

Marktwert von Kompost in Deutschland

Die Bundesgütegemeinschaft Kompost hat im ersten Quartal 2006 bei den Erzeugern von RAL-gütesicherten Komposten erstmalig eine Erhebung zum aktuellen Marktwert der Produkte durchgeführt. Nach einem erfreulich hohen Rücklauf konnten die Daten von 188 Kompostierungsanlagen ausgewertet werden. Die Anlagen verarbeiten rund 3,1 Mio. t Kompostrohstoffe zu etwa 1,5 Mio. t Kompostprodukten.

Über alle Vermarktungsbereiche hinweg beträgt der durchschnittliche Erlös für RAL-Kompost, gesiebt, ab Werk 5,80 €/t. In der Landwirtschaft sind die Erlöse geringer. In dieses Marktsegment werden 49 % der Mengen, die der Erhebung zugrunde lagen, abgesetzt. Die in der Landwirtschaft zu erzielenden geringeren Erlöse erklären sich durch Serviceleistungen (z.B. Transportleistungen), die mit dem Absatz in diesen Bereich häufig verbunden sind. Bezieht man diese Leistungen ein, korrespondiert der o.g. durchschnittliche Erlös von 5,80 €/t gut mit dem Wert der Pflanzennährstoffe, die im Mittel rund 6 €/t Kompost betragen und für den Landwirt einen Wert von 230 €/ha bedeuten. Dieser Wert bezieht allerdings nur die enthaltenen Hauptnährstoffe (anrechenbarer Stickstoff, Phosphat, Kalium) ein und Kalk. Der Wert der organischen Substanz zur Humusreproduktion und weitere Pflanzennährstoffe sind dabei (noch) nicht berücksichtigt.

Tabelle 1: Mittlerer Erlös je Tonne Kompost und Gesamt-Marktwert

	Mittlerer Erlös 1)	Gesamt-Marktwert 2)
Kompost, lose, ab Werk	5,80 €/t	15 Mio. €

1) Mittlerer Erlös über alle Produktionsanlagen, Absatzbereiche, Kompostprodukte und Körnungen.

2) Gesamt-Marktwert für Deutschland, hochgerechnet nach mengenbezogenen mittleren Erlösen.

In den Absatzbereichen außerhalb der Landwirtschaft (Landschaftsbau, Erdenwerke, Hobbygartenbau) werden Erlöse überhalb des Mittelwertes von 5,80 €/t erzielt. Hier dominiert der Wert der organischen Substanz bzw. des Humus zur Bodenverbesserung. In diese Marktsegmente werden 51 % der Mengen abgesetzt. Zusätzliche Serviceleistungen sind hier selten.

Unterschiede in den Erlösen zeigen sich jedoch nicht nur zwischen den Marktsegmenten Landwirtschaft und außerhalb der Landwirtschaft, sondern auch bei weiteren Aspekten. So werden für Fertigkomposte höhere Erlöse erzielt als für Frischkomposte. Gleiches gilt für feinkörnige Absiebungen (0-10 mm), die teurer verkauft werden, als mittelkörnige Absiebungen (0-25 mm) oder gar grobkörnige Ware (0-40 mm).

Weiterhin haben die am Standort der Produktionsanlage gegebenen Nachfragepotentiale einen Einfluss auf die erzielbaren Erlöse. Während die Landwirtschaft praktisch flächendeckend als Nachfrager auftritt, sind erlösstärkere Nachfragesegmente wie etwa der Landschaftsbau oder der Hobbygartenbau eng mit Gebietsstrukturen in stärker besiedelten Regionen oder Ballungsräumen verbunden. Weil die Transportwürdigkeit von Kompost aufgrund seines hohen spezifischen

Gewichts begrenzt ist, spielen die regionalen Nachfragepotentiale eine bedeutende Rolle. Vor diesem Hintergrund werden auch Unterschiede in der Erlössituation zwischen kleineren und größeren Anlagen festgestellt. Bei letzteren belasten die aufgrund des größeren Vermarktungsradius größeren Transportentfernungen die Erlöse. Bezogen auf die abgesetzten Mengen an Kompost sind die mittleren Erlöse daher etwas geringer als der Wert, der sich im Mittel der Produktionsanlagen ergibt.

Rund 60 % der befragten Produktionsanlagen stellen Weiterverarbeitungsprodukte her. Hierbei handelt es sich v.a. um Oberbodenmaterial, welches z.B. aus einer Mischung von steinfreiem Erdaushub und Fertigungskompost hergestellt werden kann. Empfohlene Mischungsverhältnisse, die je nach Kompostqualität (Salzgehalt, Nährstoffe u.a.) sehr unterschiedlich sein können, sind für RAL-Komposte im Fremdüberwachungszeugnis der Gütesicherung für jedes Produkt spezifisch ausgewiesen. Die Berücksichtigung der Empfehlungen gewährleistet den Erfolg in der Anwendung, und die Übereinstimmung mit Rechtsbestimmungen.

Ein anderer Bereich von Weiterverarbeitungsprodukten betrifft die Herstellung von gärtnerischen Kultursubstraten (für den Erwerbsgartenbau) sowie Blumenerden (für den privaten Haushalt). In diesen Produkten wird Kompost in Mischung mit anderen substratfähigen Komponenten in Mengenanteilen von 20 bis 60 Vol.-% eingesetzt. Dabei wird v.a. der in diesen Produkten vorherrschende Torf zu entsprechenden Anteilen substituiert.

Hinsichtlich der Marktentwicklung wird insgesamt festgestellt, dass sich frühere Angebotsüberhänge mehr und mehr in Nachfrageüberhänge verwandelt haben. Sowohl das eine wie das andere hängt damit zusammen, dass sich das Angebot nicht allein durch die Nachfrage bestimmt, sondern v.a. durch abfallwirtschaftliche Entscheidungen, einen maßgeblichen Einfluss haben. Während in den Anfangsjahren der getrennten Sammlung von Bioabfällen die Erschließung der Nachfragepotentiale nicht selten hinter den schnell steigenden Mengen erzeugter Komposte zurückblieb, hat sich dieses Verhältnis inzwischen gedreht. Heute bleibt häufig das Angebot hinter der Nachfrage zurück und Kompostanlagen melden Ausverkauf.

Prognosen für die weitere Entwicklung lassen eine anhaltend zunehmende Nachfrage erkennen. Dies hängt zum einen mit Strategien der Kompostproduzenten zusammen, ihre Produktpalette im Hinblick auf ein differenzierteres Kundenspektrum zu diversifizieren und den Anteil an Weiterverarbeitungsprodukten wie Oberbodenmaterialien zu erhöhen.

Starke Einflüsse auf die künftige Entwicklung des Nachfragepotentials an Kompost werden auch aus der Landwirtschaft erwartet. Vor dem Hintergrund des gegenwärtigen Strukturwandels, der von einer Abnahme der Tierhaltung und einer Zunahme des Anbaus nachwachsender Rohstoffe zur energetischen Verwertung gekennzeichnet ist, wird die Nachfrage nach organischen Düngern aus der überbetrieblichen Kreislaufwirtschaft deutlich zunehmen. Dies liegt daran, dass sowohl die Abnahme der tierischen Erzeugung als auch der verstärkte Anbau von Energiepflanzen wie Mais zu Humusverlusten im Boden führt, die durch Maßnahmen der Fruchtfolge oder Einsatz

geeigneter organischer Dünger ausgeglichen werden müssen (siehe Beitrag Seite 47). In diesem Zusammenhang wird sich der Wert der organischen Substanz in Kompost aus Sicht der Landwirtschaft deutlich erhöhen. Ordnungsrechtliche Maßnahmen, wie die Bestimmungen in Cross Compliance, mit denen Fördergelder der Landwirtschaft u.a. an ausgeglichene Humusbilanzen und Mindestgehalte an organischer Substanz im Bodens gebunden werden, verstärken diese Entwicklung.

Weitere Information: Bundesgütegemeinschaft Kompost e.V., Von-der-Wettern-Str. 25, 51149 Köln, Tel.: 02203/35837-0, Fax: 02203/35837-12, E-Mail: info@Kompost.de, Internet: www.Kompost.de. (KE)

BGK
Absatzstatistik
Kompost

Vermarktungswege von Kompost in Deutschland

Die Bundesgütegemeinschaft Kompost hat ihre Vermarktungsstatistik für Kompost auf Basis der Daten aus 2005 aktualisiert. Die Auswertung bezieht sich auf RAL-gütegesicherte Komposte (RAL-GZ 251) und berücksichtigt auch eine produktspezifische Unterteilung auf die Produkte Frischkompost, Fertigkompost, Substratkompost und Mulchkompost.

Tabelle 1: Menge an RAL-Kompostprodukten, in 2002 und 2005

RAL-Kompost	Menge in t		Anteil in %	
	2002	2005	2002	2005
Frischkompost	905.000	972.241	33,6%	33,1%
Fertigkompost	1.743.000	1.878.052	64,6%	63,9%
Substratkompost	41.000	70.059	1,5%	2,4%
Mulchkompost	8.500	17.273	0,3%	0,6%
Kompost Gesamt	2.700.000	2.937.625	100 %	100 %

Nach den Ergebnissen wurden in 2005 bundesweit rund 3 Mio. t RAL-Komposte abgesetzt. Im Vergleich zu 2002 ist damit ein leichter Zuwachs zu verzeichnen. Eine Übersicht ist in der Tabelle 1 aufgeführt. Dominante Produkte sind Fertigkompost (ca. $\frac{2}{3}$ der Mengen) und Frischkompost (ca. $\frac{1}{3}$ der Mengen). Substratkompost und Mulchkompost sind im Vergleich relativ unbedeutend.

Tabelle 2: Vermarktungswege von RAL-Komposten (Gesamt), 2002/2005

Vermarktungswege für Kompost Gesamt	Anteil in %	
	2002	2005
Landwirtschaft (Ackerbau)	44,3	47,7
Landschaftsbau	16,6	12,8
Hobbygartenbau	11,4	11,9
Erwerbsgartenbau	3,7	3,9
Erdenwerk	12,5	13,6
Sonderkulturen (z.B. Obst-, Weinbau)	6,0	5,7
Kommune	3,4	3,0
Sonstiges	2,0	1,3

Größter Abnehmer für Kompost ist mit ca. 48 % nach wie vor die Landwirtschaft, gefolgt von Erdenwerken mit annähernd 14 %. Weitere bedeutende Absatzbereiche sind der Landschaftsbau (ca. 13 %) und der Hobbygartenbau (ca. 12 %). Auffällig unbedeutend sind die kommunalen Abnehmer. Eine Gesamtauswertung über alle Kompostprodukte zeigt Tabelle 2. Auswertungen über die Vermarktungswege der jeweiligen Einzelprodukte (Frischkompost, Fertigkompost, Substratkompost) sind in den Tabellen 3 - 5 dargestellt.

Frischkompost geht erwartungsgemäß zu drei Viertel in die Landwirtschaft. Daneben spielt der Bereich der Sonderkulturen, speziell der Weinbau, noch eine Rolle. In anderen Bereichen ist Frischkompost kaum gefragt.

Tabelle 3: Vermarktungswege von RAL-Frischkomposten, 2002/2005

Vermarktungswege Frischkompost	Anteil in %	
	2002	2005
Landwirtschaft (Ackerbau)	69,5	74,6
Landschaftsbau	9,7	7,0
Hobbygartenbau	1,8	1,1
Erwerbsgartenbau	1,8	1,6
Erdenwerk	2,1	2,6
Sonderkulturen (z.B. Obst-, Weinbau)	12,9	11,6
Kommune	1,3	0,8
Sonstiges	0,9	0,6

Fertigkompost wird zu bedeutenden Anteilen in die Bereiche Landwirtschaft, Landschaftsbau und Hobbygartenbau abgesetzt. Daneben beziehen Erdenwerke Fertigkompost als Mischkomponente für die Herstellung von Bodenmaterialien und Substraten.

Tabelle 4: Vermarktungswege von RAL-Fertigkomposten, 2002/2005

Vermarktungswege Fertigkompost	Anteil in %	
	2002	2005
Landwirtschaft (Ackerbau)	27,5	36,0
Landschaftsbau	21,5	16,0
Hobbygartenbau	17,4	17,7
Erwerbsgartenbau	5,2	5,1
Erdenwerk	15,9	16,4
Sonderkulturen (z.B. Obst-, Weinbau)	4,1	2,8
Kommune	5,0	4,2
Sonstiges	3,3	1,8

Substratkompost wird in der Regel an Erdenwerke vermarktet und dort als Mischkomponente bei der Herstellung von gärtnerischen Kultursubstraten und Blumenerden eingesetzt.

Tabelle 5: Vermarktungswege von RAL-Substratkomposten, 2002/2005

Vermarktungswege Substratkompost	Anteil in %	
	2002	2005
Landwirtschaft (Ackerbau)	2,1	0
Landschaftsbau	7,4	3,9
Hobbygartenbau	12,4	4,6
Erwerbsgartenbau	5,6	2,5
Erdenwerk	70,4	88,5
Sonderkulturen (z.B. Obst-, Weinbau)	0	0
Kommune	0,7	0,5
Sonstiges	1,4	0

Mulchkompost geht im wesentlichen in den Landschaftsbau. Mit einem Anteil von nur 0,6 % an der gesamten Kompostproduktion ist dieses Produkt allerdings mengenmäßig unbedeutend. Bei den Mulchmaterialien wird v.a. Rindenmulch nachgefragt. Viele Kompostanlagen beziehen daher Rindenmulch zur Sortimentergänzung.

Die Ergebnisse über den Absatz von Kompost und Kompostprodukten zeigen Mittelwerte für RAL-gütesichere Kompostanlagen in Deutschland. Die Vermarktungswege einzelner Hersteller können davon stark abweichen. Nicht selten erfolgt der Absatz zu 100 % in die Landwirtschaft. Auf der anderen Seite gibt es zahlreiche Anlagen, die in diesen Absatzbereich überhaupt nicht vermarkten und sich ertragsstärkere Bereiche erschlossen haben.

Die Absatzstruktur ist im Einzelfall auch stark durch die jeweilige Regionalstruktur bestimmt. In dünn besiedelten ländlichen Gebieten mit geringen landschaftsbaulichen Aktivitäten weist die Landwirtschaft i.d.R. das größte Nachfragepotential auf. Andere Bereiche haben dort ein

geringeres Nachfragepotential als in vielfältiger strukturierten Regionen mit größerer Nachfrage aus den Bereichen Landschaftsbau, Hobby- und Erwerbsgartenbau sowie Sonderkulturen.

Weitere Information: Bundesgütegemeinschaft Kompost e. V., Von-der-Wettern-Str. 25, 51149 Köln, Telefon: 02203/35837-0, Fax: 02203/35837-12, E-Mail: info@kompost.de, Internet: www.kompost.de.
(TJ)