



Pressemitteilung

## **Deutschland ist Drehscheibe des weltweiten Naturdarm-Handels Asien bleibt wichtiger Wachstumsmarkt**

Mit einem Gesamtaußenhandelsumsatz von über 700 Mio. Euro ist Deutschland auch im Jahr 2009 der bedeutendste Umschlagplatz für Naturdärme. Somit kann der deutsche Naturdarm-Handel eine positive Bilanz des abgelaufenen Geschäftsjahres ziehen. „Die Wirtschaftskrise hatte auf den Darm-Handel nur wenig Auswirkungen und hochwertige Produkte, wie Würste im Naturdarm, sind nach wie vor gefragt“, so Heike Molkenthin, Vorsitzende des Zentralverbands Naturdarm e.V. Die EU erweist sich dabei als solider Handels-Partner, Asien und Südamerika sind weiterhin attraktive Wachstumsmärkte. Trotz eines Rückgangs der Exportzahlen gelten auch für Russland positive Prognosen.

Nach vorläufigen Schätzungen des Verbandes blieb die Exportmenge auf einem stabilen Niveau. Wurden im Vorjahr 80.437 Tonnen ausgeführt, so waren es im Berichtsjahr insgesamt 81.825 Tonnen. Nach einer Steigerung des Wertes um 16,3 Prozent auf über 325 Mio. Euro in 2008 gab es im letzten Jahr einen leichten Rückgang von 2,2 Prozent auf 318 Mio. Euro. 2008 waren die Ergebnisse stark von einer deutlichen Verteuerung der Rohstoffe und Wechselkursschwankungen beispielsweise im Außenhandel mit Russland geprägt. 2009 haben sich diese wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wieder normalisiert.

Mit 53.484 Tonnen und einem Anteil von 65 Prozent an der Gesamtausfuhr führt die EU auch in diesem Jahr die Liste der Abnehmerländer an. Dabei sind die Niederlande (11.560 Tonnen), bedingt durch den Hafen Rotterdam als Warenumschlagsplatz, und Polen (9.761 Tonnen), angesichts der dort stattfindenden Veredelungsarbeit, die wichtigsten Handelspartner. Frankreich nimmt mit 5.823,5 Tonnen Platz drei ein, Spanien mit 5.250 Tonnen Platz vier. Außerhalb der



Europäischen Union wird vor allem nach Hongkong exportiert. 2009 waren es 15.771 Tonnen Naturdarm aus Deutschland, gefolgt von Brasilien mit 4.719,5 Tonnen. Russland nimmt die dritte Position ein, wobei 2009 nur noch 1.416,2 Tonnen Darm exportiert wurden (2008: 2.668,7 Tonnen). Zusammen haben diese Staaten einen Anteil von 26,8 Prozent an der Gesamtausfuhr. Nach einer dynamischen Wertentwicklung in 2008 hat sich das Preisniveau bei Schweinedärmen wieder stabilisiert, so dass 2009 der Exportwert der drei Länder um 5 Prozent auf 81 Mio. Euro zurückging.

Der Import verzeichnete im abgelaufenen Geschäftsjahr einen leichten Rückgang der Menge von 0,8 Prozent. So wurden 57.164 Tonnen Naturdarm 2009 nach Deutschland eingeführt, 2008 waren es 57.606 Tonnen. Der Einfuhrwert beläuft sich auf 384 Mio. Euro (2008: 406 Mio. Euro). 2009 führte Deutschland 16.197 Tonnen (2008: 15.950 Tonnen) Naturdarm aus Hongkong ein. Innerhalb der EU sind die Niederlande mit 11.071 Tonnen und Polen mit 4.071 Tonnen die wichtigsten Handelspartner.

## **Positive Prognosen für den Handel mit Asien, Russland und Brasilien**

Asien, speziell Hongkong/China, ist weiterhin ein attraktiver Wachstumsmarkt für die deutsche Naturdarm-Branche. Die Erwartungen für 2009 haben sich bestätigt und die Aussichten für das laufende Geschäftsjahr sind ebenfalls positiv. So erfreuen sich Wurstprodukte in Asien, seit Kurzem sogar auch in Indien, immer größerer Beliebtheit und der Wurstkonsum hat gegenüber dem Fleischkonsum sogar zugenommen. Hilmar Reiß vom Zentralverband Naturdarm:

„Dementsprechend ist die Nachfrage nach Naturdärmen sehr groß und somit ergeben sich für die Naturdarm-Branche weiterhin neue, zukunftssträchtige Absatzmärkte.“

Optimistisch sieht die deutsche Naturdarm-Branche die weitere Entwicklung der Geschäftsbeziehungen mit Russland. Nach einer dynamischen Wertentwicklung in



2008, die auf die starke Nachfrage nach Schweinedärmen zurückzuführen war, haben sich die Rahmenbedingungen 2009 wieder normalisiert. So hat die Zahl der inländischen Züchtungen und Schweinefleischproduktion im Land wieder zugenommen. Zudem wird das größer werdende Angebot an nationalen Produkten seit der Wirtschaftskrise von der Politik unterstützt. „Die deutschen Naturdarmhändler schauen trotzdem hoffnungsvoll nach Russland, denn die hohe Nachfrage nach Därmen kann die inländische Wirtschaft mittel- bis langfristig nicht decken“, so Heike Molkenhain.

Neben den asiatischen Ländern und Russland ist Brasilien der bedeutendste Naturdarm-Abnehmer. Durch staatliche Unterstützungen wird das Konsumverhalten der Bevölkerung angekurbelt, damit einhergehend steigt auch der Wurstkonsument. Der inländische Schweinebestand wurde daher erhöht. Doch muss in Brasilien weiterhin der steigende Bedarf an Wurstprodukten mittel- bis langfristig mit importierten Därmen gedeckt werden.

## **Unterschiedliche Entwicklungen bei Schafs-, Schweine- und Rinderdärmen**

Der Klimawandel hat bereits seit einigen Jahren einen negativen Effekt auf den weltweiten Schafbestand. Die Zahl der Schlachtungen war auch 2009 rückläufig. Hinzu kommt ein verringerter Absatz, da die Preise für Lammfleisch extrem angestiegen sind. Insbesondere in den arabischen Ländern steigen die Verbraucher daher auf Fisch und Geflügelfleisch um. In Deutschland sind die Preise für Wurst im Saitling momentan noch stabil, die Därme hingegen sind bereits teurer geworden.

Bei den Schweinebeständen kam es in den Jahren 2007 und 2008 zu einer Verknappung. Durch einen extremen Ausbau der Bestände in 2009 konnte dieser Engpass ausgeglichen werden. Schweinedärme sind preislich wieder auf einem normalen Niveau.



Wie im Jahr zuvor so war auch 2009 der Handel mit Rinderdärmen von einer geringen Verfügbarkeit aufgrund der extremen Wettereinflüsse geprägt. Trotzdem blieben die Preise stabil, ein leichter Aufwärtstrend ist seit Kurzem zu beobachten. Russland, das zu den Großabnehmern von Rinderdärmen gehört, hat auch im abgelaufenen Geschäftsjahr weniger importiert.

## **Positive Prognosen für 2010**

Die Erwartungen für 2010 der Naturdarm-Branche sind nach den erfolgreichen und stabilen letzten Jahren weiterhin sehr positiv, auch wenn die Margen niedriger werden. Nach Einschätzung des Zentralverbands Naturdarm sind Asien und Brasilien weiterhin aussichtsreiche Wachstumsmärkte mit viel Potenzial. Trotz der momentan verminderten Exporte nach Russland verliert der Markt nicht an Attraktivität.

## **Wurstbegeistertes Deutschland**

Wursterzeugnisse erfreuen sich in Deutschland nach wie vor großer Beliebtheit, und mit über 1.500 verschiedenen Wurstsorten ist die Auswahl sehr groß. 30,6 Kilogramm Wurst und sonstige Fleischerzeugnisse hat jeder Bundesbürger laut dem Jahresbericht 2008 des Deutschen Fleischer-Verbandes verzehrt. Der Wurstkonsum bleibt damit auf dem Vorjahresniveau. Brühwürste sind besonders gefragt, pro Kopf wurden 7,4 Kilogramm verspeist. Außerdem ließen sich die Deutschen 4,1 Kilogramm Würstchen und 2,7 Kilogramm Bratwürste schmecken. Ein Großteil dieser Würste wird von einem Naturdarm umhüllt. Heike Molkenhuth dazu: „Der Rohstoff Naturdarm ist aktueller denn je. Ursprüngliche Produkte, hergestellt in bester Handwerkstradition, liegen weiterhin im Trend. Für den Naturdarm sprechen aber nicht nur die bekannten Produkteigenschaften, sondern auch der große Beitrag zur Wertschöpfung. Durch die hohe Nachfrage bei den Kunden zum einen und die in den letzten Jahren enorm erleichterte Verarbeitung zum anderen sind die Würste im Naturdarm zu wichtigen Umsatzträgern vieler



Betriebe geworden.“ Dabei belassen es die handwerklichen Fleischereien nicht bei den gewohnten Rezepturen. „Heute gibt es viele Würste mit unterschiedlichen, aber auch ungewöhnlichen Geschmacksrichtungen auf dem Markt. Das zeigt die Innovationslust der Branche und gleichzeitig die Vorliebe der Deutschen für die Wurst“, so Hilmar Reiß.

## **Innovationen und kreative Verbraucheransprache als Antriebsmotoren**

Dass der Kreativität keine Grenzen gesetzt sind, machte der Innovationspreis des Zentralverbands Naturdarm deutlich. Unter dem Motto „Wurst hat Zukunft!“ verlieh der Verband auf der IFFA den diesjährigen Preis an Monika Sim für ihr Konzept der „Wurststraße“. Den Sonderpreis der Jury bekam die Metzgerei Hornung aus Lauterbach für ihre „Minisalami-Brezel“. Der Innovationspreis wurde in diesem Jahr erstmals zusammen mit der afz - allgemeine fleischer zeitung und dem Deutschen Fleischer-Verband ausgeschrieben.

Seit 2006 engagiert sich der Zentralverband Naturdarm e.V. mit der Kampagne „Wurst hat Zukunft!“ für das Image der Wurst als modernes, hochwertiges Lebensmittel mit Kultpotenzial. Der Innovationspreis ist ein wichtiges Element der Kampagne und wurde bereits drei Mal verliehen. Mit dem „Innovationspreis 2010“ wurden besondere Leistungen oder umsetzbare Ideen im Bereich der Produktentwicklung und -vermarktung rund um die Wurst ausgezeichnet. Gesucht wurden spannende Konzepte, ungewöhnliche Marketinglösungen, originelle Zubereitungen oder ganz neue Produktideen. 2011 wird es eine Neuauflage des Wettbewerbs geben.

Aber nicht nur die Branche steht im Fokus der Kampagne „Wurst hat Zukunft!“ . „Die Wahrnehmung eines Produktes wie Wurst im Naturdarm muss durch innovative Kommunikationsideen geschärft werden. Dies gilt insbesondere für junge Verbraucher, die den selbstverständlichen Umgang mit digitalen Medien pflegen. Die Sensibilisierung dieser Zielgruppe für den Rohstoff Naturdarm ist daher eines der zentralen Ziele unserer Kampagne“, so Heike Molkenhain.



Vor diesem Hintergrund entstand die Idee des Kreativwettbewerbs, bei dem Schüler einer Marketing-Schule dazu aufgerufen waren, Ideen für Spots zum Thema Wurst im Naturdarm zu entwickeln und diese in die Tat umzusetzen. Interessanterweise inspirierte besonders das Knackgeräusch beim Hineinbeißen in eine Wurst die Jugendlichen. So entstanden insgesamt vier ansprechende Werbefilme.

Um den Werbespots die richtige Plattform für ihre Veröffentlichung zu geben, startete im März der Weblog (kurz: Blog) „Knackwurst – herzhaftes Wissensbisse“. Diese Art Website bietet den jugendlichen Konsumenten einen humorvollen Einblick in die Welt des Kultobjekts Wurst. Unter <http://knackwurstwissen.blogspot.com/> finden Interessierte daher nicht nur die Werbespots der Studenten, die seit Mitte Mai online sind, sondern auch kreative Beiträge rund um das Thema Wurst.

Weitere Informationen:  
Zentralverband Naturdarm e. V.  
c/o Euro RSCG ABC Hamburg  
Agentur für Kommunikation GmbH  
Tabea Reich  
Johannes-Brahms-Platz 1  
20355 Hamburg  
Tel.: (040) 431 75 - 184  
Fax: (040) 431 75 - 110  
E-Mail: [Tabea.Reich@eurorscgabc.de](mailto:Tabea.Reich@eurorscgabc.de)