

Terrassen

ner. Ziel ist es, fundierte Beratung und Fachkompetenz dauerhaft abzusichern.

Jährlich veranstaltet das Unternehmen bundesweite Verkäufertage – zuletzt 13 Termine –, bei denen dafür Neuheiten vorgestellt und praxisnah vermittelt werden. „Der Verkäufer muss den Kunden richtig beraten“, so Bösch.

Im Alltag begegnen Bösch immer wieder vermeidbare Beanstandungen. Für ihn ein klarer Hinweis darauf, dass grundlegendes Wissen über Materialeigenschaften im Verkaufsgespräch oft fehlen.

Ein Beispiel: Ein Kunde zeigte ihm bei einem Besuch das Originalmuster und beanstandete die veränderte Optik des verbauten Holzes. „Gucken Sie mal – das sieht ja jetzt ganz anders aus.“ Für Bösch ein typischer Fall: „Der wusste schlichtweg nicht, dass Holz vergraut.“

Seine Einschätzung ist eindeutig: „Zu oft sind Beanstandungen, die an uns herangetragen werden vermeidbar, durch eine vollumfängliche Beratung.“

Ein Dauerproblem beim Terrassenbau bleibt die oft nicht ausreichende Hinterlüftung. „Die drei häufigsten Fehler sind: fehlende Unterlüftung, fehlende Unterlüftung und fehlende Unterlüftung“, sagt Bösch. Damit Händler ihre Kunden fachgerecht beraten können, schult Roggemann regelmäßig über 900 Partner. Alle Produkteigenschaften sind zudem im Katalog klar verständlich beschrieben.

Verändertes Sortiment – statt Tropenholz zunehmend neue Holzlösungen

Früher war Roggemann stark auf Tropenhölzer spezialisiert. Heute spielt nur noch Bankirai aus Indonesien eine tragende Rolle – wegen seiner Verfügbarkeit und Bekanntheit. Andere Tropenhölzer verlieren an Bedeutung, nicht zuletzt wegen ihrer Listung auf der CITES-Artenschutzliste.

Stattdessen gewinnen modifizierte Hölzer an Bedeutung. Accoya, das chemisch modifizierte und nachhaltige Kiefernholz zeigt hier das stärkste Wachstum. Auch neue Lösungen wie das druckbehandelte Organowood Nova – welches giftfrei imprägniert ist – ergänzen das Sortiment.

Bösch beschreibt sie als „echte Alternative zur sibirischen Lärche“. Die Materialien sind in großen Mengen verfügbar, technisch überzeugend und nachhaltig einsetzbar.

Nachfrage verändert sich

In den vergangenen Jahren hat der Garten in Deutschland deutlich an Stellenwert gewonnen. „Es ist schon beeindruckend, was

heute für ein Garten ausgegeben wird. Früher hat man dafür ein Haus gebaut“, sagt Bösch. „Das sind schon beeindruckende Sachen, die da gemacht werden.“

Auch die Erwartungen an Terrassen haben sich verändert. Früher reichten 4 x 5 Meter Holzfläche – heute sind Größe, Design und Technik deutlich anspruchsvoller. Häufig werden Klicksysteme ohne sichtbare Schrauben gewünscht. „Aber da muss man genau schauen, ob das Holz zum System passt“, warnt Bösch.

Ausblick

Bösch blickt optimistisch auf den Markt. Das Unternehmen hat eine konstruktive Fehlerkultur: „Es ist ein Saisongeschäft – jedes Jahr stellen wir uns neu auf. Wenn Trends kommen, nehmen wir sie auf ... und wenn's floppt, dann verlassen wir diese auch wieder.“ Das Unternehmen passt sich dynamisch an die Marktbewegungen an und reagiert flexibel auf veränderte Kundenbedürfnisse. Die Zukunft sieht er im Zusammenspiel aus hochwertigen Produkten, klarer Beratung und vor allem verlässlichen Partnerschaft mit dem Handel.

3. Jorkisch verbindet Produktion, Handel und starke Marke in einer Hand

Im Gegensatz zu den anderen Unternehmen produziert Jorkisch auch selbst – und deckt mit der eigenen Holzbearbeitung einen Großteil der Wertschöpfungskette ab: vom Holzeinschlag über den Import bis zur Verarbeitung im eigenen Hobel- und Imprägnierwerk.

Unter der Marke Joda handelt das Unternehmen ein breites Sortiment für den Garten, darunter auch Terrassendielen. Rund 1000 Fachhändler im deutschsprachigen Raum vertreiben die Produkte. Ein Zeichen für die breite Präsenz und hohe Akzeptanz der Marke im Markt.

„Wir als Importeur und Großhändler beliefern den Fachhandel. Unser Fokus liegt dabei ganz klar auf einem Lärchen- und einem Kiefernassortiment“, erklärt Marco Sack, diplomierter Holzwirt und Qualitätsmanager bei Jorkisch.

Jorkisch bietet ein buntes Sortiment mit Schwerpunkt auf heimischen Hölzern

Firmenchef Bernd Jorkisch erkannte früh das Potenzial heimischer Baumarten – und priorisierte sie gezielt im Sortiment.

Besonders gefragt war lange die sibirische Lärche – sie machte bis zu 30 Prozent des Terrassenumsatzes aus. Doch mit dem



Jorkisch Geschäftsführer Oliver Segendorf sieht in der kommissionierten Ware einen klaren Vorteil: „Unsere Kunden bekommen genau das, was sie brauchen – fertig zusammengestellt und versandbereit.“

Importstopp durch die Russlandsanktionen hat sich das Geschäft gewandelt.

Mittlerweile hat die europäische Lärche die sibirische vollständig ersetzt. „Die Verarbeitung ist zwar anspruchsvoller als bei Fichte und Kiefer“, erklärt Sack, „doch sie ist qualitativ hochwertiger, haltbarer – und optisch wie haptisch sehr angenehm.“

Kurios: Das Sortiment der europäischen Lärche, beinhaltet auch die japanische Lärche, die nach dem Krieg gezielt in Schleswig-Holstein gepflanzt wurde. Mittlerweile hat sich das Holz in der Praxis bewährt und ist beliebt, auch wenn sie, was Haltbarkeit und Aussehen angeht, nicht ganz an die sibirische Lärche herankommt.

Ergänzt wird das Sortiment durch eine Auswahl an Eiche, Bangkirai und Robinie, sowie Kiefer im Einstiegs- und Premiumsegment. Besonders sticht hier die Polar-Kiefer aus dem Norden Finnlands qualitativ hervor.

Auch Verbundwerkstoffe wie WPC gehören zum Programm, nehmen jedoch nur eine Nebenrolle ein: „Natürlich haben wir auch WPC, weil manche Kunden danach fragen, aber unsere Priorität liegt ganz klar bei regionalen Hölzern“, so Sack.

Viele Kunden schätzen zudem die von Jorkisch geführten Pflegeprodukte. „Weil es sich um moderne Wetterschutzöle handelt, die sehr einfach in der Anwendung sind und die Optik der Oberflächen jedes Jahr wieder auffrischen“, so Sack.

Pionierarbeit für die europäische Lärche

Der Anteil der europäischen Lärche im Sortiment von Jorkisch ist in den vergangenen Jahren weiter gestiegen. „Das hat bei uns eine lange Geschichte“, sagt Sack.

Das Unternehmen kommt ursprünglich aus der Holzernte und hat deshalb schon früh begonnen, europäische Lärche ins Sortiment aufzunehmen. Und bis heute ist Jorkisch in Norddeutschland und über die Region hinaus in der Holzernte und im Rohholzhandel aktiv.

Vor 30 Jahren war es allerdings noch gar nicht so einfach, Abnehmer für das Holz zu finden. „Früher war der Forst dankbar, wenn man die Lärche überhaupt abgenommen hat“, sagt Sack.

Die Lärche stammt vor allem aus norddeutschen Wäldern und macht mittlerweile einen großen Teil des Sortiments aus. Verschiedene Sägewerke werden zudem von Jorkisch mit Rundholz beliefert.

Möglich machen das verlässliche, über Jahre gewachsene Einkaufsbeziehungen, die eine stabile Versorgung sichern.

Fachmarkt aus Tradition aktiv

Auf dem 12 Hektar großen Gelände in Daldorf, Schleswig-Holstein – direkt neben der größten Gartenausstellung Norddeutschlands – betreibt Jorkisch einen eigenen, kleinen Fachmarkt. Für das Unternehmen steht er für regio- ➔



Marco Sack – Jorkisch

Die Leidenschaft für Holz begleitet Marco Sack seit früher Kindheit – begonnen hat alles mit Drechselarbeiten an der Seite seines Großvaters. Seither begeistert ihn Holz in all seinen Facetten – ob im Studium, auf Reisen oder im Berufsalltag. „Holz ist einfach ein schöner Werkstoff“, sagt der diplomierte Holzwirt.

Terrassen

nale Verbundenheit und richtet sich vor allem an die heimische Kundschaft rund um Daldorf.

Endkunden spricht Jorkisch gezielt über den Joda-Marken-Onlineshop an. Der Verkauf erfolgt jedoch ausschließlich über den Holz- und Baustoffhandel, der als Servicepartner agiert.



Im Sortiment von Jorkisch findet sich auch WPC – allerdings mit überschaubarem Anteil

Jorkisch beliefert vor allem Kooperationen

„Unsere Hauptkunden sind Holzland, Eurobaustoff und andere Kooperationen“, sagt Geschäftsführer Oliver Segendorf und verweist auf lang gewachsene Kundenbeziehungen: „Viele davon begleiten uns seit Jahrzehnten.“

Neben der Lieferung übernimmt das Unternehmen auch logistische Aufgaben. „Wir verteilen und kommissionieren die Ware, damit die Lager der Händler überschaubar groß bleiben. Zudem sind wir im Rundholzbereich auch in größerem Umfang Partner der Industrie,“ so Segendorf.

Der wichtigste Absatzmarkt ist Deutschland. Einzelne Lieferungen gehen auch nach Österreich, in die Schweiz, in die Niederlande oder nach Dänemark. Aber: „Deutschland ist für uns der stabile Kern“, sagt Segendorf.

Kundenservice steht ganz oben

Kundenorientierung gehört für Jorkisch zur obersten Priorität. „Wir haben einen sehr hohen Servicegrad, was die Kunden auch schätzen“, sagt Segendorf.

Drei umfangreiche Kataloge helfen den Händlern, die eigenen Endkunden direkt am Tresen zu beraten. Darüber hinaus stellt das Unternehmen Hilfsmittel bereit. „Bei uns gibt es Zaun- und Carport-Konfiguratoren, einen Terrassenplaner online, und wir beraten die Händler auch, wenn sie allgemeine Fragen haben“, so Sack.

Benötigten Händlerkunden etwa Ware für ein Bauvorhaben, bekommen sie diese kommissioniert als Komplettpaket. Gerade kleinere Betriebe profitieren davon: „Sie müssen nicht lagern und sich nicht um den Transport kümmern. Das ist für unsere Kunden ein gutes Angebot,“ erklärt der Geschäftsführer.

Denn der Personalmangel sei auch im Handel spürbar: „Die sehr gut ausgebildeten Baby-Boomer gehen jetzt und es kommen weniger nach, als notwendig wären.“

Onlineshop als Marketinginstrument

Um die Ware zu bewerben betreibt Jorkisch den eigenen Joda-Marken-Onlineshop. Die Bestellung läuft über die Plattform, die Lieferung ausschließlich über den Fachhandel. „Wir können ja dem Händler nicht die Kunden abspenstig machen“, sagt Segendorf. Die Vertriebsstruktur basiert auf einer vertrauensvollen Partnerschaft: Jorkisch bündelt, der Handel vertreibt.

WPC bleibt Randthema

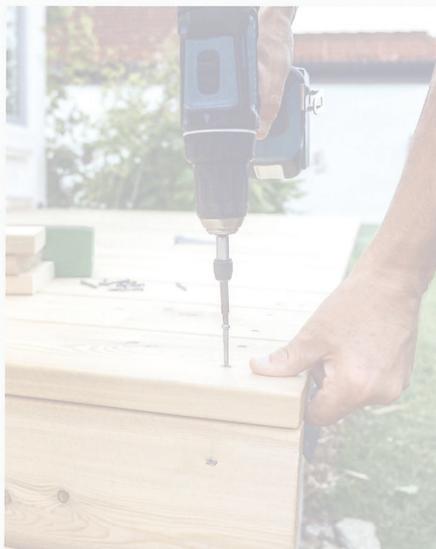
Jorkisch führt zwar WPC im Sortiment – doch im Tagesgeschäft spielt das Material eine untergeordnete Rolle. „Mit WPC er-

Sibirische Lärche fällt weg – Hersteller und Handel suchen nach Alternativen

Die sibirische Lärche war über Jahre das bevorzugte Terrassenholz in Deutschland und Mitteleuropa. Ihr günstiger Preis, ihre Verfügbarkeit und ihre Widerstandsfähigkeit machten sie zur ersten Wahl vieler Verarbeiter. Vor dem Importstopp Anfang 2022 lag ihr Marktanteil bei bis zu 50 Prozent.

Lieferstopp seit Kriegsbeginn

Mit dem Beginn des Ukraine-Kriegs kam der Import in großen Teilen Europas nahezu vollständig zum Erliegen. Politische Sanktionen und ethische Bedenken waren der Hintergrund – eine tiefgreifende Zäsur für den Holzmarkt. Händler bieten heute nur noch Restposten an, die Lager dürften spätestens Mitte 2025 leer sein.



Modifiziertes Holz gewinnt an Bedeutung

Der Wegfall hat die Branche zum Umdenken gezwungen. Thermisch behandelte Nadelhölzer erreichen inzwischen hohe Haltbarkeitsklassen, die sie zu ernstzunehmenden Alternativen machen. Ihr Marktanteil wächst. Dennoch: „Kaum ein Holz war so in der Menge zu dem Preis und in der Qualität verfügbar“, sagt Marco Sack, Qualitätsmanager bei Jorkisch.

Neuausrichtung des Markts

Längst geht es nicht mehr nur um die Frage des Ersatzes. Der Wegfall der sibirischen Lärche hat zu einer dauerhaften Verschiebung der Sortimente geführt, in der neue Materialien zunehmend den Ton angeben.

reicht man den Kunden, der es pflegeleicht möchte – da hat es seine Berechtigung“, sagt Sack.

Trotzdem überwiegen für das Unternehmen die Einschränkungen. „Das Material fühlt sich einfach anders an als Holz, das kann man drehen und wenden, wie man will“, so Sack.

Kritisch sieht er auch die Entsorgung: Wenn alte WPC-Decks ersetzt werden müssen, entsteht eine erhebliche Menge an zu entsorgendem Altmaterial.

Nachhaltigkeit von Anfang an

Das Thema Nachhaltigkeit hat bei Jorkisch einen hohen Stellenwert. Der Betrieb zählt zu den ersten Unternehmen in Deutschland, die sich vor 25 Jahren nach den Standards des FSC zertifizieren. Etwas später erhielt das Unternehmen auch das PEFC Zertifikat.

Die Entscheidung für heimische Hölzer ist für Jorkisch ebenfalls Teil der gelebten Nachhaltigkeit – sie bedeutet kurze Transportwege, nachvollziehbare Herkunft und die bewusste Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe.

Neben ihrer guten Ökobilanz lassen sich die Materialien am Ende ihrer Nutzungsdauer in der Regel problemlos recyceln oder entsorgen.

Markt schwächelt – Jorkisch legt zu

Die Krisen der vergangenen Jahre haben auch im Holzhandel Spuren hinterlassen. „Den Händlern fiel es in den vergangenen Jahren spürbar schwer – Corona, Weltlage, Zinspolitik – das hat sich ausgewirkt“, berichtet der Geschäftsführer.

Jorkisch selbst hatte einen Vorteil: „Wir sind im Gartenbereich unterwegs – nicht so sehr im Bau“, so Segendorf. „Deshalb sind wir von vielen Entwicklungen in diesem Bereich nicht so betroffen.“

Während der Holzmarkt in vielen Bereichen an Dynamik verliert, verzeichnet Jorkisch leichte Zuwächse. „Im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit haben wir im vergangenen Jahr mehr als fünf Prozent zugelegt, aktuell liegen wir, inklusive Rohholzumsatz, bei acht Prozent im Plus“, sagt Segendorf.

Dass man sich dem allgemeinen Abwärtstrend etwas entziehen konnte, führt Sack auf die eigene Holzernte und die anhaltende Nachfrage der Industrie nach Rohholz zurück.

Für das Unternehmen ist klar: der natürliche Werkstoff bleibt gefragt. „Holz ist nicht ersetzbar – was Haptik und Optik angeht“, ist Sack überzeugt. □



Das Firmengelände in Daldorf (Schleswig-Holstein) erstreckt sich über 12 Hektar und inklusive einer großen Gartenausstellung



Im Außenbereich zeigt Jorkisch anschaulich, wie vielfältig sich Holz im Garten einsetzen lässt



Um einen guten Eindruck zu vermitteln, werden verschiedene Holzarten unter freier Witterung gezeigt