

Zusammenfassung des Vortrages

Studien zur Vermarktung von Sanddorn

Workshop

„Sanddorn aus Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern -
Perspektiven und Potenziale im internationalen Wettbewerb“

Lenzen am 18.11.2008



1 Zielstellung für die Studien

Ziel der vorliegenden Studien aus dem Jahre 2006 und 2008 war die Analyse zur Situation der Sanddornindustrie in Europa, China, Russland und den sogenannten „Neuen unabhängigen Staaten“ (NIS Staaten) und Nordamerika (nur 2008) unter besonderer Berücksichtigung des Marktes für Sanddornprodukte.

Die kommerzielle Nutzung von Sanddornbeeren mit ihren sekundären Inhaltsstoffen für qualitativ hochwertige Lebensmittelprodukte, Kosmetika oder Pharmazeutika ist in den untersuchten Regionen Europa, Russland, Asien und Nordamerika unterschiedlich entwickelt. Aus einer von der NIG Nahrungs-Ingenieurtechnik GmbH erarbeiteten Studie wurde abgeleitet, dass eine verstärkte internationale Nutzung des Sanddorns durch den partiellen Mangel an Know how in den Bereichen Kultivierung, Ernte und Nacherntebehandlung, der Verarbeitungsprozesse sowie des Marketings limitiert ist¹.

Die Untersuchungen zur Situation der Sanddornindustrie wurde anhand von Sekundärquellen, wie Datenbanken und Monografien sowie unternehmensinternen Informationen durchgeführt. Im Rahmen der Recherche wurde auch auf konventionelle Quellen (amtliche Statistiken) und auf Online-Datenbanken zurückgegriffen.

Weiterhin erfolgte die Analyse des Marktes für Sanddornprodukte durch eine Primärerhebung mittels einer schriftlichen oder telefonischen Befragung.

Zu folgenden Schwerpunkten wurden die Daten ermittelt:

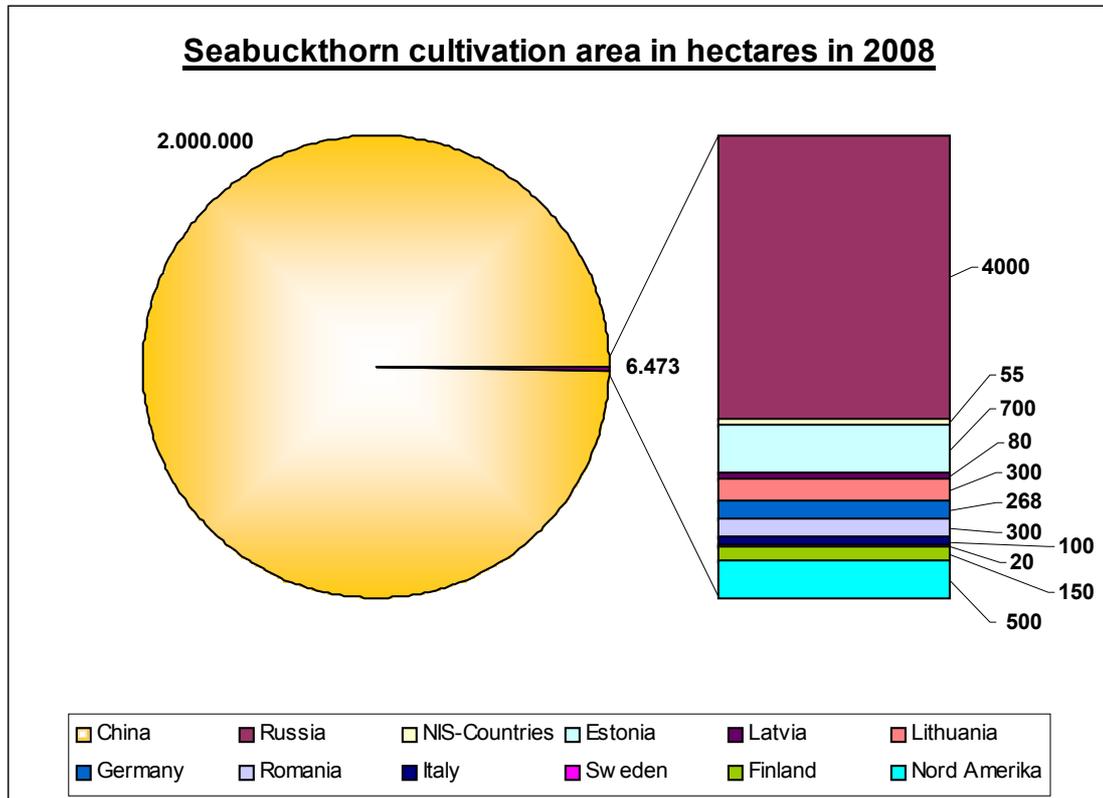
- **Sanddornanbaufläche**
- **Markt für Sanddornrohstoffe**
- **Markt für Sanddornhalbfabrikate**
- **Markt für Sanddornfinalprodukte**
- **Unterschiede bei der Markterschließung**
- **Erwartungen der Marktteilnehmer bis 2013**

¹ Integrated environmental protection in the food industry as for example of the sustainable production and processing of Sea Buckthorn berries in China, NIG Nahrungs-Ingenieurtechnik GmbH, Magdeburg, 2001 im Auftrag des BMBF

2 Studienergebnisse

2.1 Sanddornanbaufläche und Sanddornrohwaren

Das folgende Diagramm gibt Auskunft über die derzeitige Situation bezüglich der Sanddornanbaufläche in den untersuchten Regionen.



Wie erwartet, verfügt China weltweit über die größten kultivierten Sanddornflächen. Der größte Teil dieser Flächen dient der Erosionskontrolle. Eine Erweiterung dieser Fläche um jährlich 130.000 ha ist geplant. Im Jahr 2006 lag die Anbaufläche in China bei ca. 1,6 Mill. ha.

In der zur Verfügung stehenden Zeit wurden für die NIS Saaten 55 ha Sanddornfläche recherchiert. Diese Angabe steht allerdings im starken Gegensatz zu den bei Lu Rongsen für 1985 angegebenen Flächen (2.675 ha)². Es ist von deutlich größeren Anbauflächen auszugehen.

Die Anlage von Sanddornplantagen in den Baltischen Staaten entwickelte sich in den vergangenen Jahren sehr dynamisch und beträgt heute mehr als 1.000 ha. In Rumänien muss man von einer Neuanlage der Plantagen ausgehen, da beim Pflanzen grundlegende Dinge nicht beachtet wurden.

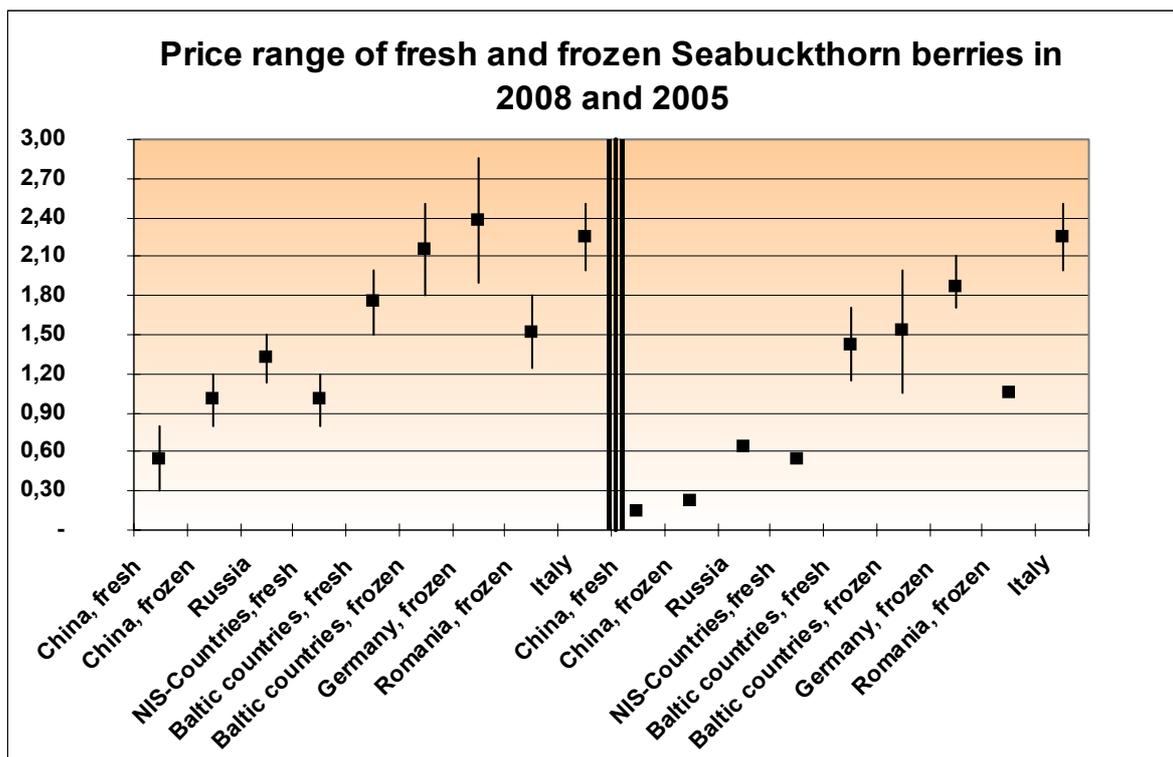
² Lu Rongsen – Seabuckthorn a multipurpose plants species for fragile mountains – ICIMOD occasional paper No. 20, 5

In den untersuchten Ländern werden derzeit jährlich ca. 40.000 t Sanddornbeeren geerntet und vermarktet. Es liegen Daten für folgende Produktkategorien vor:

- Frische Beeren (als Frischware verkauft),
- Frische Beeren (als Tiefkühlware verkauft) und
- Gefrostete Beeren (Gefroren geerntet - Winterernte).

Die frischen Beeren, gemeint sind die Beeren die unmittelbar nach der Ernte ohne Kühlung an die Verarbeiter oder Endkunden verkauft werden, repräsentieren mehr als 60 % des Beerenmarktes. Dagegen finden ca. 20 % der Beerenenernte in der Winterzeit statt, d.h. die Beeren werden gefroren geerntet und vermarktet. Nur 20 % der Beeren werden als frische Beeren geerntet, anschließend durch Gefrierkonservierung haltbar gemacht (Tiefkühlware), und meist als lose rollende Ware vermarktet.

Die Vermarktung der Beeren als Trockenfrüchte wurde mit Hilfe des Fragebogen ebenfalls erfragt. Diese Form der Vermarktung findet sich fast ausschließlich in China, dort werden ca. 1.000 t jährlich mit einem Marktwert von ca. **3,8 Mio. EURO** erzeugt.



Im Vergleich zum Jahr 2005 sind die Preise in 2008 stark gestiegen. Dieser Preisanstieg führte zu einer Verdopplung des Marktvolumens bei Beeren von **14 Mio. EURO in 2005** auf ca. **28 Mio. EURO in 2007**, obwohl die Erntemenge insgesamt leicht rückläufig war.

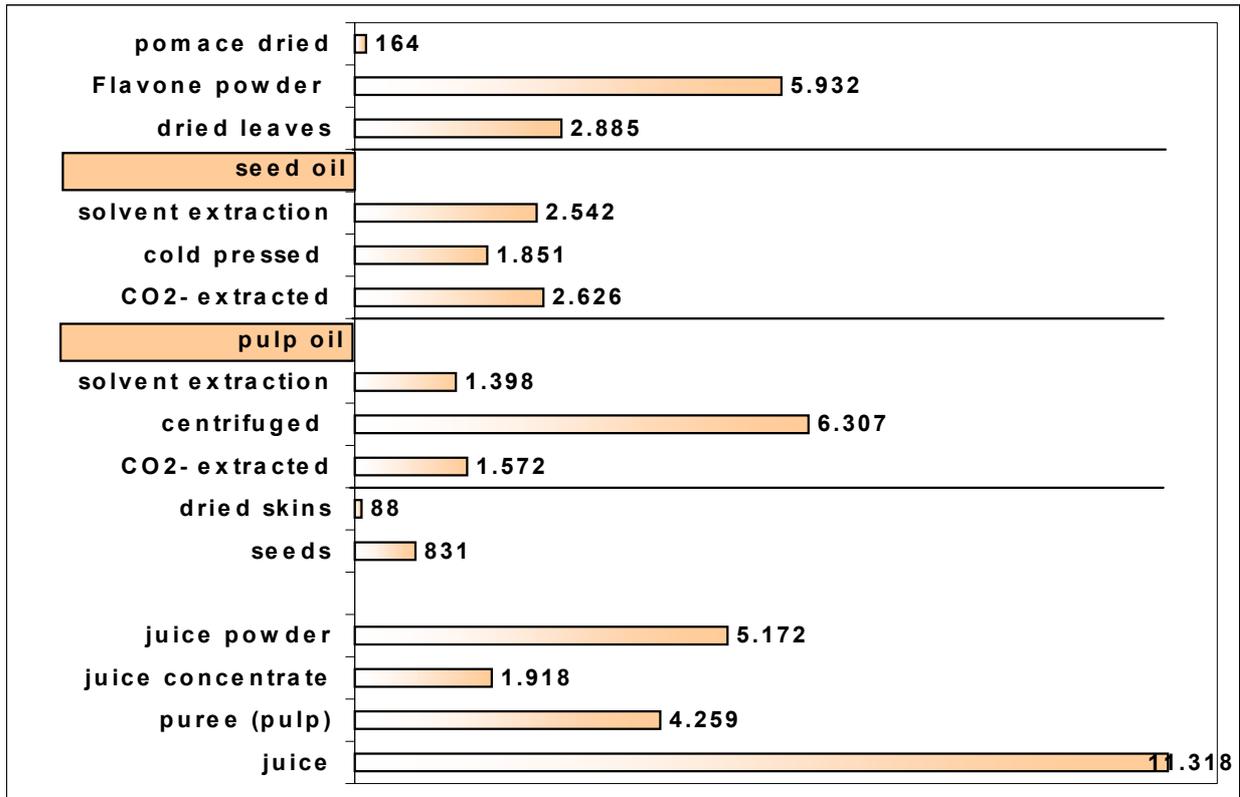
Neben den Sanddornbeeren sind in China auch die Sanddornblätter eine interessante Rohware. Im Moment existiert ausschließlich in China eine industrielle Produktion von Sanddornblättern mit einem jährlichen Output von ca. 2.000 t und einem Marktwert von ca. **2,85 Mio. EURO**. Die Menge an erzeugten Blättern hat sich seit 2005 mehr als verdoppelt, der Preis für getrocknete Blätter ist aber stark gefallen.

2.2 Sanddornhalbfabrikate

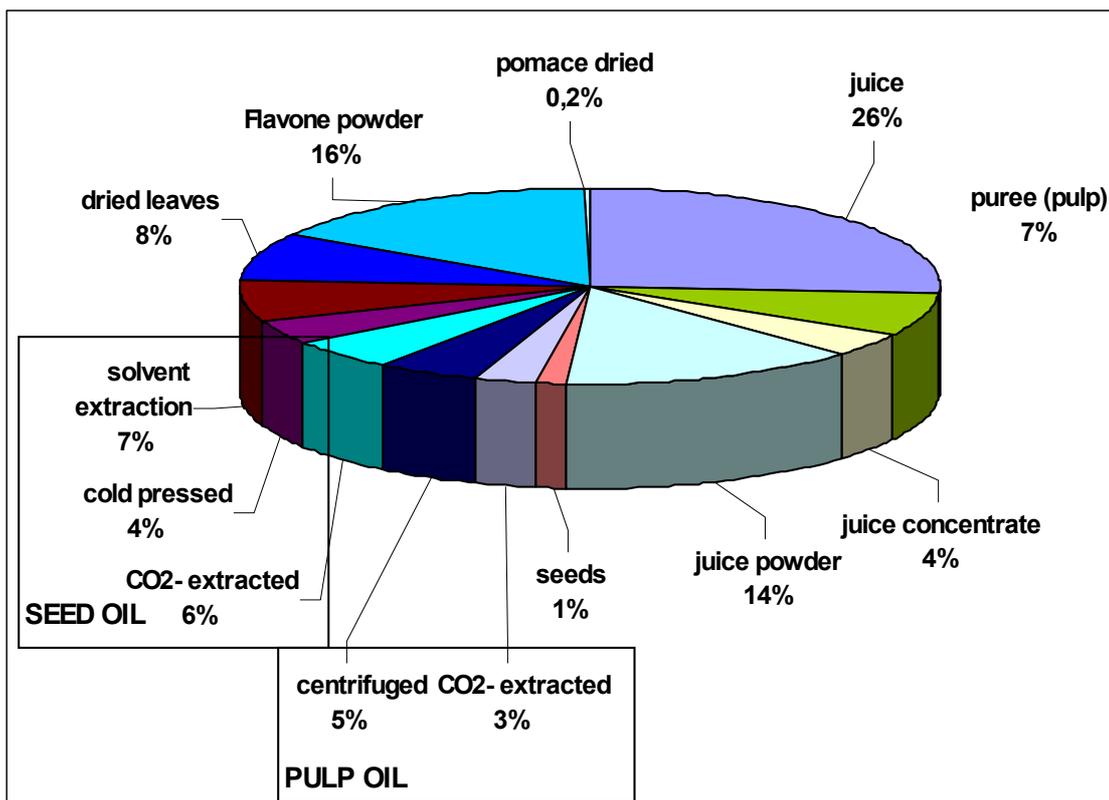
Das Marktvolumen der aus Sanddornbeeren und Blättern produzierten Halbfabrikate beträgt derzeit ca. **48 Mio. EURO**. Sehr interessant ist die Breite der produzierten Halbfabrikate, da sich daraus Marktstrategien und Marktchancen für die Produzenten identifizieren lassen. Es wird deutlich, dass in Deutschland und China die Variabilität bei den Produzenten am Größten ist. Im Gegensatz dazu konzentrieren sich Russland und die NIS Staaten, auch aus historischen Gründen, auf die Vermarktung von Sanddornfruchtfleischöl. Hier bieten sich für die Verarbeiter der Beeren in Russland und den NIS Staaten attraktive Möglichkeiten, auch den Nichtölanteil, insbesondere Saft bzw. Püree, zu vermarkten.

Das Umsatzvolumen hat sich im Vergleich mit 2005 nur um ca. 5 % erhöht. Daraus lässt sich ableiten, dass die Erhöhung der Rohwarenpreise für die Halbfabrikanten zu einer Verringerung des Gewinnes führte.

Eine breite Basis an Sanddornhalbfabrikaten ist wichtig für die Entwicklung von Sanddornprodukten für den Endverbraucher. Das Marktvolumen für die Halbfabrikate wurde auf Grund der ausgewerteten Fragebögen für die einzelnen Produktsegmente kalkuliert und ist in der folgenden Abbildung dargestellt. Die dargestellten Umsatzvolumina sind je tausend Euro kalkuliert.



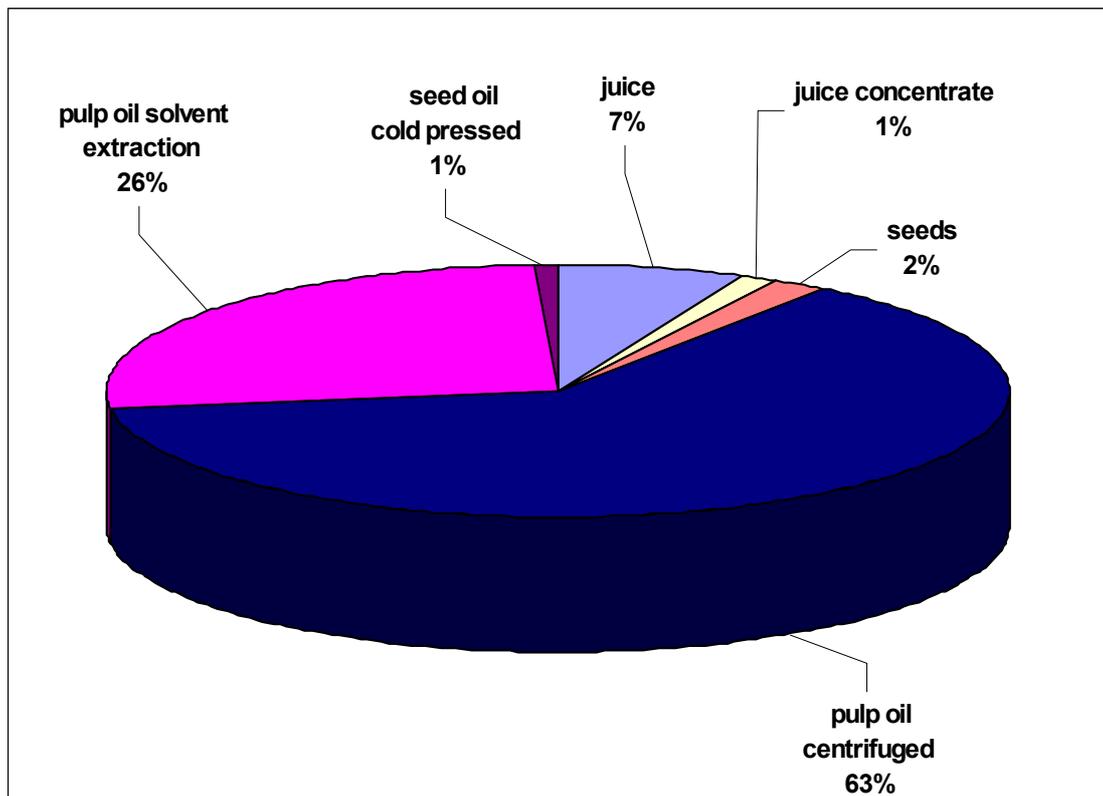
China produziert Halbfabrikate im Wert von ca. **37 Mio. EURO**, wobei die prozentuale Verteilung auf die Einzelprodukte folgendermaßen dargestellt werden kann.



Nahezu 76 % des Umsatzes mit Halbfabrikaten erzielen die chinesischen Produzenten. Die Vermarktung der Produkte wird hauptsächlich im eigenen Land realisiert.

Internationale Absatzmärkte befinden sich in Südasiens, dem Mittleren Osten, Japan, Korea und Nordamerika, es werden aber auch Waren in Westeuropa abgesetzt.

Die russischen Produzenten von Sanddornhalbfabrikaten erzielen derzeit einen Umsatz von ca. **5,5 Mio. EURO** jährlich. Allerdings konnte eine komplett andere Marktstrategie im Vergleich zu China und Deutschland ermittelt werden. Nahezu der gesamte Umsatz wird mit der Vermarktung von Sanddornfruchtfleischöl erzielt, sicher beruhend auf der Historie der Sanddornnutzung in Russland und den NIS Staaten. Mit Blick auf den nationalen Markt ergeben sich für die Produzenten gute Chancen den Saft oder das Püree zu vermarkten. Im Vergleich zu 2005 hat sich der Anteil der Saftprodukte in Russland stark erhöht.



2.3 Sanddornendprodukte

Es gibt drei Marktsegmente für Sanddornendprodukte: Lebensmittel, Kosmetika und Arzneimittel. Diese Studie präsentiert die Ergebnisse insbesondere aus den Untersuchungen zum Segment Lebensmittel.

In Westeuropa, besonders in Deutschland, ist die Vermarktung von Sanddornkosmetika gut entwickelt, während in den anderen untersuchten Ländern noch enormes Marktpotenzial erschlossen werden kann. Im Bereich „Nutraceuticals“, eines der international stark wachsenden Bereiche, sind die Entwicklungen in China am weitesten fortgeschritten. Hier bieten sich insbesondere in Nordamerika und Japan Chancen für die Hersteller. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die produzierten Produkte für den Endverbraucher.

	t
Seabuckthorn raw juice (100%)	
Seabuckthorn nectar	
Seabuckthorn wine	
Seabuckthorn vinegar	
Seabuckthorn blended juice	
Seabuckthorn jam	
Seabuckthorn jelly	
Seabuckthorn sweeties, bars	
Seabuckthorn tea	
leaves tea	
black with dried berries	
Seabuckthorn cosmetics	
cremes	
lotions	
others	
Seabuckthorn Nutraceuticals	
Flavone powder capsules	
Pulp oil capsules	
Seed oil capsules	
Fruit powder capsules	
Seabuckthorn syrup	

Mit den oben aufgezählten Produkten wurde in 2007 ein Jahresumsatz von ca. **190 Mio. EURO** generiert. Der größten Anteil im Bereich Lebensmittel mit ca. 30 %, wurde mit der Vermarktung von Sanddornsaft als Direktsaft (100%) insbesondere in China erzielt. Der Umsatz bei Kosmetikprodukten wurde mit ca. 90 Mill. EURO recherchiert.

Allerdings ist die Datenlage auf Grund der schlechten Qualität der Beantwortung der Fragebögen im Bereich Kosmetik sehr unsicher. Die NIG GmbH geht von einem deutlich höheren Umsatz mit Sanddornkosmetik in den untersuchten Ländern aus.

3 Ableitungen für die deutschen Sanddornherzeuger und -verarbeiter

Ausgehend von den Ergebnissen und den erwarteten Marktentwicklungen bis 2013 werden folgende Empfehlungen für die einheimische Sanddornindustrie abgeleitet.

1. Entwicklung weiterer geschmacklich attraktiver Sanddornprodukte für den Endverbraucher
2. Entwicklung zuckerreduzierter Sanddornprodukte
3. Erschließung neuer Marktsegmente durch Entwicklung von neuen "Sanddornextrakten" für die Bereiche
 - Nutraceuticals
 - Functional food
 - Cosmeceuticals
 - Pet Food
4. Etablierung einer gemeinsamen Informations- und Vermarktungsplattform für den nationalen und internationalen Markt