

TH. LÜTHI

Dienstleistungen für die Holzbranche

Kunden-Zeitschrift

Nr. 2

April 2012

320 m³

67'220.-
44'000.-

Mein Ziel ist Ihr Erfolg.

Leuweli
CH-6083 Hasliberg Hohfluh

Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie lesen soeben die zweite Ausgabe meiner digitalen Kundenzeitschrift. Die positiven Rückmeldungen der ersten Ausgabe haben mich motiviert, die Idee fortzuführen - auch wenn es ein paar Monate gedauert hat...

Falls Sie die erste Ausgabe nicht erhalten haben, können Sie diese jederzeit auf meiner Homepage nachlesen: www.th-luethi.ch (Rubrik: Service/Newsletter).

Ich habe mich auch diesmal bemüht, einen Mix aus Beiträgen zusammenzustellen, die Sie im unternehmerischen Alltag interessieren dürften. Und falls Sie noch mehr von mir lesen möchten, dann finden Sie auf meiner Homepage (Rubrik: Service/Presse) einige Reportagen und Beiträge, die ich in den vergangenen Monaten für verschiedene Fachzeitschriften geschrieben habe. Es kommen laufend neue hinzu!

Ich wünsche Ihnen viel Spass bei der Lektüre und freue mich wie immer auf entsprechende Rückmeldungen und Kritik.

Mit freundlichen Grüßen



Thomas Lüthi



Inhalt

Laubholz-Absatzförderung

Von 400.000 auf unter 100.000 fm: das ist die Entwicklung des Schweizer Laubholzeinschnittes der vergangenen Jahrzehnte! Mit Unterstützung des Bundesamt für Umwelt und des Selbsthilfefonds der Wald- und Forstwirtschaft versuche ich, den Laubholzabsatz anzukurbeln. Mehr dazu auf **Seite 3**

Unternehmensbewertung

Bei einem Kauf, Verkauf, einer Übernahme oder zum Fälligen von strategischen Entscheidungen stellt sich jedem Unternehmer die Frage, welchen Wert sein Unternehmen hat. Warum diese Frage oft nicht ganz einfach beantwortet werden kann, lesen Sie auf **Seite 4**

Historische-saegen.ch

Weil mich die geschichtliche Entwicklung der Sägetechnik interessiert, habe ich ein Internetportal zum Thema lanciert. Mehr darüber auf **Seite 5**

Und zum Schluss noch das...

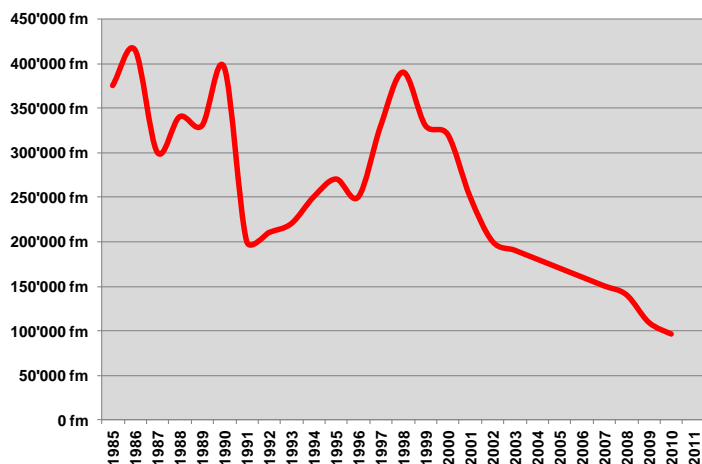
Seite 6

Leuweli
CH-6083 Hasliberg Hohfluh

Laubholz-Absatzförderung

Die Ausgangslage ist bekannt: Wurden vor wenigen Jahren in der Schweiz noch 300.000 bis 400.000 fm Laubholz eingeschnitten, waren es im vergangenen Jahr weniger als 100.000 fm! Vom Bundesamt für Umwelt (Aktionsplan Holz) und dem Selbsthilfefonds der Wald- und Holzwirtschaft erhielt ich daher den Auftrag zur Absatzförderung von Laubholz. Fünf Projekte begleite ich hierfür.

Neben allgemein rückläufigem Bedarf an Laubschnittholz, wie Klotzbretter und Schwellen, und anderen Faktoren ist der Hauptgrund für den massiven Einbruch beim Laubholzeinschnitt die in der Schweiz praktisch nicht vorhandene industrielle Weiterverarbeitung von Laubholz zu Halbfabrikaten.



Entwicklung der Laubholz-Einschnittmenge seit 1985 in der Schweiz. Wie wird es weiter gehen?

Auf der anderen Seite sind die Möbelhäuser voll mit Massivholzmöbeln, Thermoholz ist im Trend, genauso wie DIY-Produkte und Holzspielwaren. Und auch Laubholz am Bau ist zusehends ein Thema. Gründe genug, um auch in der Schweiz etwas zu unternehmen! „Meine“ fünf betreuten Projekte sind:

1. Möbelplatte: Das Ziel ist, über eine bestehende Kooperation eine Möbelplatte herzustellen und diese über einen Markt- und Absatzpartner (Möbelfirma) abzusetzen.

2. Laubholzlamellen: Ein Ingenieurholzbauer und vier Laubholzsäger versuchen, mit technischen und organisatorischen Massnahmen die Verfügbarkeit von Laubholzlamellen zu verbessern und Laub-BSH so konkurrenzfähiger zu machen.

3. Fussboden: Ein neuartiger Massivholzfussboden kommt trotz überzeugendem Verlegesystem und gutem Kunden-Feedback nicht so recht auf Touren. Hier werden Massnahmen zur Absatzförderung und Prozessoptimierung gesetzt.

4. Thermoholz: Das Büromöbelprogramm aus Buche einer Massivholzschreinerei verkauft sich momentan trendbedingt nicht sehr gut. Da prüfen wir den teilweisen Einsatz von Thermobuchen-Kontrastelementen (ganze Möbel oder Teile).

5. Baumarkt-/Leimholzprodukte: Zwei Laubholzsäger, zwei Weiterverarbeiter und ein Holz- und Halbfabrikatehändler planen die Errichtung einer Produktionslinie zur Herstellung von Laubholz-Halbfabrikaten.

Bedingung bei sämtlichen Projekten ist, dass jeweils mehrere Firmen involviert sind und sie wegweisenden Charakter haben. Dass also aufgezeigt werden kann, dass die jeweiligen Massnahmen auch in der Schweiz wirtschaftlich umgesetzt werden können. Und genau das scheint möglich zu sein, wie ein Zwischenfazit (der Auftrag läuft noch bis Ende 2012) zeigt.

Eine weitere Erkenntnis ist, dass man mit einem relativ geringen Aufwand doch einiges in der Branche bewegen kann (gilt auch für Nadelholz), die Unternehmer aber oft mit dem Tagesgeschäft ausgelastet sind und sich daher nur wenig mit Neuem beschäftigen können. **Daher macht die externe Unterstützung bei solchen Projekten durchaus Sinn!**

Übrigens: Grundlage für diesen Auftrag bildete die „Analyse der Schweizer Laubholzsägereien“. Hierüber habe ich in der letzten Kunden-Zeitschrift berichtet. Nachzulesen unter:

www.th-luethi.ch/05service/newsletter/newsletter.htm

Und eine Holzkurier-Reportage zum Thema „Erfolg dank Wertschöpfung“ finden Sie unter:

www.th-luethi.ch/05service/presse/presse.htm

Unternehmensbewertung

Im Laufe seiner unternehmerischen Laufbahn stellt sich die Frage jedem Unternehmer mindestens ein Mal: „Welchen Wert hat mein Unternehmen?“ - sei das bei der Übernahme, bei der Übergabe oder beim Fällen von strategischen Entscheiden. Den Wert eines Unternehmens zu bestimmen ist jedoch alles andere als einfach!

Das Verhältnis aus Angebot und Nachfrage bestimmt den Preis eines Produktes, wie wir alle in der Wirtschaftslehre gelernt haben. Das mag bei Konsumgütern des täglichen Bedarfes mehr oder weniger stimmen, wenn es aber um den Preis (sprich: „Wert“) eines Unternehmens geht, spielen noch andere Faktoren eine wichtige Rolle.

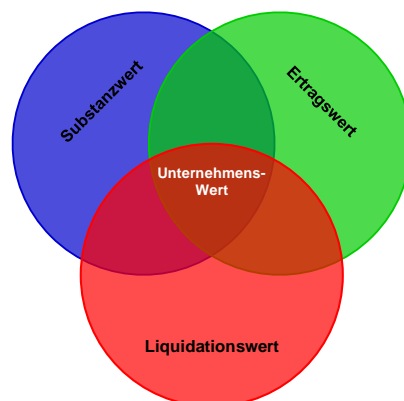
Bei der Unternehmensbewertung wird nach drei verschiedenen Verfahren vorgegangen und so drei unterschiedliche „Werte“ ermittelt:

Der Substanzwert (auch Inventarwert genannt) errechnet sich aus der Untersuchung der Bilanz. Dazu werden unter anderem die Aktiven eines Unternehmens bewertet und schon das ist nicht ganz einfach: wie bewertet man beispielsweise ein 20-jähriges Gatter, welches zwar buchhalterisch abgeschrieben ist aber noch mehrere Jahre einwandfrei funktionieren dürfte? Nach dem Neuwert, dem Zeitwert oder dem Wiederbeschaffungswert? Je nach Ansatz kann bei einer solchen Bewertung bald einmal eine Differenz von mehreren hunderttausend Franken entstehen.

Der Ertragswert beantwortet einfach gesagt die Frage, wieviel ein Nachfolger für ein Unternehmen maximal bezahlen darf, damit er dieses wirtschaftlich weiter betreiben kann. Entscheidend ist hierfür der erwartete künftige Ertrag, welcher (basierend auf den Ist-Werten) mit einem langjährigen Budget ermittelt wird. Im Gegensatz zum Substanzwertverfahren wird beim Ertragswertverfahren das Unternehmen als Ganzes betrachtet und auch immaterielle Faktoren (Soft-Facts) wie Kundenstamm, Mitbewerb, Produktivität, Know-how, etc. beeinflussen dessen Wert.

Der Liquidationswert: schlussendlich interessiert auch immer die Frage, was denn zu Erlösen wäre, wenn das Unternehmen liquidiert und seine einzelnen Bestandteile verkauft würden. Je nach Standort und vorhandener Infrastruktur kann das nämlich immer eine prüfenswerte Alternative zu einem Unternehmensverkauf sein, insbesondere wenn sich das Grundstück als Bau- oder Industrieland verkaufen liesse. Diesem Umstand sind in der Vergangenheit zahlreiche Unternehmen der Massivholzbranche zum Opfer gefallen, denn es ist keine Seltenheit, dass der Liquidationswert den Ertragswert um ein vielfaches übersteigt.

In diesem Fall spielt aber ein weiterer Faktor eine sehr wichtige Rolle: die emotionale Bindung zum Unternehmen! Nicht immer ist ein Unternehmer bereit, sein Lebenswerk zu liquidieren, um einen möglichst hohen Ertrag zu generieren. Oftmals ist ihm eine Weiterführung aus emotionalen Gründen mehr Wert und zusammen mit dem potentiellen Nachfolger wird ein Kompromiss um die Verkaufssumme gesucht.



Der Wert eines Unternehmens errechnet sich aus Substanz-, Ertrags- und Liquidationswert.

Da eine Unternehmensbewertung idealerweise von einem externen Experten durchgeführt wird, ist das auch immer der perfekte Anlass zu einer technisch-betriebswirtschaftlichen Unternehmensanalyse. Parallel zur Bewertung und mit geringfügigem Mehraufwand kann der Betrieb analysiert und allfälliges Optimierungspotenzial erkannt werden.

Unter Umständen kann damit sogar noch **positiv Einfluss auf den Wert eines Unternehmens** genommen werden!

Leuweli
CH-6083 Hasliberg Hohfluh

historische-saegen.ch

Die geschichtliche Entwicklung der Sägereitechnik hat mich - als gelernter Säger und Holztechnik-Ingenieur - schon immer interessiert und fasziniert. Um diese einem breiten Publikum bekannt zu machen und auf die zahlreichen restaurierten historischen Sägereien im Land hinzuweisen, habe ich das Internetportal historische-saegen.ch lanciert.

Da Holz schon immer ein verfügbarer und verhältnismässig leicht zu bearbeitender Werkstoff war, ist die Holzbearbeitung so alt wie die Menschheit selbst. Wurde in der Steinzeit Holz mit gezackten Faustkeilen bearbeitet, brachte die Bronzezeit erste „richtige Sägen“ hervor, mit denen Holz nicht nur quer, sondern erstmalig auch parallel zur Faser geschnitten werden konnte.



Alti Sagi Schwarzwaldalp BE (Foto: Beat Kehrl, Atelier KE)

Der Lauf der Geschichte brachte dann neue Metalllegierungen und weitere technische Errungenschaften, mit denen sich die Sägetechnik laufend weiter entwickeln konnte. Plötzlich war Schnittholz zum Bau von Häusern, Schiffen, Brücken, Äquadukten, Kriegsgeräten und Wagen relativ leicht verfügbar, was beispielsweise den Römern zu einem verhältnismässig hohen Lebensstandard und einer entscheidenden Überlegenheit gegenüber anderen Völkern verholfen hat.

Trotzdem dauerte es vermutlich bis ins 13. Jahrhundert, bis Sägereien mit Hilfe von Wasserkraft mechanisch betrieben worden sind, ab dem 15. Jahrhundert erfolgte die Kraftübertragung und die Umwandlung der Rotations- in eine Hubbewegung durch erste einfache Kurbel/Pleuel-Mechanismen. Zahlreiche solcher

Sägen aus der Zeit zwischen dem 15. und 18. Jahrhundert sind restauriert worden und können heute wieder besichtigt werden. Einige von ihnen waren bis in die Kriegsjahre des zweiten Weltkrieges in Betrieb.

Unter www.historische-saegen.ch habe ich ein Internetportal lanciert, mit welchem diese interessante geschichtliche Entwicklung einem breiten Publikum zugänglich gemacht und auf die zahlreichen restaurierten historischen Sägereien im ganzen Land hingewiesen wird.

Neben einer Karte mit Standorten von historischen Sägereien, einem bebilderten Abriss der Sägereigeschichte und zahlreichen schönen Foto- und Filmaufnahmen verweist das Portal auch auf den Beruf der Sägerin, respektive des Sägers. Und mit einem Newsletterdienst und einer Fanseite auf Facebook enthält die Plattform weitere wichtige Elemente einer modernen Internetplattform.



Säge Turtmann VS (Foto: Brigitte Wolf)

Kennen Sie eine Säge, die auf dem Portal fehlt? Oder haben Sie neue oder ergänzende Informationen zur geschichtlichen Entwicklung oder zur Technik? Ich freue mich über jede Information an th.luethi@gmx.ch.

Und zum Schluss noch das...

Selbstverständlich soll diese Zeitschrift werbefrei sein - ausser vielleicht ein bisschen Eigenwerbung. Deshalb betrachten Sie bitte folgenden Beitrag als Gag. In einem Internetshop habe ich ein unverzichtbares „Werkzeug“ für jeden Unternehmer der Holzbranche gefunden: Den Kennzahlen-Meter (=Zollstock)!

Der Kennzahlen-Zollstock, ein filigraner „Meter“ für die Jackettasche: Nicht nur als Messinstrument, sondern auch als Rechenhilfe für den Alltag des Managers.

Die Produktbeschreibung des Anbieters: „Finanz-Know-how am laufenden Meter, das ist die Voraussetzung für richtige Entscheidungen im unternehmerischen Alltag.“



Der Kennzahlen-Zollstock

Der Kennzahlen-Zollstock zeigt in kompakter Form die zentralen Finanz-Kennzahlen, welche die wirtschaftlichen Leistung eines Unternehmens aufzeigen:

Vermögensstruktur, Liquidität, Cash Flow, Jahresüberschuss, Eigenkapitalquote, Working Capital, Return on Investment, Ebit-Marge, Eigenkapitalrendite, Gewinn je Aktie, KGV und Marktkapitalisierung.“

Erhältlich ist der Kennzahlen-Zollstock in vielen Geschenkshops oder im Internet bei Amazon über folgenden Direkt-Link:

www.amazon.de/gp/product/B000000000/ref=as_li_ss_tl?ie=UTF8&tag=kaukasuszentr-21&linkCode=as2&camp=1638&creative=19454&creativeASIN=B000000000

PS: dieser Link lässt sich in der Online-Ausgabe dieser Zeitschrift anklicken.

© Copyright: Thomas Lüthi, 6083 Hasliberg Hohfluh

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung, Verbreitung und Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder über elektronische Systeme verbreitet werden.