

JAHRESRÜCKBLICK UND AUSBLICK

2009 – ein Wechselbad der Gefühle, ein Jahr voller Gegensätze!

U. von der Linden

| Anbauländer | Ernteprobleme | Jahresausblick | Märkte | Rohware | Währungsschwankungen |

In kaum einem anderen Jahr stand der Markt so unter dem Einfluss von sogenannten „Imponderabilien“, d.h. Faktoren, die von den Teilnehmern nicht beeinflusst werden konnten. Hierzu zählten insbesondere Währungs- und Klimaschwankungen. Ferner gab es noch eine Reihe struktureller Probleme in den Anbauländern, die nur durch einen tiefgreifenden Wandel gelöst werden können. Zudem wurde der Markt durch das allgemeine wirtschaftliche Umfeld beeinflusst.

Dieser Beitrag beschäftigt sich mit den oben genannten Faktoren, vor allem im Hinblick auf die Teilmärkte Orange, Ananas und einiger tropischen Produkte (Passionsfrucht und Mango).

1. WÄHRUNGSSCHWANKUNGEN

Extreme Schwankungen beim Währungspaar EUR/USD führten zu einer fehlenden Planungssicherheit bei den europäischen Importeuren. Während der Interbanken-Kurs am 1.1. mit 1.4043 und am 1.3. mit 1.2674 festgesetzt wurde, lag dieser am 1.6. bei 1.4154 und am 1.9. bei 1.4304 und aktuell (Stand 1.11.) bei 1.4721. [Abb. 1] Diese Volatilität zeigte sich noch wesentlich stärker bei den Währungen der Exporteure, vor allem beim brasilianischen Real (BRL), welcher um mehr als 30 % innerhalb der Berichtsperiode schwankte. [Abb. 2] Obwohl die brasilianische Regierung in diesem Jahr eine Steuer auf Anleihen- und Aktienkäufe durch ausländische Anleger einführte, ist die Aufwärtstendenz des BRL weiterhin ungebrochen. Es wird erwartet, dass von allen „Emerging Markets“ Brasilien mit am schnellsten aus der globalen Finanzkrise herauskommen wird.

Unter diesen Umständen war und ist es für die Produzenten praktisch unmöglich, eine kaufmännische Kalkulation geschweige denn ein Budget auf die Beine zu stellen. Hinzu kommt noch folgender Aspekt: In Brasilien war die Orange – in heimischer Währung – als Frischfrucht relativ günstig, jedoch teuer in USD. Dies führte zu einem rasanten Anstieg der am Frischfruchtmarkt verkauften Mengen, so dass die Produzenten von Orangensaftkonzentrat (OSK) damit rechnen, dass die Industrie statt der erwarteten 1.0 -1.2 Millionen Tonnen lediglich 800.000 Tonnen Frischfrüchte verarbeiten wird. Interessant in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, dass 1 Liter Orangensaft in einem brasilianischen Supermarkt umgerechnet USD 2.50 kostete und mit diesem Betrag genügend Frischfrüchte gekauft werden konnten, um 2.5 Liter frischen Orangensaft zu pressen.

Da in diesem Jahr einerseits Währungs-, auf der anderen Seite aber auch starke Preis-schwankungen [Abb. 3] registriert werden konnten, führte die Summe zu einem kumulierten Preis- und Währungseffekt [Abb. 4].

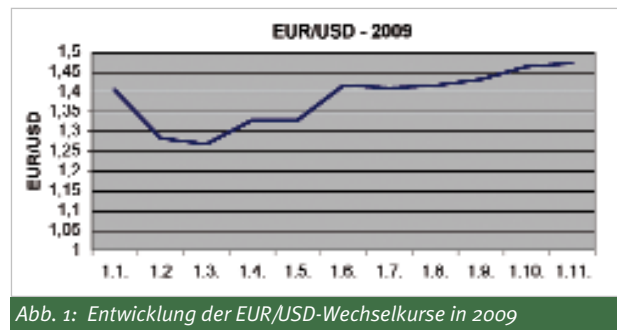


Abb. 1: Entwicklung der EUR/USD-Wechselkurse in 2009

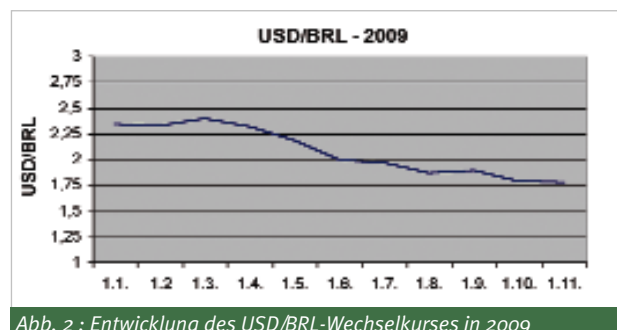


Abb. 2 : Entwicklung des USD/BRL-Wechselkurses in 2009

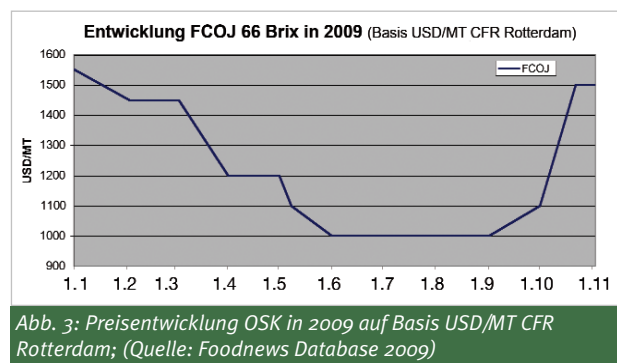


Abb. 3: Preisentwicklung OSK in 2009 auf Basis USD/MT CFR Rotterdam; (Quelle: Foodnews Database 2009)

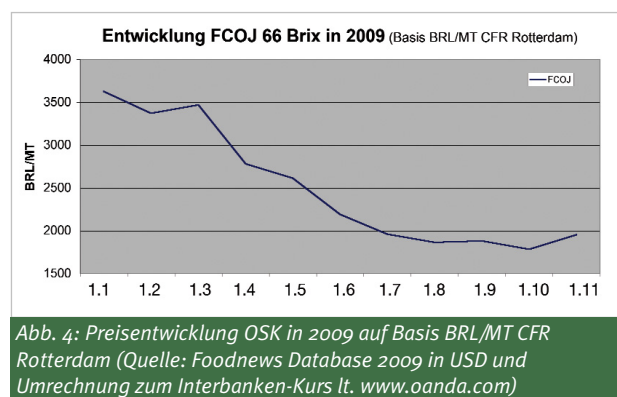


Abb. 4: Preisentwicklung OSK in 2009 auf Basis BRL/MT CFR Rotterdam (Quelle: Foodnews Database 2009 in USD und Umrechnung zum Interbanken-Kurs lt. www.oanda.com)

Im Januar 2009 entsprach der „offizielle Preis“ für OSK in Höhe von USD 1.550.-/mt CFR Rotterdam noch BRL 3.625.-/mt, im Oktober waren es mit BRL 1.780.-/mt über 50 % weniger und selbst im November – im Anschluss an die während der Anuga angekündigten Preiserhöhung auf USD 1.500.-/mt – waren es nur noch knapp BRL 1.950.-/mt. Die Volatilität – Schwankungsbreite zwischen MIN. und MAX. – war im BRL mit 103 % praktisch doppelt so hoch wie im USD !

Nachdem der Preis für OSK in den ersten beiden Quartalen aufgrund hoher unverkaufter Lagerbestände, einer schwachen Nachfrage insbesondere in den USA (Jan-Jun 2009 ca. 40 % weniger gg. Vorjahr) und letztendlich auch aus spekulativen Gründen (FCO futures) stark zurückging, erfolgte im 3. Quartal zumindest auf USD-Basis eine Normalisierung. In dieser Zeit hatten die Produzenten Schwierigkeiten, die in 2007 und 2008 abgeschlossenen Mengen an die Kunden auszuliefern, denn die Verträge waren seinerzeit zu wesentlich höheren Preisen fixiert gewesen. Um hier Druck auszuüben, wurden FCO)- an NFC-Verträge ge-

knüpft, so wie von Foodnews zitiert : „If you want your NFC deliveries, you have got to fulfil your FCOJ orders at whatever silly prices you booked“.

Mit dieser Strategie hofften einige Produzenten Preisnachverhandlungen und/oder Stornierungen zu vermeiden. Bei einer Stornierung würden zusätzliche Mengen auf den Markt gelangen und den Preis noch weiter nach unten ziehen. Rückblickend betrachtet, waren es aber weniger die Stornierungen, sondern vielmehr die fallende Nachfrage, die im 3. Quartal zu Preisen von USD 1.000.-/mt CFR Rotterdam - lt. Juice Market July edition, ISSN 1746-9805 sogar USD 875-950.-/mt FCA unverzollt – führte. Hier war vor allem der Nachfrageeinbruch in Russland für den Preisverfall maßgeblich [siehe allgemeines wirtschaftliches Umfeld]

Die ersten Flüsterschätzungen im September und schließlich die offizielle Schätzung aus Florida, die im Oktober veröffentlicht wurde -16 % weniger Früchte im Vergleich zur letzten Saison- führten zu einem starken Anstieg der Futures. Dieses „bullische Sentiment“ wurde nach Bekanntgabe der Zahlen durch weitere Argumente gestützt: (1) die Anbaufläche in Florida liegt auf einem 23-Jahrestief, da in den vergangenen Jahren große Flächen als Bauland verkauft wurden; nun werden viele Bäume gefällt, um das „greening“ zu stoppen. (2) stärkere Einzelhandelsverkäufe (Direktsaft) in den USA.

Der sogenannte „offizielle“ Preis wurde an der Anuga von den großen brasilianischen Produzenten mit USD 1.500-1.550.-/mt FCA Holland unverzollt angegeben. In der Branche ist es bekannt, dass die „big 4“ hiermit die Tendenz vorgeben wollten und der reelle Marktpreis sicher um USD 100.- bis USD 150./mt niedriger lag. Aktuell wird Ware zu USD 1.450-1.500.-/mt FCA unverzollt auf spot-Basis angeboten. Bei Angeboten für 2010 halten sich die meisten Produzenten bedeckt, denn außer den zu erwartenden Währungsschwankungen ist auch die Entwicklung der Frachtraten ungewiss.

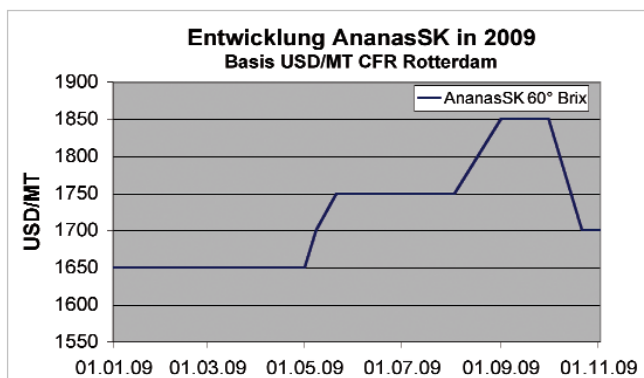


Abb. 5: Preisentwicklung thailändisches Ananassaftkonzentrat in 2009 auf Basis USD/MT CFR Rotterdam (Quelle: Foodnews Database 2009)

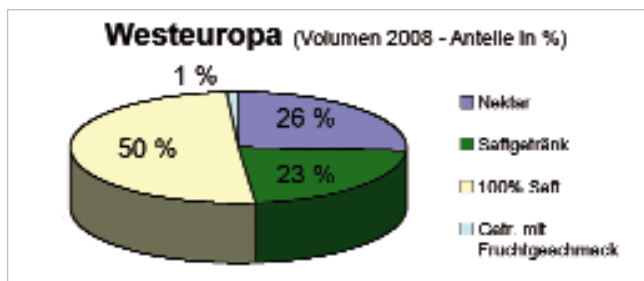


Abb. 6: Westeuropa – Aufteilung des Marktvolumens 2008 nach Kategorien (Quelle: Euromonitor 2008/2009)

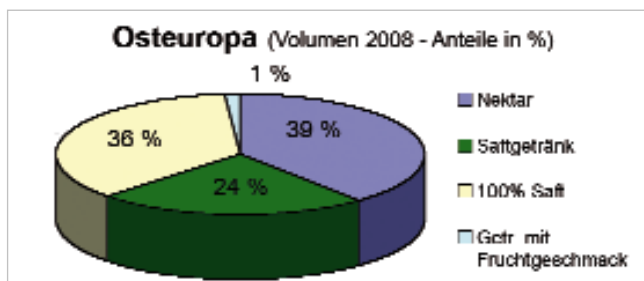


Abb. 7: Osteuropa – Aufteilung des Marktvolumens 2008 nach Kategorien (Quelle: Euromonitor 2008/2009)

2. WETTER- /ERNTEPROBLEME

Bei einigen Früchten waren teilweise gravierende Lieferschwierigkeiten infolge von Klimaschwankungen zu verzeichnen:

- Ananas:** Aufgrund der Dominanz von Asien (50 % der Welt-ernte, restliche Regionen: Mittel- und Südamerika 38 % und Afrika 12 %) wird hier insbesondere auf das Hauptanbauland Thailand eingegangen. In Thailand führten im Januar Trockenheit und tiefe Temperaturen um die 15 °C zu einer frühen Blüte und wochenlangen Verzögerungen bei der sogenannten „Winterernte“. Die Früchte waren häufig klein und brachten weder den gewünschten Säurewert noch den Ertrag. Die Früchte kosteten THB 4.00-4.50/kg. Im März war die Trockenheit immer noch im Süden Thailands präsent, jedoch verbunden mit höheren Temperaturen. Die Früchtepreise lagen zu diesem Zeitpunkt bei THB 5.00-5.80/kg und die Ratiowerte bei 16-18, viel zu niedrig für den Standard von 18-25, der in den meisten Kundenspezifikationen gefordert wird. Dies führte zu einer erhöhten Nachfrage nach Hochratioware 22-28 und diese war nur mit costaricanischer Ware zu kompensieren. Im April war klar, dass die

Ernteausfälle im 1. Quartal mit 20 % zu beziffern waren – Angaben lt. Thai Food Processors Association.

Obwohl die tropischen Stürme den langersehnten Regen brachten, blieb die wichtige Anbauregion Prachuabkirikhan trocken. Die Fruchtpreise lagen zwischenzeitlich bei THB 6.80/kg. Die Ratiowerte kamen kaum über 18 hinaus, hinzu gab es vor allem im Süden Nitratprobleme.

Leider bewahrheiteten sich die Prognosen zur „Sommerernte“. Während der Sommerpeak normalerweise 4-5 Wochen andauert, dauerte dieser lediglich 2 Wochen. Die Fruchtpreise gingen im Mai nur kurz auf THB 5.70/kg zurück, um dann wieder Juni/Juli auf THB 6.50/kg zu steigen. In der Folge stiegen die Preise für Ananassaftkonzentrat 60 °Brix aus Thailand stark an. Obwohl an der Anuga im Oktober keinerlei Preisaussagen hinsichtlich der „Winterernte“ gemacht wurden, gehen die Marktteilnehmer davon aus, dass sich die Angebotsituation normalisiert, nicht zuletzt dank der Regenfälle. Erste Angebote indizieren Preise im Bereich von USD 1.700.-/mt CFR Rotterdam für aseptisches Ananassaftkonzentrat 60 °Brix. [Abb. 5]

Die in der oben angegebenen Graphik skizzierten, auf CFR-Basis lautenden stabilen Preise von Januar-Mai täuschen darüber hinweg, dass in diesem Zeitraum die Frachtraten von Bangkok nach Rotterdam (dry box container) gesunken sind. Tatsächlich stiegen die Preise auf FOB-Basis von durchschnittlich USD 1.530-1.550.-/mt im Januar auf USD 1.580-1.600.-/mt im Mai.

- **Passionsfrucht:** In Ecuador fand der Erntepeak im März aufgrund heftiger Regenfälle und Überschwemmungen nicht statt. Die Folge waren niedrige Erträge und das Phänomen der „frutas vanas“, damit gemeint sind Passionsfrüchte mit praktisch leerem Inhalt, also ohne Fruchtfleisch. Zudem gibt es in Ecuador viele Kleinplantagen (< 5 ha), die im Schnitt > 2 Jahre alt sind. Diese sind nicht bewässert (keine „drip irrigation“), so dass die Erträge naturgemäß niedrig sind; mir wurde von Hektarerträgen im Bereich von 8-10 Tonnen berichtet. In Peru gibt es sowohl größere als auch kleinere Plantagen, die systematisch bewässert werden. Die Erträge liegen bei 15-20 Tonnen/Hektar. Bei guter Pflege der Rebenpflanze, idealen Boden- und Klimabedingungen lassen sich sogar Erträge von 30 Tonnen/Hektar und mehr erzielen; dies haben kolumbianische Produzenten mehrmals erzielt.
- **Mango:** Mit Ausnahme von Mexiko verliefen die Ernten in Kolumbien und Indien im normalen Rahmen. Kolumbien besitzt den Vorteil zweier Ernten pro Jahr (Juli und November/Dezember)

3. STRUKTURELLE PROBLEME IN DEN ANBAULÄNDERN

Zusätzlich zu den genannten Schwierigkeiten bestehen in einigen Märkten bzw. Ländern gewissermaßen „systemimmanente“ Probleme, die teilweise nur durch tiefgreifende Reformen in den Ländern selbst gelöst werden könnten.

Erwähnenswert sind in diesem Zusammenhang

- Monopolistische oder zumindest marktbeherrschende Stellung der großen brasilianischen Orangensaft-Produzenten, gekoppelt mit einer intensiven Landbewirtschaftung bzw. Monokulturen und als Folge schnellere Verbreitung von Krankheiten;



- Einseitige Ausrichtung des Ananasmarktes auf Frischfrüchte in Costa Rica und Dosenware in Thailand. In Costa Rica werden die „rejects“, also Früchte mit leichten Defekten zu Saft verarbeitet; in den letzten Jahren ist der Anteil der für den Frischfruchtmarkt nicht zu gebrauchender Früchte von ca. 12 % auf unter 5 % gefallen. Dies hängt damit zusammen, dass zunehmend auch Früchte in B-Qualität Einzug in die Supermärkte halten, vor allem in Osteuropa;
- Marktmacht seitens der sogenannten „intermediarios“ auf dem Passionsfrucht-Markt in Ecuador. Es existieren 5-6 große Zwischenhändler, welche die Frischfrüchte – oftmals im Paket mit Kakao - von Kleinfarmern kaufen, diese zu den „centros de acopio“ (Sammelstellen) bringen und an die Produzenten verkaufen. Untereinander stimmen die Zwischenhändler die Fruchtpreise mehr oder weniger ab und profitieren von der Zerstrittenheit der verarbeitenden Betriebe.
- Logistische Schwierigkeiten: Einige Mangoverarbeiter in Indien liegen sehr weit von den Anbaugebieten entfernt, so dass die Früchte über Nacht mehrere Hundert Kilometer transportiert werden müssen.
- Intransparenz bei der Terminologie betreffend Mango „Alphonso“, wenn auf der einen Seite von einer „Valsad“ und „Ratnagiri“, andererseits von einer „South Variety“ gesprochen wird. Mit den beiden Erstgenannten werden Anbaugebiete bezeichnet, die Letztere weist auf ein geographisches Merkmal hin und müsste nach der Region richtig „Badami“ heißen. Auch die Bezeichnung Mango „Criollo“ ist irreführend, denn „Criollo“ bedeutet auf Spanisch „(ein)heimisch“. Eine peruanische Mango „Criollo“ müsste korrekterweise „Chulucanas“ heißen, falls sie – wie die meisten Mangos diesen Typs – aus dem besagten Anbaugebiet kommt.

4. RETROSPEKTIVE, AKTUELLES WIRTSCHAFTLICHES UMFELD UND AUSBLICK

Ausgehend vom Datenmaterial von Euromonitor [2008/2009], lag 2008 der Gesamtverbrauch in Westeuropa bei 12.326 mio. Liter und in Osteuropa 7.566 mio. Liter. Während in Westeuropa der Anteil der 100 % Säfte (NFC und Säfte aus Konzentrat) bei 50 % lag, vor der Kategorie Nektar mit 26 % und den Getränken mit 23 % [Abb. 6], war in Osteuropa der Nektar mit 39 % dominierend, vor Saft mit 36 % und den Getränken mit ca. 25 %. [Abb. 7]

Der wirtschaftliche Abschwung führte in Europa zu einer generellen Abschwächung der Wachstumsraten. Innerhalb des Marktes fand eine Umverteilung zulasten der Säfte und zugunsten der Nektare statt. Die Erfrischungsgetränke stagnierten und die Kategorie „packaged water“ fiel ...

Die europäischen Länder gingen zu unterschiedlichen Zeitpunkten in die Rezession; einige werden früher, andere später aus dem

Tiefpunkt herauskommen. Zudem werden sie auf ihren Wachstumspfad mit unterschiedlichen Wachstumsraten zurückkehren.

Deutschland und Frankreich zeigen erste Anzeichen für ein schwaches Wachstum, Spanien steckt tief in einer Rezession mit hoher Arbeitslosigkeit und hat genauso wie England mit den Auswirkungen der im letzten Jahr geplatzten Immobilienblase zu kämpfen.

Auch die „Emerging Markets“ sind in ihrer Entwicklung sehr heterogen: Brasilien und Indien scheinen einigermaßen glimpflich davon zu kommen, China hat sogar die Prognose für sein Bruttoinlandsprodukt auf 8 % erhöht, Russland hat immer noch große Probleme, sowie auch Ukraine, Rumänien und Bulgarien – Länder, deren Risiken von Kreditversicherern zum Teil gar nicht versichert werden. In Großbritannien ist einer Studie von AC Nielsen vom August zufolge der Marktwert der Smoothies auf Jahresbasis um mehr als 35 % geschrumpft, die NFC-Säfte sind um ca. 13 % zurückgegangen.

Insgesamt werden für 2010 von Canadean folgende Märkte stärker gesehen	Insgesamt werden für 2010 von Canadean folgende Märkte schwächer gesehen
<ul style="list-style-type: none"> • China • Indien • Brasilien • Türkei • Frankreich 	<ul style="list-style-type: none"> • USA • Großbritannien • Russland • Ukraine • Japan

In Russland geht das Analyseinstitut Business Analytica für das Jahr 2009 von folgenden makroökonomischen Daten aus:

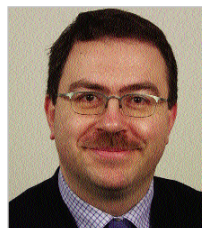
- BIP -8,5 %
- Industrielle Produktion -11,4 %

- Verfügbares Einkommen (real) -4,1 %
- Konsumausgaben/privater Konsum -8 %
- Umsätze im Einzelhandel -6 %

Dabei wird angenommen, dass im Juli 2009 die Talsohle beim BIP -9,3 %, beim privaten Konsum -12,1 % und bei den Einzelhandelsumsätzen mit -9,8 % erreicht wurde. Im August 2009 sank das verfügbare Einkommen auf Jahresbasis gerechnet um -6,8 %

Trotz dieses Umfeldes fielen im Juli 2009 die Daten für die Nahrungsmittelindustrie – Umsätze CSD (carbonated soft drinks) mit -6,4 % und -3,5 % RTD (ready-to-drink) gegenüber den Vorjahresumsätzen relativ gut aus. Euromonitor sieht für den Fünfjahres-Zeitraum 2008-2013 für Osteuropa ein Wachstum in Höhe von 1.559 Mio. Liter, also ca. 20 % kumuliert bzw. 4 % p.a. Für Westeuropa hingegen wird ein schwaches Wachstum von ca. 5,5 % auf kumulierter Basis prognostiziert bzw. ca. 1 % p.a.

Hierbei sollten sowohl in West- als auch Osteuropa die Hälfte dieses Wachstums von einem erhöhten Nektarkonsum stammen. Da diese Studie jedoch die Auswirkungen der globalen Finanzkrise noch nicht berücksichtigt, bleibt nun abzusehen, wie diese Prognosen tatsächlich ausfallen werden.



AUTOR:

Ulrich M. von der Linden
 Carrière GmbH Committed to taste
 D-20097 Hamburg

www.carriere.de

Wichtige Adressen der Branche

AIJN – Association de l'Industrie des Jus et Nectars de Fruits et de Légumes

Rue de la Loi 221, Box 5, B-1040 Brussels - Belgium, Telefon 0032 2 2350620, Telefax 0032 2 2829420

Deutscher Weinbauverband e.V.

Heussallee 26, D-53113 Bonn, Telefon 0228 949325-0, Telefax 0228 949325-23

Fruchtsaftverband Sachsen e.V.

Hauptstraße 49, D-01936 Reichenbach b. Königsbrück, Telefon/Telefax 035795 42855

IFU – International Federation of Fruit Juice Producers

23, Bd des Capucines, F-75002 Paris - France, Telefon 0033 1 47428282, Telefax 0033 1 47428281

SGF INTERNATIONAL e.V. , SURE-GLOBAL-FAIR

Am Hahnenbusch 14 b, D-55268 Nieder-Olm, Telefon 06136 925240, Telefax 06136 925244

Verband der Agrargewerblichen Wirtschaft Baden-Württemberg

Wollgrasweg 31, D-70599 Stuttgart, Telefon 0711 167790, Telefax 0711 4586093

Verband der Bayerischen Fruchtsaftindustrie e.V.

Lindenstr. 17, D-85405 Nandlstadt, Telefon 08161 146853, Telefax 08161 146854

Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie e.V.

Mainzer Str. 253, D-53179 Bonn, Telefon 0228 95460-0, Telefax 0228 95460-20

Verband der deutschen Fruchtwein- und Fruchtschaumwein-Industrie e.V.

Mainzer Str. 253, D-53179 Bonn, Telefon 0228 95460-0, Telefax 0228 95460-20

Verband der Hessischen Apfelwein- und Fruchtsaft-Keltereien e.V.

Kirchberg 8, D-56370 Schönborn, Telefon 06486 9113 05, Telefax 06486 911306

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V.

Friedrichstr. 231, D-10969 Berlin, Telefon 030 259258-0, Telefax 030 259258-20