



## Naturdarmhandel zieht positive Bilanz

Aktuelle Food-Trends machen die natürliche Hülle begehrt

Hamburg – 16. September 2019. Deutsche Naturdarm-Betriebe spielen weiterhin eine prägende Rolle im globalen Marktgeschehen. Die Branche blickt nach Angaben des Naturdarm-Verbandes zufrieden auf die Entwicklung in 2018 zurück und ist für die Zukunft optimistisch. Mega-Trends wie Nachhaltigkeit, Natürlichkeit, Originalität und die hohe Sensibilität der Konsumenten beim Thema „Verpackung“ machen Naturdarm als Wursthülle besonders attraktiv.

Auch 2018 war Deutschland die wichtigste Drehscheibe für den internationalen Handel mit Naturdärmen. Der Außenhandelsumsatz lag annähernd stabil bei 1,006 Milliarden gegenüber 1,022 Milliarden Euro im Vorjahr. Daran hatte der Import einen Anteil von 48 Prozent. Insgesamt wurden über die deutschen Unternehmen 229.182 Tonnen Naturdarm gehandelt, davon gingen 130.750 Tonnen in den Export, 98.432 Tonnen kamen als Import nach Deutschland.

### Ein Sommermärchen für die Wurst-Branche

Der Super-Sommer 2018 machte den Kunden monatelang Appetit aufs Grillen und sorgte für gute Laune in der deutschen Wurst-Branche. Denn ungeachtet des gefühlten Hypes um Veggie-Produkte war von Kiel bis Garmisch die Bratwurst unangefochten der Favorit auf dem Rost. Allerdings lag die Importmenge an Naturdärmen mit 98.000 Tonnen trotz der hohen Nachfrage leicht unter dem Vorjahreswert, was vor allem auf die Auflösung von Lagerbeständen zurückzuführen ist.

Die EU bleibt mit einem Anteil von 55 Prozent an der Gesamtmenge wichtigster Lieferant des deutschen Naturdarmhandels. Hier nehmen die Niederlande mit dem Transithafen Rotterdam – über den ein Großteil der aus China stammenden Ware kommt – und das für Lohnveredelung wichtige Polen die Spitzenpositionen ein.

Außerhalb der EU führt China mit 25.980 Tonnen die Importstatistik mit weitem Abstand an – auch dieses Ergebnis ist wesentlich von der Lohnveredelung bestimmt. Daneben kommt aber auch Ware chinesischen Ursprungs nach Deutschland.

„Die Erhöhung des Schlachtgewichts in der chinesischen Schweineproduktion hat sich bei uns bemerkbar gemacht – enger Schweinedarm ist knapper als in den Vorjahren“, resümiert Heike Molkenthin vom Naturdarmverband. Und das hat Folgen, stecken doch mit Bockwurst und Weißwurst begehrte nationale Spezialitäten der deutschen Wurstszene in diesem speziellen Darm.



Für Rinderdärme bleibt Brasilien der wichtigste Handelspartner des deutschen Naturdarmhandels, während der Iran – vor der Türkei, Ägypten und dem Libanon – Hauptlieferant für orientalische Schafsdärme ist. Dazu zählt allen voran der Saitling: Dieser besonders zarte Naturdarm verleiht unter anderem Wienern, Frankfurtern und Nürnbergern den legendären Knackeffekt.

### Chinesen lieben Wurst „made in Germany“

China und Deutschland verbindet in Sachen Wurst und Naturdarm eine enge Handelsbeziehung, die sich auch in der Exportstatistik bemerkbar macht. Von 60.216 Tonnen Ausfuhr in Nicht-EU-Länder entfielen im Berichtsjahr 22.677 Tonnen auf China, wiederum geprägt von der Veredelung der Ware. Hinzu kommt jedoch eine wachsende Begeisterung der chinesischen Konsumenten für Wurst „Made in Germany“: Handwerkliche Produkte aus Deutschland genießen bei den zahlungsfreudigen Premium-Kunden eine hohe Wertschätzung – so sind zum Beispiel die Original „Würstchen im Glas“ eines deutschen Produzenten echte Schnelldreher in chinesischen Supermarkt-Regalen. „Unsere Mitglieder haben den Finger am Puls dieses riesigen Marktes und sind vom enormen Zukunftspotential für unsere Produkte überzeugt“, heißt es beim Zentralverband Naturdarm.

### Auch EU-Markt profitiert vom Wetter

Der lange und heiße Sommer befeuerte auch europaweit die Grillsaison und damit das Exportgeschäft der deutschen Naturdarm-Unternehmen. Speziell nach Italien und Spanien wurde deutlich mehr Ware exportiert, ungeachtet der eher gedämpften wirtschaftlichen Gesamtsituation in diesen Märkten. Einen besonders hohen Stellenwert hat Naturdarm traditionell bei den Franzosen – die berühmte „Andouillette“ wird sogar ausschließlich aus Därmen und Magen hergestellt. Leidenschaftliche Wurst-Fans finden sich zudem in der Schweiz, in Österreich – und vor allem in Osteuropa.

Außerhalb der EU zählen seit vielen Jahren neben China auch Südafrika und Brasilien zu verlässlichen Handelspartnern auf hohem Nachfrage-Niveau. Im Berichtsjahr lag Südafrika leicht unter der Vorjahresmenge, während Brasilien deutlich zulegte.

### Branche ist verhalten optimistisch

Über alle Märkte hinweg beurteilt der deutsche Naturdarmhandel die Gesamtsituation verhalten optimistisch. „Der Bedarf an hochwertigen Lebensmitteln in handwerklicher Qualität wächst und die Käufer sind bereit, dafür einen angemessenen Preis zu zahlen“, so Heike Molkenthin. Gerade im asiatischen Raum sieht man große Wachstumschancen, bei konstant solider Nachfrage aus europäischen und nicht-europäischen Traditionsmärkten.



Wie sich die Afrikanische Schweinepest auf das Marktgeschehen auswirkt, wird das Jahr 2019 zeigen. Angesichts der hohen Schlachtzahlen in China sei eine Verknappung der Ware perspektivisch nicht auszuschließen, heißt es beim Naturdarmverband.

### Naturdarm punktet in Sachen Nachhaltigkeit und Wertschöpfung

Als hochwertiger Rohstoff für Industrie und Handwerk ist Naturdarm aktueller denn je. „Natürlichkeit und Nachhaltigkeit sind heute ganz starke Verkaufsargumente, gerade bei jüngeren und anspruchsvollen Kunden. Der Naturdarm als Wursthülle liegt damit genau im Trend“, betont Michael Durst, Obermeister der Hamburger Innung und Präsidiumsmitglied des Deutschen Fleischer-Verbandes. Das Thema Verpackung hat aus der Perspektive der Konsumenten einen enormen Stellenwert, und in Zeiten von „no plastic“ ist die natürliche Wursthülle ein überzeugender Mehrwert. „Unser Produkt ist ein Rohstoff mit Charakter – es stellt etwas höhere Ansprüche an die Verarbeitung, macht dies aber in der Wertschöpfung mehr als wett“, so Heike Molkenhuth.

### Verband investiert in Imagekampagne für Wurst

Die Imageförderung von Wurst steht seit vielen Jahren im Mittelpunkt der Aktivitäten des Naturdarm-Verbandes. Die Kampagne „Rettet das Wurst-Kulturerbe“ richtet sich auch an junge Verbraucher und stellt den Kult-Charakter des Produktes in den Mittelpunkt.

Die Facebook-Seite „Bock auf Knackwurst“ mit fast 20.000 Fans und der Innovationspreis „Wurst hat Zukunft“ gehören ebenso dazu wie die Website [www.naturdarm.de](http://www.naturdarm.de), auf der Profis spannende Insights und Wurst-Fans unter anderem ein „Wurst it yourself“-Video finden.

Ansprechpartner Medien:

UHM Kommunikation

Ulrike Hanky-Mehner

Tel. +49 4183 79 59 79 2

[info@uhm-kommunikation.de](mailto:info@uhm-kommunikation.de)

Aktuelles Bildmaterial einschließlich Infografik finden Sie unter:

[www.naturdarm.de/bildmaterial](http://www.naturdarm.de/bildmaterial)