands rondhout voor hoogwaardigere toepassingen en er bestaat twijfel over de kwaliteit van het hout. De schakels in de keten verstaan elkaars taal onvoldoende en is er onvoldoende kennis aanwezig om schakels optimaal op elkaar aan te laten sluiten. In diverse branches worden kengetallen gemist (of zijn ze onvolledig) en de vraag- en aanbodkengetallen sluiten niet op elkaar aan (Bogaardt, 1999).

In het Actieplan Hout 2000 (Luteijn, 1999) worden oplossingsrichtingen uitgewerkt voor problemen in de houtsector. Als belangrijkste knelpunten worden genoemd de negatieve publieke opinie over houtoogst, onvoldoende beschikbaarheid, continuïteit en kwaliteit van inlands hout, een lage organisatiegraad in de productiekolom, een gebrekkige kennisinfrastructuur op het gebied van houtteeltkunde en technische en technologische aspecten van de houtketen. Genoemde oplossingen liggen op het gebied van voorlichting en certificering, bundeling van houtaanbod, stimulering van verjonging van snelgroeiende boomsoorten, het bevorderen van communicatie en samenwerking in de gehele keten en verbeteringen op het gebied van voorlichting, opleiding en onderzoek op het gebied van de houtketen.

Een ketenbenadering in de bos- en houtsector kan volgens Leeuwen (1998) en Dielen *et al.* (1999) oplossingen bieden voor bovenbeschreven problemen. Gebrek aan goede communicatie tussen verschillende schakels leidt tot beperkt gebruik van Nederlands hout. De verwerkers weten niet waar ze het gewenste hout vandaan moeten halen en boscigenaren weten niet wie een klant zou kunnen zijn. Boscigenaren weten over het algemeen ook niet welke eisen en voorwaarden gesteld worden in de eindverbruikersmarkt. De aanbodzijde sluit volgens Leeuwen en Dielen beter aan op de vraagzijde als de aanbieders zich verbeteren in kwaliteit, kwantiteit en continuïteit.

2.3 Analyse van de literatuur met behulp van het model 'Problem-in-Context'

Aan de hand van het model 'Problem-in-Context' (Bijlage 1 Toelichting model 'Problem-In-Context') zijn onderstaande hypothesen opgesteld. De uitwerking van het analysemodel met gegevens uit de literatuurstudie is te vinden in Bijlage 2 Uitgewerkt model 'Problem-in-context'. De hypothesen zijn ontstaan door een logische koppeling te maken tussen een activiteit ten aanzien van het houtaanbodgedrag, opties en motivaties van de boscigenaar en de interne en externe beïnvloeding. De hypothesen zijn gebruikt als basis voor de opzet van de enquête voor particuliere boscigenaren (hoofdstuk 3) en interviews met overige boscigenaren (hoofdstuk 4).

Met behulp van het analysemodel is het houtaanbodgedrag van boscigenaren ontleed in een aantal aspecten. Ten aanzien van de activiteiten, die samenhangen met het aanbodgedrag van de boscigenaren zijn een viertal deelactiviteiten onderscheiden:

1. Beheermaatregelen t.a.v. de oogst;
2. Uitvoering oogstwerkzaamheden;
3. Prijsvorming en verkoop
4. Marketing.

Per groep van deelactiviteiten is de 'Problem-in-Context' methode toegepast, waarmee per deelactiviteit opties, motivaties, achtergrondkarakteristieken en hun beïnvloeding zijn geformuleerd alsmede de effecten van de deelactiviteiten en hun invloed op de vraagzijde (zie voor toelichting bijlage 1).

De achtergrondkarakteristieken, die van belang zijn vanwege de interne beïnvloeding van opties en motivaties voor deelactiviteiten ten aanzien van het houtaanbodgedrag zijn:

- Bossituatie (b.v. karakter, historie, ecologie);
- Bedrijfskarakteristieken (o.a. personeel, financiën);
- Visies en doelstellingen bos en bedrijf;
- Tradities, gewoontes (culturele, sociale en politieke aspecten);
- Eigenaarskarakteristieken (kennis en kunde, leeftijd, beroep, exogene inkomsten, woonplaats).

2.4 Hypothesen

Op basis van het analysemodel 'Problem-in-Context' zijn een aantal hypothesen opgesteld verdeeld over de deelactiviteiten en achtergrondkarakteristieken van de boseigenaar:

Beheermaatregelen t.a.v. de oogst

- Het bosbeheer t.a.v. het behoud van de landgoedkarakteristieken en natuurwaarden is belangrijker dan beheermaatregelen t.a.v. de houtoogst.
- De eigenaar richt zijn beheer nauwelijks op het voortbrengen van kwaliteitshout.

Uitvoering oogstwerkzaamheden

- Bij oogstwerkzaamheden wordt meer gelet op de noodzaak voor het voeren van goed beheer dan op de houtprijs en marktvraag.
- Het volgen van het beheersplan is belangrijker dan het uitvoeren van een verkoopstrategie.

Prijsvorming en verkoop

- De boseigenaar gebruikt uit traditie en gewoonte een beperkte koperskring, verkoopt het meeste hout op stam en gewoontegetrouw onderhands, en laat ook niet-economische belangen meespelen in de prijsvorming. Belangrijke overwegingen bij de verkoop zijn:
 - het gemak binnen de organisatie (planning, continuïteit, flexibiliteit, kennis en kunde, beïnvloeding, etc).
 - de vermeende onbetrouwbaarheid en ondeskundigheid bij onbekende kopers en bosexploitanten.
- Het tijdstip van verkoop is niet gebaseerd op de marktvraag.

Marketing

- De boseigenaar heeft niet de kennis en kunde voor het meten en inschatten van de kwaliteit, kwantiteit en waarde van zijn houtaanbod en vertrouwt daardoor op de schatting van de koper.
- Het beperkte inzicht in de markt beperkt de mogelijkheden voor de boseigenaar t.a.v. marketing en verkoop.

Achtergrondkarakteristiek van de boseigenaar

- Boseigenaren met een klein bosoppervlak interesseren zich nauwelijks voor houtproductie, maar richten het beheer op behoud van boskarakteristieken en eigendom en de invulling van andere functies (jacht, recreatie, natuur en landschap).
- De boseigenaar is niet financieel afhankelijk van houtoogst, maar gebruikt de inkomsten uit hout voor het dekken van (een gedeelte van de) kosten voor bosbeheer.

3 Houtaanbodgedrag particuliere boseigenaren

3.1 Inleiding

De enquête is naar 286 particuliere eigenaren verstuurd. Uiteindelijk zijn 66 enquêtes (24%) statistisch verwerkt (zie Bijlage). Door dit lage aantal is enkelvoudige toetsing van de resultaten per variabele (antwoord) niet mogelijk, omdat volgens de statistiek niet wordt voldaan aan de hiervoor geldende voorwaarden (een bekende variantie en een steekproefgrootte van boven de 100). De relaties tussen variabelen in dit hoofdstuk zijn echter wel statistisch onderbouwd. Het aantal ligt iets te laag om representatieve uitspraken te doen over de gehele populatie van particuliere boseigenaren van Nederland (respons van 4,9% van de totale onderzoekspopulatie in plaats van de vereiste 5,0%).

Bij de verwerking van de enquête is de populatie gesplitst in vier grootteklassen (zie Tabel 4)

Tabel 4: Verdeling grootteklassen respondenten over de geregistreerde categorieën boseigenaren bij het Bosschap (1998).

Grootteklasse	Aantal eigenaren	Oppervlakte per klasse	Respons enquête	Deelsteekproefgrootte
5-25 ha	933	10.775	34	3,6 %
26-50 ha	182	6.547	16	8,7 %
51-100 ha	118	8.162	7	5,9 %
>100 ha	107	28.242	9	8,4 %
Totaal	1.340	53.753	66	4,9 %

Paragraaf 3.2 gaat in op de resultaten van de enquête. Achtereenvolgens komen hier aan de orde: algemene karakteristieken, doelstellingen en bosbeheer, houtoogst, verkoop, en marketing. Paragraaf 3.3 behandelt de conclusies.

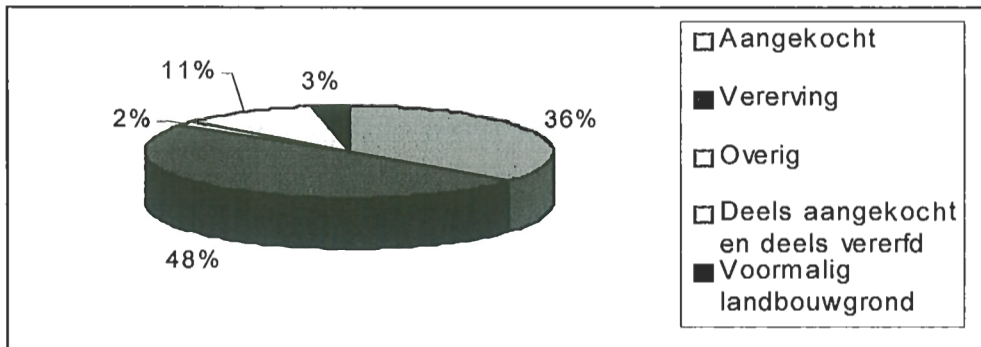
Een aantal vragen uit de enquête drukt de waardering uit van de boseigenaar voor bepaalde onderwerpen in een reeks van zeer onbelangrijk, onbelangrijk, neutraal, belangrijk tot zeer belangrijk. Dit is op een zelfde wijze in dit hoofdstuk terug te vinden.

3.2 Analyse houtaanbodgedrag particuliere boseigenaar

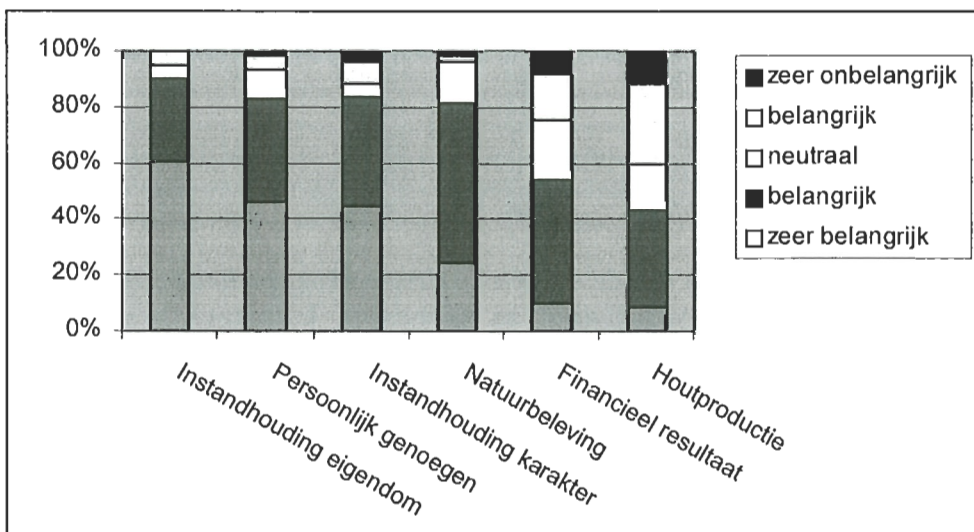
Algemene karakteristieken

Het grootste deel van de particuliere boseigenaren heeft het bezit geheel of gedeeltelijk verkregen via vererving (Figuur 1), een minderheid heeft het aangekocht. Een klein aantal zegt het bos zelf te hebben aangeplant op voormalige landbouwgrond. De verdeling van de antwoorden ten aanzien van de grootte van bosbezit komt min of meer overeen met de verdeling van de registratielijst van het Bosschap. Ten aanzien van de bosgrootte is de steekproef niet gelijk verdeeld en neemt het aantal boseigenaren af met een toenemende grootte van het bosbezit.

Aspecten ten aanzien van het bosbezit zijn in oplopend belang weergegeven in Figuur 2. Voor veel particuliere boseigenaren is de instandhouding van het karakter van het bosbezit en het eigendom, en het beleven van persoonlijk genoeg zeer belangrijk. Financieel resultaat en houtproductie zijn voor beduidend minder boseigenaren belangrijke aspecten. Hoewel er een positief verband bestaat tussen het belang van financieel resultaat en houtproductie, zijn eigenaren kennelijk ook zonder de doelstelling houtproductie geïnteresseerd in het behalen van een zeker financieel resultaat.

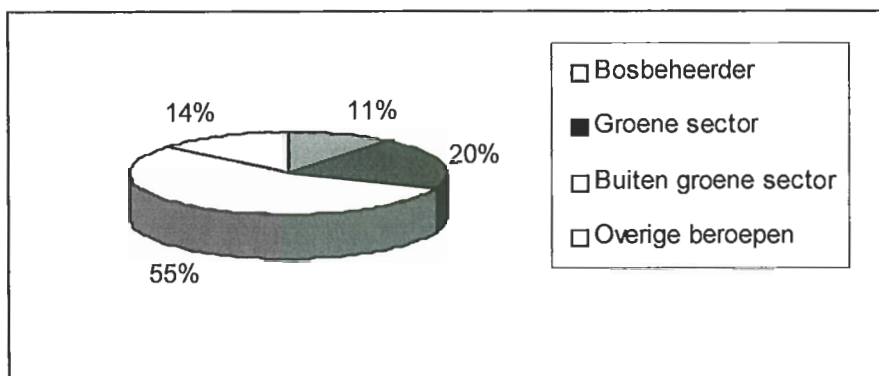


Figuur 1 Verwerving van het bosbezit



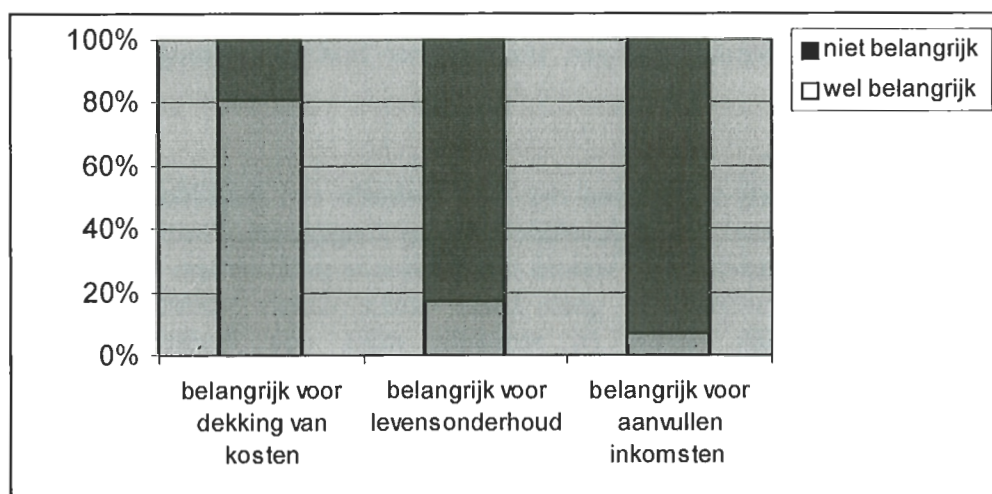
Figuur 2 Belang van doelstellingen van het beheer

68% van de particuliere boseigenaren is ouder dan 50 jaar. Slechts 5% is jonger dan 35 jaar. Bij 41% van de particuliere boseigenaren is het bosbezit langer dan 25 jaar in bezit. Bij 36% van de eigenaren is het tussen de 10 en 25 jaar in bezit. Het grootste deel de particuliere boseigenaren heeft geen bosbouwkundige opleiding of cursussen gericht op het beheer van bos gevolgd. Slechts 11% heeft als hoofdberoep bosbeheer (Figuur 3). De meerderheid van de particuliere boseigenaren heeft een vak buiten de groene sector of is gepensioneerd (overige beroepen). Van de boseigenaren die buiten de groene sector werkzaam zijn vindt een meerderheid financieel resultaat neutraal tot zeer onbelangrijk.



Figuur 3 Hoofdberoep van de bosbeheerder

Inkomsten uit hout zijn voor veel boseigenaren de belangrijkste bron van inkomsten uit het bosbezit (Figuur 4). Men vindt ze vooral belangrijk om de kosten van het bosonderhoud te dekken en veel minder belangrijk voor het levensonderhoud of als aanvulling op het inkomen. Het zijn vooral de beroepsmatige boseigenaren en eigenaren uit de groene sector die inkomsten uit hout belangrijk tot zeer belangrijk vinden.



Figuur 4 Belang van inkomsten uit hout

Verreweg de meeste boseigenaren (94%) maken gebruik van één of meer subsidieregelingen. De regeling Functiebeloning bos en natuurterreinen wordt daarbij het meest vermeld (52% van de boseigenaren), gevolgd door subsidies in het kader van het Overlevingsplan Bos en Natuur (13%). De overige 16% bestaat uit een breed scala van subsidies waaronder provinciale subsidies en de regeling Braaklegging Landbouwgronden. 29% van de eigenaren maakt gebruik van fiscale regelingen in het kader van de Natuurschoonwet (NSW).

Boseigenaren, die inkomsten uit hout een belangrijke inkomstenbron uit hun bosbezit vinden, vinden aspecten ten aanzien van de houtoogst, -verkoop en marketing belangrijker dan anderen. Zo vinden het belangrijk om bij houtoogst rekening te houden met de

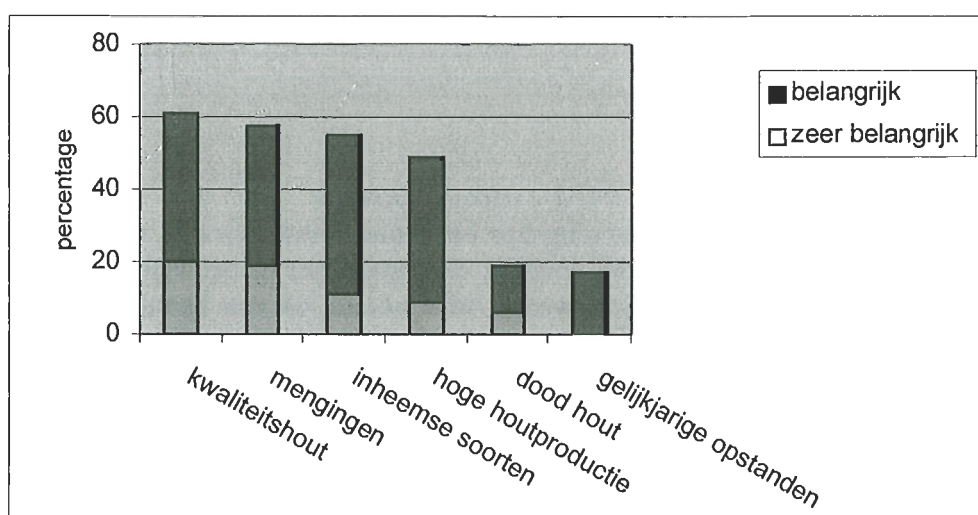
marktvraag, de houtprijs, een verkoopstrategie, het behalen van de hoogste prijs, het tijdstip van vellen en de continuïteit van het aanbod. Minder belangrijke aspecten zijn het behoud van het boskarakter en het beleven van persoonlijk genoegen aan het bosbezit. Het financiële resultaat is belangrijker dan de zorgvuldigheid van werken in het bos.

Veel particuliere boseigenaren zijn lid van één of meerdere belangen- en/of samenwerkingsorganisaties. Bijna de helft is lid van een Bosgroep (46%) en een aantal is lid van de Federatie Particulier Grondbezit (11%). Daarnaast worden diverse organisaties op het gebied van bosbouw genoemd zoals de Koninklijke Nederlandse Bosbouwvereniging, de Stichting Bos- en Landschapsbeheer Nederland, Pro Silva, en diverse Houttelersverenigingen. Leden van de Bosgroepen bezitten meer dan niet-leden een beheerplan of beheervisie voor hun bosbezit en vinden informatie over ontwikkelingen in bosbeheer en de bosbouw in het algemeen belangrijk. Samen met de leden van de FPG stellen leden van de Bosgroepen meer belang in houtproductie als doelstelling en houtverkoop. Ze vinden bovendien dat een samenwerkingsverband als een Bosgroep een positieve rol speelt bij de verkoop van hout uit hun bosbezit. 26% van alle particuliere eigenaren is niet bij een belangenorganisatie aangesloten.

83% van de particuliere boseigenaren is minder dan een dag in de week bedrijfsmatig bezig met het bosbezit. Bouseigenaren met houtproductie als enige doelstelling stellen de financiële winst boven de manier van werken in het bos. Zij willen niet aantoonbaar meer dan andere eigenaren hun kennis verhogen omtrent het bosbeheer (mogelijk is het kennisniveau al hoger).

Doelstellingen en bosbeheer

31% van de bouseigenaren heeft aangegeven dat houtproductie een hoofddoelstelling is. Hiervan heeft eenderde ook een tweede hoofddoelstelling aangegeven. Daarnaast streeft 12% een multifunctionele doelstelling na, waarin houtproductie naast andere functies een belangrijke rol speelt. De meerderheid geeft echter andere doelstellingen als hoofddoelstelling, voornamelijk natuur en recreatie, maar ook doelstellingen als cultuurhistorie, wildbeheer en landschap.



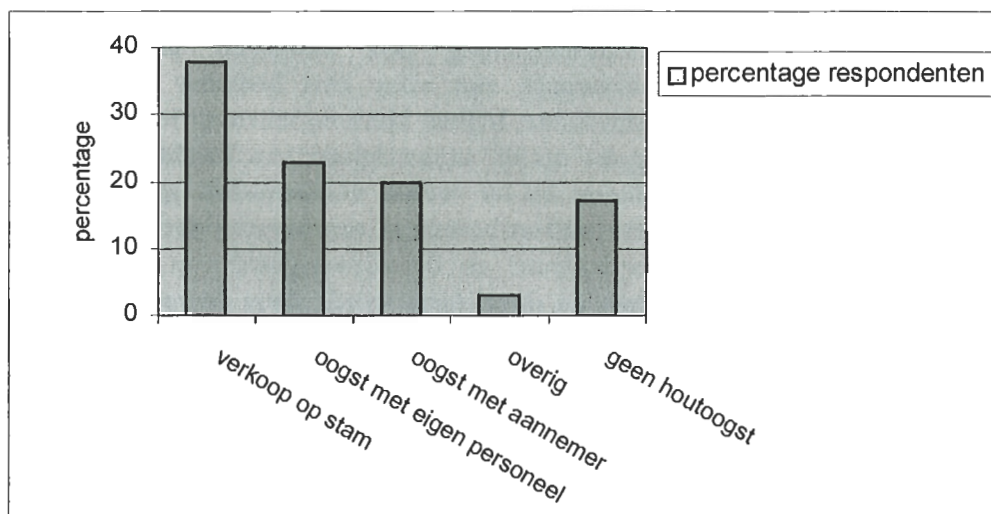
Figuur 5 Belang van verschillende opstandkenmerken

Boseigenaren konden naast de hoofddoelstelling ook aangeven in hoeverre beheersaspecten en terreinkenmerken belangrijk zijn voor hun bosbezit (Figuur 5). Eigenaren, die belang hechten aan houtproductie, blijken hiermee rekening te houden in het beheer. Binnen het beheer wordt gelet op de aanwezigheid van kwaliteitshout en boomsoorten met een hoge houtproductie en er wordt voornamelijk gewerkt met gelijkjarige opstanden i.p.v. mengingen. Bovendien bestaat er een negatief verband tussen het belang dat wordt gehecht aan houtproductie en de aanwezigheid van aftakelende bomen en dood hout. Aftakelende bomen en dood hout wordt door de meeste (82%) bouseigenaren aangemerkt als onbelangrijk tot neutraal. Het gebruik van inheemse soorten wordt door 85% van de bouseigenaren ervaren als zeer belangrijk tot neutraal.

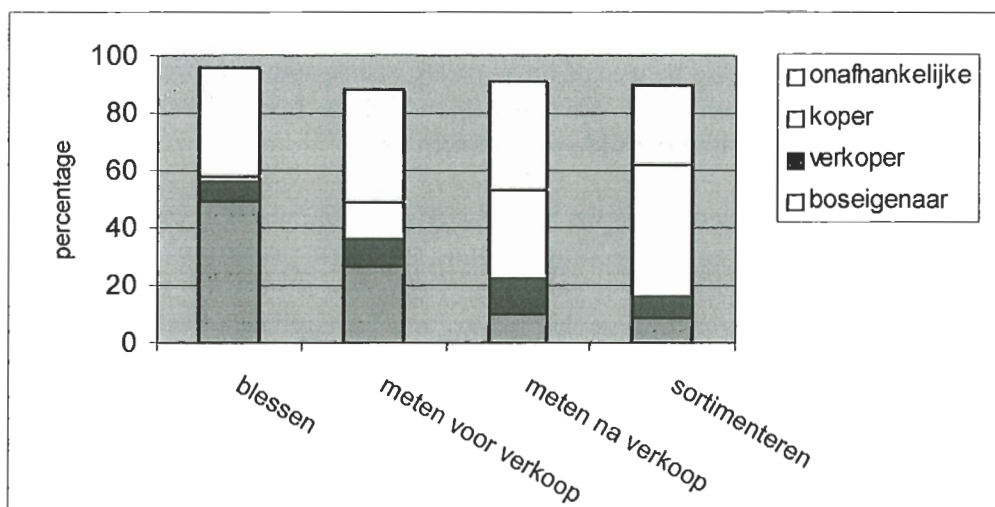
Houtoogst

17% van de bouseigenaren oogst geen hout uit zijn bosbezit. Dit zijn voornamelijk eigenaren met een klein bosbezit. 20% van de eigenaren oogst ongeveer de jaarlijkse bijgroei, 29% oogst minder dan de bijgroei en 8% meer dan de bijgroei. Een houtoogst lager dan de bijgroei wordt gehandhaafd als de bouseigenaar oud(er) bos nastreeft of als het bos nog te jong is om in te kunnen oogsten. Bouseigenaren geven in een aantal gevallen aan dat door het achterlaten van hout in het bos de netto oogst daalt gelijk blijft of niet verder stijgt. Bij een, relatief aan de bijgroei, hoge houtoogst wordt als reden aangegeven, dat de bouseigenaar bezig is met achterstallig beheer of omvorming van opstanden. Bijna een kwart van de geïnterviewde bouseigenaren heeft niet aangegeven of en hoeveel hout er wordt geoogst. Vermoedelijk hebben ze hier onvoldoende inzicht in.

De houtoogst wordt op verschillende wijzen verricht (Figuur 6), waarbij vooral grotere bouseigenaren gebruik maken van meerdere oogstwijzen (het totale percentage in Figuur 6 komt hierdoor hoger dan 100%). De meest gebruikte oogstwijze is verkoop op stam. De verkoop op stam blijkt gerelateerd te zijn aan het belang wat bouseigenaren hechten aan het gemak van organisatie bij houtverkoop. Oudere bouseigenaren (ouder dan 50 jaar) blijken meer hout (25% meer) op stam te verkopen dan jongere. Daarbij blijkt het meestal niet te gaan om verkoop uit de hand, maar om andere verkoopwijzen (uitnodiging of inschrijving). Het percentage bouseigenaren dat oogst met eigen personeel is vrijwel gelijk aan het percentage dat oogst met behulp van een ingehuurde bosaannemer. Bouseigenaren, die met eigen personeel oogsten, stellen veel belang in het instandhouden van het karakter van hun bosbezit, terwijl bouseigenaren, die aannemers inhuren, weinig belang hechten aan het behoud van natuurwaarden.

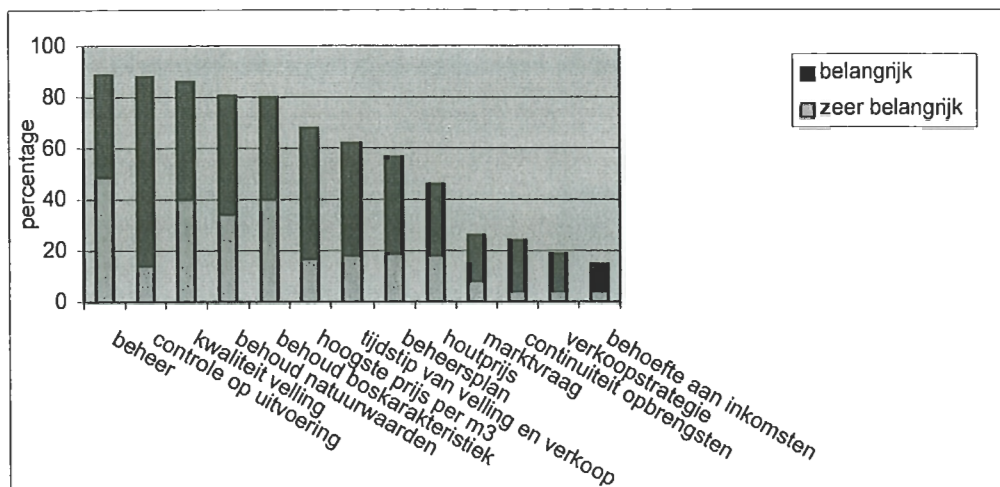


Figuur 6 Houtoogst en personeel



Figuur 7 Uitvoering van werkzaamheden rond de oogst

Figuur 7 laat zien wat het aandeel is van enkele actoren in het verrichten van werkzaamheden ten aanzien van de oogst. De boseigenaar (of de verkoper en onafhankelijke namens de boseigenaar) verricht zelf diverse werkzaamheden vóór de oogst, daarna neemt het aandeel af. Bij de koper verloopt het aandeel andersom: blessen door de koper komt nauwelijks voor, maar zijn aandeel in sortimenteren is des te groter. De rol van de boseigenaar/beheerder is na de verkoop nog niet uitgespeeld; 28% meet nog na de verkoop. Het aandeel van de onafhankelijke in de werkzaamheden blijft min of meer gelijk.



Figuur 8 Belang dat respondenten hechten aan zaken rondom de houtoogst

Oogst wordt door de meeste bouseigenaren gezien als een noodzaak voor goed beheer. De bouseigenaren vinden beheer, de kwaliteit van het vellingswerk en de controle hierop, het behoud van de bos- en opstandkarakteristiek en het behoud van de natuurwaarde de belangrijkste factoren bij het verrichten van de oogstwerkzaamheden (Figuur 8). Wanneer de houtproductiedoelstelling belangrijk is, is de bouseigenaar veelal niet geïnteresseerd in het behoud van de natuurwaarde (negatief verband) of andere beheersaspecten. Hij is dan meer geïnteresseerd in economische aspecten ten aanzien van de houtoogst, zoals het behalen van de hoogste prijs per m³, het tijdstip van velling en de continuïteit van de opbrengsten. Daarnaast vinden deze bouseigenaren de kwaliteit van het vellingswerk (behoud opstandkarakteristiek, geen schade, etc.) en de controle hierop belangrijk.

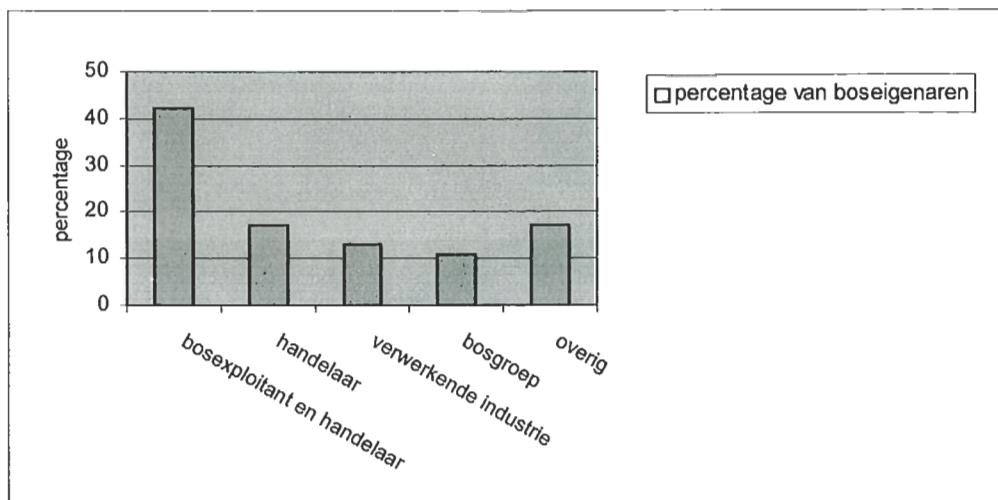
Verkoop

Ongeveer 23% van de eigenaren verkoopt geen hout uit het bos. Dit percentage is lager dan dat in eerder onderzoek (Hekhuis, 1991) gevonden is. Het is echter te verwachten, dat bouseigenaren die geen hout verkopen minder snel geneigd zullen zijn aan dit onderzoek mee te werken. Enkele eigenaren oogsten wel hout, maar verkopen dit niet. Bij eigenaren met een klein bosbezit komen procentueel de meeste eigenaren voor die geen hout verkopen. Deze eigenaren hebben tevens het beheer minder vaak vastgelegd in een beheersplan of -visie dan eigenaren, die wel hout verkopen. Ze blijken ook minder vaak lid te zijn van belangenorganisaties.

De jaarlijks aangeboden kwantiteit aan hout is niet te relateren aan de doelstellingen van de bouseigenaren. De kleinere bouseigenaren zonder houtproductiedoelstelling bieden jaarlijks partijen aan variërend van 20 tot 100 m³. Bouseigenaren met een houtproductiedoelstelling bieden jaarlijks partijen aan van 80 tot 8.000 m³.

Ruim 40 % van de bouseigenaren verkoopt hout aan de bosexploiterende handelaar (Figuur 9). Dit ligt in de lijn der verwachting omdat een groot deel (60%) van de eigenaren hout op stam ter verkoop aanbiedt. Op de tweede plaats komt de houthandelaar, wat ook weer te verwachten is door het grote aandeel van geveld hout in het totale aanbod (tot 49% van de eigenaren). Het aandeel eigenaren dat aan de verwerkende industrie of de bosgroepen

verkoopt is ongeveer gelijk. Omdat een aantal bouseigenaren aan meerdere categorieën kopers verkoopt ligt het totaalpercentage van de verschillende categorieën kopers in Figuur 9 boven de 100%.



Figuur 9 Kopers van hout bij de bouseigenaar

De bosgroepen nemen een aparte plaats binnen de verkoop in. Zij worden door een aantal eigenaren vermeld als koper van hout (Figuur 9), terwijl de Bosgroepen strikt genomen slechts intermediair zijn en geen verkoopwijze vertegenwoordigen. Niet alle eigenaren lijken goed op de hoogte aan wie en op welke wijze het hout uiteindelijk (via de bosgroepen) wordt verkocht en welke rol de bosgroepen daarbij precies spelen; bij verschillende vragen verkoopt 10 %, 17% en 21 % van de eigenaren hout via de bosgroepen. Eigenaren, die economische aspecten van het houtaanbod belangrijk vinden, zoals marktvraag, verkrijgen van de hoogste prijs en het gemak van organisatie, verkopen procentueel minder hout via bosgroepen. Bouseigenaren, die wel via bosgroepen verkopen, hechten procentueel gezien meer belang aan het goed uitvoeren van het beheer, zoals volgen van het beheersplan en aan behoud van natuurwaarden. Bouseigenaren die hout verkopen via bosgroepen geven daarvoor als reden dat de bosgroepen intermediaire organisaties zijn zonder winstoogmerk met een betere kennis van de marktprijzen dan de bouseigenaar zelf.

Onderhandse verkoop rechtstreeks aan één koper is de meest gehanteerde verkoopwijze. De op een na belangrijkste verkoopwijze is de onderhandse inschrijving op uitnodiging. Nog minder eigenaren werken met raamcontracten, terwijl niemand verkoopt op basis van openbare inschrijving. Als overige verkoopmethoden worden onder andere de houtwinkel en houtveiling genoemd. De plaats van de Bosgroepen is reeds besproken.

De helft van de bouseigenaren die hout verkopen zegt dit te doen aan een koper, met wie een vaste relatie is opgebouwd. Hiervoor worden uiteenlopende redenen opgegeven:

- een goede relatie is belangrijk
- bij werkzaamheden in het bos kent de koper de situatie en werkt netjes, vertrouwd en zorgvuldig
- een vaste relatie is van belang voor zeggenschap in de systematiek van vellen en uitslepen.

De koper moet tevens bij het houtaanbod passen, of de koper moet bereid zijn om ook verschillende houtsoorten mee te nemen en eventuele kleine partijen.

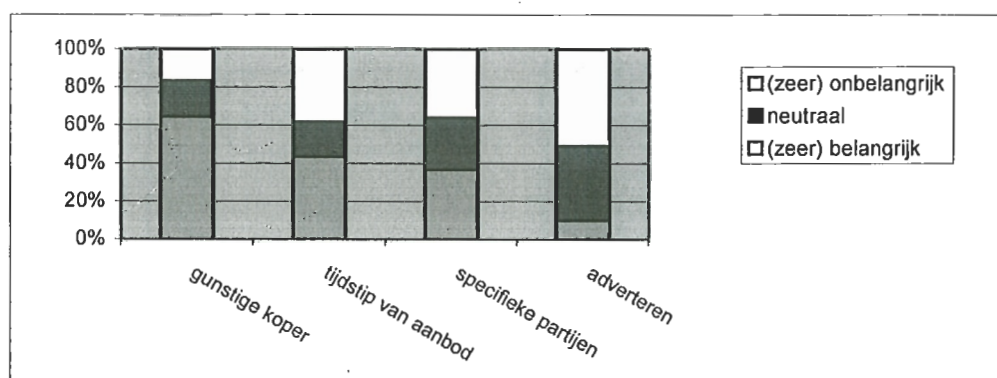
Vervolgens zijn de prijsafspraken en een correcte afhandeling van betaling belangrijk. Sommige bouseigenaren geven slechte ervaringen in het verleden met diverse kopers op als reden voor het onderhouden van een vaste relatie, of het feit, dat deze in de buurt woont. De vertrouwensband is over het algemeen een belangrijke factor.

35% van de bouseigenaren zegt geen vaste koper te hebben. Een van de redenen voor kleine (<50 ha) bouseigenaren is dat de houtoogst niet jaarlijks plaatsvindt en discontinu is. Daarnaast blijken kopers op het moment van aanbod niet altijd even geïnteresseerd te zijn b.v. bij een geringe marktvraag naar het aangeboden sortiment, waardoor de bouseigenaar op zoek moet naar een andere koper. Een aantal bouseigenaren verkoopt bewust niet slechts aan één verkoper om meer mogelijkheden te hebben om te onderhandelen over de prijs.

Wanneer bouseigenaren prioriteiten mogen stellen aan een aantal aspecten ten aanzien van de verkoop van hout, zoals het behalen van de hoogst mogelijke prijs, het hebben van een goede relatie met de koper, gemak van organisatie en het volgen van gewoontes en tradities, dan geven ze de prioriteit weer in deze volgorde. Daarbij werd echter aan de zelf toegevoegde aspecten de meeste prioriteit gegeven. Van de zelf toegevoegde aspecten hebben de meeste betrekking op de kwaliteit van het vellingswerk.

Marketing

Gemiddeld genomen vinden de bouseigenaren die hout verkopen de aspecten ten aanzien van marketing (Figuur 10) zoals het vinden van gunstige kopers, het maken van strategische keuzen van ten aanzien van tijdstip van aanbod en de vorming van specifieke partijen belangrijk in deze volgorde. Dit geldt vooral voor bouseigenaren, die streven naar een zeker financieel resultaat uit houtoogst. Het ruim adverteren van het houtaanbod wordt door een beperkte groep verkopers belangrijk gevonden.



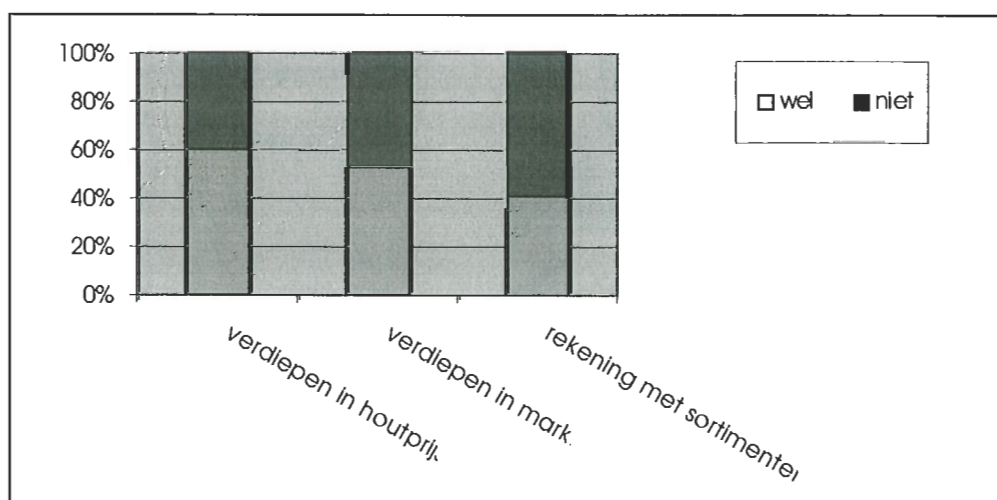
Figuur 10 Belang dat beheerders hechten aan verschillende marketingaspecten

Bouseigenaren, die zich verdiepen in de houtprijzen stellen belang in het volgen van een marktstrategie, in de vorming van specifieke partijen en in het aanbieden van hout op strategische tijdstippen. Bouseigenaren met een bosbouwachtergrond vinden de bovengenoemde marketingaspecten in het algemeen belangrijker dan bouseigenaren zonder bosbouwachtergrond.

Om aan marketing te kunnen doen, moet de bouseigenaar eerst inzicht hebben in zijn houtaanbod (sortimenten), tegen welke waarde (prijsinformatie) hij dit kan verkopen en aan welke koper hij kan verkopen (marktinformatie). Van de bouseigenaren die hout verkopen zegt 41% zich te verdiepen in assortimenten (Figuur 11). Een veel aangedragen reden om zich niet te verdiepen in assortimenten is de lage kwaliteit van het aangeboden hout, dat vaak vrijkomt uit dunningen. Eigenaren geven daarnaast aan dat het beheer toch bepalend is voor het houtaanbod en het daarom niet meer nodig is om je te verdiepen in de assortimenten. Sommige eigenaren geven als argument om geen rekening te houden met assortimenten dat op stam wordt verkocht. Een andere reden is dat assortimenten kan inhouden dat niet alles tegelijk wordt verkocht, en dat dit een extra (tijd)belasting voor de eigenaar inhoudt.

Iets minder dan de helft (45%) van de bouseigenaren die hout verkopen zegt zich te verdiepen in houtprijzen (Figuur 11). De meeste bouseigenaren doen dit via adviseurs (37%), waaronder rentmeesters en medewerkers van de Bosgroepen (hier in de rol van adviseur), gevolgd door organisaties (29%) als Bosgroepen (nu in de rol van intermediair), Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten. 37% van de eigenaren die hout verkopen verdiept zich in prijzen door het lezen van publicaties van o.a. de Bosgroepen en de Federatie Particulier Grondbezit. Slechts een enkeling oriënteert zich door middel van contacten met kopers.

Van de bouseigenaren die hout verkopen zegt iets meer dan de helft (53%) zich te verdiepen in de markt van vraag en aanbod (Figuur 11). Het bosbeheer wordt bij deze eigenaren, vergeleken met eigenaren die zich niet verdiepen in de marktvraag, vaker uitgevoerd door rentmeesters en minder vaak door bosgroepen. Bouseigenaren die hun beheer laten uitvoeren door rentmeesters zien erop toe, dat bij oogst het hout na de verkoop niet door de koper wordt gemeten, maar door een onafhankelijke.



Figuur 11 Mate waarin bosbeheerders rekening houden met houtprijs, markt en assortimenten

Boseigenaren die zich verdiepen in de marktvraag maken gebruik van bronnen als de HOSP (Houtoogststatistiek en prognose oogstbaar hout), de BIS, de Bedrijfsuitkomsten Statistiek van het Landbouw Economisch Instituut (BUS) en de rondhoutprijsoverzichten van de Algemene Vereniging Inlands Hout (25% van hen maakt hiervan gebruik). Het meeste wordt gebruik gemaakt van diverse methoden (60%), waaronder rentmeesters en adviseurs (15%), houthandelaren (15%) en collega bosbouwers (8%). Ook wordt informatie ingewonnen via de Bosgroepen (31%), alhoewel een aantal eigenaren de Bosgroepen meer gebruikt om zich juist niet te hoeven verdiepen in de houtmarkt. Boseigenaren geven als reden om zich niet te verdiepen in vraag en aanbod de discontinuïteit en de geringe kwantiteit van het aanbod. Bovendien zijn sommige bouseigenaren onbekend met, of hebben onvoldoende inzicht in, de markt door het ontbreken van informatie. Anderen, die zich meer verdiept hebben in de markt, vinden de ondoorzichtigheid van de markt voor de particulieren en het sterk fluctueren van houtprijzen, de grote prijsverschillen per regio en het niet recent zijn van de aangeboden informatie een probleem.

3.3 Conclusie en samenvatting

Binnen de particuliere bouseigenaren is globaal een onderscheid te maken naar het houtaanbodgedrag. Onderscheidende factor is het wel of niet nastreven van houtproductie als doelstelling. Boseigenaren die zeggen te streven naar houtproductie vinden aspecten ten aanzien van houtverkoop en marketing belangrijk.

Een grote groep particuliere bouseigenaren streeft geen houtproductie na als hoofddoelstelling. Hun bosbezit is over het algemeen klein, en vaak is het beheer niet vastgelegd in een beheerplan of -visie. Ze hebben hun hoofdberoep voornamelijk buiten de groene sector en weinig van hen zijn lid van een samenwerkingsverband. Belangrijke kenmerken voor het bosbezit zijn behoud van het karakter van het bezit, behoud van eigendom en behoud van natuurwaarden. Houtproductie is ondergeschikt aan het beheer, en een groot aantal van hen verkoop zelfs geen hout. In het algemeen zijn ze weinig geïnteresseerd in het volgen van een verkoop- en marketingstrategie, ze hebben weinig inzicht in de markt, maar informeren zich wel over houtprijzen.

Een kleinere groep bouseigenaren is wel geïnteresseerd in houtproductie, en handelt dienovereenkomstig. Het bosbezit van deze groep is gemiddeld groter dan dat van de andere groep, ze hebben hun hoofdberoep meer in de groene sector en gaan professioneler te werk. Ten aanzien van hun bosbezit vinden ze een financieel resultaat belangrijk en in hun beheer vinden ze aspecten als kwaliteitshout en hoge houtproductie belangrijk. Zij stellen meer dan de andere groep belang in verkoop- en marketingaspecten van het houtaanbod, zoals de vorming van specifieke partijen voor verkoop, het aanbod op strategische tijdstippen, het vinden van een gunstige koper en informatie over prijzen en marktvraag. Ze zijn massaal lid van een samenwerkingsverband en gebruiken deze ook voor informatie.

Er is een duidelijke samenhang tussen de grootte van het bosbezit en het belang dat eigenaren stellen in productie en aanbod van hout. In het volgende hoofdstuk is daarom een verdere verfijning aangebracht in de te onderscheiden groepen van particuliere boseigenaren aan de hand van de bezitsgrootte. Om een zo nauwkeurig mogelijke aansluiting te krijgen met de doelgroep vindt de toetsing met de hypothesen daarom plaats in het volgende hoofdstuk.

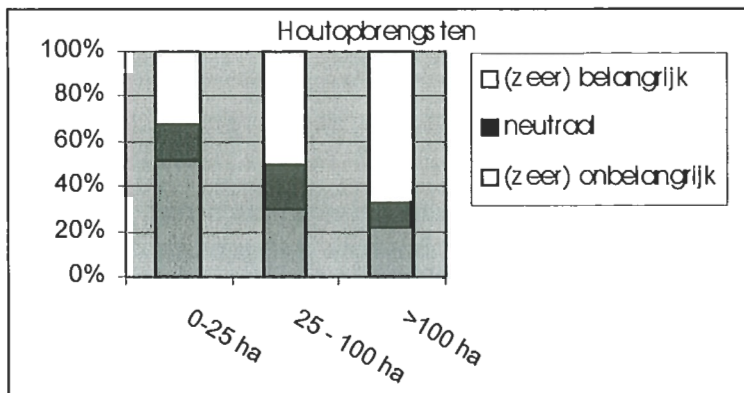
4 Houtaanbodgedrag particuliere boseigenaar naar grootteklasse

4.1 Inleiding

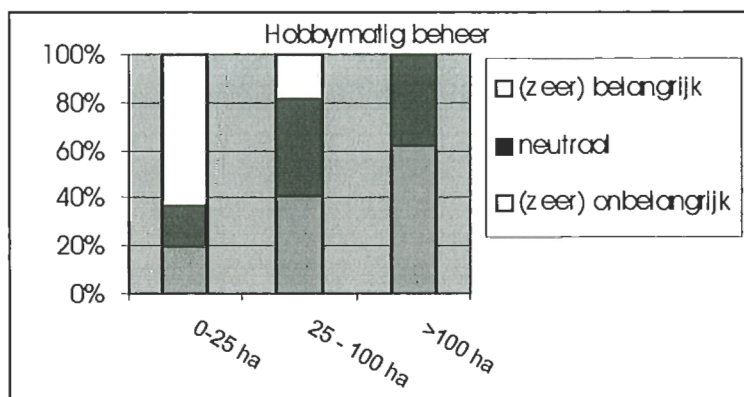
Globaal zijn in dit onderzoek drie categorieën boseigenaren: boseigenaren met een klein bosbezit (categorie A: 5 tot 25 ha.), met een middelgroot bosbezit (categorie B: 25 tot 100 ha.), en met een groot bosbezit (categorie C: >100 ha.). Bij de indeling naar grootte van het bosbezit laat het grootste aantal variabelen een statistisch significant verschil zien. De belangrijkste factoren voor het onderscheiden van de categorieën zijn de hoofddoelstelling houtproductie, de mate van houtoogst en -verkoop en de mate van samenwerking (Tabel 5). Daarnaast treden ten aanzien van een aantal andere factoren significante verschillen op (Figuur 12 tot Figuur 17).

Tabel 5 Verschillen tussen grootteklassen

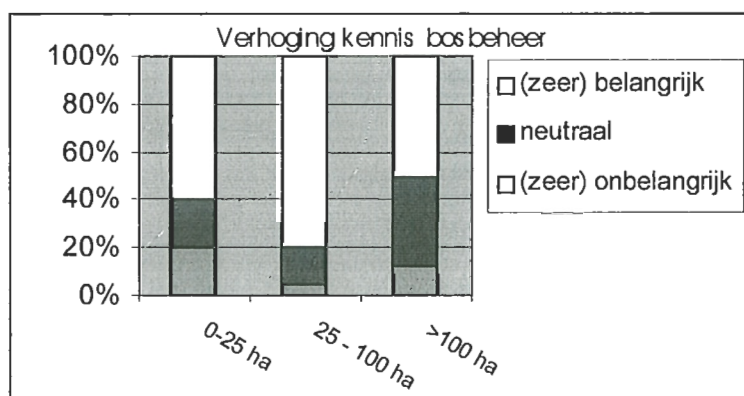
	Categorie A 5-25 ha (%)	Categorie B 26-100 ha (%)	Categorie C > 100 ha (%)
Doelstelling bosbeheer			
Houtproductie	9	30	33
Houtproductie en één andere doelstelling	3	17	22
Multifunctioneel	12	9	22
Andere doelstellingen dan houtproductie	76	43	22
Recreatie	32	4	11
Bosbeheer			
Bosbeheerplan of –visie	39	65	78
Volledig in eigen beheer	70	30	0
In eigen beheer met adviseur	27	35	44
Via de Bosgroepen	3	4	22
Rentmeester	0	30	33
Leeftijd bosbeheerder			
Jonger dan 35 jaar	10	0	0
Tussen 35 en 50 jaar	32	22	22
Ouder dan 50 jaar	58	78	78
Lidmaatschap belangenorganisaties			
Geen lid	39	4	38
Lid van één organisatie	36	61	25
Lid van meerdere organisaties	24	35	38
Lid van de Bosgroepen	36	57	63
Houtoogst			
Geen houtoogst	29	9	0
Volledig door eigen personeel	36	30	0
volledig door bosaannemer	12	35	50
Houtverkoop			
Geen houtverkoop	35	9	11
Aan handelaar	10	42	50
Via Bosgroep	3	10	11
Geen verkoop uit de hand	22	14	11
Marketing			
Behoeftte aan nationale info staande voorraad	4	14	44
Behoeftte aan nationale info over bijgroei	4	27	44
Onderbouwing strategie houtaanbod	9	36	44
Inzicht in de markt	30	71	63



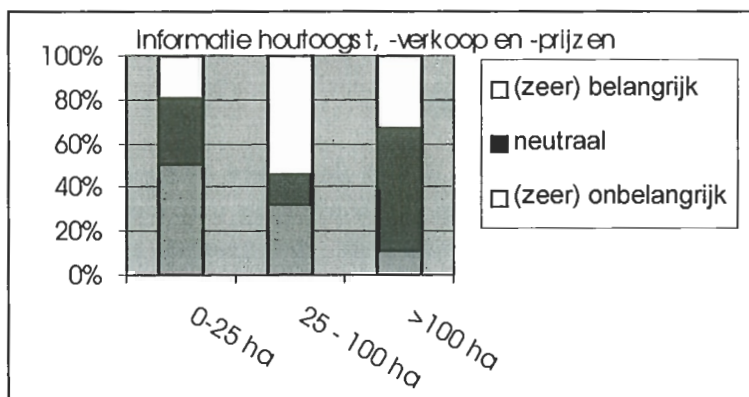
Figuur 12 Het belang van houtopbrengsten naar grootteklasse



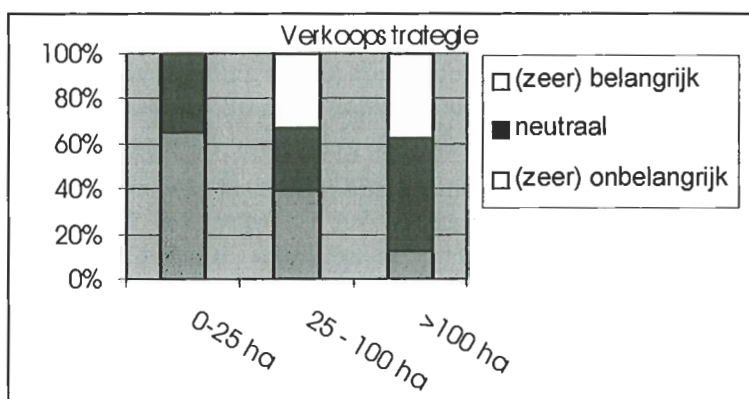
Figuur 13 Het belang van hobbymatig beheer, naar grootteklasse



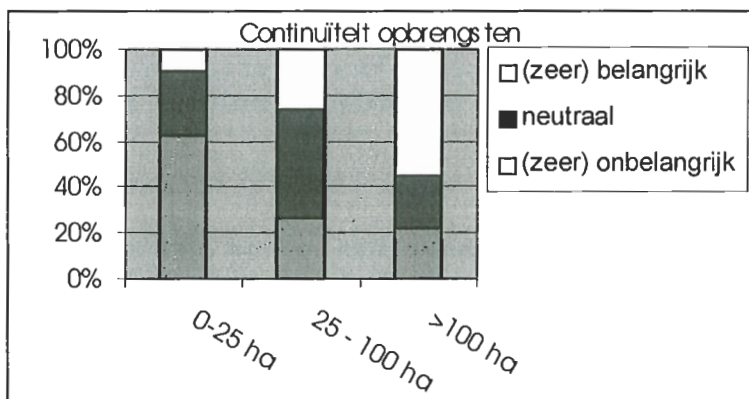
Figuur 14 Het belang van vergroten van kennis, naar grootteklasse



Figuur 15 Het belang van informatie, naar grootteklasse



Figuur 16 Het belang van verkoopstrategie, naar grootteklasse



Figuur 17 Het belang van continuïteit in opbrengsten naar grootteklasse

In paragraaf 4.2 wordt komt het houtaanbodgedrag per grootteklasse aan de orde. In paragraaf 4.3 wordt een koppeling gemaakt tussen de grootteklassen en de hypothesen die in paragraaf 2.4 geformuleerd zijn.

4.2 Indeling naar drie grootteklassen

4.2.1 Categorie A (bezitsgrootte tussen 5 en 25 ha)

Het bosbezit in deze categorie is niet anders verkregen dan in de andere categorieën. De boseigenaar is gemiddeld jonger dan in andere categorieën. Verhoging van kennis over bosbeheer en bosbouw in het algemeen wordt zeer belangrijk tot neutraal geacht, in tegenstelling tot verhoging van kennis en informatie over de houtoogst en -verkoop (dit vindt men niet belangrijk). Categorie A heeft een laag aandeel personen die lid zijn van een samenwerkingsverband. De geringe belangstelling voor houtverkoop zou hiervoor een verklaring kunnen zijn. Categorie A heeft, van de drie onderscheiden categorieën, het laagste aandeel leden dat aangesloten is bij een Bosgroep.

Ten aanzien van de achtergrondfactoren van de boseigenaren in categorie A is de bosgrootte waarschijnlijk de meest bepalende factor voor de keuze om geen houtoogst en -verkoop te plegen. De betrokkenheid bij het bos is even groot als bij andere categorieën, alleen het werken in het bos is minder professioneel. Het verkrijgen van inkomsten uit hout is even belangrijk als bij andere categorieën. Ook eigenaren die geen hout verkopen vinden inkomsten uit hout toch belangrijk. Een mogelijke verklaring hiervoor is, dat het bos nog te jong is voor houtoogst en -verkoop. Bouseigenaren die geen hout verkopen zijn veelal niet lid van een samenwerkingsverband. Wanneer deze bouseigenaren kunnen worden geïnteresseerd voor samenwerking, zou wellicht houtoogst en -verkoop worden gestimuleerd.

Beheer

Bouseigenaren in categorie A streven met het beheer andere doelstellingen na dan houtproductie. De recreatiedoelstelling is de belangrijkste, gevolgd door de natuurdoelstelling. Het gaat in sommige gevallen om een park of landgoed, of een stuk bos bij een instelling waar eigen werkgelegenheid voorop staat. Door de geringe belangstelling voor houtproductie wordt beheer ten aanzien van de productie, zoals het telen van kwaliteitshout, niet belangrijk gevonden.

Houtoogst

Categorie A herbergt de grootste categorie bouseigenaren zonder houtoogst en houtverkoop. Gezien het aandeel eigenaren dat de doelstellingen natuur en/of recreatie heeft, is dit ook niet verwonderlijk. Als wel hout wordt geoogst betreft het vaak onregelmatige dunningen en/of onderhoud eens in vele jaren. De oogst wordt voornamelijk in eigen beheer uitgevoerd (waarschijnlijk door de bouseigenaar zelf). Hij laat zich daarbij ter zijde staan door adviseurs (niet verder gespecificeerd).

Beslissingen ten aanzien van de oogst zijn niet marktgericht, maar meer gericht op de noodzaak tot onderhoud van het bos.

Houtverkoop

Meer dan eenderde van de eigenaren in categorie A verkoopt geen hout. In een aantal gevallen wordt aangegeven, dat wel hout wordt geoogst voor eigen gebruik (o.a. brandhout). Als hout wordt verkocht, is dat meestal aan een bosexploiterende houthandel. In de meeste gevallen is dit niet aan dezelfde koper als bij eerdere verkopen. Een reden

hiervoor kan zijn, dat de houtverkopen zeer onregelmatig zijn. Waarschijnlijk is het in dat geval voor de koper minder interessant om een vaste zakenrelatie op te bouwen dan voor de bouseigenaar.

Omdat verkopers van hout binnen deze categorie vaak geen vaste koper hebben kan het voor deze categorie interessant zijn om via de houtbank, houtwinkel of houtveiling hout te verkopen. Dit wordt door een aantal eigenaren uit deze categorie ook al als overige verkoopwijze genoemd.

Marketing

Bouseigenaren in categorie A geven aan een verkoopstrategie en continuïteit in opbrengsten minder belangrijk te vinden ten opzichte van de andere categorieën. De bouseigenaren verdiepen zich minder (t.o.v. B en C) in de markt en hebben weinig behoefte aan informatie over het houtaanbod, de staande voorraad of de bijgroei. Ze verdiepen zich ongeveer evenveel in sortimenten en houtprijzen als de categorieën B en C.

Bouseigenaren binnen categorie A verdiepen zich niet in marketing. Het geringe houtaanbod met bovendien een geringe continuïteit is hiervoor waarschijnlijk de belangrijkste reden.

4.2.2 Categorie B (bezitsgrootte 26 – 100 ha)

De bouseigenaar in deze categorie is gemiddeld ouder dan in categorie A en qua leeftijd vergelijkbaar met categorie C.

Een wezenlijk verschil van categorie B met de andere categorieën is er ten aanzien van samenwerking. In categorie B zijn bijna alle eigenaren lid van een belangenorganisatie. Een groot deel van de bouseigenaren is bovendien lid van meerdere organisaties. In vergelijking met categorie A zijn veel meer eigenaren lid van een Bosgroep. Wellicht kan hier geconcludeerd worden, dat op dit moment de Bosgroepen het beste aansluiten bij deze categorie bouseigenaren. De grootste verdienste van de Bosgroepen bij deze categorie eigenaren lijkt te bestaan uit het verstrekken van informatie ten aanzien van de houtmarkt. Samenwerking met de Bosgroepen op het gebied van beheer en verkoop wordt in categorie B niet anders gewaardeerd dan in de andere categorieën

Beheer

Categorie B bevindt zich qua doelstelling houtproductie tussen de categorieën A en C en onderscheidt zich van categorie A door een laag aandeel met hoofddoelstelling recreatie. Categorie B onderscheidt zich van categorie C door het hogere aandeel met de doelstelling natuur.

In categorie B is het beheer vaker vastgelegd in een beheersplan of -visie dan in categorie A, maar iets minder dan in categorie C. Ook ten aanzien van het belang van professioneel beheer en hobbymatig werken bevindt categorie B zich in het midden van de andere categorieën.

Houtoogst

In categorie B wordt meer hout geoogst en verkocht dan in categorie A, maar minder dan in categorie C. Ten aanzien van de uitvoering van de houtoogst staat categorie B tussen categorieën A en C. Categorie B maakt meer gebruik van bosaannemers dan categorie A,

maar minder dan categorie C. Daarnaast maakt categorie B iets minder gebruik van eigen personeel dan categorie A, terwijl in categorie C geen hout door eigen personeel wordt geoogst.

Houtverkoop

Het aantal bouseigenaren dat hout verkoopt is in deze categorie beduidend groter dan bij categorie A en ongeveer vergelijkbaar met categorie C. Het percentage eigenaren dat rechtstreeks aan de handelaar verkoopt ligt tussen de andere categorieën in. Ondanks het feit dat deze categorie een hoog aantal eigenaren heeft die lid zijn van een bosgroep is het opmerkelijk dat er niet vaker dan in andere categorieën hout wordt aangeboden via een bosgroep. Kennelijk vinden veel bouseigenaren zelf de weg naar de koper.

Marketing

Bouseigenaren binnen categorie B oriënteren zich beter op de markt dan bouseigenaren binnen de categorieën A en C. De bosgroepen spelen hierbij een voorname rol. Een enkele eigenaar oriënteert zich zelf niet, maar laat het over aan de Bosgroepen. Toch ligt het belang dat bouseigenaren stellen in informatie over houtoogst, -verkoop en prijzen en het volgen van een verkoopstrategie iets lager dan categorie C. Wellicht laten ze dit ook meer over aan de Bosgroepen.

4.2.3 Categorie C (bezitsgrootte > 100 ha)

Categorie C is een vrij heterogene categorie met eigendoms groottes van 100 tot 2.000 ha. Binnen deze categorie valt een klein aantal grote bosbezittingen, die niet op een statistisch verantwoorde manier in een aparte categorie zijn te behandelen. Binnen deze categorie is houtproductie de belangrijkste doelstelling. Een relatief groot aandeel eigenaren heeft een multifunctionele doelstelling. Één eigenaar met een bosbezit van 100 tot 250 ha verkoopt geen hout uit zijn bos en geeft daarvoor als reden dat teveel oogst de recreatieve waarde van zijn bos verminderd. In een kleine populatie heeft een dergelijke uitzondering relatief veel invloed op de eindresultaten. 78% van de eigenaren binnen deze categorie heeft een gemiddelde leeftijd die boven de 50 jaar ligt.

Ongeveer tweederde van de bouseigenaren in deze categorie is lid van een belangenorganisatie. Het gaat hier veelal om het lidmaatschap van een Bosgroep.

Ten opzichte van categorie B is een groot aantal eigenaren van categorie C geen lid van een samenwerkingsverband. Een mogelijke reden hiervoor kan zijn, dat grote bouseigenaren al gebruik maken van diensten van derden zoals adviseurs en rentmeesters, zoals ook bij het beheer en de oogstwijze wordt beschreven. Bovendien kunnen ze door hun, in het algemeen, relatief grote aanbod gemakkelijker direct met de koper gaan onderhandelen. De noodzaak voor een intermediair neemt daardoor af. Bouseigenaren uit deze categorie zijn wel positiever dan eigenaren uit de categorieën A en B over de rol van de Bosgroepen bij de houtverkoop.

Beheer

Bouseigenaren uit categorie C streven meer naar houtproductie dan bouseigenaren uit de categorieën A en B. Voor de meeste bosbezittingen is een beheersplan of -visie opgesteld.

Het beheer is in belangrijke mate gericht op houtproductie, waarbij het telen van kwaliteitshout als een belangrijk tot zeer belangrijk beheer- en terreinaspect wordt beschouwd, naast het gebruik van gelijkjarige opstanden. Het beheer wordt niet meer alleen uitgevoerd, zoals bij de andere twee categorieën, maar wordt uitgevoerd in samenwerking met adviseurs, rentmeesters en andere samenwerkingsverbanden. Professioneel beheer wordt neutraal tot zeer belangrijk gevonden. Het wordt daarmee hoger gewaardeerd dan in de andere twee categorieën.

Houtoogst

Gelijk aan het aandeel eigenaren met een houtproductiedoelstelling is het aandeel van de houtoogst en houtverkoop in deze categorie het hoogst. De houtoogst wordt niet meer volledig uitgevoerd door eigen. Het percentage eigenaren dat gebruik maakt van bosaannemers is in deze categorie hoger dan in de andere categorieën.

Houtverkoop

Een gevolg van het oogsten in eigen regie is, dat het hout meestal als sortiment of langhout wordt aangeboden aan de handelaar (zonder bosexploiterende werkzaamheden). Hierbij gaat het bij de helft van de bouseigenaren om verkoop aan jaarlijks dezelfde handelaar en bij de rest om meerdere kopers via inschrijving of via de bosgroepen.

Marketing

Bouseigenaren uit deze categorie vinden het volgen van een verkoopstrategie belangrijker dan andere eigenaren. Zij zijn, meer dan andere, geïnteresseerd in informatie op nationaal niveau ten aanzien van staande voorraad en bijgroei. In deze categorie zitten relatief veel eigenaren die houtproductie nastreven en daardoor relatief veel belang stellen in allerlei aspecten ten aanzien van het aanbieden van hout. Categorie C zal het meest baat hebben bij meer toegankelijke informatie over de houtmarkt. Zij zijn immers de bouseigenaren die op de hoogte willen zijn van de houtmarkt.

4.3 Houtaanbodgedrag en hypothesen

De particuliere bouseigenaren kunnen aan de hand van de grootte van hun bezit worden ingedeeld in drie categorieën: bouseigenaren met een klein bosbezit (categorie A: 5 tot 25 ha.), bouseigenaren met een middelgroot bosbezit (categorie B: 25 tot 100 ha.), en bouseigenaren met groot bosbezit (categorie C: groter dan 100 ha.). De belangrijkste onderscheidende factoren tussen de categorieën zijn: de hoofddoelstelling houtproductie, de mate van houtoogst en -verkoop en de mate van samenwerking. Bij conclusies over het aanbodgedrag van bouseigenaren moet rekening worden gehouden met de achtergrondkarakteristieken van de verschillende categorieën. De onderzoekshypothesen (hieronder cursief weergegeven) die zijn geformuleerd in paragraaf 2.4 zij daarmee verschillend van toepassing op de onderscheiden categorieën bouseigenaren.

Beheermaatregelen t.a.v. de oogst

Hypothese: *Het bosbeheer t.a.v. het behoud van de landgoedkarakteristieken en natuurwaarden is belangrijker dan beheermaatregelen t.a.v. de houtoogst.*

Deze stelling is waar voor boseigenaren met klein bosbezit (<25 ha.), waarbinnen het grootste aandeel voorkomt van eigenaren zonder houtoogst. Boseigenaren met een groter bosbezit streven meer naar houtproductie en vinden beheermaatregelen in dat kader daarmee belangrijker.

Hypothese: *De eigenaar richt zijn beheer nauwelijks op het voortbrengen van kwaliteitshout.*

Deze stelling geldt alleen voor categorie A. De andere categorieën vinden juist kwaliteitshout een belangrijk aspect binnen hun beheer, belangrijker dan het streven naar een hoge houtproductie.

Uitvoering oogstwerkzaamheden

Hypothese: *Bij oogstwerkzaamheden wordt meer gelet op de noodzaak voor het voeren van goed beheer dan op de houtprijs en marktvraag.*

Een goed beheer van het bos, het behoud van de boskarakteristiek en de controle op uitvoering van het beheer worden in het algemeen inderdaad belangrijker gevonden dan de houtprijs en de marktvraag. Wanneer echter de houtproductie een belangrijke functie is (voor ongeveer de helft van alle eigenaren), worden marktaspecten belangrijker.

Hypothese: *Het volgen van het beheersplan is belangrijker dan het uitvoeren van een verkoopstrategie.*

In het algemeen wordt het volgen van het beheer zoals beschreven in het beheersplan even belangrijk gevonden als verkoopaspecten zoals het tijdstip van velling, rekening houden met een hoge houtprijs en de marktvraag. Deze stelling geldt wel voor een groot aantal eigenaren uit categorie A. Het volgen van een verkoopstrategie wordt belangrijker gevonden naarmate eigenaren meer streven naar houtproductie (categorie C en een gedeelte van B).

Prijsvorming en verkoop

Hypothese: *De boseigenaar gebruikt uit traditie en gewoonte een beperkte koperskring, verkoopt het meeste op stam en gewoontegetrouw onderhands, en laat ook niet economische belangen meespelen in de prijsvorming. Belangrijke overwegingen bij de verkoop zijn:*

- *het gemak binnen de organisatie (planning, continuïteit, flexibiliteit, kennis en kunde, beïnvloeding, etc).*
- *de vermeende onbetrouwbaarheid en ondeskundigheid bij onbekende kopers en bosexploitanten.*

Het meeste hout wordt inderdaad onderhands verkocht, in de helft van de gevallen rechtstreeks aan één koper. Daarnaast wordt veel gebruik gemaakt van onderhandse inschrijving op uitnodiging. De meeste eigenaren bieden het hout aan op stam. Boseigenaren geven weinig prioriteit aan het volgen van gewoontes en tradities bij de verkoop van hout, en vinden het behalen van een zo hoog mogelijke prijs belangrijker dan het onderhouden van een goede relatie met de koper en het gemak van de organisatie.

Hypothese: *Het tijdstip van verkoop is niet gebaseerd op de marktvraag.*

Ongeveer 40% van de eigenaren zegt een gunstig tijdstip voor aanbod belangrijk tot zeer belangrijk te vinden. Dit geldt vooral voor bouseigenaren, die streven naar een zeker financieel resultaat en zich verdiepen in houtprijzen. Ook het hoofdberoep speelt een rol; bouseigenaren met een bosbouwachtergrond vinden de bovengenoemde marketingaspecten belangrijker dan bouseigenaren zonder bosbouwachtergrond. Gemiddeld genomen vinden de bouseigenaren die hout verkopen de aspecten ten aanzien van marketing, zoals het

vinden van gunstige kopers, het maken van strategische keuzen ten aanzien van het tijdstip van aanbod en de vorming van specifieke partijen belangrijk.

Marketing

Hypothese: *De boseigenaar heeft niet de kennis en kunde voor het meten en inschatten van de kwaliteit, kwantiteit en waarde van zijn houtaanbod en vertrouwt daardoor op de schatting van de koper.*

Bewijs voor deze stelling is niet gevonden. De eigenaar meet in het algemeen zelf zijn aanbod of laat die door een onafhankelijke meten. Echter 25 % van de eigenaren laat zijn houtaanbod vóór de verkoop door de koper meten. Het is niet duidelijk of dit hout in een later stadium alsnog door de verkoper wordt nagemeten. Zo'n 35% laat zijn aanbod na de verkoop door de koper meten. Meer dan de helft van de boseigenaren zegt bij verkoop rekening te houden met sortimenten en daarmee met de kwaliteit van het hout. Slechts 18% van de eigenaren sorteert echter zelf.

Hypothese: *Het beperkte inzicht in de markt beperkt de mogelijkheden voor de boseigenaar t.a.v. marketing en verkoop.*

Van de eigenaren die hout verkopen zegt de helft dat ze zich verdiepen in marketing en verkoop (vooral eigenaren binnen categorie B en C). Overige eigenaren die dit niet doen noemen als reden het beperkte inzicht in de markt. Genoemd worden: onbekendheid met, of onvoldoende inzicht in, de markt, ontbreken van informatie, de ondoorzichtige markt voor de particulieren, sterke fluctuaties van houtprijzen, grote prijsverschillen per regio en het niet recent zijn van de informatie.

Achtergrondkarakteristiek van de boseigenaar

Hypothese: *Boseigenaren met een klein bosoppervlak interesseren zich nauwelijks voor houtproductie, maar richten het beheer op behoud van het boskarakteristiek en eigendom en de invulling van andere functies (natuur en landschap, jacht, recreatie).*

Boseigenaren met een bezitsgrootte kleiner dan 25 ha. interesseren zich inderdaad veel minder voor houtproductie dan boseigenaren met een groter bezit. De instandhouding van het eigendom en het beleven van genoegens hieraan spelen een grotere rol dan de houtproductie en het behalen van een zeker financieel resultaat.

Hypothese: *De boseigenaar is niet financieel afhankelijk van houtoogst, maar gebruikt inkomsten uit hout voor het dekken van (een gedeelte van de) kosten voor bosbeheer.*

Weinig boseigenaren oogsten als een aanvulling op inkomsten die ze van buiten het bosbedrijf hebben of als dekking voor (een gedeelte van) de kosten voor het bosbeheer. Beroepsmatige boseigenaren en eigenaren die werkzaam in de groene sector vinden inkomsten uit het bos belangrijker dan eigenaren die niet in de groene sector werkzaam zijn. Een groot deel van de boseigenaren lijkt daarmee niet financieel afhankelijk van inkomsten uit houtoogst.

5 Houtaanbodgedrag niet particuliere boseigenaren

5.1 Inleiding

De niet particuliere boseigenaren die in dit onderzoek zijn bekeken zijn gemeenten, landschaps- en natuurbeschermingsorganisaties en Staatsbosbeheer. In dit onderzoek is er voor gekozen om de niet particuliere boseigenaren minder gedetailleerd te onderzoeken omdat ze naar verwachting als een meer professionele bedrijfsvoering, en daarmee een beter gestructureerd houtaanbod-gedrag, hebben dan de particuliere boseigenaren.

Het houtaanbodgedrag van de niet particuliere boseigenaren is in dit onderzoek geanalyseerd middels 11 interviews (Bijlage 4 Lijst van geïnterviewden)

5.2 Staatsbosbeheer

Bosbeheer

Voor Staatsbosbeheer zijn inkomsten uit hout van groot belang. Na inkomsten uit pacht vormen ze de grootste inkomstenbron (10% van de totale bruto-omzet). Bosbeheer met echter alleen de doelstelling houtproductie komt niet meer voor en voormalige productiebossen worden dan ook omgevormd tot multifunctionele bossen. Natuurvolgend bosbeheer staat bij het Staatsbosbeheer voorop. Houtproductie is mogelijk binnen het multifunctionele bosbeheer, waarin de doelstellingen natuur, recreatie en houtproductie gelijkwaardig aan elkaar zijn. Houtoogst zal daardoor altijd plaatsvinden binnen de randvoorwaarden die recreatie- en natuurfuncties aan het beheer stellen. Het beheer van het bos is volledig losgekoppeld van de houtverkoop.

Oogst

Oogst en verkoop van hout worden aangestuurd op basis van het marketingplan. Landelijk werkt Staatsbosbeheer met een doel voor de jaarlijks te oogsten hoeveelheid hout en enkele "oogstmanagers" regelen centraal de technische (oogst)zaken. Dit wordt vertaald naar taakstellende houtoogsten voor de regio's. De beheerders stellen jaarlijks een calculatie op van de verwachte hoeveelheid te oogsten hout op basis van een, door de directie goedgekeurd, ondernemingsplan. Het uitgangspunt daarbij is de bijgroei. Er wordt daarbij niet gekeken naar de vraag naar hout in de markt. Het beheer, zoals dat bepaald is in de regio's bepaald de wijze waarop geblest wordt, het volume van de oogst en het tijdstip van oogst. Oogstwerkzaamheden worden voornamelijk verricht door ingehuurde aannemers in opdracht van de afdeling dienstverlening van Staatsbosbeheer. Het merendeel van de aannemers wordt op basis van Europese inschrijving geselecteerd. Een ander deel selecteert Staatsbosbeheer enkelvoudig onderhands.

Verkoop en marketing

Het meeste hout van Staatsbosbeheer wordt centraal via verkoopleiders verkocht. De drie verkoopleiders (noord, midden en zuid) betrekken het hout van de boswachterijen. Het overige deel (aanvullende en specifieke partijen) wordt onderhands verkocht aan vaste relaties of via een openbare inschrijving. Globaal genomen wordt $\frac{1}{3}$ deel op stam

aangeboden en $\frac{2}{3}$ deel als sortiment aan verwerkers of als gereed product verder in de keten. De sortimenten worden verkocht aan vaste accounts op contract. Staatsbosbeheer streeft ernaar om ca. 70% van het geoogste hout rechtstreeks als sortiment of langhout aan te bieden aan de eindverwerker. De marketingactiviteiten ondersteunen dit beleid wat belangrijk is voor het “imago” (kwaliteit en professionalisering) van Staatsbosbeheer. Staatsbosbeheer heeft centraal een marketingstrategie vastgesteld voor de houtverkoop waarin doelen zijn geformuleerd. Onderdeel van de marketingstrategie is de FSC-certificering van het bosbeheer en het gebruik van het FSC keurmerk in de markt.

5.3 Gemeenten

Bosbeheer

De geïnterviewde gemeenten hebben een bosbeheerplan opgesteld, al dan niet in overleg met een Bosgroep. De houtproductiefunctie van het bos wordt bij de geïnterviewden gemeenten niet als belangrijk aangemerkt. De recreatiefunctie is de belangrijkste functie die de bossen vervullen, omdat de bossen voor de inwoners van de gemeenten een belangrijke betekenis hebben in de zin van vrijetijdbesteding. Bossen van de gemeenten zijn doorgaans dichtbij de woonkernen gelegen. De natuurfunctie van de bossen is vrijwel nevensgeschikt aan de recreatiefunctie. Inkomsten uit het hout worden niet onbelangrijk gevonden, omdat ze van belang zijn voor het dekken van de kosten voor het bosbeheer.

Oogst

De geïnterviewde gemeenten werken samen met bosgroepen. Blossen, vellingswerk en/of uitslepen wordt in een aantal gevallen uitgevoerd door de gemeente zelf en in andere gevallen uitbesteed. De gemeenten geven aan dat bij het blossen wordt gekeken naar de algehele kwaliteit van de opstand en naar de stamkwaliteit (er wordt vaak gewerkt met toekomstbomen). De kwaliteit van het uit te voeren werk wordt belangrijk geacht. Het uit te voeren werk alleen gegund aan bosexploitanten, die het kunnen uitvoeren conform de eisen van de gemeenten en waarmee goede ervaringen zijn opgebouwd.

Houtverkoop en marketing

De geïnterviewde gemeenten vinden het aandeel van inkomsten uit het hout in de totale bosbedrijfsvoering in het algemeen te laag om actief in te zetten op een verbetering van de houtopbrengsten. Ze oriënteren zich echter wel op de houtmarkt en houtprijzen. Via collegae, bosgroepen, derden en vakbladen stellen ze zich op de hoogte. De meer algemene sortimenten worden vaker zelf verkocht, terwijl voor specifiekere sortimenten een Bosgroep wordt raadpleegt. De verkoop geschiedt vaak onderhands en op inschrijving. De relatie met de koper, die vaak ook de exploitatie uitvoert, wordt belangrijk gevonden. Aan actieve marktverkenning wordt nauwelijks gedaan. Een uitzondering hierop vormt een samenwerkingsverband van enkele gemeenten waarin de promotie van hout wel een belangrijke rol speelt. Binnen dit samenwerkingsverband speelt de FSC-certificering voor duurzaam bosbeheer een belangrijke rol in de marketing, maar voor de meeste gecertificeerde gemeenten is certificering alleen een beleidsinstrument.

5.4 Provinciale Landschappen

Bosbeheer

De provinciale landschappen geven binnen het bosbeheer vooral prioriteit aan de functies natuur, landschapbehoud en recreatie. Houtproductie is weliswaar onderschikt aan deze functies, maar het wordt wel gezien als een bron van inkomsten om (een deel van) de kosten voor het beheer te dekken. Voor vrijwel alle bosbezittingen zijn beheerplannen opgesteld.

Oogst

De meeste provinciale landschappen verkopen het hout op stam (variërend van 60% op stam verkocht tot 100% op stam verkocht bij een ander provinciaal landschap). Het bleswerk wordt veelal zelf uitgevoerd. De houtoogst wordt veelal uitgevoerd door vaste relaties, omdat met name de kwaliteit van het vellingswerk erg belangrijk wordt geacht. De provinciale landschappen hebben goede ervaringen met een gemechaniseerde houtoogst omdat daarmee weinig schade wordt toegebracht aan de bodem en de verjonging. Naast deze voordelen zijn hogere netto houtopbrengsten, een kortere duur van de oogstwerkzaamheden en minder geluidsoverlast ook belangrijke redenen om de houtoogst gemechaniseerd uit te voeren.

Verkoop en marketing

De provinciale landschappen verkopen een deel van het hout zelf en een ander deel via de bosgroepen. Het meten van het hout wordt vaak uitbesteed. Het sortimenteren wordt overgelaten aan de rondhouthandel. De provinciale landschappen hechten veel waarde aan vaste kopers. Goed afgeleverd werk en een tijdige betaling is voor hen belangrijker dan een hoge houtprijs. Veel hout wordt onderhands verkocht, een kleiner deel via onderhandse inschrijving. De Landschappen hanteren hierbij geen (gezamenlijke) marketingstrategie. Een geïnterviewd Landschap houdt zich actief bezig met oogst, verkoop, prijzen en bundeling, terwijl een ander Landschap een actief houtaanbodgedrag niet van belang acht. Deze laatste is van mening dat dit niet rendabel is.

5.5 Natuurmonumenten

Bosbeheer

In de bosgebieden waaraan Natuurmonumenten een multifunctionele doelstelling heeft gegeven is houtproductie toegestaan, mits de natuurfunctie niet wordt aangetast. Er wordt veelal gebruik gemaakt van een uitkapsysteem met groepenkap of individuele uitkap. Het uiteindelijke doel is het verkrijgen van een structuurrijk bos.

Oogst

Natuurmonumenten heeft slechte ervaringen met het uitrijden van langhout. In de praktijk wordt daarbij veel schade aan de blijvende opstand aangericht. Een goede kwaliteit van de oogstwerkzaamheden is belangrijk, maar Natuurmonumenten werkt niet met vaste bosexploatanten. De organisatie bekijkt per situatie of de houtoogst gemechaniseerd mag worden uitgevoerd. Op plaatsen waar veel natuurlijke verjonging voorkomt wordt de oogst handmatig uitgevoerd.

Verkoop en marketing

Het oogstbare hout wordt op stam verkocht. Alle gebleste bomen van de betreffende opstand worden daarbij op stam gemeten. Bomen die dunner zijn dan 20 cm worden opgenomen via streeplijsten. De kopers krijgen vervolgens de verkregen meetlijsten en kunnen dan een bezoek brengen aan de opstand(en). Verkoop geschiedt veelal via onderhandse inschrijving. Het hout gaat voornamelijk naar vaste, reguliere verwerkers. Volgens Natuurmonumenten is uitgebreid sortimenteren niet rendabel en binnen de organisatie is er geen aandacht voor. Er zijn geen vaste contacten met kopers, maar netjes werken en correcte afhandeling van betaling is belangrijk. De relatie is dus belangrijk, maar niet allesbepalend. In het algemeen is er weinig controle op de werkzaamheden. Inzichten in de houtprijs en in de vraag naar hout (sortimenten) komt veelal tot stand via contacten met andere bouseigenaren en de bosgroepen. Relaties met bosgroepen en andere bosbouworganisaties vindt men belangrijk voor de contacten, voor informatie over houtprijzen en andere actuele informatie. Er is nauwelijks aandacht voor een verkenning van de markt voor hout, tenzij het een bijzondere boom of partij hout betreft. Natuurmonumenten voert geen marketingbeleid voor houtverkoop.

5.6 Bosgroepen

Bosbeheer

De meeste leden van bosgroepen voeren een kleinschalig bosbeheer met als belangrijkste doelstellingen natuur, landschap en recreatie. Houtproductie is eveneens een belangrijke functie, maar veelal wel onderschikt aan de andere doelstellingen. De recreatiefunctie van bossen wordt belangrijk gevonden, maar recreatie is vrijwel nooit de hoofddoelstelling omdat de bouseigenaar hieruit weinig directe inkomsten krijgt.

Een gezamenlijk bosbeheer voor de bezittingen van meerdere eigenaren is moeilijk te realiseren. De angst om zeggenschap over het eigen bezit kwijt te raken speelt hierbij een belangrijke rol. Volgens een geïnterviewde blijven veel eigenaren met een klein bosareaal op de achtergrond bij de bosgroepen, zodat met hun bosareaal beheersmatig weinig tot niets gedaan wordt. Het gezamenlijke areaal van deze “kleine” eigenaren kan ten opzichte van alle leden binnen de bosgroepen groot zijn. Veel kleine eigenaren zien ook het nut niet in van bundeling van hun bosbezittingen tot grotere eenheden.

Onder invloed van het subsidiebeleid van de overheid verandert het beheer dat bouseigenaren uitvoeren. De aandacht voor houtproductie neemt daardoor af.

Verkoop en marketing

Voor het bles- en meetwerk raadplegen de bosgroepen vaak derden. Per bosgroep wordt de houtverkoop anders georganiseerd. Het aantal leden, de typering van het bosareaal, de boomsoort, het aantal lokale kopers en de structuur van de lokale bosgroep hebben daar invloed op. Het meeste hout wordt bij de particulieren onderhands verkocht, een enkele keer gebeurt dat op inschrijving. Het hout volgt grotendeels de weg via de rondhouthandel, die met meerdere vaste contacten werkt. Ook wordt rechtstreeks geleverd aan de (eind)verwerker. De (eind)verwerker gaat graag vaste contracten aan met de Bosgroepen.

In 1999 zijn de bosgroepen gestart met het opzetten van een rondhoutbank. Deze rondhoutbank maakt het aanbod aan hout inzichtelijk voor de koper. Al het hout dat in 1999 door de houtbank gepresenteerd werd, was binnen enkele weken verkocht. In het zuiden van het land is men iets terughoudender over de rondhoutbank. Men geeft hiervoor als argument dat de relatie met de koper van het hout erg belangrijk gevonden wordt. Door het hout via de rondhoutbank aan te bieden kan deze relatie gemakkelijk 'verstoord' worden.

De medewerkers van de bosgroepen blijven op de hoogte van actuele houtprijzen door o.a. te informeren bij collega's, te informeren bij andere bosgroepen en door prijsoverzichten bij te houden.

De geïnterviewde personen geven aan dat marketing en verkoopstrategieën bij de individuele boseigenaren nauwelijks zijn ontwikkeld. Het aanbod van hout van individuele eigenaren verloopt vaak ad hoc. Veel boseigenaren laten immers het tijdstip van oogst bepalen door de technische mogelijkheden van het bos. Ervaring en routine zijn daarbij sleutelwoorden. Het financiële plaatje speelt daarbij vaak een geringe rol. De bosgroepen bundelen daarom het hout van de particulieren zoveel mogelijk, zoeken naar nieuwe afzetmarkten en houden zich op de hoogte van de houtprijzen.

5.7 Samenvatting en conclusie

Bosbeheer

De productie van hout staat bij de geïnterviewde organisaties niet voorop. Houtproductie wordt wel belangrijk gevonden als inkomstenbron om (een deel van) de kosten van het beheer te dekken, maar de natuur-, recreatie- en landschapsfunctie vindt men in het algemeen belangrijker dan de houtproductiefunctie. De bosgroepen spelen bij de meeste terreinbeherende organisaties een belangrijke rol in advisering bij het beheer en het verzorgen van de verkoop van hout.

Oogst

Een deel van de exploitatiewerkzaamheden wordt door de terreinbeherende organisaties zelf uitgevoerd. Welke werkzaamheden zelf worden uitgevoerd en de mate waarin dat gebeurt is vaak historisch bepaald (beschikbaarheid van personeel en/of machines etc.). Vaak raadpleegt men een Bosgroep om het traject van oogst tot verkoop af te handelen. Bij grotere organisaties die zelf ook de houtverkoop verzorgen worden de bosgroepen vooral ingeschakeld voor bijzondere partijen hout.

In het algemeen heeft men goede ervaringen met een gemechaniseerde houtoogst.

Verkoop en marketing

Het hout wordt voornamelijk op stam verkocht. Veelal onderhands en een enkele keer via inschrijving op uitnodiging. De relatie met de koper is belangrijk. Verkopers hechten grote waarde aan kopers waarmee in het verleden goede ervaringen zijn opgedaan. Het gaat daarbij om ervaringen met betrekking tot de afgeleverde kwaliteit en een correcte afhandeling van betaling. Verkopers laten zich in het algemeen informeren over de op dat moment geldende houtprijzen. De terreinbeherende organisaties hebben veelal geen vergaande verkoop- of marketingstrategie met betrekking tot oogstbaar hout. Alleen Staatsbosbeheer heeft beleid ontwikkeld voor de verkoop en marketing. De bosgroepen

zijn hier eveneens mee bezig. De oogst vindt bij de overige organisaties over het algemeen ad hoc plaats op basis van de technische mogelijkheden van het bos zonder dat daarbij de (markt)vraag betrokken wordt. Een enkele geïnterviewde geeft te kennen dat bij het bleswerk de houtkwaliteit wordt meegenomen en dat actief wordt gezocht naar nieuwe kopers voor het aanbod aan hout.

Het is moeilijk om conclusies te trekken uit enkele interviews. De niet particuliere boseigenaren komen, met uitzondering van Staatsbosbeheer, voor wat betreft de gestelde hypothesen het meest overeen met de categorieën B (gemeenten) en C (landschappen en natuurmonumenten) van de particuliere boseigenaren (zie paragraaf 4.3). Belangrijke kenmerken zijn: de houtoogst is ondergeschikt aan het beheer en behoud van de boskarakteristiek, het belang van kwaliteit bij de velling van hout en een geringe belangstelling voor een verkoopstrategie en marketingactiviteiten. Staatsbosbeheer en de bosgroepen zijn actief in het ontwikkelen van strategieën voor de verkoop van hout.

6 Houtaanbodgedrag gezien vanuit de vraagzijde

6.1 Inleiding

Factoren, die van invloed zijn op het aanbodgedrag van boseigenaren, komen niet alleen voort uit het bosbeheer en de bosbedrijfsvoering. Diverse interacties op de markt tussen vraag en aanbod spelen daarbij een belangrijke rol. De vraagzijde neemt diverse activiteiten in het traject van houtoogst tot verkoop voor haar rekening, die door de aanbodzijde in meer of mindere mate zijn afgestoten. Deze interacties, zowel op economisch als op fysiek gebied, worden in dit onderzoek belicht door middel van enkele interviews met bedrijven en organisaties uit de vraagzijde. Onder de vraagzijde wordt de directe marktpartner van de boseigenaar bij zijn houtaanbod verstaan. Dit is vaak de (boseexploiterende) rondhouthandel, maar kan ook de verwerkende industrie, of soms direct de consument, zijn.

Dit hoofdstuk is gebaseerd op 5 interviews (Bijlage xx) met bedrijven en organisaties uit diverse schakels van de houtketen (boseexploitatie, rondhouthandelaren, rondhoutverwerking en belangenbehartiging), die tezamen een zo volledig mogelijk beeld van de vraagzijde dienen te geven. Dit hoofdstuk geeft expliciet hun mening weer. Verder onderzoek naar de rol van de vraagzijde in de houtketen valt buiten het kader van dit onderzoek.

6.2 De houtketen

Rondhouthandelaren vormen veelal de schakel tussen de boseigenaar en de verwerkende industrie. Deze industrie opereert in een internationale houtmarkt, waar internationale grondstofprijzen gelden voor hout, halfproducten zoals zaaghout en pulp of vervangende halfproducten zoals gerecycled papier. De verwerkende industrie maakt in dit licht afspraken met de rondhouthandel ten aanzien van prijs, kwantiteit, kwaliteit en tijdstip van levering en betaling. De rondhouthandel geeft aan ingeklemd te zitten tussen de leveringsprijzen bij de verwerkende industrie en de aankooprijzen van inlands hout bij de boseigenaar, waardoor de marges voor hen marginaal zijn en voortdurend onder druk staan.

Volgens de geïnterviewden zijn de rondhouthandel en bosexploitatiebedrijven continu bezig om de marges op een acceptabel niveau te houden door aan de ene kant te mechaniseren en exploitatiemethoden te verbeteren, en aan de andere kant samen te werken en te diversifiëren. Het maximale zaagrendement is reeds bereikt, zodat de winst uit modernisering, efficiëntie in oogst en transport en nevenactiviteiten moet worden gehaald. De rondhouthandel en bosexploitatie-bedrijven houden zich dan ook niet meer strikt vast aan hun specialisatie.

De vraagzijde vindt in het algemeen het houtaanbod zeer verscheiden en niet continue van aard door versnippering en kleinschaligheid van het bosbezit. Samenwerking binnen de houtsector is volgens hen een mogelijkheid voor een optimalisering van de houtstromen.

Binnen de houtsector vindt zowel horizontale (met dezelfde schakels) als verticale (integratie van verschillende schakels in de keten) samenwerking plaats. Vaak is samenwerking mondeling afgesproken op basis van vertrouwen. Het komt niet veel voor dat samenwerkingsrelaties in contractvorm zijn vastgelegd.

De houtverwerkende industrie in Nederland heeft volgens de geïnterviewden steeds meer last van concurrentie uit het buitenland. Dit is vooral merkbaar bij de standaardproducten (maatvoering). Zij kan tot nu toe deze concurrentie het hoofd bieden, door zich te specialiseren in afwijkende maten, door het leveren van goede kwaliteiten (goede verwerking, maatvoering) en door te leveren op korte termijn ('just in time'). De toelevering van inlands hout aan de verwerkende industrie moet daardoor steeds meer voldoen aan bepaalde eisen om in de markt te kunnen blijven. Continuïteit in toelevering, spreiding in toelevering en snelle levering zijn daarbij belangrijk. Als de markt van het inlandse hout hierin slaagt, dan wordt het nadeel (dat het relatief duur is ten opzichte van hout uit import) overwonnen, volgens een geïnterviewde. Elke beperking in de houtstroom van inlands hout bevordert echter een vervanging door geïmporteerd hout. Nederland is op dit moment voor zo'n 80% zelfvoorzienend ten aanzien van de behoefte aan rondhout. Ten aanzien van de behoefte aan alle houtproducten is Nederland voor ongeveer 7% zelfvoorzienend (CBS, SBH, 1999).

De vraagzijde meent dat de rol van de rondhouthandel voornamelijk het verzorgen van een optimale toelevering van rondhout aan de houtverwerkende industrie is. Zij gaat daarbij uit van de bestaande karakteristiek van het Nederlandse bos en een situatie met een versnipperd bosbezit en veelzijdige partijen hout. Het is de taak van de rondhouthandel om dit houtaanbod te optimaliseren ten aanzien van kwaliteit en kwantiteit. De geïnterviewden geven aan dat de kwaliteit van het hout geen beperkende factor is voor afzet, omdat voor elke kwaliteit een geschikte markt te vinden is. Lage kwaliteit inlands hout wordt, vergeleken met het buitenland, veel voor hoogwaardige toepassingen gebruikt zoals voor palen en waterbouwhout. Bovendien kan het hout door moderne technieken, zoals lamineren en vingerlassen, opgewaardeerd worden tot kwalitatief hoogwaardige producten. Volgens de geïnterviewden kan de boscigenaar zijn winst vergroten door een groter aandeel hoogwaardiger hout te leveren.

Een andere rol van de rondhouthandel, zo vond de vraagzijde, is het genereren van een continue houtstroom, die snel geleverd kan worden wanneer de verwerkende industrie tekorten heeft bij de import van hout. Belangrijk hiervoor is het kunnen oogsten over een zo lang mogelijke periode, en het aanhouden van grote voorraden voor snelle levering op gewenste tijden. Deze voorraden bestaan uit hout op stam, zodat bij wisselende marktvragen de stammen op dat moment optimaal kunnen worden uitgeponnd. Om aan deze snelle levering te kunnen voldoen werkt de rondhouthandel veel met vaste netwerken van houtaanbieders. Aankopen via inschrijvingen zijn minder interessant voor de continuïteit, maar kunnen incidenteel (bij schommelingen in de markt) wel interessant zijn.

6.3 Houtaanbod

Tijdens de interviews werd aangegeven dat de rondhouthandelaren voldoende inzicht hebben in het houtaanbod. Veel bedrijven werken met vaste contacten met boseigenaren en zijn van het aanbod van hun 'klanten' op de hoogte. Tijdens de uitvoering van oogstwerkzaamheden krijgen ze inzicht in het potentiële aanbod aan hout.

De rondhouthandel koop voornamelijk aan via onderhandse aankoop van een vaste relatie. De boseigenaar verkoopt echter steeds meer op inschrijving. Wanneer onderhandse verkoop meer wordt vervangen door inschrijvingen, kan dit voor de handelaar problemen opleveren ten aanzien van de continuïteit van aanvoer. Voor de eigenaar is verkoop op inschrijving goed voor de oriëntatie op de markt en het verkrijgen van de hoogste prijs op dat moment.

Volgens de vraagzijde schat de boseigenaar de waarde van het hout vaak te hoog in omdat hij een emotionele binding met het bos heeft. Hij zou geen inzicht in de te maken kosten binnen de keten van houtverwerking hebben, en denkt dat hij onderbedeeld wordt. Door te informeren bij collegae krijgt hij, volgens de vraagzijde, eveneens een verkeerd beeld van prijzen, omdat niet altijd rekening wordt gehouden met de verschillen in situaties die bepalend zijn voor de houtprijs (houtkwaliteit, oogstcondities en leveringscondities). De boseigenaren zijn zich volgens de vraagzijde nauwelijks bewust van de aan de exploitatie gekoppelde kosten.

De geïnterviewden geven te kennen dat de boseigenaar veelal de oogst en verkoop laat afhangen van de technische mogelijkheden van het bos. Hij kijkt daarbij niet naar de markt. Het tijdstip waarmee het hout op de markt wordt gebracht is voor de houtsector belangrijk. De handelaar ziet graag tussen aanbod op stam en tijdstip van ruiming minimaal een periode van 1 jaar. Dan bestaat de mogelijkheid om de partij maximaal uit te ponden zodat een hogere verkoopprijs voor de boseigenaar realiseerbaar is. Een staande houtvoorraad aanhouden waarborgt tevens de continuïteit in de toelevering voor de handelaar. Beperkingen ten aanzien van de periode waarin geveld mag worden kunnen problemen veroorzaken met betrekking tot de continuïteit van toelevering aan grote verwerkers. Dit kan ongunstig zijn voor de prijzen die op stam worden geboden.

Als de handel contracten aangaat met de verwerkende industrie is het mogelijk om de risicofactor in de kostprijsberekening laag te houden. De aankoopprijs bij de boseigenaar kan hierdoor hoger komen te liggen.

De boseigenaar kan, volgens de geïnterviewden, met een goede verkoopstrategie meer halen uit zijn houtaanbod. Als hij met zijn aanbod beter aansluit op de marktvraag en het bedrijfsmatig werken van de houthandel, kan hij hogere prijzen genereren. Een gewaarborgde continuïteit van houtaanbod, een ruime periode voor ruiming (minstens 1 jaar), enige flexibiliteit in het aanbod (aanpassing aan de vraag bij tekorten op de markt), een betrouwbare meting en een korte lijn in contacten dragen bij aan een goed aanbodgedrag. De boseigenaar kan zijn houtverkoop optimaliseren door zijn hout niet in de bulkstroom te laten meegaan, maar door in te spelen op tijdelijke tekorten in de markt met al van tevoren gebleste opstanden als direct aanspreekbare reserves. Kopers zijn dan eerder bereid een goede prijs voor het hout te bieden, afwijkende maten en houtsoorten af te nemen en netjes te vellen. Boseigenaren met een groot bosbezit zouden zich om dit te

bereiken moeten verdiepen in bleszen, meten, sortimenteren, houtprijzen en de vraag naar sortimenten.

De vraagzijde ziet positieve maar ook negatieve aspecten ten aanzien van de rol van de bosgroepen als aanbieder van hout. De Bosgroepen nemen actief deel binnen de houtsector door het aanbod te bundelen en deze vervolgens op de markt aan te bieden. Echter, bij het bundelen van grotere partijen betreft het een activiteit die geen toegevoegde waarde heeft t.o.v. de gangbare praktijk. Verkoop van aanbod via de bosgroepen dat toch al zijn weg vindt in de markt heeft volgens de vraagzijde een versturende werking op de markt van vraag en aanbod en wordt daarom niet nuttig geacht. Bovendien wordt door een toenemend gebruik van verkoop op inschrijving de huidige aanbodstructuur van een vaste relatie tussen boscigenaar en houthandel, die voor beide nuttig is, verstoord. Elke erkende handelaar kan zich immers inschrijven en de koop wordt gegund aan de hoogste bidder.

De vraagzijde ziet wel een grote toegevoegde waarde van de bosgroepen wanneer bundeling plaatsvindt van kleine partijen van boscigenaren, die voor de handel moeilijk bereikbaar zijn. Verkoop via raamcontracten is interessant voor de houthandel, maar voor de bosgroepen brengt dit risico's met zich mee: levering is bij grote contracten (veel m³) soms moeilijk te waarborgen doordat de bosgroepen afhankelijk zijn van de toelevering van hun leden. Doordat de vraag het aanbod van hout continue overtreft, is verkoop op inschrijving vrijwel altijd succesvoller en risicolozer dan verkoop op raamcontract. Aanbod van hout via de bosgroepen levert volgens de vraagzijde vooral op de korte termijn prijsvoordeel op voor de boscigenaar. Men betwijfelt of dit prijsvoordeel er ook op de langere termijn nog is omdat niet meer gewerkt kan worden met afspraken tussen boscigenaar en de vraagzijde, die op lange termijn tot wederzijds voordeel leiden (b.v. ten aanzien van continuïteit van levering, sortimenten, voorraad, etc.).

6.4 Bosexploitatie en beheer

De vraagzijde heeft in zekere mate te maken met het door de boscigenaar gevoerde beheer. Ze is afhankelijk van de bossituatie bij uitvoering van werkzaamheden zoals het vellen en uitslepen. Daarbij kunnen bepaalde door de boscigenaar gecreëerde condities (bijvoorbeeld natuurlijke verjonging) een grote rol spelen. Ontwikkelingen in het bosbeheer op de lange termijn zijn daarmee belangrijke gegevens voor de continuïteit van de bedrijfsvoering van de rondhouthandel en bosexploitatiebedrijven.

De ontwikkelingen op het gebied van kleinschalig bosbeheer baren de vraagzijde zorgen. Op dit moment is het aanbod van kwalitatief goed hout voldoende, maar dit is, volgens de vraagzijde, het gevolg van omvormingsbeheer. Waardevolle boomsoorten voor de industrie worden vrijwel niet meer aangeplant, waardoor in het Nederlandse bos een verschuiving plaatsvindt van naald- naar loofbomen. Naaldhout is echter, economisch gezien, voor de industrie veel interessanter omdat het veelzijdiger kan worden afgezet.

De oogstkosten nemen volgens de vraagzijde toe bij het toepassen van een meer kleinschalig bosbeheer door een toename van de natuurlijke verjonging, een toename van het percentage loofhout en meer mengingen. Op dit moment is het aandeel natuurlijke

verjonging nog klein, waardoor gemechaniseerde oogst goed kan plaatsvinden. Op den duur zal de natuurlijke verjonging de gemechaniseerde oogst (bij de huidige stand van de techniek) naar verwachting zeer moeilijk maken. De exploitatiekosten kunnen laag worden gehouden door het mechaniseren van de oogst en door grote hoeveelheden rondhout tegelijk te transporteren.

De geïnterviewden geven aan dat de kosten voor de boseigenaar en exploitant kunnen worden verlaagd door het bessen en oogsten uit te laten voeren door de vraagzijde. In enkele gevallen dunnen de rondhouthandelaren al op eigen inzicht. De volumes worden in die gevallen gemeten bij de uitlossing. Het dunnen op eigen inzicht door de rondhouthandel is alleen mogelijk bij een goede relatie met wederzijds vertrouwen tussen aanbieder en koper en bij inzet van deskundig personeel.

De geïnterviewden vinden, dat malafide praktijken in de bosexploitatie steeds minder voor komen. In het verleden werden door malafide bedrijven nogal eens hoge aankooprijzen geboden, maar ondervond de boseigenaar nadeel door schades in het bos bij de oogst of door een slechte financiële afwikkeling. Door samenwerking en schaalvergroting van betrouwbare bedrijven zijn deze bedrijven steeds vaker failliet gegaan. Boseigenaren voeren echter steeds minder controle uit op de uitgevoerde werkzaamheden waardoor sommige malafide bedrijven nog steeds kunnen overleven. Bovendien kijken boseigenaren, vooral grotere organisaties, volgens de vraagzijde steeds meer alleen naar de verkoopprijs van het houtaanbod, waarbij de kwaliteit van de velling buiten beschouwing wordt gehouden (uit dit onderzoek blijkt dat particuliere boseigenaren en terreinbeherende organisaties juist wel belang stellen in kwaliteit van houtoogst). De kwaliteit van de houtoogst is voor de bosexploiterende bedrijven een wezenlijk onderdeel van de prijsvorming. Boseigenaren letten er ook niet altijd op of de bosexploiterende bedrijven erkend zijn door de erkenningsregeling Erkend Bosbedrijf. Deze Erkenningsregeling heeft al veel verbetering gebracht, maar verschillen in kwaliteit tussen bedrijven onderling zijn nog altijd aanwezig.

6.5 Samenvatting en conclusie

De rondhouthandel vervult de rol van intermediair tussen aanbod en verwerking van rondhout. Hij neemt risico, financiert, voert vaak oogst en transport uit en brengt adviezen uit over het bosbeheer. Vaak werken de handelaren met een vast netwerk van aanbieders en afnemers, waardoor zekerheid, spreiding en continuïteit in aanvoer wordt gerealiseerd. De vraagzijde geeft aan onder de druk van kleine marges, een grote verscheidenheid in het aanbod, een beperkte continuïteit van het aanbod en een versnipperd en kleinschalig bosbezit samen te (moeten) werken binnen de vraagzijde.

Door een toenemende concurrentie uit het buitenland is de markt van inlands hout verschoven naar een markt gespecialiseerd in afwijkende maten. Het leveren van goede kwaliteit en het leveren op een korte termijn is in deze markt belangrijk. Wanneer de boseigenaar hierop inspeelt, kan hij zijn opbrengsten uit hout optimaliseren. Het aanbodgedrag van de boseigenaar is volgens de vraagzijde te verbeteren door een verhoging van de flexibiliteit in aanbod en het waarborgen van continuïteit in aanbod door:

- een ruime periode van ruiming toe te staan (minimaal 1 jaar) voor het aanhouden van voorraden op stam, en geen beperkingen op te leggen in het tijdstip van velling.
- het uitvoeren van betrouwbare metingen;
- in te spelen op marktschommelingen door zich te verdiepen in vraag naar sortimenten en houtprijzen;
- het hanteren van korte lijnen in contacten en het onderhouden van vaste netwerken met afnemers.

Daarnaast kunnen de kosten van bosexploitatie verlaagd worden door de rondhouthandelaar te laten dunnen op eigen inzicht, mits dit deskundig gebeurt en in goed vertrouwen. Bosgroepen kunnen een goede bijdrage leveren in verbetering van de aanbodstructuur door bundeling van kleine partijen.

7 Conclusies, oplossingsrichtingen en aanbevelingen

7.1 Conclusies ten aanzien van de gestelde hypothesen

Het houtaanbod van boseigenaren is in dit onderzoek uitgesplitst in een aantal deelactiviteiten. Aan de hand van deze deelactiviteiten zijn hypothesen over het houtaanbodgedrag van boseigenaren opgesteld. Deze hypothesen hebben de basis gevormd voor een enquête die is uitgevoerd onder particuliere boseigenaren en een aantal interviews die zijn gehouden met een aantal niet-particuliere boseigenaren. De onderscheiden deelactiviteiten zijn:

- Beheersmaatregelen ten aanzien van de oogst
- Uitvoering van oogstwerkzaamheden
- Prijsvorming en verkoop
- Marketing

De achtergrondkarakteristiek van de boseigenaar speelt eveneens een belangrijke rol in het aanbodgedrag van de eigenaar. Daarom zijn ten aanzien van de achtergrondkarakteristieken ook een aantal hypothesen opgesteld. De particuliere boseigenaren zijn ingedeeld in drie categorieën: boseigenaren met een klein bosbezit (categorie A: 5-25 ha), boseigenaren met een middelgroot bosbezit (categorie B: 25-100 ha) en boseigenaren met een groot bosbezit (categorie C: groter dan 100 ha).

Ten aanzien van de hypothesen, die zijn geformuleerd in dit onderzoek, is gebleken, dat deze niet zonder meer kunnen worden getoetst aan de situatie bij alle boseigenaren. Een aantal hypothesen blijken vooral van toepassing op de groep kleine boseigenaren (bezitsgrootte 5-25ha).

Ten aanzien van de onderscheiden deelactiviteiten, de achtergrondkarakteristiek van de boseigenaar en de geformuleerde hypothesen kan het volgende worden gesteld:

Achtergrondkarakteristieken

Het geringe belang van de houtproductie en van inkomsten uit hout voor de particuliere boseigenaar vormt het belangrijkste knelpunt dat voortkomt uit de gestelde hypothesen ten aanzien van de achtergrondkarakteristieken:

- Slechts 31% van de boseigenaren geeft houtproductie op als hoofddoelstelling. De meerderheid (vooral eigenaren binnen categorie A) geeft andere doelstellingen op hoofddoelstelling voor het bosbezit. Deze boseigenaren hebben tevens het beheer minder vaak vastgelegd in een beheersplan of -visie dan eigenaren, die wel houtproductie als hoofddoelstelling hebben.
- Houtproductie en het behalen van een zeker financieel resultaat wordt door minder boseigenaren (ongeveer 50%) belangrijk gevonden dan de instandhouding van het bosbezit en de persoonlijke beleving van het bezit (80% - 90% van de boseigenaren).
- Een meerderheid van boseigenaren buiten de groene sector vindt financieel resultaat neutraal tot zeer onbelangrijk. De meeste beroepsmatige boseigenaren en eigenaren uit de groene sector (totaal 31%) vinden inkomsten uit hout belangrijk tot zeer belangrijk.

- Minder dan de helft van de particuliere boseigenaren is lid van een bosgroep (vooral eigenaren uit categorie B zijn lid). Leden van de bosgroepen hechten meer belang in houtverkoop en houtproductie als doelstelling. Ze vinden bovendien, dat de bosgroep een positieve rol speelt bij de verkoop van hout uit hun bosbezit.

Beheersmaatregelen ten aanzien van de oogst

Meer dan de helft van de boseigenaren (vooral in categorie A) hecht weinig belang aan houtproductie binnen het beheer van hun bossen en bij het nastreven van terreinkenmerken in hun bossen:

- Een bosbeheer gericht op het behoud van de landgoedkarakteristiek en natuurwaarden is voor boseigenaren uit categorie A belangrijker dan het uitvoeren van beheersmaatregelen gericht op de houtoogst.
- De eigenaar uit categorie A richt zijn beheer nauwelijks op het voortbrengen van kwaliteitshout.

Uitvoering van oogstwerkzaamheden

De meeste boseigenaren oogsten hout vanuit het oogpunt van een goed beheer van hun bossen en het behoud van de karakteristiek van hun bossen:

- 18% van de particuliere boseigenaren oogst geen hout uit zijn bosbezit (voornamelijk eigenaren uit categorie A). 29% van de eigenaren oogst minder dan de bijgroei, 8% meer en 22% van de eigenaren weet niet precies of meer of minder dan de bijgroei wordt geoogst.
- Het volgen van het beheersplan is voor boseigenaren uit categorie A belangrijker dan het uitvoeren van een verkoopstrategie.
- Het behalen van de hoogste prijs voor het hout wordt door minder eigenaren (70%) belangrijk gevonden dan andere aspecten ten aanzien van de oogst zoals beheersaspecten, de kwaliteit van het vellingwerk en de controle op het vellingswerk (80-90%).
- De meest gebruikte wijze van houtoogst is de verkoop op stam. De gehanteerde verkoopwijze blijkt gerelateerd te zijn aan het belang wat eigenaren hechten aan het gemak van organisatie bij de houtverkoop.
- Boseigenaren, die de houtoogst met eigen personeel uitvoeren stellen veel belang in het instandhouden van het karakter van hun bosbezit, terwijl aan de andere kant boseigenaren die aannemers inhuren voor uitvoering van de houtoogst weinig belang hechten aan het behoud van natuurwaarden in hun bosbezit.

Prijsvorming en verkoop

Ongeveer 60% van de particuliere boseigenaren houdt weinig rekening met het optimaliseren van aspecten rond de prijsvorming en verkoop.

- Ongeveer 23% van de eigenaren verkoopt geen hout uit het bos (voornamelijk eigenaren vallend in categorie A).
- Verkoopaspecten zoals houtprijs, marktvraag, continuïteit in opbrengsten en het voeren van een verkoopstrategie worden veel minder belangrijk gevonden dan diverse andere aspecten ten aanzien van de oogst en beheer zoals behoud boskarakteristiek en natuurwaarde, kwaliteit van en controle op vellingwerk

- Alleen bouseigenaren die (bewust) streven naar houtproductie vinden het volgen van een verkoopstrategie belangrijk (voornamelijk eigenaren uit categorie C en een gedeelte uit categorie B).
- De onderhandse verkoop rechtstreeks aan één koper is de meest gehanteerde verkoopwijze. De op een na belangrijkste verkoopwijze is de onderhandse inschrijving op uitnodiging. De helft van de bouseigenaren die hout verkopen zegt dit te doen met een koper, met wie een vaste relatie is opgebouwd.

Marketing

In het algemeen wordt weinig belang gehecht aan de marketing van het houtaanbod:

- Van de particuliere bouseigenaren die hout verkopen zegt 41% (32% van alle particuliere eigenaren) zich te verdiepen in sortimenten.
- Iets minder dan de helft van de bouseigenaren die hout verkopen (45%, 35% van alle bouseigenaren) zegt zich te verdiepen in houtprijzen.
- Iets meer dan de helft van de bouseigenaren die hout verkopen (53%, 41% van alle particuliere eigenaren) zegt zich te verdiepen in de markt van vraag en aanbod (vooral eigenaren uit de categorieën B en C).
- Marketing aspecten zoals het vinden van een gunstig tijdstip voor het aanbieden van hout, de vorming van specifieke partijen en het adverteren van het houtaanbod worden door weinig particuliere bouseigenaren belangrijk gevonden.
- Bouseigenaren die hout verkopen en zich bij verkoop niet verdiepen in de markt doen dit omdat ze een beperkt inzicht hebben in die markt. Als redenen hiervoor worden genoemd: onbekendheid met de markt, het ontbreken van (markt)informatie, de ondoorzichtigheid van de markt voor de particulieren, het sterk fluctueren van houtprijzen, de grote prijsverschillen per regio en het niet recent zijn van de informatie.

7.2 Conclusies en oplossingsrichtingen ten aanzien van de achtergrondkarakteristiek van de bouseigenaar

Conclusies

Het blijkt dat vele (kleinere) particuliere bouseigenaren enerzijds geen grote interesse hebben in een optimale houtproductiefunctie van hun bosbezit en anderzijds dat hun betrokkenheid bij het bosbezit veelal beperkt blijft tot "hobbymatige" activiteiten. Dit gegeven wordt waarschijnlijk mede veroorzaakt doordat een groot deel van de kleinere particuliere bouseigenaren hun bosbezit via vererving hebben verkregen en/of hebben verworven met andere prioritaire doelstellingen dan houtproductie (behoud en instandhouding, natuur- en recreatiedoelstellingen). Het feit dat veel bouseigenaren niet bosbouwkundig geschoold zijn, hun hoofdberoep niet vervullen in de bosbouwsector en relatief weinig tijd besteden aan hun bosbezit, is hier waarschijnlijk mede debet aan, evenals het feit dat financiële inkomsten uit het bosbezit veelal geen substantieel karakter dragen in het levensonderhoud van de eigenaar.

Het blijkt dat naarmate de oppervlakte van het bosbezit toeneemt, het "professionalisme" waarmee het beheer van het bosbezit wordt gevoerd, groter wordt en dat het belang van inkomsten uit het bosbezit eveneens stijgt met het toenemen van de oppervlakte. De

grotere bouseigenaren (particulieren en publiekrechtelijke organisaties) zijn, zoals uit analyse van de gegevens blijkt, beter ingesteld op een "bedrijfsmatige" benadering van hun bosbezit dan kleinere bouseigenaren. Met name natuurbeschermingsorganisaties en overheden (incl. Staatsbosbeheer) hebben veelal voldoende bosbouwkundige expertise in huis en/of huren voldoende expertise in op diverse deelaspecten. Het belang van houtproductie wordt echter geringer, omdat steeds meer belang wordt gehecht aan andere functies zoals recreatie en natuurontwikkeling. Ook de inkomsten uit hout worden ten opzichte van andere inkomsten uit het bos of inkomsten van buiten het bos steeds minder belangrijk.

Oplossingsrichtingen

Bij het zoeken naar oplossingsrichtingen dient rekening gehouden te worden met de verschillen in achtergrondkarakteristieken van de bouseigenaren. Voor kleine eigenaren (bezitsgrootte $5 < 25$ ha.) zal in eerste instantie een bewustwordings-proces op gang moeten worden gebracht van de mogelijkheden van het verkrijgen van inkomsten uit de verkoop van hout. Voorlichting gericht op een meer bedrijfsmatige benadering van het bosbedrijf kan leiden tot een meer optimale exploitatie van het bosbezit.

Oplossingen voor de geconstateerde knelpunten bij kleinere bouseigenaren zijn, gezien de structuur van deze bosbedrijven (zeer geringe grootte, grote versnippering van het particuliere bosbezit) en de achtergronden van de bouseigenaren, moeizaam te bewerkstelligen. De geringe motivatie voor en beperkte betrokkenheid bij een professionele en optimale exploitatie van het bosbezit biedt bij, met name de kleinere, bouseigenaar beperkte mogelijkheden voor een structurele verbetering van de situatie.

Grotere bouseigenaren (bezitsgrootte 26-100 ha.) zijn al veel meer geïnteresseerd in diverse aspecten van het aanbod van hout. Voor hen kan bosbouwkundige (bij)scholing een positieve invloed hebben op het bedrijfsmatig exploiteren van het bosbezit. Niet veel bouseigenaren zullen echter geïnteresseerd zijn in korte of langere opleidingstrajecten. Daarom zou kennisvergroting beter plaats kunnen vinden als een geleidelijk vormingsproces, b.v. onder begeleiding van een deskundige binnen een samenwerkingsverband gericht op optimalisatie van het beheer.

Het is de vraag of een individuele benadering van de bouseigenaar gericht op het vergroten van kennis zal leiden tot een structurele verbetering van het beheer van de bosbedrijven. Mogelijk kunnen bouseigenaren beter benaderd worden via belangenorganisaties c.q. samenwerkingsorganisaties. Veel bouseigenaren hebben zich al verenigd in samenwerkingsverbanden (o.a. bosgroepen). Bouseigenaren gebruiken samenwerkingsverbanden voornamelijk voor het (gezamenlijk) aanbieden van hout. Samenwerkingsverbanden worden daarnaast meer en meer gebruikt voor specifieke zaken als het verkrijgen van informatie en het regelen van bijdragen vanuit subsidies.

Gezien de specifieke situatie in de Nederlandse bosbouw (aantal bouseigenaren, spreiding en oppervlakte) biedt het samenwerken van bouseigenaren goede mogelijkheden om, nog meer dan in de huidige situatie, knelpunten (gedeeltelijk) op te heffen. Specifieke functies van deze samenwerking zijn:

- de bouseigenaren bewust maken van het feit dat kennis en betrokkenheid bij de diverse exploitatieaspecten van het bosbezit kunnen leiden tot verbeteringen, zowel in het

kader van het behalen van algemene doelstellingen als bij het behalen van (financiële) exploitatieresultaten.

- Een bundeling van bosbezit of bosbouwkundige activiteiten en/of het samenwerken van boseigenaren op diverse bosbouwkundige deelaspecten kan enerzijds leiden tot een grotere betrokkenheid van de boseigenaar bij zijn bosbeheer en -exploitatie en anderzijds tot een verbetering van de exploitatie van het bosbezit.

Nieuwe samenwerkingsverbanden (waaronder de bosgroepen) dienen zich met name te richten op taken en functies die additioneel zijn aan activiteiten van bestaande belangengroeperingen en/of beroepsgroepen, die reeds bepaalde taken en diensten in de bosbouw en bosexploitatie voor hun rekening nemen. Daar waar de opeenvolgende schakels in de keten goed op elkaar aansluiten hebben nieuwe samenwerkingsverbanden tot gevolg dat ketens onnodig lang worden. Met name in de keten van het houtaanbod van kleine boseigenaren kunnen (nieuwe) samenwerkingsverbanden leiden tot verbeteringen.

7.3 Conclusies en oplossingsrichtingen ten aanzien van het houtaanbodgedrag en de interactie met de vraagzijde

Conclusies

Het houtaanbodgedrag van boseigenaren is zeer divers. Grote boseigenaren kennen over het algemeen een meer gestructureerd houtaanbod op de markt, terwijl kleine eigenaren een grote discontinuïteit in aanbod kennen. Voor de verwerkers van hout is continuïteit in het aanbod van groot belang.

Individuele (kleinere) boseigenaren zijn weinig productie gericht. Zij oogsten en bieden hout veelal aan als afgeleide van het bosbeheer en houden daarbij maar beperkt rekening met een optimale exploitatie en houtaanbod. Zij zijn over het algemeen niet optimaal op de hoogte van de potenties van hun bosbezit (bijgroei en voorraad) en zijn niet goed geïnformeerd omtrent de vraag naar hout en de daaraan verboden voorwaarden. Ook ten aanzien van de prijsvorming van hout op de markt van vraag en aanbod zijn veel boseigenaren niet goed op de hoogte, alhoewel de meeste boseigenaren zeggen zich in de prijs te verdiepen.

Het bosbeheer in Nederland lijkt onvoldoende ingesteld op de veranderende markt. De Nederlandse houtverwerkende industrie is zich steeds meer gaan richten op de import van hout vanwege de gunstige prijzen. De inlandse markt voor rondhout verschuift daardoor naar een "reservemarkt". Om in deze markt een plaats te behouden moet de handel in inlands hout voldoen aan eisen zoals een specialisatie in afwijkende maten, het leveren van goede kwaliteit en het leveren op korte termijn.

Een structurele samenwerking tussen de aanbodzijde en de vraagzijde van hout vindt in Nederland nauwelijks plaats. De kloof tussen aanbod en vraag lijkt daardoor groter te worden. In dit onderzoek komen duidelijke verschillen naar voren tussen de aanbieders (boseigenaren) en de vraagzijde t.a.v. de economische invulling van de bedrijfsvoering. De vraagzijde vindt dat het bosbeheer de verkeerde kant op gaat doordat steeds meer bossen kleinschalig beheerd worden. Dit terwijl de particuliere boseigenaar inkomsten uit hout niet op de eerste plaats heeft staan en aan allerlei andere aspecten van bossen meer belang hecht. Dergelijke ontwikkelingen zijn voor de keten als geheel niet gunstig, omdat het

behouden of verbeteren van de positie van inlands hout op de markt hiermee in gevaar kan komen.

Oplossingsrichtingen

Oplossingen voor gesignaleerde knelpunten in het houtaanbodgedrag van boseigenaren zijn, gezien de structuur van het particuliere bosbezit in Nederland en de achtergronden van de boseigenaren, niet eenvoudig. Verbeteringen zijn mogelijk wanneer aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. Hierbij kan weer onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende categorieën boseigenaren.

Voor boseigenaren uit categorie C dienen een betere aansluiting te krijgen met de huidige marktontwikkelingen. Dit is mogelijk door meer inzicht te verwerven in enerzijds de potenties van hun bosbezit (houtvoorraad) en bosbeheer (flexibiliteit), en anderzijds de mogelijkheden ten aanzien van de vraagzijde. Hierdoor groeit het besef, dat inspelen op de marktvraag onmiddellijk (positieve) gevolgen heeft voor de inkomsten uit houtproductie. Boseigenaren realiseren zich te weinig dat een beter houtaanbod direct een positieve invloed heeft op de economische en logistieke aspecten en daarmee de efficiëntie van de houtstroom, en letten te veel op de nadelen, namelijk het moeten delen met de vraagzijde van hun vrijheden en verantwoordelijkheden ten aanzien van het bosbeheer. Wanneer zij dit voordeel naar zichzelf kunnen toerekenen, kunnen ze vervolgens meer inkomsten uit hout genereren. Een intensievere samenwerking met de vraagzijde is hiervoor van wezenlijk belang. Het combineren van verschillende verkoopmethoden die elk specifieke marktinformatie geven, geeft al een goede ingang tot het verkennen van de markt.

Voor (kleinere) boseigenaren (categorie A en B) lijkt het minder zinvol pogingen te ondernemen om volledig inzicht te verwerven op de markt van vraag en aanbod en op de prijsvorming. De houtmarkt (vraag en aanbod) en de prijsvorming van hout is te complex om in een niet professionele sfeer te kunnen blijven volgen. Zij zullen de meeste baat hebben bij aansluiting bij een samenwerkingsverband. Samenwerkingsorganisaties zullen vervolgens extra moeite moeten doen om deze boseigenaren op een goede manier bij de houtmarkt te betrekken.

Binnen dit kader is het van belang dat bosgroepen zich met name richten op kleinere boseigenaren. Bosgroepen en/of overige samenwerkingsverbanden tussen boseigenaren dienen hun activiteiten voornamelijk te concentreren op meerjarige allocatie van de (additionele) houtstroom, op een verruiming van de houtafzetmogelijkheden (contracten en nieuwe markten), innovatieondersteuning van toepassingen van inlands hout, informatievoorziening over marktverkenningen, facilitaire ondersteuning in diverse verkoopmethoden en het reguleren en verbeteren van de bosexploitatie. Hierbij is het van belang, dat ook de bosgroepen meer gaan samenwerken met de vraagzijde, zodat een betere afstemming en marktstructuur ontstaat.

Binnen de houtketen ontbreekt het aan een optimale communicatie tussen vraag- en aanbodzijde. Deze zou meer gestimuleerd moeten worden, zodat afstemming wordt bevorderd. Zo is de boseigenaar direct gebaat bij een doorzichtige markt, en bij een beter bewustzijn van de voordelen van een betere aansluiting op de vraagzijde. De vraagzijde moet daarbij meer openheid geven over de wensen die zij hebben en de mogelijkheden die

er voor aanbieders zijn. Basis voor een optimale afstemming tussen vraag en aanbod is een zekere mate van vertrouwen.

7.4 Aanbevelingen

Dit onderzoek heeft zich voornamelijk gericht op het inzichtelijk maken van het aanbodgedrag van bouseigenaren. Een vervolg hierop kan zijn het verder inzichtelijk maken van het handelen van de vraagzijde en het confronteren van vraag en aanbod met elkaar. In een dergelijk onderzoek zou het bedrijfsleven en de overheid ook moeten worden betrokken.

Aanbodzijde

- Verbetering van sociaal-economische aspecten van het houtaanbodgedrag door een betere aansluiting op de vraagzijde;
- Verbetering van beheersaspecten van het houtaanbod binnen het kleinschalig bosbeheer (voorraad, beheermethoden, soortensamenstelling, kwantiteiten en kwaliteiten, etc.);
- Verdere ontwikkeling van oogsttechnieken binnen kleinschalig bosbeheer aangepast aan de ontwikkelingen naar hogere variatie in horizontale en verticale bosstructuur;

Vraagzijde

- Aanbevelingen met betrekking tot de industriële keten zijn pas goed mogelijk nadat de totale keten, met daarin een belangrijke rol voor de (exploiterende) rondhouthandel, nader is geanalyseerd op knel- en verbeterpunten. In dit onderzoek is alleen dat deel van de vraagzijde dat een directe relatie heeft met de aanbodzijde aan de orde geweest. De vraagzijde verderop in de keten is niet bekeken. Binnen de vraagzijde lijkt een verdergaande optimalisatie nog mogelijk.
- Aandacht voor product- en marktontwikkeling voor houtproducten uit kleinschalig bosbeheer, zodat vraag en aanbod beter op elkaar aansluiten.

Bos- en houtketen

- Door middel van een gezamenlijke overlegstructuur van de aanbod- en vraagzijde kan een kiem gelegd worden voor samenwerking en afstemming binnen de bos- en houtketen.
- Binnen het bosbouwkundige onderwijs c.q. het bosbouwkundig cursusaanbod in Nederland is wellicht behoefte aan korte doelgroepcursussen gericht op specifieke onderwerpen (bos- en houtketen, houtproductie, houtmarkt).
- Het overheidsbeleid inzake bosbeheer is niet overwegend stimulerend betreffende het aspect houtproductie en ketenbenadering. Bij het formuleren van stimuleringsregelingen in de bosbouwsector verdient het aanbeveling deze aspecten expliciet mee te nemen.

Literatuur

- Aertsen, E.J.M., I. Brinkhuis, N. Hofman, D.A.J. van Os, E. Roest, 1996. *De Nederlandse Kwaliteitshoutveiling in Oprichting. Een onderzoek naar de haalbaarheid van een Nederlandse veiling voor hoogwaardig kwaliteitshout*. Scriptie Internationale Agrarische Hogeschool Larenstein, Velp.
- Algemene Vereniging Inlands Hout, z.jr.; *Wie wil er niet het beste voor zijn bos?; houtverkoop: meer dan zomaar een prijs per kubieke meter*, Bunnik.
- Anoniem, 1998. *Rondhoutbank*
- Anoniem, 1999. *Minder Nederlands hout, meer import*. Bos en Houtberichten nr. 6.
- Berger, E.P., J. Luijt en R.A.M. Schrijver, 1999. *Bedrijfsresultaten in de Nederlandse particuliere bosbouw over 1997*. Landbouw-Economisch Instituut, Den Haag.
- Bogaardt, V.C.A. en J.A.N. Stolp, 1999. *Economische kengetallen in de bos- en houtsector; inventarisatie van beschikbaarheid en behoefte*. Wageningen.
- Bosschap, 1999. *Jaarverslag 1998*. Zeist.
- Bussink, C.B., E.A.P. Wieman A.F.M. Olsthoorn 1997. *Vervachtingen en knelpunten van kleinschalig bosbeheer*. IBN-rapport 285. Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek, Wageningen.
- Dielen, L.J.M. 1991; *Aanwas en oogst in het Nederlandse bos*, Bos- en Houtberichten nr. 10.
- Dielen, L.J.M. en W.J. Kooij, 1993; *Crisis op de Nederlandse rondhoutmarkt; een analyse van de situatie*, Stichting Bos en Hout, Wageningen.
- Dielen, L.J.M., A.M. Heineman, J.A.N. Stolp, 1999; *Hout uit duurzaam beheerde bossen in een ketenbenadering; een basis voor onderzoeksprogrammering in opdracht van het ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij*, Stichting Bos en Hout, Wageningen.
- Gerritse, A.J. 1990; *Een model voor de Nederlandse bos-, hout-, en papiersector (NEHOPA): kwantitatieve verkenning en modelontwikkeling*, De Dorschkamp Wageningen, rapport nr. 564.
- Groot, W.T. de, 1992; *Environmental science theory : concepts and methods in a one - world, problem - oriented paradigm*, Elsevier, Amsterdam.
- Hekhuis, H.J., 1991a; *Het houtaanbodgedrag van particuliere boseigenaren*, Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek (IBN-DLO); Dorschkamprapport nr. 672, Wageningen.
- Hekhuis, H.J., 1991b; *Oorzaken van verschillen in bedrijfsresultaat tussen particuliere bosbedrijven*, Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO), Den Haag.
- Hoek, J.M. van den, 1996; *Evaluatie van samenwerking in de bosbouw*, Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO); publicatie 2.206, Den Haag.
- Jansen, P.A.G. en R. Sikkema, 1997; *Nederlandse rondhoutmarkt in 1996*, Stichting Bos en Hout, Wageningen.
- Leeuwen, E.M.M. van, 1998; *Van markt naar bosuitbreiding; de rol van de ketenbenadering bij de stimulering van Europees kwaliteitshout*, Stichting Robinia, Wageningen.
- Lichtenberg, B. W. Metten, 1996; *Rondhout de winkel in: een onderzoek naar de economische levensvatbaarheid van de Houtwinkel in Gelderland*, afstudeerverslag Internationale Agrarische Hogeschool Larenstein, Velp.
- Luteijn, D., 1999; *Actieplan Hout 2000*, secretariaat Stichting Bos en Hout, Wageningen.

Mensink, M.E., J. Tiemersma, 1990; *Doelstellingen en andere factoren die van invloed zijn op de beheersbeslissingen van particuliere boseigenaren: een verkennende studie*, scriptie Landbouwniversiteit Wageningen.

Mensink, M.E., J. Tiemersma en A.J.H. Willems, 1990; *Particuliere boseigenaren over hun doelstellingen en beheersbeslissingen*, Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij; rapportnr. 1990-12, Utrecht.

Ministerie van Economische Zaken, 1993; *Houtvoorzieningsplan (HVP); de Nederlandse houtvoorziening uit binnenlandse bronnen*, 's-Gravenhage.

Raffe, J.K. van, F.T.J. Hoksbergen, A.A.J.M. Leenaarts, 1998; *Houtoogst bij kleinschalig bosbeheer*, IBN-DLO, Wageningen, IBN-rapport 349.

Rijk, P.J. en J. Luijt, 1993; *Resultaat door samenwerking in de particuliere bosbouw*, Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO); publicatie 2.202, Den Haag.

Rijsewijk J. van, W. Kuus, 1994; *Prijsvorming van hout op stam*, afstudeerverslag MA Bosbouw.

Schrijver, R.A.M. & J.H.A. Hillebrand, 1997; *Beleid en particuliere bosbouw; een evaluatie van instrumenten te verbetering van de bedrijfsresultaten*, Landbouw-Economisch Instituut; publicatie 2.207, Den Haag.

Seubring, A.M., 1997; *Hout in het Nederlandse bos; analyse van de ontwikkelingen van voorraad, bijgroei en oogst van het Nederlandse bos in de periode 1988-1996*, Bosdata, Wageningen

Slangen, L.H.G., 1987; *De prijsvorming van hout uit het Nederlandse bos*, proefschrift Landbouwniversiteit Wageningen. Wageningen.

Staatsbosbeheer, 1987; *Beleid houtverkoop*, Staatsbosbeheer, Zeist.

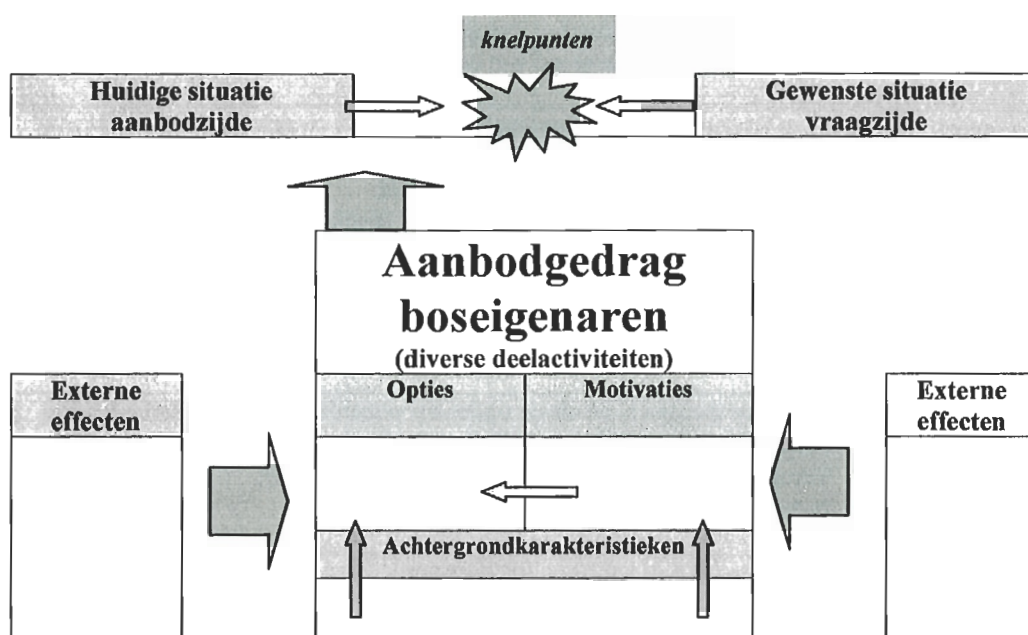
Stichting Bos en hout, 1999. *Kerngegevens Bos en Hout in Nederland*, Wageningen.

Stolp, A.J.N., 1996; *Toekomstige beschikbaarheid van hout*, Bos- en Houtberichten nr 5.

Wieman, E.A.P. en H.J. Hekhuis, 1996; *Bedrijfseconomische consequenties en functie vervulling van kleinschalig bosbeheer; modelberekeningen en praktijksituaties; deel A: hoofdtekst*, Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek (IBN-DLO); IBN-rapport 205, Wageningen.

Bijlage 1 Toelichting model 'Problem-In-Context'

De analyse van de literatuur is verricht via een modelmatige aanpak. Deze aanpak is gebaseerd op het model van 'Problem-In-Context' (Groot, 1992), dat de mogelijkheid biedt om gedragingen van actoren te analyseren in termen van opties en motivaties vanuit de achtergrond van een actor, hier de boscigenaar. In deze paragraaf volgt een vereenvoudigde beschrijving van het model, dat in schema is weergegeven in figuur 1. De invulling met de gegevens uit de literatuurstudie is te vinden in bijlage 2.



Figuur 1. Schematische weergave model Problem-In-Context. Uitleg: zie tekst. Pijlen: beïnvloeding.

Het model kan gebruikt worden voor analyse van het gedrag van 'actoren', in deze studie het (hout)aanbodgedrag boscigenaren. Het aanbodgedrag vloeit voort uit keuzes, die de boscigenaar heeft gemaakt, uit een reeks van potentiële opties die hem ter beschikking staan. Deze opties zijn gebaseerd op de achtergrondkarakteristieken van het bosbezit (b.v. oogst is wel of niet mogelijk) en de boscigenaar (hoe oogsten?). Daarnaast kunnen ze door externe effecten worden beïnvloed, bijvoorbeeld doordat bepaalde opties beter toegankelijk worden (b.v. verlaging van de kosten van ingehuurd bosexploitatie). De boscigenaar maakt de keuze aan de hand van één of meerdere motivaties, die eveneens voortkomen uit de achtergrondkarakteristieken van de boscigenaar (b.v. de directe behoefte aan inkomen). De motivaties kunnen op hun beurt eveneens worden beïnvloed door externe effecten, zodat b.v. bepaalde motivaties zwaarder gaan wegen. Externe effecten die opties en motivaties beïnvloeden worden bedoeld of onbedoeld veroorzaakt door andere actoren, die binnen de houtketen of daarbuiten actief zijn. Belangrijke actoren zijn b.v. de houthandelaren, de Bosgroepen, de overheid, de buurman/collega, etc.. De achtergrondkarakteristieken van de boscigenaar zijn onder andere kennis, ervaringen, denkbeelden, levensinstelling, etc. Achtergrondkarakteristieken van het bosbezit zijn aspecten die niet snel te veranderen zijn en daarom op het moment van de keuze bepalend, b.v. de leeftijdsopbouw, groeiplaatsfactoren, bosbedrijfskarakteristieken, etc..

Tabel: Toelichting van enkele begrippen uit het model 'Problem-In-Context'

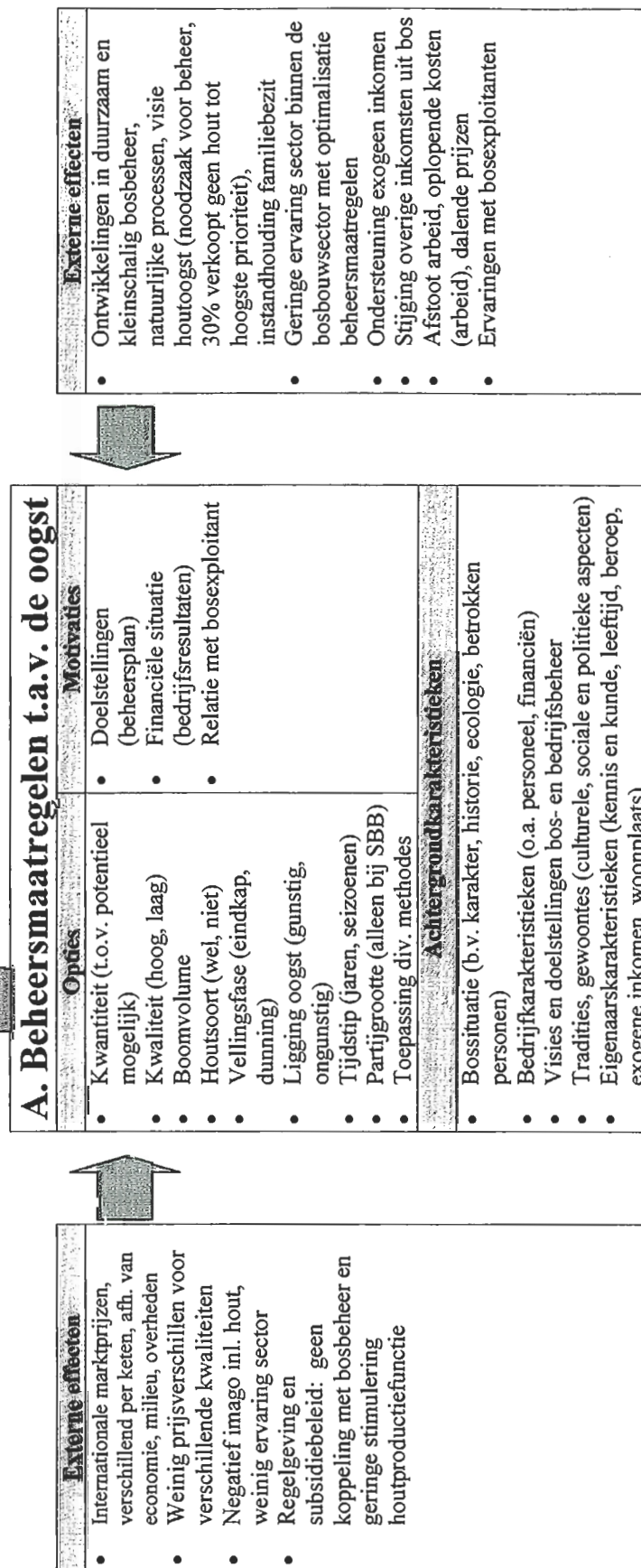
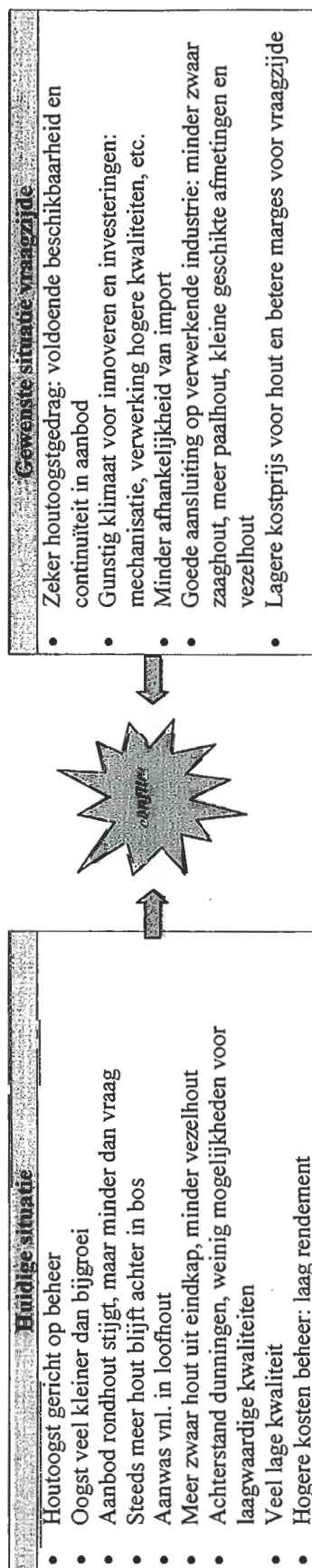
Begrip	Toelichting
Huidige situatie	De situatie die is voortgekomen uit de activiteiten van de boseigenaar. Deze situatie vormt een knelpunt met de gewenste situatie t.a.v. de vraagzijde.
Activiteit	De oorzaak van de huidige situatie is het gevolg van activiteiten door de boseigenaar, die opgedeeld kunnen zijn in deelactiviteiten.
Opties	Opties zijn mogelijkheden om diverse activiteiten uit te voeren. De boseigenaar is tot een activiteit gekomen door een gemotiveerde keuze in de voor hem beschikbare opties. Daarnaast kunnen ook een aantal potentiële opties voorkomen, die nog niet direct voor de boseigenaar optioneel is, maar dat wel kunnen worden door b.v. het gunstiger maken van de opties, of veranderingen in de achtergrond van de boseigenaar.
Beïnvloeding opties	De opties waaruit hij een keuze maakt is geen statisch geheel, maar is voortdurend onderhevig aan veranderingen: • Feed back van gevolgen van zijn activiteit; • Veranderingen in de achtergrond van de boseigenaar; • Beïnvloeding door derden.
Motivaties	De boseigenaar maakt m.b.v. zijn motivaties een keuze uit de opties. Een motivatie is een drijfveer voor behartiging van eigen belangen.
Beïnvloeding motivaties	De motivaties worden even als de opties op verschillende wijzen beïnvloedt: • Feed back van gevolgen van zijn activiteit; • Veranderingen in de achtergrond van de boseigenaar; • Beïnvloeding door derden.
Achtergrondkarakteristieken	In de achtergrond worden bepaalde karakteristieken van de boseigenaar weergegeven, die ten grondslag liggen aan de opties en motivaties.

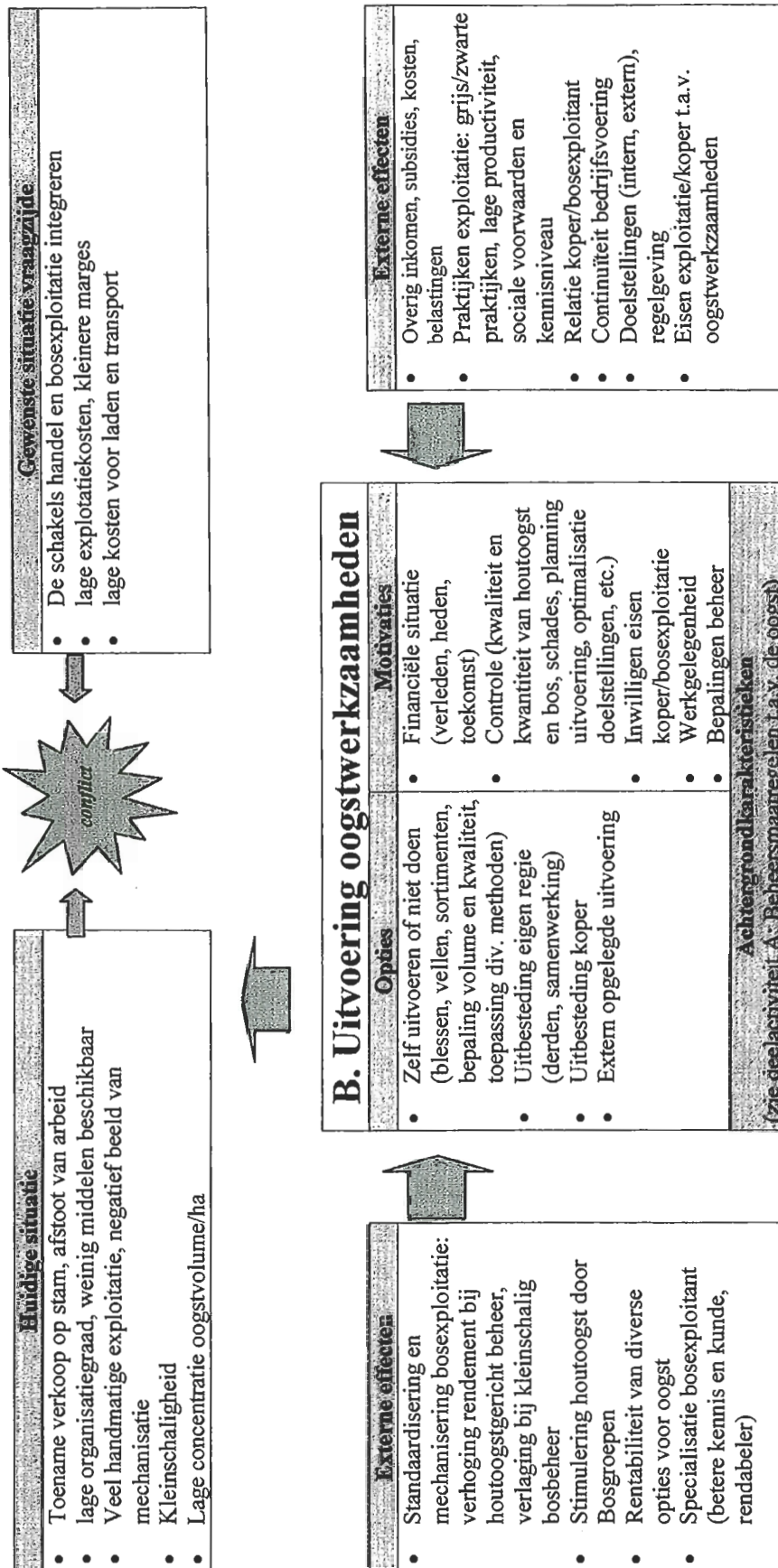
Bijlage 2 Uitgewerkt model ‘Problem-in-context’

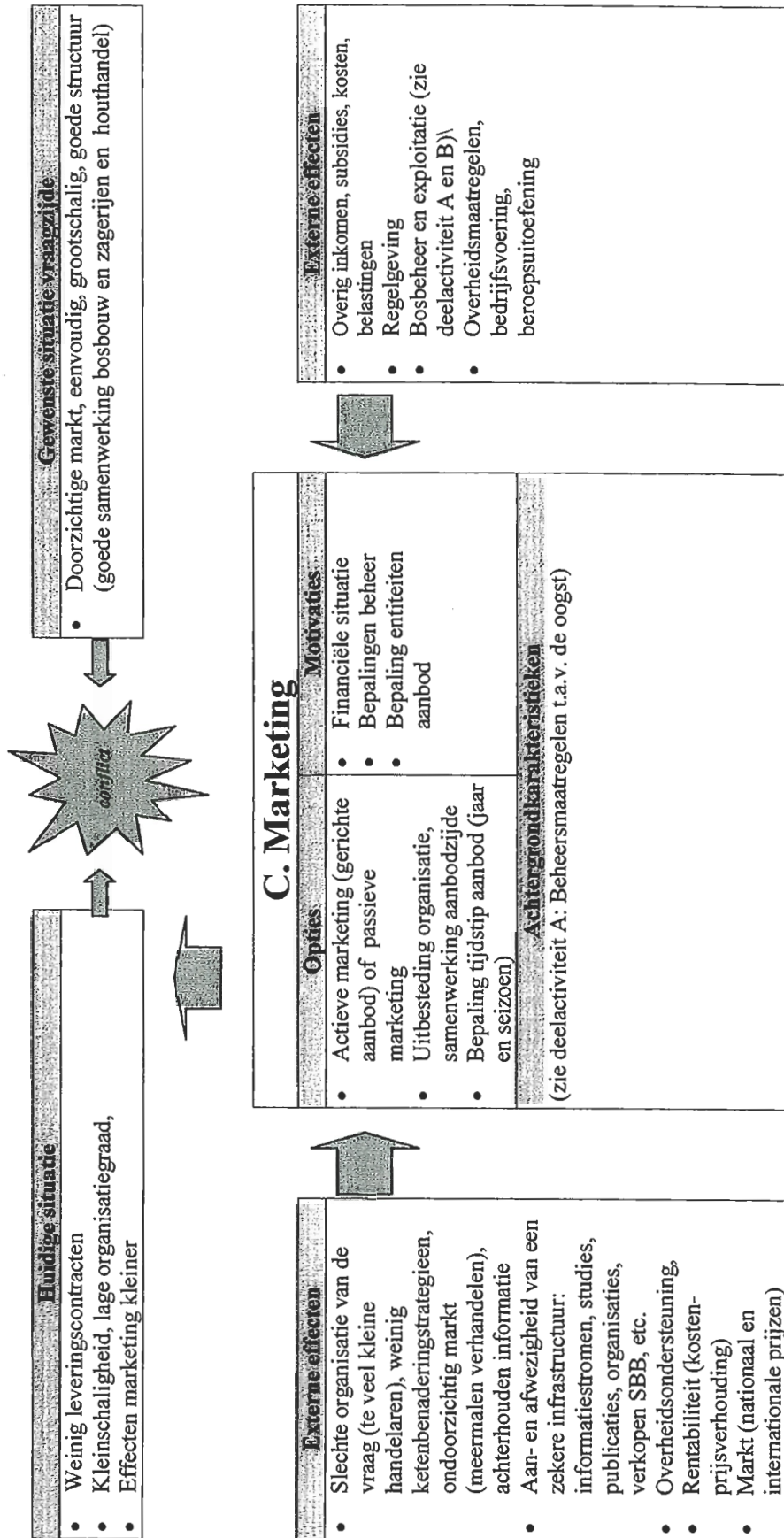
Invulling van het model Problem-In-Context aan de hand van de literatuurstudie
(toelichting: § 1.5)

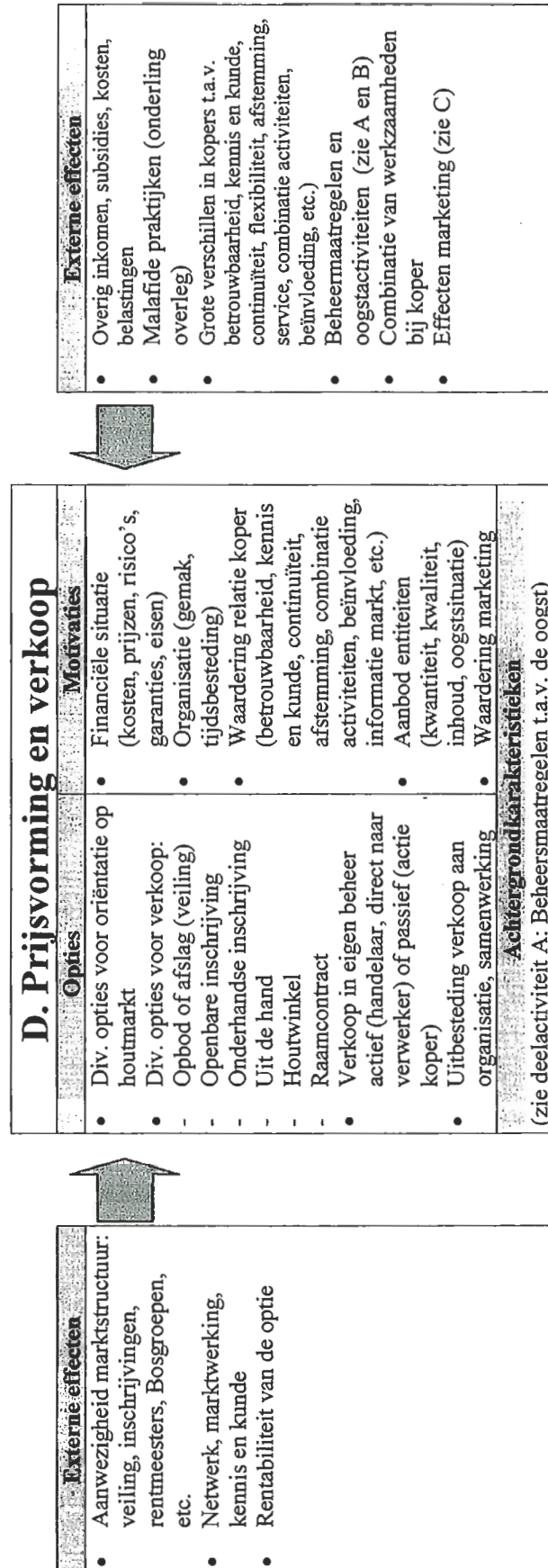
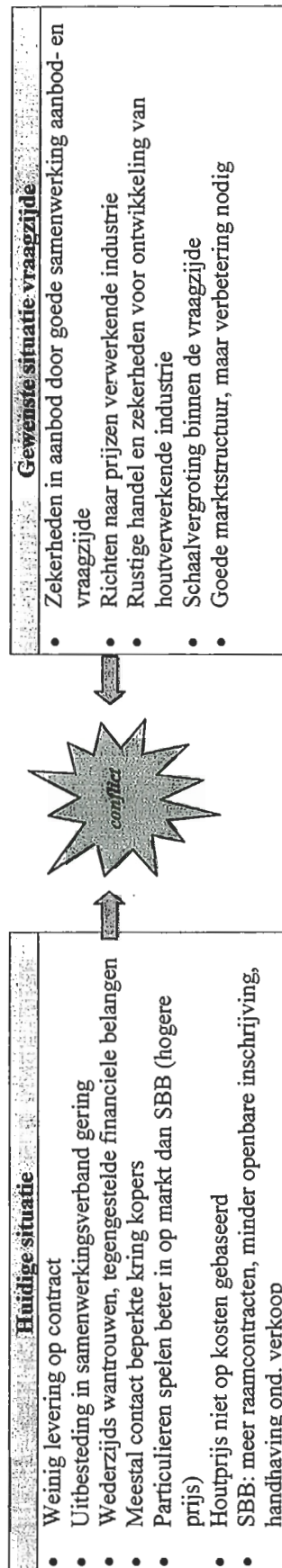
Onderscheiden deelactiviteiten ten aanzien van het houtaanbodgedrag:

- A. Beheermaatregelen t.a.v. de oogst;
- B. Uitvoering oogstwerkzaamheden;
- C. Marketing.
- D. Prijsvorming en verkoop









Bijlage 3 Vragenlijst inkomsten uit hout

Indien deze vragenlijst wordt ingevuld door anderen dan de boseigenaar (rentmeester, e.d.) dient voor "u" "de boseigenaar" gelezen te worden.

De vragenlijst wordt anoniem verwerkt.

Het antwoord van uw keuze graag aankruisen.

In een enkel geval zijn meerdere antwoorden op een vraag mogelijk.

Bij schrijfvragen kunt u natuurlijk ook een andere of meer ruimte nemen dan aangegeven. Bij gebruikmaking van een andere ruimte graag duidelijk aangeven op welke vraag uw antwoord betrekking heeft.

Bij vragen kunt u contact opnemen met Emile van Leeuwen of Daan van Os (Alterra; tel. 0317-477770).

1. Algemene bossituatie

1.1. Hoe groot is uw bosbezit?

- ☐¹ 5 - 25 ha
- ☐² 26 - 50 ha
- ☐³ 51 - 100 ha
- ☐⁴ 101 - 250 ha
- ☐⁵ 251 - 500 ha
- ☐⁶ meer dan 500 ha, namelijk ha
- ☐⁷ Anders, namelijk

1.2. Waar is uw bosbezit gelegen?

- | | | |
|---|--|---|
| ☐ ¹ Drenthe | ☐ ⁵ Groningen | ☐ ⁹ Overijssel |
| ☐ ² Flevoland | ☐ ⁶ Limburg | ☐ ¹⁰ Utrecht |
| ☐ ³ Friesland | ☐ ⁷ N-Brabant | ☐ ¹¹ Z-Holland |
| ☐ ⁴ Gelderland | ☐ ⁸ N-Holland | ☐ ¹² Zeeland |

1.3. Heeft u uw bosbezit ondergebracht in een bepaalde vorm van samenwerking?

- ☐¹ Ja, namelijk, reeds jaren
- ☐² Nee
- ☐³ Anders, namelijk.....

2 Doelstellingen bosbeheer

2.1 Zijn de doelstellingen van uw bosbezit vastgelegd in een beheersvisie of een beheersplan?

- ☐¹ Ja
☐² Nee

2.2 Indien u een hoofddoelstelling aan uw bosbezit moet toekennen, voor welke omschrijving komt uw bos dan het meeste in aanmerking?

- ☐¹ Houtproductiebos
☐² Natuurbos
☐³ Recreatiebos
☐⁴ Anders, namelijk

2.3 Welke beheers- en terreinkenmerken zijn voor u belangrijk?

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	zeer belangrijk
¹ Gebruik inheemse boomsoorten	☐	☐	☐	☐	☐
² Aanwezigheid kwaliteitshout	☐	☐	☐	☐	☐
³ Soorten met hoge houtproductie	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Aftakelende bomen, dood hout	☐	☐	☐	☐	☐
⁵ Gelijkjarige opstanden	☐	☐	☐	☐	☐
⁶ Menging soorten en leeftijden	☐	☐	☐	☐	☐
⁷ Anders, namelijk	☐	☐	☐	☐	☐

2.4 Kunt u aangeven in hoeverre de volgende algemene aspecten voor uw bosbezit voor u van belang zijn?

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	zeer belangrijk
¹ Instandhouding karakter bosbezit	☐	☐	☐	☐	☐
² Instandhouding eigendom	☐	☐	☐	☐	☐
³ Persoonlijk genoegen	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Financieel resultaat	☐	☐	☐	☐	☐
⁵ Houtproductie	☐	☐	☐	☐	☐
⁶ Natuurbeleving	☐	☐	☐	☐	☐
⁷ Anders, namelijk	☐	☐	☐	☐	☐

3 Karakteristiek boscigenaar

3.1 Hoe heeft u uw bosbezit verkregen?

- ☐¹ Aangekocht
☐² Vererving
☐³ Anders, namelijk

3.2 In welke leeftijdscategorie valt u?

- ☐¹ Jonger dan 35 jaar
☐² Tussen 35 en 50 jaar
☐³ Ouder dan 50 jaar

3.3 Hoe lang bent u reeds (mede)eigenaar van het bosbezit?

- ☐¹ Minder dan 10 jaar
☐² 10 - 25 jaar
☐³ Langer dan 25 jaar

3.4 Wie voert het beheer over uw bosbezit?

- ☐¹ Volledig in eigen beheer
☐² In eigen beheer, met behulp van (een) adviseur(s), namelijk
☐³ Samenwerkingsverband, namelijk
☐⁴ Rentmeester/rentmeestersorganisatie
☐⁵ Anders, namelijk

3.5 Heeft u een bosbouwkundige, of anderszins "groene" achtergrond? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐¹ Ja, een opleiding, namelijk
☐² Ja, diverse cursussen, namelijk
☐³ Nee

3.6 Wat is uw hoofdberoep?

- ☐¹ Boscigenaar/bosbouwer
☐² Een vak in de "groene" sector, namelijk ☐³ Een vak volledig buiten de "groene" sector, namelijk
☐⁴ Anders, namelijk

3.7 Hoeveel tijd besteedt u bedrijfsmatig doorgaans aan uw bosbezit?

- ☐¹ Minder dan 1 dag per week
☐² enkele dagen per week
☐³ (bijna) volledige werkweek
☐⁴ Anders, namelijk

3.8 In hoeverre kunt u zich als boscigenaar vinden in de volgende stellingen betreffende uw bosbezit?

	onbelangrijk	Ze	er	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	ze	er
	onbelangrijk					belangrijk		belangrijk
¹ Ik beheer mijn bos professioneel en/of als bedrijf	☐			☐		☐		☐
² Ik beheer mijn bos hobbymatig	☐			☐		☐		☐
³ Ik wil mijn kennis omtrent bosbeheer verhogen	☐			☐		☐		☐
⁴ Ik informeer mij optimaal omtrent ontwikkelingen in bosbeheer en bosbouw in het algemeen	☐			☐		☐		☐
⁵ Ik informeer mij optimaal omtrent ontwikkelingen in houtoogst, -verkoop en -prijzen				☐		☐		☐

- ⁶ De manier van werken in het bos is voor mij belangrijker dan financiële winst
- ○ ○ ○

3.9 Bent u met de volgende stellingen eens of oneens?

Eens oneens

- | | | |
|--|---|---|
| 1 Inkomsten uit houtoogst zijn minder belangrijk dan andere inkomsten uit het bos | ○ | ○ |
| 2 Inkomsten uit houtoogst zijn belangrijk voor mijn levensonderhoud | ○ | ○ |
| 3 Inkomsten uit houtoogst dienen voornamelijk voor het dekken van de kosten van beheer | ○ | ○ |
| 4 Ik oogst alleen als een directe aanvulling op mijn inkomsten gewenst is | ○ | ○ |

4. Betrokkenheid boseigenaar

4.1 Bent u lid van (een) belangenorganisatie(s) op het gebied van de bosbouw (behalve boschap)?

- ¹ Ja, namelijk van
- ² Nee, omdat

4.2 Maakt u regelmatig gebruik van beschikbare informatie?

- ¹ Ja, van organisaties en kenniscentra, namelijk
- ² Ja, uit publicaties in vakbladen, namelijk
- ³ Nee
- ⁴ Anders, namelijk

4.3 Van welk belang zijn de adviezen van samenwerkingsverbanden bij het beheer van uw bosbezit?

- ¹ Samenwerking met.....is van zeer groot algemeen belang
- ² Samenwerking met.....is van belang op diverse onderdelen, namelijk:
- ³ Samenwerking metis alleen van belang betreffende
- ⁴ Niet van belang

4.4 Maakt u gebruik van bestaande fiscale- en/of subsidieregelingen?

- ¹ Ja, namelijk van
- ² Nee, omdat

5 Exploitatie en houtoogst

5.1 Hoe oogst u hout uit uw bosbezit ?

- ¹ Ik oogst geen hout uit mijn bosbezit
- ² Ik vel in eigen beheer met eigen personeel
- ³ Ik vel in eigen beheer d.m.v. een ingehuurd bosaannemer
- ⁴ Ik vel zelf geen hout maar verkoop op stam
- ⁵ Anders, namelijk

5.2 Hoeveel hout oogst u, naar uw mening, gemiddeld genomen over een aantal jaren ten opzichte van de jaarlijkse bijgroei in uw bosbezit ?

- ¹ Ik oogst geen hout uit mijn bosbezit
- ² Ik oogst gemiddeld ongeveer de jaarlijkse bijgroei aan hout
- ³ Ik oogst meestal minder dan de jaarlijkse bijgroei, omdat
- ⁴ Ik oogst meestal meer dan de jaarlijkse bijgroei, omdat
- ⁵ Anders, namelijk

5.3 Hoeveel m³ hout verkoopt u, gemiddeld over een aantal jaren, per jaar, en in hoeveel partijen/kavels?

- ¹ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
- ² Circa m³ in circa partijen/kavels

☐ Anders, namelijk

5.4 Indien u hout verkoopt uit uw bosbezit, aan wie is dit dan meestal?

- ☐ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
☐ Houthandelaar
☐ Houthandelaar die ook bosaannemer is
☐ Houtverwerkers zoals zagerijen en/of fabrieken
☐ Particuliere consumenten
☐ Anders, namelijk

5.5 Op welke wijze verkoopt u hout (op stam of zelf geveld) uit uw bosbezit (als percentage van het totaal)? (meerdere antwoorden mogelijk)

	juist	onjuist				
¹ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit	☐	☐				
			0 – 25%	26 – 50%	51 – 75%	76 – 100%
² Via openbare inschrijving	☐	☐	☐	☐	☐	☐
³ Via (onderhandse) inschrijving op uitnodiging bij meerdere houtkopers	☐	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Rechtstreeks uit de hand aan één houtkoper	☐	☐	☐	☐	☐	☐
⁵ Via een (raam)contract	☐	☐	☐	☐	☐	☐
⁶ Via een houtveiling	☐	☐	☐	☐	☐	☐
⁷ Via de houtwinkel	☐	☐	☐	☐	☐	☐
⁸ Anders, namelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐

5.6 Kunt u onderstaande aspecten bij de verkoop rangschikken naar prioriteit?

- A. Het behalen van de hoogst mogelijke prijs
B. Goede relatie met de koper
C. Gemak van organisatie
D. Gewoontes en traditie
E. Anders, namelijk

1^e prioriteit:
2^e prioriteit:
3^e prioriteit:
4^e prioriteit:
5^e prioriteit:

5.7 Speelt een samenwerkingsverband een rol bij de verkoop van hout uit uw bosbezit?

- ☐ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
☐ Ik ben geen lid van een samenwerkingsverband.
☐ Ja, namelijk, op de volgende onderdelen:
☐ Nee, omdat
☐ Anders, namelijk

5.8 Indien u rechtstreeks aan één koper verkoopt, is dit dan meestal dezelfde koper?

- ☐ Ik verkoop niet rechtstreeks uit de hand
☐ Ja, omdat
☐ Nee, omdat
☐ Anders, namelijk

5.9 Wie verricht de volgende werkzaamheden?

	boseigenaar	verkoper	koper	onafhankelijke	niet van toepassing
¹ Bessen	☐	☐	☐	☐	☐
² Meten voor verkoop	☐	☐	☐	☐	☐
³ Meten na verkoop	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Sortimenteren	☐	☐	☐	☐	☐

5.10 Denkt u dat mechanisatie bij de oogst per saldo meer resultaat opleveren?

- ☐¹ Nee, omdat
☐² Ja, omdat

5.11 Welk belang hecht u aan de volgende factoren als u beslist hout te oogsten?

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	zeer
belangrijk					
¹ Marktvraag	☐	☐	☐	☐	☐
² Houtprijzen	☐	☐	☐	☐	☐
³ Behoeftte aan inkomsten	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Noodzaak voor goed beheer	☐	☐	☐	☐	☐
⁵ Beheersplan	☐	☐	☐	☐	☐
⁶ Verkoopstrategie (marketing)	☐	☐	☐	☐	☐

5.12 Kunt u aangeven in hoeverre bij houtoogst/houtverkoop de volgende aspecten voor u van belang zijn?

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	zeer
belangrijk					
¹ Kwaliteit van vellingwerk	☐	☐	☐	☐	☐
² Hoogst mogelijke prijs per m ³	☐	☐	☐	☐	☐
³ Tijdstip van velling/verkoop	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Continuïteit van opbrengsten	☐	☐	☐	☐	☐
⁵ Behoud van bos/opstandskarakteristiek	☐	☐	☐	☐	☐
⁶ Behoud van natuurwaarde	☐	☐	☐	☐	☐
⁷ Controle op de uitvoering	☐	☐	☐	☐	☐
⁸ Anders, namelijk	☐	☐	☐	☐	☐

5.13 Aan welke gegevens op nationale schaal hebt u behoefte m.b.t. hout en houtstromen? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐¹ Staande voorraad
☐² Bijgroei
☐³ Houtoogst
☐⁴ Houtverkoop
☐⁵ Houtverbruik
☐⁶ Houtprijzen
☐⁷ Anders, namelijk

5.14 Voor welk doel heeft u deze gegevens nodig? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐¹ Referentiepunt voor mijn eigen bedrijfsgegevens
☐² Onderbouwing van eigen strategie houtaanbod
☐³ Inzicht in ontwikkeling van de bossector
☐⁴ Inzicht in ontwikkeling van de houtsector
☐⁵ Anders, namelijk

6. Marketing

6.1 Indien u hout verkoopt houdt u dan vooraf rekening met mogelijke sortimenten?

- ☐¹ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
☐² Ja
☐³ Nee, omdat
☐⁴ Anders, namelijk

6.2 Indien u hout verkoopt verdiept u zich dan vooraf in de actuele houtprijzen op de markt?

- ☐¹ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
☐² Ja
☐³ Nee, omdat
☐⁴ Anders, namelijk

6.3 Indien u zich voorafgaand aan de verkoop van hout verdiept in sortimenten en/of in houtprijzen, op welke wijze doet u dat?

- ☐¹ Ik verdiep mij niet in sortimenten en houtprijzen
☐² Via organisaties, namelijk
 en/of publicaties, namelijk
☐³ Via (een) adviseur(s) namelijk.....
☐⁴ Anders, namelijk

6.4 Heeft u bij de verkoop van hout voldoende inzicht in de markt van vraag en aanbod van hout om een zo optimaal mogelijke opbrengst te krijgen?

- ☐¹ Ik verkoop geen hout uit mijn bosbezit
☐² Ja, ik informeer me via (meerdere antwoorden mogelijk):
☐ HOSP houtoogststatistiek en prognose oogstbaar hout (Bosdata)
☐ BIS bedrijfsinformatiesysteem (Stichting Bos en Hout)
☐ BUS bedrijfsuitkomstenstatistiek particuliere bosbedrijven (Landbouw Economisch Instituut)
☐ AVIH rondhoutprijsverzicht
☐ Anders, namelijk
☐³ Nee, omdat
☐⁴ Anders, namelijk

6.5 In hoeverre vindt u de volgende factoren van belang bij de verkoop van uw hout?

	zeer onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	zeer belangrijk
belangrijk					
¹ Vorming van specifieke partijen naar kwaliteit en kwantiteit	☐	☐	☐	☐	☐
² Het vinden van gunstig kopers	☐	☐	☐	☐	☐
³ Ruim adverteren over de houtoogst	☐	☐	☐	☐	☐
⁴ Strategische keuzen ten aanzien van tijdstip van aanbod	☐	☐	☐	☐	☐

6.6 Bent u van mening dat vergaande samenwerking tussen beseigenaren bij het aanbieden van hout tot voordeel strekt?

- ☐¹ Ja, omdat
☐² Nee, omdat
☐³ Anders, namelijk

Wij danken u hartelijk voor uw medewerking!

Bijlage 4 Lijst van geïnterviewden

Houtaanbodzijde

Dhr. L. van Beusekom (Gemeente Renkum)
Mw. J. Polak (Gemeente Helmond)
Dhr. E. ter Heide (Gemeente Boxtel)
Dhr. H. Boonekamp (Gemeente Apeldoorn)
Dhr. M. den Hoedt (Bosgroep NO-Nederland)
Dhr. R. van Eerden (Bosgroep Zuid Nederland)
Dhr. J. Smits (Bosgroep Gelderland)
Dhr. E. van Ingen (Provinciaal Landschap)
Dhr. L. Rondeboom (Provinciaal Landschap)
Dhr. W. de Wit (Natuurmonumenten)
Dhr. Z. van Olst (Staatsbosbeheer)

Vraagzijde

Dhr. M. Willemsen (houtverwerker)
Dhr. C. Boon (AVIH)
Dhr. A. Meulendijk (Rondhouthandel)
Dhr. R. van Hoesel (Rondhouthandel, verwerker)
Dhr. A. Willems (Unie van Bosgroepen)

