

Inhalt dieses Newsletters:

- **Neue Mitarbeiter**
- **Neue Studien & Veröffentlichungen**
- **Aktuelle Veranstaltungen**
- **Aktuelle Projekte**

Sehr geehrter Herr Dr. Strecker,
 wir vom Team Public Services der AFC Management Consulting AG stellen Ihnen in unserem neuen Newsletter 01/2011 die aktuellen Ergebnisse der jährlich durchgeführten Investitionsstudie, Projekte und Veranstaltungen vor.

Noch Fragend dazu? Sprechen Sie uns doch einfach an!

Mit freundlichen Grüßen
 Ihr Team Public Services
 AFC Management Consulting AG

Neue Mitarbeiter

Dr. Volker Ebert - Consultant im Bereich Public Services

Der Bereich Public Services ist wieder ein Stück gewachsen: Seit dem 1. April ist Dr. Volker Ebert als Consultant neu im Team. Der studierte Politikwissenschaftler promovierte 2009 im Fachbereich Wirtschaftsgeschichte mit einer Arbeit über Strategien und Organisationsstrukturen von Unternehmensverbänden. Vor dem Eintritt in die AFC hat Dr. Ebert fünf Jahre an verschiedenen Forschungsreinrichtungen in Bonn, Washington und Frankfurt am Main gearbeitet. Die personelle Verstärkung trägt insofern dazu bei, den interdisziplinär ausgerichteten Bereich Public Services noch breiter aufzustellen.

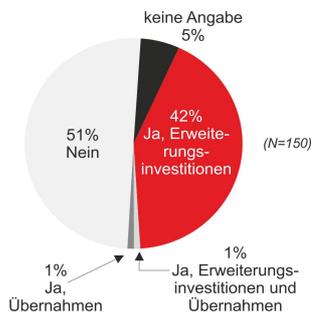


hat Dr. Ebert fünf Jahre an verschiedenen Forschungsreinrichtungen in Bonn, Washington und Frankfurt am Main gearbeitet. Die personelle Verstärkung trägt insofern dazu bei, den interdisziplinär ausgerichteten Bereich Public Services noch breiter aufzustellen.

[\[zum Seitenanfang\]](#)

Neue Studien & Veröffentlichungen

AFC-Studie zeigt verhaltenen Investitionspläne der deutschen Ernährungswirtschaft



Nachdem sich die Ernährungsindustrie in den vergangenen zwei Jahren angesichts der realwirtschaftlichen Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise überraschend optimistisch und investitionsfreudig zeigte, scheint, als blicke die Branche mit weniger Unsicherheit in das Neue Jahr. Die unterschiedlichen Teilbranchen liefern dabei ein uneinheitliches Bild, insgesamt erscheinen Optimismus und Dynamik jedoch verhalten als in den Vorjahren.

Seit 2004 erhebt die AFC Management Consulting jedes Jahr die Pläne der Top-1000-Unternehmer der Ernährungsindustrie zu Investitionsbereitschaft und Übernahmen. Durch Befragung von Inhabern

und Geschäftsführer einer Stichprobe von 150 zufällig ausgewählten Unternehmen liefert die Studie Informationen sowohl über geplante als auch getätigte Erweiterungs- und Betriebsverlagerungen sowie über favorisierte Standortfaktoren. Der Struktur der Ernährungsindustrie entsprechend sind die drei größten Teilbranchen „Milch und Milchzeugnisse“ und „Fleisch und Wurst“ die unterschiedlichen Größenklassen aller befragten Unternehmen nach Anzahl der Beschäftigten in der Umfrage gesondert berücksichtigt.

Seit 2004 erhebt die AFC Management Consulting jedes Jahr die Pläne der Top-1000-Unternehmer der Ernährungsindustrie zu Investitionsbereitschaft und Übernahmen. Durch Befragung von Inhabern und Geschäftsführer einer Stichprobe von 150 zufällig ausgewählten Unternehmen liefert die Studie Informationen sowohl über geplante als auch getätigte Erweiterungs- und Betriebsverlagerungen sowie über favorisierte Standortfaktoren. Der Struktur der Ernährungsindustrie entsprechend sind die drei größten Teilbranchen „Milch und Milchzeugnisse“ und „Fleisch und Wurst“ die unterschiedlichen Größenklassen aller befragten Unternehmen nach Anzahl der Beschäftigten in der Umfrage gesondert berücksichtigt.

Branche zeigt sich zurückhaltender

Die Pläne in den kommenden 24 Monaten entwerfen Erweiterungsinvestitionen durchzuführen oder Übernahmen zutätig sind mit 44 Prozent Zustimmung gegenüber den Befragten deutlich zurückhaltender als im Vorjahr mit 55 Prozent (-11 Prozent). Nach dem Tatsächlich getätigten Investitionen der letzten zwei Jahre befragt, melden sogar 57 Prozent der Unternehmen getätigte Erweiterungsinvestitionen und durchgeführte Übernahmen anderer Betriebe. Nahezu alle Teilbranchen zeigen sich verhalten in ihren Erwartungen für das kommende Jahr. So

planen unter anderem Herstellern alkoholischer Getränke (24 Monaten (-7 Prozent)), in der Branche der Fleischverarbeitung (24 Monaten (-7 Prozent)). Die größte Abnahme der Investitionsneigung Vorjahr noch 65 Prozent der Befragten, die Pläne zu aktuell noch 40 Prozent (-25 Prozent). Essensektoren Investitionen und M&A-Aktivitäten zur Abwehr der Folgen der Finanzkrise bereits hinter sich. Es ist ein alte Erkenntnis, dass die Investitionsneigung mit steigender Unternehmensgröße zunimmt. So planen 30 Prozent der Betriebe mit unter 100 Mitarbeitern Erweiterungsinvestitionen und Übernahmen in den kommenden zwei Jahren. Einem größeren Expansionshunger zeigend gegenüber größeren Unternehmen mit 251-500 Mitarbeitern, hier planen 61 Prozent aller Befragten Investition in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind in der Konstellation verwundert nicht, sind es doch i.d.R. übernommen werden.

Betriebsverlagerungen aktuell kein Thema mehr

Die Pläne, Teile der Betriebe zu verlagern, verharrt in einigen Jahren auf einem äußerst niedrigen Niveau. Teile ihrer Betriebe in den kommenden 24 Monaten eine Steigerung geplanter Betriebsverlagerungen zeigt, gelässt sich ein Zuwachs um 10 Prozentpunkte feststellen. Fleischverarbeitende Industrie hingegen stellen Betriebsverlagerungen aktuell kein Thema mehr dar (Vorjahr: 15 Prozent).

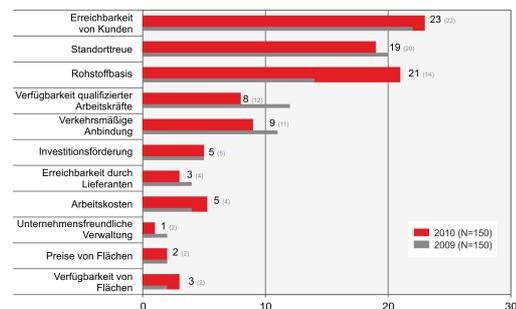
nur 22 Prozent der Investitionsindeks in den kommenden zwei Jahren. In der Molkereibranche: Waren es im Investition und Übernahmen äußerten, sind es nicht, als habe gerade diese Branche einen Großteil der Folgen der Finanzkrise bereits hinter sich. Die Investitionsneigung mit steigender Unternehmensgröße zunimmt. So planen 37 Prozent der Unternehmen mit 101-250 Mitarbeitern Übernahmen in den kommenden zwei Jahren. Einem größeren Expansionshunger zeigend gegenüber größeren Unternehmen mit 251-500 Mitarbeitern, hier planen 61 Prozent aller Befragten Investition in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind in der Konstellation verwundert nicht, sind es doch i.d.R. übernommen werden.

in der gesamten Ernährungsindustrie bereits seit 2009 nur 5 Prozent aller Unternehmen, die verlagern wollen (2009: 7 Prozent). Eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr in der Molkereibranche, hier 10 Prozent (Vorjahr: 0 Prozent). Für die Branche der Betriebsverlagerungen aktuell kein Thema mehr dar

[|zum Seitenanfang |](#)

Branche bevorzugt den Heimatstandort

Ungebrochen ist die Präferenz der deutschen Ernährungsindustrie für den Heimatstandort. So investieren 91 Prozent der befragten Unternehmen nach Möglichkeit im Inland, nur 5 Prozent ziehen Auslandsengagements in Erwägung. Obgleich Unternehmen der Ernährungsindustrie zunehmend exportorientiert sind, werden ausländische Produktionsstandorte als Option für geplante Investitionen deutlich seltener genannt. Bei den inländischen Engagements zählen insbesondere Niedersachsen (12 Prozent) und Hessen (11 Prozent) feststellen, dass auch ostdeutsche Standorte für 19 Prozent der Befragten, dass sie Sachsen als Standort



zudem beliebten Standorten. Zudem lässt sich feststellen, dass die Beliebtheit von Investitionen an beliebte Standorte zunehmen. Sogar 37 Prozent der Befragten, dass sie Sachsen als Standort

Standorttreue ein wichtiger Standortfaktor

Die Sektoren der Ernährungsindustrie bewerten die Standortfaktoren unterschiedlich. Insgesamt dominieren Kundennähe und Standortfaktoren. Vor allem von den Molkereibetrieben wird die Rohstoffverfügbarkeit am Standort traditionell als Standortfaktor deutlich häufiger genannt (Durchschnitt alle: 21 Prozent). Als weiterer wichtiger Faktor stellt sich für alle Unternehmen weiterhin die Standorttreue dar. Angesichts des weiterhin bestehenden Trends hin zur Nachhaltigkeit wirtschaftlicher Aktivitäten kann gerade die Verbundenheit gegenüber dem Heimatstandort ein geeignetes Instrument darstellen, sich gegenüber dem Wettbewerb zu profilieren. Dieses kann bspw. in Regionalmarketingkonzepten seinen Niederschlag finden, indem die Unternehmen die Nähe zu den Kunden aus ihrer Region pflegen, kurze Transportwege realisieren oder Arbeitsplätze in der Region sichern. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Standorttreue derzeit von einem Fünftel aller Unternehmen als wichtigster Faktor genannt wird. Deutlich über dem Durchschnitt liegt dabei insbesondere die Branche, Alkoholische Getränke, mit 28 Prozent Zustimmung. Dabei sind insbesondere für Brauereien die Märkte i.d.R. durch ein regionales respektive lokales Konsumverhalten der Verbraucher geprägt. Während angesichts gesättigter Märkte die wachsende Bedeutung der Exportmärkte allenfalls unterstrichen wird, zeigt die Ernährungsindustrie weiterhin eine starke Verbundenheit gegenüber dem Heimatstandort.

in einzelnen Standortfaktoren für Investitionen sehr unterschiedlich. Insgesamt dominieren Kundennähe und Rohstoffbasis die Liste der wichtigsten Standortfaktoren. Vor allem von den Molkereibetrieben wird die Rohstoffverfügbarkeit am Standort traditionell als Standortfaktor deutlich häufiger genannt (46 Prozent) als von anderen Unternehmen. Als weiterer wichtiger Faktor stellt sich für alle Unternehmen weiterhin die Standorttreue dar. Angesichts des weiterhin bestehenden Trends hin zur Nachhaltigkeit wirtschaftlicher Aktivitäten kann gerade die Verbundenheit gegenüber dem Heimatstandort ein geeignetes Instrument darstellen, sich gegenüber dem Wettbewerb zu profilieren. Dieses kann bspw. in Regionalmarketingkonzepten seinen Niederschlag finden, indem die Unternehmen die Nähe zu den Kunden aus ihrer Region pflegen, kurze Transportwege realisieren oder Arbeitsplätze in der Region sichern. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Standorttreue derzeit von einem Fünftel aller Unternehmen als wichtigster Faktor genannt wird. Deutlich über dem Durchschnitt liegt dabei insbesondere die Branche, Alkoholische Getränke, mit 28 Prozent Zustimmung. Dabei sind insbesondere für Brauereien die Märkte i.d.R. durch ein regionales respektive lokales Konsumverhalten der Verbraucher geprägt.

Während angesichts gesättigter Märkte die wachsende Bedeutung der Exportmärkte allenfalls unterstrichen wird, zeigt die Ernährungsindustrie weiterhin eine starke Verbundenheit gegenüber dem Heimatstandort.

[|zum Seitenanfang |](#)

AFC-Studie zur Verwaltungsmodernisierung in den Agrarbehörden

Im zweiten Halbjahr 2010 hat die AFC Management Consulting AG eine bundesweite Studie zur Verwaltungsmodernisierung in den Behörden und Ministerien für Landwirtschaft, Ernährung, Landentwicklung, Verbraucherschutz und Lebensmittel durchgeführt. Befragt wurden dabei insgesamt 156 Mitarbeiter, hauptsächlich des höheren Dienstes. Etwa 80 Prozent der Befragten waren bereits von Modernisierungsprozessen

betroffen beziehungsweise begleitet. Diese sind

der Vergangenheit aktiv. Die Verwaltungsmodernisierung ist angespannter und stetiger mehr oder weniger starker Veränderung der gesamten Behördenlandschaft geworden. Bund und Länder besteht bei den Informationsbedarf. Im Rahmen der Studien sprachlich eine Optimierung der Verwaltungsmodernisierung für eine Optimierung sich nur gut 62% bereit, im Zuge eines herauszufinden. Also in weiterer Zukunftiges Führungskräfte die Verbesserung des Personalmanagements. Annähernd 70% plädierten für eine Entbürokratisierung und Deregulierung. Ein Outsourcen von Aufgaben hält hingegen eine Minderheit der Führungskräfte für sinnvoll; hierfür sprachlich rund 37% der Befragten aus. Für den Ausbau von öffentlich-privaten Partnerschaften waren etwa 29%.

[|zum Seitenanfang |](#)

Haben Sie Interesse an den vollumfänglichen Studien ergebnissen?

Dann nehmen Sie doch einfach Kontakt zu uns auf.

AFC Management Consulting AG
Dr. Gerald Oerkermann
E-mail: Gerald.Oerkermann@afc.net
Tel.: 0228 985 7966
Dottendorfer Straße 82
53129 Bonn

Gern stellen wir Ihnen die vollständigen Studien ergebnisse auch persönlich vor.

[|zum Seitenanfang |](#)

Aktuelle Veranstaltungen

NRW-Leistungsschau im Rahmen der MODEHEIMHANDWERK 2011



Nach dem erfolgreichen Start in 2010 geht "NRW-vom Gutend das Beste" in die zweite Runde. Integriert in die MODEHEIMHANDWERK (05.-13. November 2011), die größte Verbraucherausstellung in NRW, hat die Leistungsschau eine Laufzeit von 4 Tagen und beginnt am Donnerstag, 10. 11. 2011.

Ernährung. NRW e.V. ist in diesem Jahr Kooperationspartner der Messe Essen für die Leistungsschau. Gemeinsam präsentieren wir eine vielfältige, erlebnisreiche und informative Ausstellung.

Schon jetzt können Sie sich Ihren Standplatz sichern.

Hier finden Sie bitte den [Flyer](#), sowie Anmeldeformulare zur [Leistungsschau](#) "NRW-vom Gutend das Beste", zudem [Gemeinschaftsstand](#) und zudem [Marktplatz](#).
[Hier](#) finden Sie weitere Informationen zur MODEHEIMHANDWERK.

Für Rückfragen steht Ihnen sowohl das Team der Messe Essen als auch die Geschäftsstelle Ernährung. NRW e.V. jederzeit gerne zur Verfügung.

[|zum Seitenanfang |](#)

Aktuelle Projekte

Clustermanagement Ernährung. NRW



Sieger des zweiten Förderwettbewerbs Ernährung. NRW stehen fest

Acht Projekte sind im Oktober 2010 von einer Expertenjury beim Forschungszentrum Jülich/Projektträger ETN als Sieger des 2. Förderwettbewerbs Ernährung. NRW und damit für eine mögliche Förderung im

Rahmendes NRW-EU-Programms, „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007–2013“ (EFRE) bestimmt worden. Die Siegerevorhabende ckeneine breite Themenpalette ab: von Innovationen in der Säuglingsernährung und neuen Konzepten in der Schulverpflegung über wegweisende Konzepte für die Optimierung der Schweine- und Geflügelfleischproduktion bis hin zu Strategien für regionales Marketing in NRW (Marken RW), zur Ausbildung von Fachkräften für die Ernährungsökonomie (PROFOB-Professional Food Bachelor) und zu Nachhaltigkeitsstrategien in der

Branche. Für die ausgewählten Projektpartner stehen
EUR bereit.

nun Fördermittel von alles in alle bis zu 20 Mio

Der Förderwettbewerb Ernährung.NRW wurde im April 2010 vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz sowie dem Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen zum zweiten Mal ausgeschrieben. Ziel dieser Initiative ist es, innovative Projekte zu finden und zu fördern, die helfen können, die Wertschöpfungsketten in der nordrhein-westfälischen Ernährungsbranche zu stärken. Damit will die Landesregierung einen Beitrag leisten, um die Position der hiesigen Ernährungsbranche zu unterstützen, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und Betriebe zu erhöhen sowie um Arbeitsplätze zu sichern bzw. neu zu schaffen. Die wichtigsten Bezüge zur Clusterstrategie in Nordrhein-Westfalen im Sinne einer Vernetzung von verschiedenen Projektpartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft haben.
Eine Übersicht über die im Rahmen des 2. Förderwettbewerbs Ernährung.NRW ausgewählten Kooperationsprojekte finden Sie [hier](#).

[| zum Seitenanfang |](#)

Ernährung.NRW e.V. - Wechsel im Vorstand

Die Mitgliederversammlung der Dachorganisation der nordrhein-westfälischen Lebensmittelwirtschaft „Ernährung.NRW e.V.“ hat jetzt in Düsseldorf Andrea s Heinz (Grafschafter Krautfabrik – Josef Schmitz KG) als Vorsitzenden des Vorstandes wiedergewählt. Auch Dr. Gerd Wesselmann (WGZ Bank AG) und Karl-Frieder Kottsieper (Geflügelwirtschaftsverband Nordrhein-Westfalen) wurden in ihren Vorstandsämtern bestätigt.

Neu in das Führungsgremium gewählt sind die Mitglieder des Vereins Manfred Rycken (Bundesinnungsmeister des Deutschen Fleischerverbands und Vizepräsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks) sowie Franz-Josef Dickopp von der Rheinischen Erzeugergemeinschaft Kartoffeln. Rycken folgte als stellvertretender Vorsitzender Siegfried Schrepfnach, der nicht wieder für den Vorstand von Ernährung.NRW e.V. kandidierte, um sich künftig alle in auf seine Kernaufgaben als Vize-Präsident der Handwerkskammer Düsseldorf zu konzentrieren. Auf eigenen Wunsch verließ auch Ingmar Fritz Rauch (R&S Vertriebs GmbH) die Spitze des Vereins.

Der Staatssekretär im nordrhein-westfälischen Verbraucherschutzministerium (MKULNV), Udo Paschedag, begrüßte auf der Versammlung ausdrücklich die Interessenvertretung der Ernährungswirtschaft im Lande und sichert dem Verein weiterhin die Unterstützung der Landesregierung zu. Dieses Angebot müsse ab von Seiten der Ernährungsbranche in Form von verstärkter Mitarbeit bei Ernährung.NRW e.V. aktiv angenommen werden, betont der Staatssekretär. Denn es müsse auch im Sinne der Branche liegen, den Verein weitervoranzubringen.

„Ernährung.NRW“ versteht sich als gemeinsames Dach für alle an der Wertschöpfungskette der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen beteiligten. Daher ist die Organisation offen für Betriebe und Unternehmen jeglicher Größe und Ausrichtung von den landwirtschaftlichen Zulieferern bis hin zu den Verbraucherschnittstellen in Handel und Gastronomie – sowie für alle bereits existierenden Ernährungsbranchen in NRW. Der Verein setzt sich unter anderem dafür ein, den Absatz von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen im In- und Ausland ebenso zu fördern wie die Kommunikation mit Verbrauchern- und Verbraucherorganisationen.

[| zum Seitenanfang |](#)

Fallpauschalen in der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen

Es ist gängige Praxis: Aufgaben werden vom Staat an nachgeordnete Behörden oder Selbstverwaltungsorganisationen übertragen. Zuletzt genannt gehörte die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen. Sie ist aus dem Staatshaushalt ausgegliedert, nimmt jedoch an den unmittelbaren

Staatsverwaltungsteil, in dem sie als Landesbeauftragte hoheitliche Aufgaben beispielsweise im Bildungsbereich, im Fördermanagement oder im Pflanzenschutz wahrnimmt. Bereits im Jahr 2005 hat die AFC Management Consulting AG der Landwirtschaftskammer die Einführung von Maßnahmen- und Fallpauschalen empfohlen und für einen Großteil der Landesaufgaben berechnet. Die Ableitung der Pauschalen für die Jahre 2006-2011 solltedas Verrechnungssystem der Landesaufgaben zwischen Land und Kammer maßgeblich vereinfachen. Das Finanzierungssystem hat sich bewährt. Ende 2010 wurde die AFC mit der Validierung und Anpassung der Maßnahmen- und Fallpauschalen für den Projektionszeitraum 2012-2017 beauftragt.



[| zum Seitenanfang |](#)



Die AFC Management Consulting hat im Jahr 2010 im Verbund mit anderen Evaluationsbüros die Halbzeitbewertung der ELER-Förderung in Brandenburg und dem Freistaat Sachsen durchgeführt. In Brandenburg konzentriert sich AFC in seiner Bewertung auf die Ergebnisse und Wirkung der Förderung zur

Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Schwerpunkt 1 des Programms. Zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Land- und Forstwirtschaft etwa 37% der Finanzmittel des EPLR vorgesehen. Darunter sind mehr als 20% der gesamten Programm-Mittel für die Verbesserung landwirtschaftlicher Infrastruktur (Bodenordnung, Wasserhaushalt und ländlicher Wegebau (ELER Code 125)) und die Sicherung des Produktionspotenzials durch vorbeugende Aktionen (ELER Code 126) geplant. Brandenburg konzentriert sich damit stärker auf die Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen als auf direkte privatwirtschaftliche Investitionsförderung. Tatsächlich stellen weiterhin ungeklärte Eigentumsverhältnisse an Boden, Gebäuden und Wegen Entwicklungshemmnisse sowohl für die Land- und Forstwirtschaft als auch für die gemeindliche Entwicklung dar, die nur über Bodenordnungsmaßnahmen angeklärt werden können. Mit der Einzelbetrieblichen Investitionsförderung (Code 121) soll mit etwa 9% nach dem Health Check etwa 11% der Programm-Mittel dem nachgewiesenen Kapitalunterausstattung der landwirtschaftlichen Arbeitsplätze begegnet werden, um die wirtschaftliche Gesamtleistung landwirtschaftlicher Unternehmen zu erhöhen und Arbeitsplätze zu erhalten. Die Umstrukturierung des Milchsektors sowie die Umsetzung besonderer tiergerechter Produktionsverfahren wird dabei in dieser Maßnahme als besonderer Herausforderung wesentliche Bedeutung beigemessen. Die Förderung verarbeitender Betriebe des Ernährungsgewerbes (Code 123) fokussiert weniger auf die Wettbewerbsfähigkeit der Landwirtschaft, sondern eher auf die Stärkung des Branchenkompetenzfeldes der Ernährungsgewerbe. Die relativ knappe Mittelausstattung von etwa 3% der Gesamtmittel war angesichts des sinkenden Bedarfs der Branche an Fördermitteln angemessen. Vor dem Hintergrund des geringen Bedarfs wurde die Einstellung des Code 123 empfohlen. Die Förderung von Berufsbildungs- und Informationsmaßnahmen (Code 111) soll schließlich die „Entwicklung des ländlichen Raums zu einem wissensbasierten Wirtschaftsraum“ verwirklicht werden. Dem gleichen Ziel folgt die erstmalige in dieser Periode programmierte Förderung von Innovationen (Code 124), auf die weitere 0,3% der Gesamtmittel fallen. Speziell für den Schwerpunkt 1 des Programms empfehlen die Evaluatoren, die verfügbaren Mittel und Kapazitäten im Schwerpunkt 1 auf die Berufsbildungs- und Informationsmaßnahmen sowie die Maßnahmen zur Modernisierung von landwirtschaftlichen Betrieben zukonzentrieren und die Durchführung dieser beiden Maßnahmen mit Hilfe der abgeleiteten maßnahmen-spezifischen Empfehlungen zu verbessern, die Förderung der auch ohne Subventionen wettbewerbsfähigen Ernährungswirtschaft (Code 123) einzustellen, zu prüfen, ob die Maßnahme zum Hochwasserschutz nicht anders als aus ELER-Mitteln unterstützt werden kann.

[|zum Seitenanfang |](#)

Weitere Projektreferenzen

Sie haben Interesse an weiteren Projektreferenzen des AFC-Teams Public Services? [Hier](#) finden Sie eine Übersicht über die Projekte.

Gern stellen wir Ihnen bei näherem Interesse unsere Studienergebnisse und verschiedenen Beratungsleistungen auch persönlich vor. Nehmen Sie doch einfach zu einem Berater des Teams Kontaktauf.

[|zum Seitenanfang |](#)

Impressum



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
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Prof. Dr. Hans-Joachim Leyrer