

HNE
Eberswalde

Hochschule für nachhaltige Entwicklung (FH)

Kurzdarstellung der Studie:

**Fördernde und hemmende Faktoren
einer Angebotsausweitung an Haselnüssen in Deutschland
– auch im Hinblick auf den biologischen Haselnussanbau**

-Bachelorarbeit-

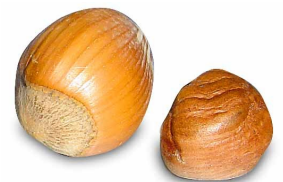
Monika Maria Schell

Fachbereich: Landschaft und Naturschutz

Studiengang: Ökolandbau und Vermarktung

Gutachterinnen: Prof. Dr. Anna Maria Häring / Barbara Altmann

Juli 2012



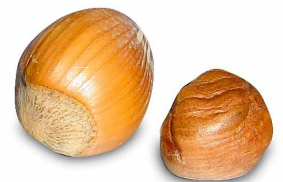
Gliederung

1. Motivation
2. Zielsetzung
3. Ergebnisse
4. Empfehlungen
5. Fazit
6. Weitere Informationen



1. Motivation

- Erwerbsmäßiger Haselnussanbau in Deutschland kaum existent.
- Weltweiter Konsum und Nachfrage nach Nüssen in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen (aufgrund des Anstiegs der Weltbevölkerung und der zunehmenden Kaufkraft von “Schwellenländern”).
- Deutliche Preisschwankungen auf dem weltweiten Haselnussmarkt (vor allem aufgrund schwankender Erträge im Hauptanbaugebiet Türkei).
- Tendenzieller Preisanstieg für Haselnüsse.
- Haselnusserzeugung in Deutschland weit von der Deckung der Nachfrage entfernt, Import spielt entsprechend eine wichtige Rolle.
- Preisentwicklung auf den internationalen Märkten macht eine Erzeugung in Deutschland möglicherweise interessant.



2. Zielsetzung

- Erhebung von fördernden und hemmenden Faktoren einer Angebotsausweitung an Haselnüssen in Deutschland - auch im Hinblick auf den biologischen Haselnussanbau.
- Formulierung von Empfehlungen an Erzeuger, Verarbeiter, Handel, Verbände und staatliche Akteure.
- Methode: Durchführung einer qualitativen Befragung von siebzehn Mitgliedern der Branche mittels teilstrukturiertem Telefoninterview.



3. Ergebnisse

3.1 Hemmende Faktoren

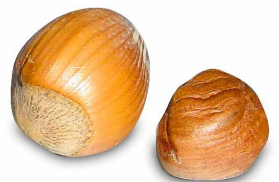
- einer Angebotsausweitung an deutschen Haselnüssen

3.2 Fördernde Faktoren

- einer Angebotsausweitung an deutschen Haselnüssen

3.3 Hemmende und fördernde Faktoren

- bezogen auf den Bio-Anbau



3.1 Ergebnisse: Hemmende Faktoren

1. Aspekte landwirtschaftlicher Erzeugung

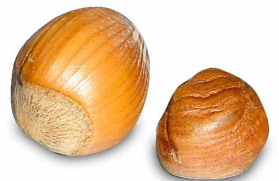
- Flächenkonkurrenz mit anderen Kulturen
- unzureichende Kenntnisse der Anbauart
- unzureichende Standortbedingungen (Klima, Boden...)
- wenig vorhandene Pflanzenschutzmittel

2. Ökonomische Faktoren

- lange Ertragswartezeiten
- Investitionskosten für spezielle Ernte- und Weiterverarbeitungstechnik
- unsichere Rentabilitätsprognosen
- unzureichende Marktposition der Anbauer

3. Infrastrukturelle Faktoren

- suboptimale Organisationsstrukturen der Branche
- geringe Erfahrungswerte aus Praxis und Forschung
- unzureichendes Wissen und Beratungsangebote



3.2 Ergebnisse: Fördernde Faktoren

1. Aspekte landwirtschaftlicher Erzeugung

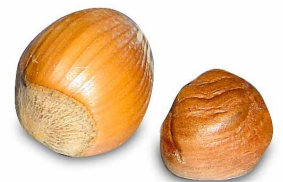
- sinnvolle Alternative zu anderen Kulturen
- Flächen mit adäquaten Standortbedingungen im Süden der BRD
- betriebliche Umstrukturierung bzw. Umstellung beim Anbaue
- Bekanntheit der Anbauart (bei Anbauern mit Dauerkulturerfahrung; z.B. Schalenobstanbau)

2. Ökonomische Faktoren

- steigender Weltmarktpreis
- Marktpositionierung: Regionalitätsaspekt
- Subventionen für Dauerkulturen

3. Infrastrukturelle Faktoren

- Zusammenschluss zu Erzeugergemeinschaften
- aktuelle Studien in Wissenschaft und Forschung
- Wissen als Grundlage für Beratung



3.3 Ergebnisse: Hemmende und fördernde Faktoren bezogen auf den Bio-Anbau

1. Allgemeines

- nur geringe Mengen deutscher Bio-Haselnüsse vorhanden
- kontroverse Teilumstellungen aus Sicht der Bioanbauverbände und Weiterverarbeiter

2. Aspekte landwirtschaftlicher Erzeugung

- zeitlich verzögerterer Ertrag, dann jedoch annähernd gleich
- geringes Vorhandensein von Pflanzenschutzmitteln

3. Ökonomische Faktoren

- verbesserte Absatzmöglichkeiten
- Generierung höherer Preise bzw. Erlöse

4. Infrastrukturelle Faktoren

- Besonderheit der Branche: konventionelle und biologische Anbauer nutzen gemeinsame Organisationsstrukturen
- Wissenschaft und Forschung kaum existent
- unzureichendes Beratungsangebot



4. Empfehlungen

4.1 Allgemein

4.2 Staatliche Einrichtungen

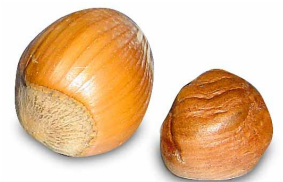
4.3 Wissenschaft und Forschung

4.4 Berater (inklusive Bio-Verbände)

4.5 Erzeugerorganisationen

4.6 Anbauer

4.7 Handel (Abnehmer + Weiterverarbeiter)



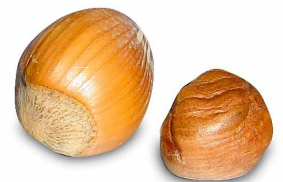
4.1 Allgemeine Empfehlungen

- Bekanntheit der Haselnuss sollte durch alle Akteure gefördert werden (insbesondere durch Verbands- und Beratungsarbeit der bestehenden Bioanbauverbände, staatliche Beratungsaktivitäten sowie eine adäquate Kommunikationspolitik der Erzeugergemeinschaften)
- Kommunikation der Arbeit bestehender Vorzeigeanlagen
- Veröffentlichung und Verbreitung wissenschaftlich fundierter Studien



4.2 Empfehlungen für staatliche Einrichtungen

- Zulassung weiterer Pflanzenschutzmittel für den Haselnussanbau
- Beibehaltung von Subventionen für Dauerkulturen und EU-Bioflächenprämien
- Erhebung und Veröffentlichung von Erfassungstatistiken
- Ausweitung der staatlichen bzw. länderbezogenen kulturspezifischen Beratungsangebote



4.3 Empfehlungen für Wissenschaft und Forschung

Durchführung von Studien zu:

- Standortbedingungen
- Sorteneignung

(insbesondere Bundessortenversuche, um deutschlandweite Aussagen zu Sortenwahl, Standortgegebenheiten, Eignung von Veredelungen auf Baumunterlage etc. zur Haselnuss treffen zu können)

- Aspekte der Erzeugung (z.B. Pflege, Schnitt)
- Pflanzenschutzmittel → konventionell / biologisch (z.B. alternative Verfahren der Verwirrtechnik)
- Ertrags- und Rentabilitätsrechnungen
- internationale Haselnussmarktentwicklungen



4.4 Empfehlungen für Berater (inklusive Bio-Verbänden)

- Fachliche Schulung der Berater als Grundlage für die professionelle Beratungstätigkeit
- Ausbau des Angebots an konventionellen und ökologischen „Haselnussberatern“
- Überprüfung und ggf. Vermittlung des positiven Bildes der Haselnuss als „heimische Pflanze, die in die Gegend passt“
- Berücksichtigung bestehender Mentalitätsunterschiede zwischen Acker- und Obstbaubetrieben



4.5 Empfehlungen für Erzeugerorganisationen (1/2)

- Berücksichtigung einheitlicher Qualitätsstandards der hiesigen Abnehmer (z.B. Weiterverarbeiter der Schokoladenindustrie: Warenbündelung)

Dies stellt die Grundvoraussetzung für eine strategische Marktpositionierung und adäquate Vermarktung von Haselnüssen in großen Mengen dar

- Überprüfung und ggf. Vermittlung des positiven Bildes der Haselnuss als „heimische Pflanze, die in die Gegend passt“
- Kommunizieren von Best-Practice-Beispielen an interessierte Anbauer



4.5 Empfehlungen für Erzeugerorganisationen (2/2)

- Kommunikation des Regionalitätsaspekts deutscher Haselnüsse an den Endverbraucher
- Weiterverarbeitung und Vermarktung der Haselnuss als Premium- und Nischenprodukte (z.B. regionaler, hochpreisiger Nougat aus Bayern)
- Weiterer Aufbau adäquater Organisationsstrukturen und Umsetzung des gesamten Aufgabenspektrums einer Erzeugerorganisation



4.6 Empfehlungen für Anbauer (1/3)

- Wissensaneignung (um Entscheidungen bei der Sorten- und Standortwahl hinsichtlich der späteren Anbaumethode und Vermarktung treffen zu können)
- Auseinandersetzung mit der Kultur und ihren notwendigen Arbeitsschritten, nicht zuletzt in Bezug auf Spezifika des Schalenobstanbaus (Dauerkultur)

Dies gilt vor allem bei betrieblichen Umstrukturierungen von Ackerbaubetrieben

- Inanspruchnahme von kulturspezifischen Beratungsangeboten
- Nutzung veredelter Sträucher auf Baumunterlage bzw. Hybridzüchtungen und Wahl geeigneter Erziehungsmaßnahmen (z. B. Spindelbaumerziehung)



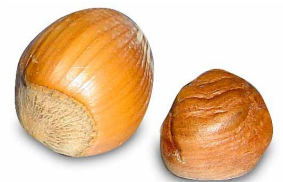
4.6 Empfehlungen für Anbauer (2/3)

- Effektive Mehrfachnutzung der zur Verfügung stehenden Flächen für den Haselnussanbau (Tierhaltung z.B. Schafe/Trüffel/Haselnüsse)
- Aufstellung realistischer Ertrags- und Rentabilitätsrechnungen
- Weiterverarbeitung und Vermarktung der Haselnuss als Premium- und Nischenprodukte (z.B. regionaler, hochpreisiger Nougat aus Bayern)
- Prüfung des Beitritts in eine Erzeugergemeinschaft
- Kommunikation des Regionalitätsaspekts deutscher Haselnüsse an Endverbraucher



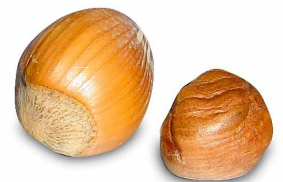
4.6 Empfehlungen für Anbauer (3/3)

- Umstellungen auf den biologischen Anbau sollten in Betracht gezogen werden, da:
 - Biohaselnüsse einen höheren Erlöse bei annähernd gleichem Ertrag haben
 - der Absatz von Bioprodukten positiv zu bewerten ist, da die Nachfrage nach Bioprodukten allgemein höher ist als das Angebot
 - bisher auch im konventionellen Anbau nur wenige Pflanzenschutzmittel zugelassen sind
- Bei der kontrovers diskutierten betrieblichen Teilumstellung auf EU-Bio ist im Hinblick auf die Vermarktung zu bedenken, dass viele Verarbeiter nur an Verbandsware interessiert sind



4.7 Empfehlungen für den Handel (Abnehmer + Weiterverarbeiter)

- Kommunizieren des eigenen Vermarktungsbedarfs an deutschen Haselnüssen bzw. Haselnussprodukten
- Investition in die Etablierung einer wirtschaftlich nachhaltigen Haselnussproduktion
 - beispielsweise durch Zugeständnisse an Anbauer (wie fest vereinbarte, anfangs über den internationalen Marktpreisen liegende Abnahmepreise)
 - Dies erscheint insbesondere aufgrund des tendenziell steigenden Marktpreises für türkische und italienische Haselnüsse für die hiesige Weiterverarbeitungsindustrie lohnenswert



5. Fazit (1/2)

- Die Haselnussbranche in Deutschland formiert sich seit einigen Jahren und ist stets im Hinblick auf internationale Entwicklungen zu bewerten. Eine zunehmende Professionalisierung der verschiedenen Mitglieder der Branche erscheint für eine Ausweitung des Haselnussangebots notwendig.
- Angemessene Standorte in Deutschland sind aufgrund der Konkurrenz um Flächen mit anderen Kulturen knapp.



5. Fazit (2/2)

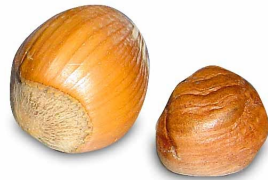
- Rentabilitätserwartungen wurden aufgrund verschiedener Fehleinschätzungen in den vergangenen Jahren nicht bestätigt. Bei einigen Branchenmitgliedern lässt sich eine entsprechend distanzierte Einstellung zu dem Thema beobachten.
- Die Motivation und das Engagement einzelner Akteure sowie die Durchführung von Studien in Wissenschaft und Forschung spielen für den Entwicklungsprozess der Branche eine wichtige Rolle.
- Der Aufbau und die Etablierung adäquater Branchenstrukturen können langfristig dazu führen, dass das Angebot an deutschen Haselnüssen ausgeweitet werden kann.



6. Weitere Informationen

Eine ausführliche Darstellung der Studie ist in der beigefügten PDF “Haselnussstudie_Zusammenfassung” sowie in der Bachelorarbeit zu finden.

Die gesamte Studie:
Schell, Monika Maria : “Fördernde und hemmende Faktoren einer Angebotsausweitung an Haselnüssen in Deutschland - auch im Hinblick auf den biologischen Haselnussanbau”
(HNE Eberswalde, 2012)
sende ich Ihnen auf Anfrage als PDF zu.



Für weitere Rückfragen: Monika Maria Schell (m.schell [at] posteo.de).