

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen = Swiss forestry journal = Journal forestier suisse
Herausgeber: Schweizerischer Forstverein
Band: 111 (1960)
Heft: 11

Artikel: Kundenpflege beim Absatz schwacher Sortimente
Autor: Huber, A.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-765647>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

tion très coûteuse et pénible. On peut y remédier par des procédés mécaniques. Il faudrait, par exemple, entasser les bûches dans des cadres ou container, chargés par grue sur les véhicules. Toutefois, la distribution, l'encombrement et le renvoi des cadres vides compliqueraient et enchèriraient les transports. Un procédé plus pratique consisterait à cercler les stères en forme de cylindres, au moyen d'un filin ou d'un ruban d'acier non récupérables. Les paquets de bois seraient manipulés à l'aide de grues ou de treuils, comme les billons. Enfin, un troisième procédé permettrait de renoncer aux cadres et au cerclage. Il suffirait d'équiper les camions de grues articulées à grappin hydraulique, pouvant charger tels quels les stères, en une ou plusieurs fois. Ces grues ont le désavantage de coûter cher.

Deux questions ont été particulièrement discutées: l'écorçage des bois de râperie et le transport des bois en stères.

1. Pourquoi s'évertuer à écorcer les bois d'industrie en forêt, d'autant que l'écorçage manuel est un travail long et fastidieux, comme l'ébranchage? Ne pourrait-on pas livrer les bois en grume et les écorcer mécaniquement à l'usine? Ce vœu ne paraît guère réalisable, car l'industrie intéressée craindrait une détérioration des bois en grume par les bostryches; d'ailleurs elle ne tient pas à recevoir des bois insuffisamment secs et à payer le transport d'un déchet aussi encombrant que l'écorce.

2. Le cerclage des bois s'imposera peut-être un jour. Il nécessitera sans doute l'installation de grues légères (télescopiques) sur les véhicules, à moins de se contenter des treuils de chargement. On n'utilisera certainement pas de câbles récupérables pour l'empaquetage des bûches, à cause des complications administratives (contrôle des câbles), des frais de transport et des risques d'égarement.

Arbeitsgruppe 3:

Kundenpflege beim Absatz schwacher Sortimente

Von A. Huber, Schaffhausen

Oxf. 77

Versuchsweise wurde diese Arbeitssitzung als Kolloquium, d. h. ohne einführende Referate, durchgeführt. Als Grundlage für die Diskussion wurden sieben Fragen vorgelegt, von denen nur drei, und auch diese unvollständig, behandelt werden konnten.

Bei den 20 Teilnehmern bestand Einigkeit darüber, daß die Forstbeamten der Kantone und Gemeinden sich nicht nur auf die Heranzucht

und Bereitstellung des Holzes beschränken sollten, sondern auch aktiv bei den Bemühungen um den vollständigen und vorteilhaften Absatz der anfallenden Holzernte, insbesondere bei der Werbung für das Holz, mitarbeiten müssen.

Anlaß zu angeregter Diskussion gab die Frage, was unter Werbung zu verstehen sei. Das Angebot an Holz ist bei unserer nachhaltigen Waldwirtschaft relativ konstant, und auch die Größe der Nachfrage seitens der Konsumenten steht für den heutigen Zeitpunkt ziemlich fest. Dabei überwiegt gegenwärtig in der Schweiz das Angebot an schwachen Laubholzsortimenten die Nachfrage, wobei der Markt zwischen den Produzenten und Konsumenten lokal oder regional einigermaßen eingespielt ist. Es könnte daher gesamtschweizerisch nicht als Fortschritt betrachtet werden, wenn einzelne initiative Forstbetriebe durch intensive Werbung (lies: tiefere Angebote) ihren Holzabsatz auf dem bestehenden Markt ausweiten würden, denn dies müßte auf Kosten anderer, bisheriger Lieferanten geschehen. Richtig verstandene Werbung darf nicht darauf ausgehen, anderen Holzproduzenten ihre bisherigen Kunden «auszuspannen». Dies wäre eher als unlauterer Wettbewerb anzusehen. Vielmehr muß die Werbung dahin zielen, den schwachen Laubholzsortimenten *neue, zusätzliche Absatzmärkte* zu erschließen. In diesem Sinne der *Werbung* erscheint es angebracht, daß sich die Forstleute und Waldbesitzer jeder an seinem Platz persönlich einsetzen, daß sie vor allem aber auch die bestehenden Werbeorganisationen (Lignum, Beratungsstelle für Holzfeuerungen usw.) kräftig unterstützen. Was andererseits das *Angebot* an vorhandenem Holz anbelangt, tut Solidarität und Verständigung aller Waldbesitzer im Rahmen größerer Regionen not.

Leider konnten wichtige weitere Diskussionspunkte, so vor allem über die Technik der Werbung und Kundenpflege für den Absatz schwacher Sortimente, aus Zeitgründen nicht mehr erörtert werden.

Aus der 2 $\frac{1}{2}$ stündigen Diskussion, die mitten im angeregten Gespräch abgebrochen werden mußte, ging klar hervor, daß es unserer zielstrebigsten und planmäßigen Anstrengungen bedarf, um den künftigen Absatz aller Sortimente unserer Wälder sicherzustellen. Die Arbeitsgruppe richtet an den Schweiz. Forstverein respektive dessen Vorstand den Wunsch und Antrag, die Fragen des Absatzes schwacher Laubholzsortimente und der Kundenpflege in nächster Zeit in geeigneter Form, zweckmäßig in einer ganztägigen Aussprache an einem zentralen Ort, weiter zu behandeln und einer Klärung entgegenzuführen.