

## Trend 2005 vom Pelletsmarkt Deutschland – Fortsetzung des dynamischen Wachstums

Dr.-Ing. Joachim Fischer, Deutscher Energie Pellet-Verband e.V., Tullastr. 18, D-68161 Mannheim  
Tel.: ++49-5542/930828, e-mail: fischer@depv.de

### 1 Der Markt für Pelletheizungen in Deutschland

Im Vergleich zum Nachbarland Österreich kam der Pelletmarkt in Deutschland erst zum Jahrtausendwechsel und damit vergleichsweise spät in Schwung. Ausgelöst durch die sprunghaft gestiegenen Preise für Heizöl und in der Folge auch für Erdgas, waren zum Winter 1999/2000 die Randbedingungen für die Markteinführung eines neuen Brennstoffs und neuer Heizsysteme günstig.

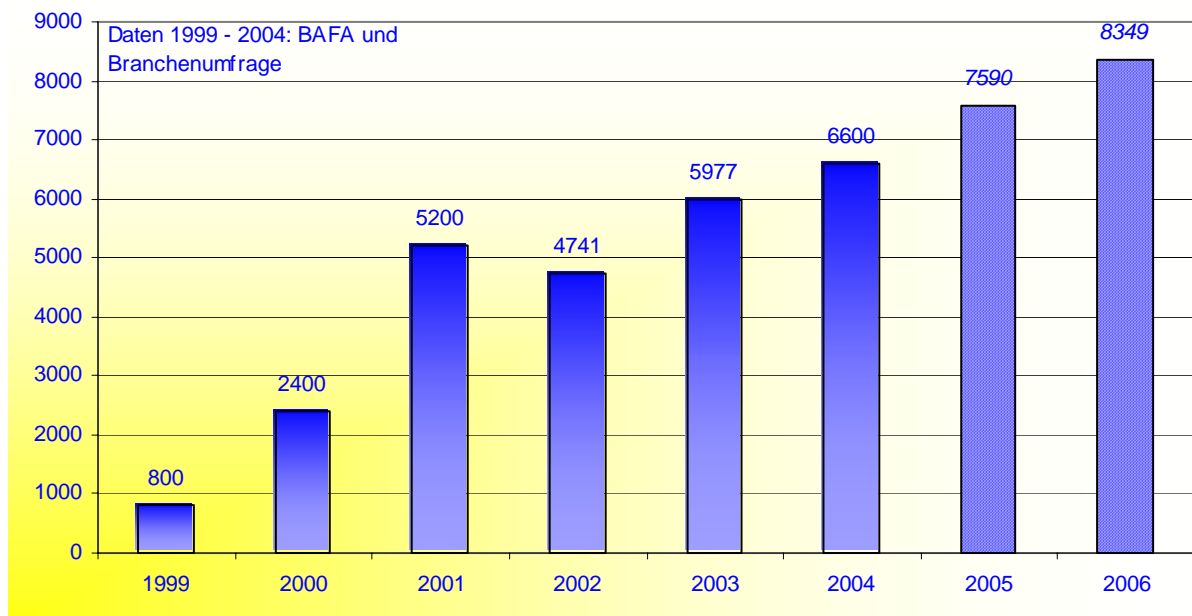


Abb.1: Absatz von Pelletheizungen in Deutschland

Daher verwundert es nicht, dass - wie in Abb.1 dargestellt - Pelletfeuerungen innerhalb kurzer Zeit überproportionale Steigerungen verzeichnen konnten, wobei der Heizungsmarkt insgesamt rückläufig war wie die nachfolgende Statistik der verkauften Kessel für Öl und Gas belegt.

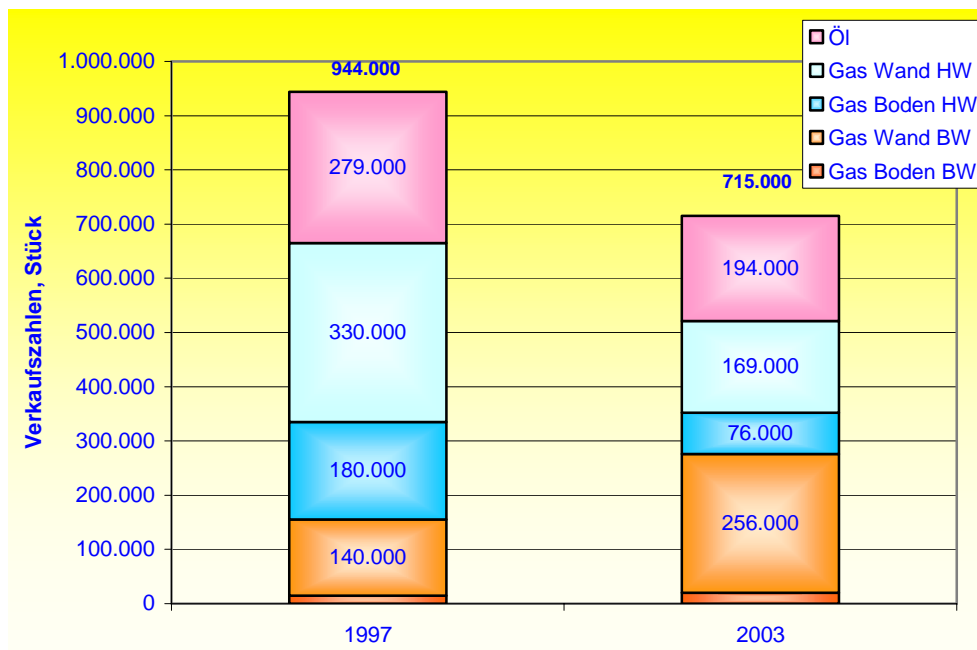


Abb. 2: Marktentwicklung für Gas- und Ölkessel, Quelle: VDI 2003.

Aufgrund dieser Marktdynamik herrschte in der sich entwickelnden Pelletbranche eine gewisse Euphorie, dass ähnlich überproportionale Zuwächse auch in den Folgejahren erreichbar sein könnten. Doch das Jahr 2002 zeigte, dass sich auch der Pelletmarkt nicht von der allgemeinen schwachen Baukonjunktur abkoppeln konnte, die Verkaufszahlen stagnierten in etwa auf dem Vorjahresniveau. Trotz einer immer noch schwachen Baukonjunktur konnten sich Pelletheizungen in den Jahren 2003 und 2004 besser im Markt behaupten. So zeigt die Auswertung der verfügbaren statistischen Daten zum Marktanreizprogramm des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, MAP, dass mit Stand 1. Dezember im Jahr 2004 rund 6600 Pelletheizungen gefördert wurden. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Steigerung um 12 %. Damit konnten zwar die im Sommer 2004 in einer Branchenumfrage festgestellten positiven Erwartungen mit mehr als 7000 verkauften Kesseln nicht ganz erreicht werden, dennoch ist der Marktzuwachs erfreulich. Auch für das laufende Jahr 2005 sowie das Jahr 2006 rechnet die Branche mit einem weiteren Marktwachstum, wobei man sich hier weiter optimistisch gibt, wie Abb. 1 unterstreicht. Angesichts der im Vergleich zu den Vorjahren günstigeren Randbedingungen erscheint diese Erwartung nicht unrealistisch. Zusammengefasst zeigen die Zahlen, dass sich der Pelletbereich langsam aber sicher aus seiner Nische heraus entwickelt, Abb. 3.

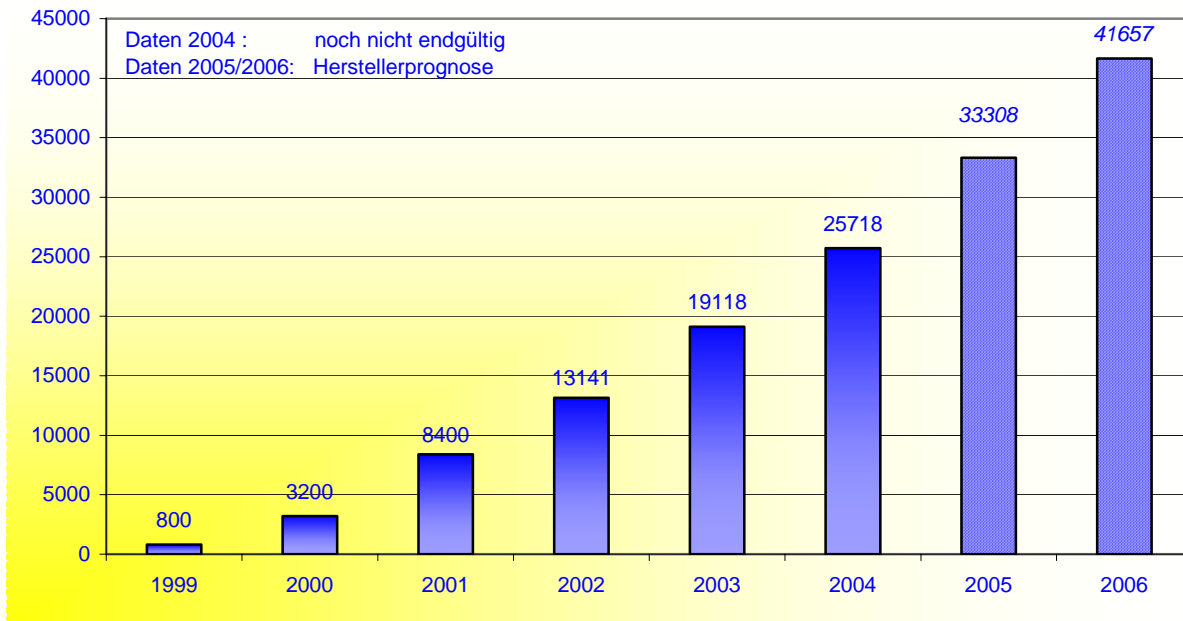


Abb. 3: Kumulierter Bestand an Pelletheizungen in Deutschland, Zahlen für 2005 und 2006: Branchenprognose

Eine Besonderheit des deutschen Pelletmarkts, ist es, dass es sehr große regionale Unterschiede gibt. Basierend auf Daten aus dem MAP stellt Abb.4 die Verteilung der im Jahr 2004 und 2003 verkauften Pelletheizungen dar. Auffällig ist, dass sich der Markt derzeit im wesentlichen auf die beiden südlichen Bundesländer Bayern und Baden Württemberg konzentriert. Hier werden zur Zeit rund 64 % aller Pelletkessel verkauft.

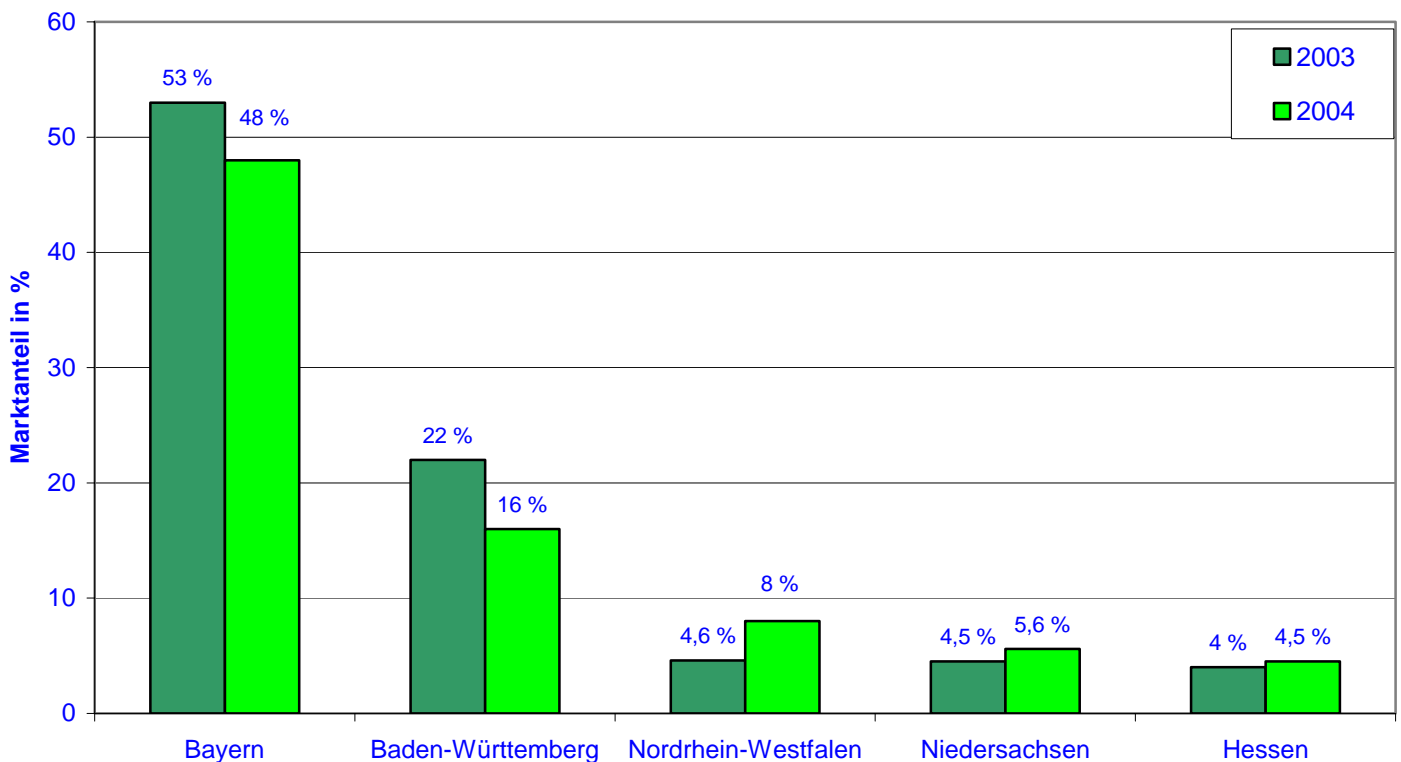


Abb. 4: Verteilung der im MAP geförderten Pelletheizungen auf ausgewählte Bundesländer , Quelle: BAFA 2004

Dagegen besitzen die nördlichen und östlichen Bundesländer nur sehr kleine Marktanteile. Für die geringe Verbreitung von Pelletfeuerungen im Norden und Osten Deutschlands sind hauptsächlich folgende Gründe ausschlaggebend:

- 1) Während in den südlichen Landesteilen Holzheizungen- zumindest als Zusatzheizungen- traditionell eine große Verbreitung finden, wurden diese Feuerstätten im Norden in den vergangenen Jahrzehnten durch die flächendeckende Erschließung mit Erdgas weitgehend verdrängt. Eine „Holzheizungskultur“ ist daher hier nicht mehr vorhanden. Entsprechend fällt die Kundenansprache und Kaufmotivation schwerer als in Süden.
- 2) Hinsichtlich der Preise für fossile Energieträger bestehen besonders beim Erdgas große Unterschiede zwischen Nord und Süd. So liegen die beispielsweise Erdgaspreise im Großraum Stuttgart um ca. 23% über denen im Großraum Hannover.

Bei der Bewertung des Heizungsmarkts in der neuen Bundesländern ist nach wie vor zu berücksichtigen, dass hier vielfach erst vor wenigen Jahren neue Heizanlagen installiert wurden. Auch verhindert eine geringere Kaufkraft oft, dass das vorhandene Interesse an einer Pelletheizung in eine Kaufentscheidung umgesetzt wird.

### **1.1 Angebotsstruktur im Bereich der Pelletheizungen**

Heute bietet sich dem Interessenten eine breite Produktpalette im Bereich der Pelletöfen und Zentralheizungen, wobei der Leistungsbereich der Geräte von ca. 5 kW bis 1.000 kW reicht. Derzeit sind es rund 80 Hersteller, die ihre Produkte auf dem deutschen Markt anbieten.

### **1.2 Absatzmärkte für Pellets in Deutschland**

Bislang dominiert der Absatz von Holzpellets im Bereich der privaten Kleinf Feuerungen. Dieses Marktsegment ist geprägt durch überproportionale Zuwachsraten über die vergangenen Jahre einerseits, aber andererseits auch einen relativ kleinen Brennstoffbedarf pro Anlage ( 3-5 t), d. h. einem hohen Transport und Verteilungsaufwand sowie sehr hohen Anforderungen an die Pelletqualität.

Nicht zu letzt ausgelöst durch die deutlichen Preissteigerungen für die fossilen Brennstoffe konnten im Jahr 2004 ein deutlicher Nachfrageschub nach größeren Pelletheizungen aus dem Bereich der kommunalen Liegenschaften, von öffentlichen Einrichtungen aber auch aus den Bereichen des Geschosswohnungsbaus und der Hotels verzeichnet werden. So zeichnet sich ab, dass gerade im Marktsegment bis ca. 400 kW thermischer Leistung Holzpellets zunehmend als Alternative zu Öl und Gas, aber auch - aufgrund des einfacheren Handlings - zu Hackschnitzeln angesehen werden.

## **2 Der Holzpelletmarkt**

Eng mit dem Absatz der Pelletheizungen verknüpft ist der Aufbau einer deutschen Pelletherstellung. Wurden zu Beginn Pellets noch fast ausschließlich aus anderen Ländern importiert, so konnten in den vergangenen drei Jahren an zahlreichen Standorten Pelletproduktionen aufgebaut werden, wie Abb. 5 zeigt.

## Pellethersteller

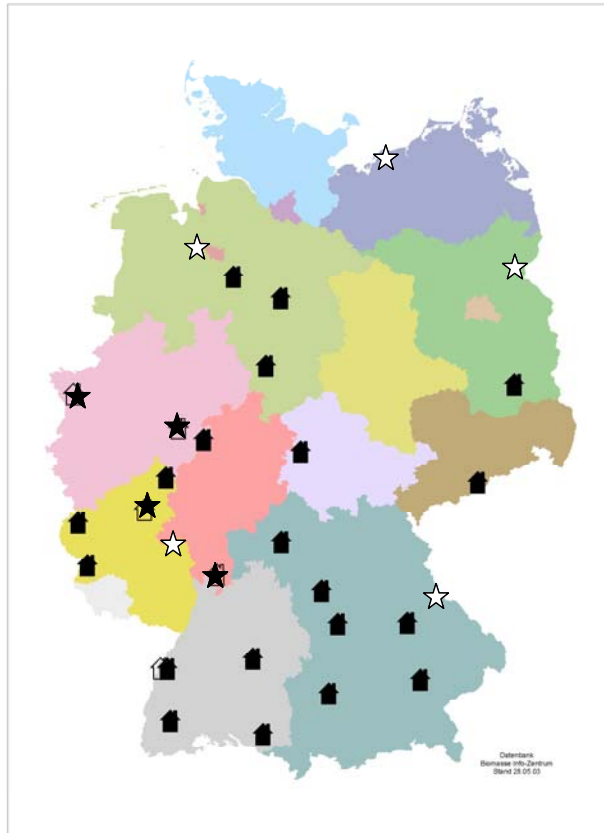


Abb. 5 : Pellethersteller in Deutschland, Grundlage: BIZ 2003, ergänzt DEP V 2004

Die schwarzen Symbole kennzeichnen solche Standorte, an denen heute Holzpellets erzeugt werden, die hellen Symbole charakterisieren Produktionsstätten, die derzeit in Aufbau befindlich sind und die voraussichtlich in diesem oder dem nächsten Jahr die Produktion aufnehmen werden.

Nach dieser Darstellung werden zur Zeit an 27 Standorten Holzpellets produziert. Da überwiegend Nadelholzspäne zu Pellets verpresst werden, konzentrieren sich die Standorte der Pelletproduktion überwiegend auf die Mittelgebirgsregionen in der Nähe der Sägeindustrie und besitzen damit einen einfachen Zugang zu den Rohstoffen.

Mit dem Ausbau der Produktionsstätten haben sich die Produktionskapazitäten in den vergangenen Jahren sprunghaft erhöht, wie Abb. 6 zeigt.

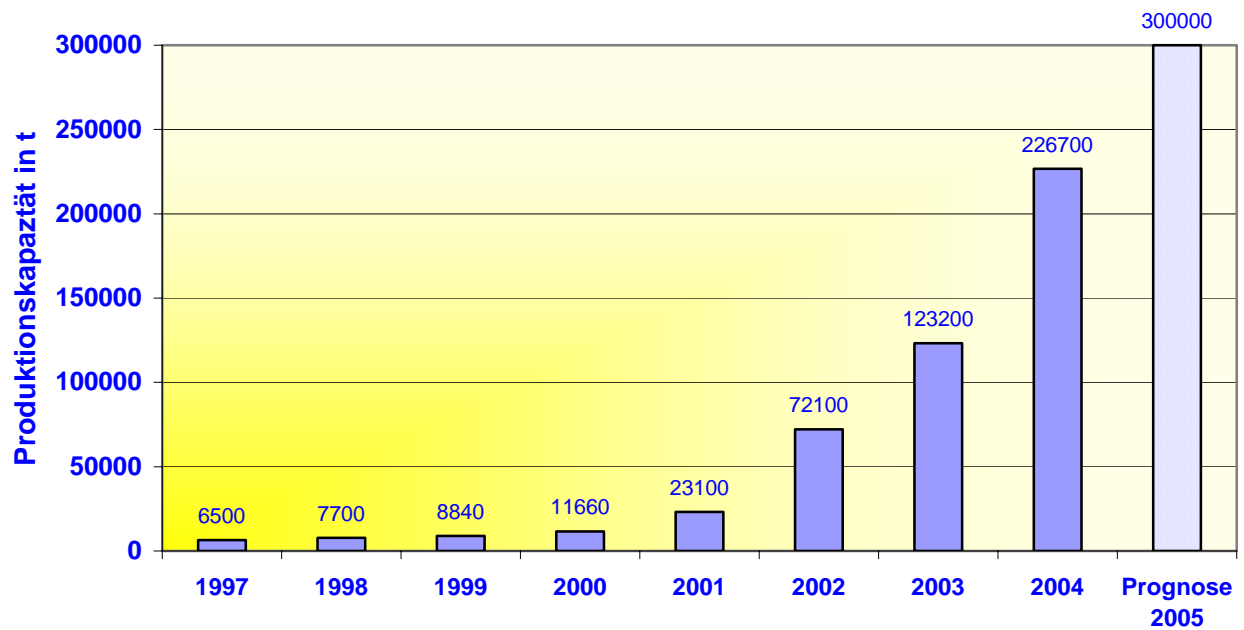


Abb. 6: Entwicklung der Produktionskapazitäten

Die hier zusammengestellten Daten beruhen im wesentlichen auf Angaben der Unternehmen.

In Anbetracht der sich stetig erhöhenden Produktionskapazität wird des öfteren der Verdacht geäußert, dass Überkapazitäten bestehen. In Abb. 7 wird daher der Versuch einer vergleichenden Gegenüberstellung zwischen den verfügbaren Daten zum Anlagenbestand und zu den Produktionskapazitäten unternommen. Basis für die Berechnung des Pelletbedarfs sind die in Abb. 1 dargestellten Anlagenzahlen, wobei unterstellt wird, dass jede Anlage pro Jahr 5t Pellets verbraucht.

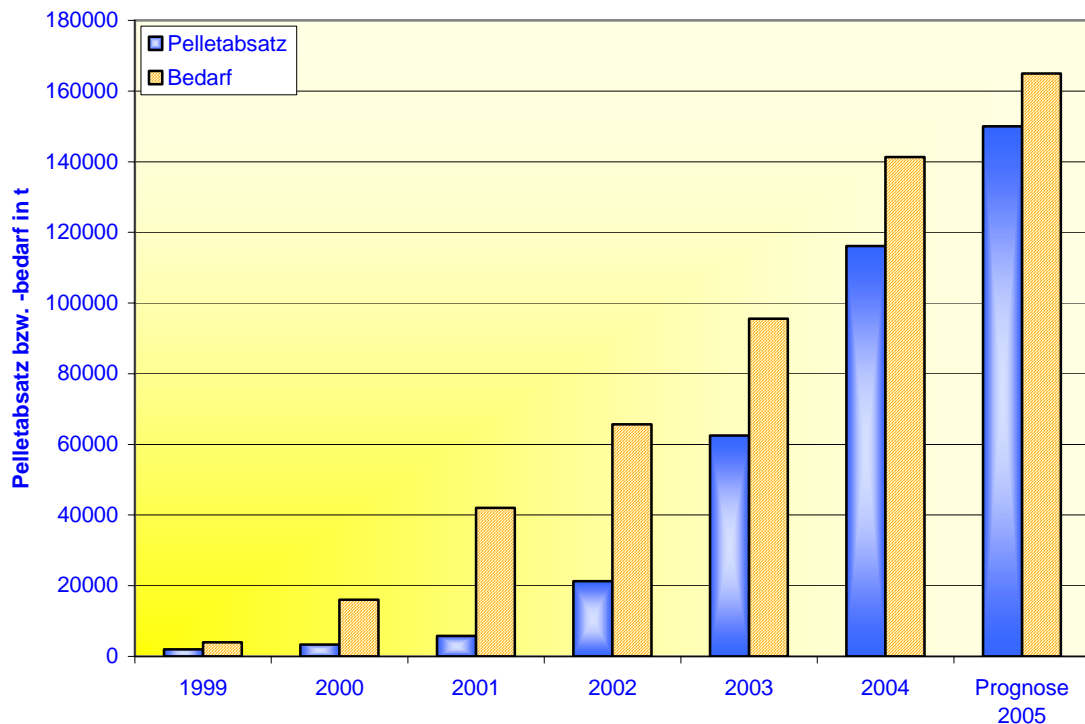


Abb. 7: Vergleich zwischen dem Pelletabsatz aus deutscher Produktion und dem inländischen Bedarf an Holzpellets (eigene Abschätzung, Prognose 2005 basierend auf Herstellerangaben)

Aufbauend auf dieser Annahme zeigt sich, dass trotz wachsender inländischer Produktionskapazitäten der steigende Bedarf an Pellets nicht vollständig gedeckt werden kann, wobei sich allerdings die Schere zwischen nachfrage und Angebot schließt. Bei dem Vergleich der Zahlen für die gemeldeten Produktionskapazitäten und dem inländischen Absatz ist aber zu beachten, dass sich die genannten Produktionskapazitäten in der Regel auf eine maximale Anlagenauslastung beziehen, d.h. einen Drei-Schicht-Betrieb voraussetzen. Derzeit werden aber die wenigsten Pelletieranlagen mit maximaler Auslastung betrieben. Einige Hersteller betreiben ihre Anlage nur saisonal, etwa im Bereich der landwirtschaftlichen Trocknungsanlagen, andere stellen Pellets nur bei hinreichend verfügbaren Rohstoffmengen her. Weiterhin ist auch zu berücksichtigen, dass nicht alle Presslinge die hohen Qualitätsanforderungen für Pellets in Einzelfeuerungen erfüllen. Entsprechend gelangen mehr oder weniger große Kontingente in andere Bereiche, etwa als Einstreu. Schließlich werden auch Pellets in das benachbarte Ausland exportiert. In der Summe dieser Einflüsse ist es dann auch wenig überraschend, dass trotz der gewachsenen

Kapazitäten im Land zur Zeit noch größere Mengen Pellets aus den Nachbarländern importiert werden.

### 3 Preisniveau von Holzpellets im Jahr 2004

Wie die nachstehende Grafik, Abb. 8, zeigt, sind die Pelletpreise in Deutschland vergleichsweise stabil. Dargestellt sind die Endabnehmerpreise inklusive Transport und Mehrwertsteuer. In Anbetracht der starken Konkurrenz am deutschen Markt ist nicht zu erwarten, dass sich dieses Preisgefüge in absehbarer Zeit ändert.

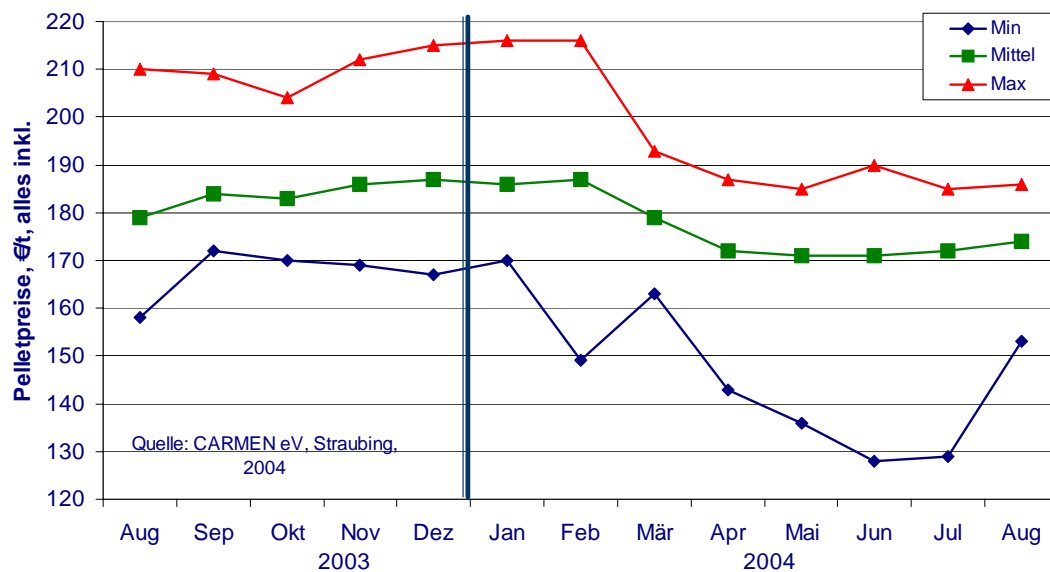


Abb. 8: Preisstruktur für Holzpellets in Deutschland

### 4 Fazit

Die vorstehenden Ausführungen zeigen, dass sich der deutsche Pelletmarkt in den vergangenen 4 Jahren beständig aus seiner Marktnische heraus entwickelt hat – unter allgemeinen wirtschaftlichen Bedingungen, die gerade im Baubereich eher hemmend als fördernd gewirkt haben. Zwar ist der Anteil der Pelletheizungen in Deutschland mit einem Anteil von 1 % ( Ende 2004) noch gering, doch stehen die Zeichen günstig, dass dieser Marktanteil zügig vergrößert werden kann.

Nicht zu letzt die stabilen Förderbedingungen im Marktanzreizprogramm des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit bilden hierfür eine wichtige Basis. Dennoch wäre es verfehlt, den weiteren Ausbau des Pelletmarkts allein auf Fördermaßnahmen abzustützen. Die Erfahrungen der im Pelletmarkt aktiven Unternehmen zeigen, wie wichtig neben den finanziellen Anreizen eine intensive Öffentlichkeitsarbeit und Beratung ist, um neue, größere Interessentenkreise für dieses Thema zu begeistern.