



Inhalt dieses Newsletters:

- **Neue Studien & Veröffentlichungen**
- **Aktuelle Veranstaltungen**
- **Referenzprojekte**

Sehr geehrte Damen und Herren,

indem heutigen Newsletter stellen wir Ihnen die Ergebnisse der jährlichen AFC-Studie zu "Investitionsbereitschaft und Übernahmen der deutschen Ernährungsindustrie" sowie einige aktuelle Projekte vom Team Public Services der AFC Management Consulting AG vor,

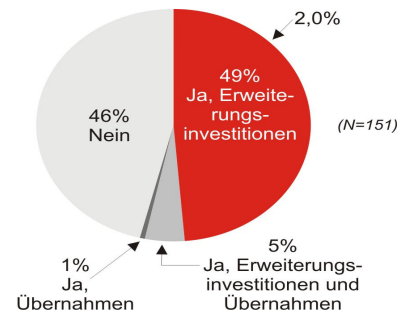
mit freundlichen Grüßen
Ihr Team Public Services
AFC Management Consulting AG

Neue Studien & Veröffentlichungen

Krisenresistente Branche?

AFC-Studie zeigt Zuversicht und Optimismus der deutschen Ernährungsindustrie

Seit 2004 erhebt die AFC Management Consulting jedes Jahr die Pläne der Top-1000-Unternehmen der Ernährungsindustrie zu Investitionsbereitschaft und Übernahmen. Durch Befragung von Inhabern und Geschäftsführern einer Stichprobe von 150 zufällig ausgewählten Unternehmen liefert die Studie Informationen sowohl über geplante als auch getätigte Erweiterungsinvestitionen, über Übernahmen und Betriebsverlagerungen sowie über favorisierte Standortfaktoren. Der Struktur der Ernährungsindustrie entsprechen sind die drei größten Teilbranchen der „Alkoholischen Getränke“, „Milch und Milcherzeugnisse“ und „Fleisch und Wurstwaren“ am stärksten repräsentiert. Zudem werden die unterschiedlichen Größenklassen aller befragten Unternehmen nach Anzahl der Beschäftigten in der Umfrage gesondert berücksichtigt.



Branche bleibt optimistisch

Nach dem die folgenreichen Verluste und Insolvenzen der Finanz- und Wirtschaftskrise Anfang 2009 zu Produktionsrückgängen und Stellenstreichungen in zahlreichen Branchen führten, zeigt sich zum Jahreswechsel gerade die deutsche Ernährungswirtschaft das Neue Jahr. Dabei sind es gerade die Molkerei und Fleischindustrie, die für 2010 eine deutliche Steigerung ihrer Pläne zu Investitionen und Übernahmen verlauten lassen.

Ungebremster Expansionshunger

Ein gutes Jahr nach dem schwerwiegenden Zusammenbruch der internationalen Finanzmärkte, der in der Folge auch die Realwirtschaft mit einer Vielzahl von Insolvenzen erreichte, geht die deutsche Ernährungsindustrie abermals auf Expansionskurs und Steigerung ihrer Pläne zu Investitionen und Übernahmen verlauten. Während bereits zum Jahreswechsel 2008/09 die Ernährungsindustrie angesichts der folgenreichen Finanz- und Wirtschaftskrise weiterhin mit Zuversicht in das Neue Jahr blickte, nehmen ihre M&A-Pläne für das Jahr 2010 abermals an Fahrt auf. Äußerten in der Boomphase befragten Unternehmen entsprechende Pläne zu Investitionen und Übernahmen in den kommenden 24 Monaten, waren es Ende 2008 bereits rund 45 Prozent, sogar 55 Prozent aller befragten Unternehmen, die in den kommenden zwei Jahren planen. Es scheint, als trotz der Auswirkung der Finanzkrise und der von zahlreichen Insolvenzen begleiteten pessimistischen Stimmung vieler Branchen.

Molkerei- und Fleischindustrie in der Spitzengruppe

Dabei sind es gerade die Teilbranchen der Fleisch- und Molkereiindustrie, die optimistisch in das Neue Jahr blicken. Während im Vorjahr bereits die Hälfte aller befragten Fleischverarbeitenden Unternehmen Investitions- und Übernahmepläne äußerten (+13 Prozent gegenüber 2007), sind es zum Jahreswechsel bereits die Molkereibranche: Zeigt sich die Milchverarbeitung der Industrie Anfang 2009 mit nur knapp 4 Prozent Zustimmung zu Investitions- und Übernahmep länen noch lediglich verhalten optimistisch, sind es zum Jahreswechsel 2009/10 sogar 65 Prozent (+20 Prozent), die für das kommende Jahr eine Ausweitung ihrer Investitionspläne anstreben. Es zeigt sich die Milch- und Fleischindustrie die Talsohle der Wirtschaftskrise bereits

durchschritten. Demgegenüber zeigt sich die Branche weiterhin pessimistisch. So sind weniger als ein Drittel der Befragten dieser Teilbranche, die für das kommende Jahr Investitionen ankündigen, dies entspricht einer weiteren Abnahme der Investitionsneigung um fünf Prozent gegenüber 2008.

Haben Sie Interesse an den vollumfänglichen Studien ergebnissen?

Kontakt:

AFC Management Consulting AG

Dr. Gerald Oerkermann

E-mail: Gerald.Oerkermann@afc.net

Tel.: 0228 9857966

Dottendorfer Straße 82

53129 Bonn

[| zum Seitenanfang |](#)

Aktuelle Veranstaltungen

Vorankündigung: Zweiter Wettbewerb „Ernährung.NRW“ startet am 26. April 2010

Mit dem zweiten Förderwettbewerb Ernährung.NRW will das Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und das Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen die Position der Ernährungsbranche ausbauen, ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen und damit bestehende Arbeitsplätze sichern und neues schaffen. Gesucht werden innovative Ideen, z.B. Produkt-, Prozess- und Absatzinnovationen. Mit dem Wettbewerb sollen Projekte generiert und gefördert werden, die die ernährungswirtschaftlichen Wertschöpfungsketten stärken und einen Bezug zur Clusterstrategie in Nordrhein-Westfalen aufweisen. Das Clustermanagement steht allen Unternehmen und Organisationen der Agrar- und Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens für Beratungen rund um die Teilnahme am Förderwettbewerb zur Verfügung.

Die Termine zu den Informationsveranstaltungen, das Programm und die Anmeldeunterlagen erhalten Sie unter www.ziel2.nrw.de und www.fz-juelich.de/etn. Dort finden Sie ab dem 26. April 2010 auch weitere Informationen zum Wettbewerb.

[| zum Seitenanfang |](#)

Referenzprojekte

Clustermanagement Ernährung.NRW

Landesvereinigung "Ernährung.NRW e.V." geht in den Start

Die neue Landesvereinigung

„Ernährung.NRW e.V.“ ist startklar: Die Gründungsversammlung wählte Andreas Heinz (Grafschafter Krautfabrik – Josef Schmitz KG), Siegfried Schrempf

(Handwerkskammer Düsseldorf) und Gerd Wesselmann (W GZ Bank AG) sowie Karl-Frieder Kottsieper (Geflügelwirtschaftsverband Nordrhein-Westfalen) und Ingrid Rauch (R&S Vertriebs GmbH) an die Spitze der Organisation. Der Vorstand trat im Anschluss an die Versammlung zu einer ersten gemeinsamen Sitzung zusammen.

Ziel von „Ernährung.NRW e.V.“ ist es, den Absatz von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen im In- und Ausland zu fördern. Mit dieser Intention hoben am 31. März 2010 rund 40 Unternehmen, Organisationen und Verbände aus allen Bereichen der nordrhein-westfälischen Agrar- und Ernährungswirtschaft die neue Landesvereinigung aus der Taufe. Die Landesvereinigung soll für Nordrhein-Westfalen auch Aufgaben der ehemaligen Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) übernehmen.

Grundsätzlich ist „Ernährung.NRW e.V.“ als gemeinsames Dach für alle an der Wertschöpfungskette der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen beteiligten gedacht. Daher ist die Landesvereinigung offen für Betriebe und Unternehmen jeglicher Größe und Ausrichtung – von den landwirtschaftlichen Zulieferern bis hin zu den Verbraucherschnittstellen in Handel und Gastronomie – sowie auch für alle Bereiche der Agrar- und Ernährungsbranche in Nordrhein-Westfalen.

Die Geschäftsstelle von „Ernährung.NRW e.V.“ ist vorläufig beim Clustermanagement Ernährung.NRW angesiedelt.



„Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ kommt in der Branchesehrgut an

Die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft spricht sich nahezu einhellig für den im vergangenen Jahr neu ins Leben gerufenen „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW“ aus: Wie eine aktuelle Blitz-Umfrage des Clustermanagements Ernährung.NRW jetzt ergab, stuften 60% der Befragten die

Als „sehr wichtig“ für ihr Unternehmen. Landesehrenpreis. Lediglich 2% der Befragten stuften den neuen Landesehrenpreis innerhalb kurzer Zeit als Clustermanager Dr. Otto Strecker dazu erfreut fest. Lebensmittelhersteller in diesem Land an dem Preis prämierte Unternehmen befragt. Dieser äußerst positive große Mehrheit der befragten Unternehmen die Öffentlichkeitarbeit. So informieren 67% der Preis Werbeproschüren fließt der Landesehrenpreis bei 46% setzendas Logodes Landesehrenpreises auf Messeständen wie beispielsweise Handzettel oder Schaufensterwerb einem Viertel der Preisträger (25%) befindet sich d Produkt selbst.

Die Preisträger erhalten diese besondere Auszeichnung für die herausragende Qualität und den ausgezeichneten Geschmack ihrer Produkte.

NRW bekommt ein regionales Dachmarke

Nordrhein-Westfalen solle ein eigenes, EU-konformes, Auftrag des NRW-Landwirtschaftsministeriums bereits an der konkreten Ausgestaltung des neuen He „Qualitätszeichen NRW“ geht das Ministerium auf das Ernährungswirtschafts sowie des Handelsanherkunft das neue NRW-Qualitätszeichen hat das Clustermanagement Ministerium und Vertreter der Branche die Landesve Trägerorganisation für das neue Signet ins Leben ru

Als „wichtig“ bewertet sogar 33% den die Auszeichnung als „unwichtig“ ein. Damit habe eite seine sehr hohe Reputation erreicht, stellte Analog dazu ist auch das Interesse auf Seitender gewachsen. Für die Erhebung wurden rund 60 iven Einschätzungen sprechend genutzt denn auch szeichnung für ihre Werbung bzw. t. In

träger über die Verleihung in ihrem Internetauftritt. In der Befragten ein. Mehr als 30% von ihnen nden etc. ein. Weitere 35% geben „Sonstiges“, ung, als Verwendung an. Und bei immerhin schon er Hinweis auf den Landesehrenpreis bereits auf den

Herr Dr. Strecker, Vorstand der AFC-Gruppe und Clustermanager Ernährung.NRW, steht Ihnen mit seinem Team für weitere Fragen gerne zur Verfügung.

Clustermanager Ernährung.NRW, steht Ihnen mit

Weitere Informationen zum Clustermanagement finden Sie [hier](#).

[| zum Seitenanfang |](#)

Halbzeitbewertung der ELER-Förderung im Freistaat Sachsen



Die AFC Management Consulting ist für 2010 mit der Halbzeitbewertung der ELER-Förderung im Freistaat Sachsen beauftragt worden. Als Konsortialführer übernimmt sie im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft (SMUL) die Bewertung des

Programms in Kooperation mit den Partnern Bonn Evaluation (Bonn), entera (Hannover) und TSS Forstplanung (Freital). In annähernd identischer Konstellation zeichnet sich die AFC bereits in Brandenburg und Berlin für die Evaluation der ELER-Förderung verantwortlich, wosies seit 2008 Outputs, Ergebnisse und Wirkung des Programms auf Landesebene bewertet. Eine zentrale Zielsetzung der Halbzeitbewertung ist die „vollständige Bewertung der Maßnahmen und Programme“. Dabei wird in den Berichten auch beurteilt, inwieweit Maßnahmen und das Programm insgesamt ihre Zielvorgaben erreichen und zu den Zielen beitragen, die in den Strategien der Mitgliedstaaten und der Gemeinschaft vorgegeben sind. Im Ergebnis soll der Halbzeitbewertungsbericht eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Verbesserung des Programms und der Durchführung darstellen. Dazu muss die Bewertung die Ergebnisse und Wirkung der Maßnahmen und des Gesamtprogramms nachvollziehbar und verständlich darlegen, erklären und im Hinblick auf Relevanz, Effektivität, Effizienz und Nachhaltigkeit bewerten. Außerdem soll sie Erkenntnisse liefern über Faktoren, die zum Erfolg bzw. Misserfolg der Umsetzung des Programms – auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit – beigetragen haben sowie Aufschluss geben über bewährte Verfahrensweisen.

Landwirtschaft (SMUL) die Bewertung des (Bonn), entera (Hannover) und TSS Konstellation zeichnet sich die AFC bereits in Brandenburg und Berlin für die Evaluation der ELER-Förderung verantwortlich, wosies seit 2008 Landesebene bewertet. die „vollständige Bewertung der Maßnahmen und inwieweit Maßnahmen und das Programm elen beitragen, die in den Strategien der d. Im Ergebnis soll der Halbzeitbewertungsbericht sserung des Programms und der rtung die Ergebnisse und Wirkung der nderständig darlegen, erklären und im Nachhaltigkeit bewerten. Außerdem soll sie bzw. Misserfolg der Umsetzung des Programms – haben sowie Aufschluss geben über bewährte

[| zum Seitenanfang |](#)

Olivenölbahnt sich seinen Weg ins Reich der Mitte

China ist eines der sich am schnellsten entwickelnden Volkswirtschaften weltweit. Ein moderner, westlich geprägter Konsumstil beeinflusst zunehmend das Verhalten der Verbraucher. Während die Schere zwischen Wohlstand und Armut in einigen Bevölkerungsschichten merklich auseinanderklafft, sind es insbesondere jüngere Verbraucher mit höherem verfügbarem Einkommen, die für eine empfindlicher sind. Diese Zielgruppen zeichnen sich durch eine hohe



braucher mit akademischem Bildungsniveau und daption westlich geprägter Konsumstile e Offenheit und ausgeprägte Zahlungsbereitschaft

für Produkte aus Europa und den USA.

Im Rahmen einer Studie für das International Olive Council (IOC, Madrid) untersucht die AFC in Kooperation mit der Ludwigshafener Consulting-Firma Far Eastern Limited das Marktpotenzial für Olivenöl und Oliven in China und entwickelt hierauf basierend Empfehlungen für eine generische Marketingkampagne. Die Marketingaktivitäten für den chinesischen Markt umfassen neben klassischer TV- und Print-Werbung und gezielten Ansprache von Multiplikatoren durch Seminare, Messeauftritte und POS-Aktivitäten insbesondere die Einbindung von Viralmarketing-Aktivitäten. Die Umsetzung der Kampagne durch eine Werbeagentur ist für den Zeitraum 2010 bis 2012 geplant.

[| zum Seitenanfang |](#)

Impressum

The AFC logo consists of the letters 'AFC' in white, set against a red parallelogram background.

AFC Management Consulting AG

Dottendorfer Straße 82
53129 Bonn

Tel.: 0228/98579-0
Fax: 0228/98579-79

info@afc.net
www.afc.net

Sitz der Gesellschaft: Bonn, eingetragen: AG Bonn H RB15881
Vorstand: Anselm Elles, Dr. Otto A. Strecker, Hans-Dieter Weschke
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Prof. Dr. Hans-Joachim Leyrer

[Newsletter weiterempfehlen](#) | [Profil bearbeiten](#) | [Newsletter abmelden](#)