

# BELTFOOD

NEWSLETTER Nr. 3

## BELTFOOD Status

Das **BELTFOOD Capacity Development Programm**, eine Workshop-Reihe zur Vorbereitung auf den Eintritt in den dänischen bzw. deutschen Lebensmittelmarkt ist in der zweiten Jahreshälfte 2011 erfolgreich abgeschlossen worden. Teils in deutsch-dänischer Besetzung, teils auf beiden Länderseiten sind Themen von Strategiefindung, über den Vertrieb bis hin zur interkulturellen Kommunikation angegangen worden. Anschließend werden nun im Rahmen der BELTFOOD Markterkundungsreisen die beiden Märkte „vor Ort“ besichtigt.

Dänische Programmteilnehmer haben den Deutschen Markt bereits im November 2011 besichtigt. Die Markterkundungsreise Dänemark für deutsche Unternehmen folgt zu Beginn 2012.

Vom 18. bis zum 20. März 2012 ist BELTFOOD auf der FoodExpo in Herning vertreten – Interessierte Unternehmen sind dazu eingeladen am deutsch-dänischen Gemeinschaftsstand teilzunehmen.

Dezember 2011



## In die Töpfe geschaut

**Dänischer Delegationsbesuch in Lübeck. Passend zum Thema „Ausbildung in der Ernährungswirtschaft“ richteten Schüler der Gewerbeschule - Nahrung und Gastronomie – der Hansestadt Lübeck für den dänischen Besuch ein Vier-Gänge Menü an.**



Der dänische Delegationsbesuch in Lübeck am 30.08.2011 ist Fortsetzung deutsch-dänischen Austausches von Vertretern aus dem Bildungswesen in der BELTFOOD Region.

Nachdem ein erstes Kennenlernen der Institutionen im dänischen Sorø im Juni 2011 stattgefunden hatte, luden die Gewerbeschule für Nahrung und Gastronomie, sowie die Fachhochschule Lübeck ihre dänischen Pendants nach Lübeck ein.

Zu Besuch waren das Zentrum für Berufliche Bildung Lolland Falster CELF, das Ausbildungszentrum für die Fleischindustrie UCR und das Selandia College.

Auf dem Programm stand eine Diskussion um mögliche deutsch-dänische Kooperationsprojekte, sowie eine Besichtigung der Fachhochschule Lübeck und der Gewerbeschule für Nahrung und Gastronomie. Mittags bewiesen zukünftige Hotelfachkräfte und Köche der Delegation mit einem eigens kreierten Vier-Gänge Menü ihr Können.

Im weiteren Verlauf des deutsch-dänischen Dialogs will man pragmatisch an die Kooperation herangehen. Kleinere Projekte, die schon im kommenden Studienjahr mit Schülern und Studenten durchgeführt werden könnten, werden nun geprüft.

„Nachwuchs mit internationalen Kompetenzen ist bei dänischen Unternehmen sehr gefragt. Für die Schüler sollte es aber vor allem greifbar und spannend werden“, so Peter Friis vom dänischen Selandia College.

# Inspiration in Lübeck

**Dänische Lebensmittelhersteller machen sich startklar für den Export. Die zweitägige „Inspirationstour“ fand vom 23. bis zum 24. November 2011 statt.**

Mit Produktsamples von Limonade, Schokolade, Honig, Wein und Marmelade beladen nahm eine Gruppe dänischer Lebensmittelhersteller am 23. und 24. November 2011 an einer durch BELTFOOD organisierten Markterkundungsreise nach Lübeck teil.

Ziel des Besuchs war es, sich startklar für den Export zu machen und den Markt besser kennenzulernen. Für kleine und mittelständische Unternehmen sind Auslandsmärkte oft unübersichtlich und schwierig zu beliefern. Hier konnten aber die Teilnehmer Ihre Möglichkeiten im benachbarten Markt persönlich ergründen und sich einen besseren Eindruck über den deutschen Handel verschaffen.

Gleichzeitig bot die Reise eine Gelegenheit, mehr über den deutschen Markt zu erfahren, Produktproben zu verteilen und direkt mit Fachgeschäften, Personal und Verwaltung zu sprechen.

Zum Auftakt des Marktbesuchs teilten Christian Keil und Kay Clausen von der Food-Agentur Schmeckt's ihre Expertise in einem Vortrag über den deutschen „Verbraucher und Konsumtrends“.



In Anschluss daran wurden eine Reihe an großen und kleinen Handelsketten und Fachgeschäften in Lübeck unter fachkundiger Anleitung besichtigt. Gestartet wurde mit dem Besuch der Lebensmittel-Abteilung des Kaufhauses Karstadt. Dem folgten Besuche bei der Bio-Kette Landwege, einem Schokoladengeschäft, einem dänisch/schwedisch geprägten Cafés, einem Wein-Großhändler und einem Feinkostladen und endeten schließlich im internationalen Citti-Markt.

Zeitgleich mit der Markterkundungsreise startete in Lübeck auch der berühmte Weihnachtsmarkt. Zusätzlich zum besichtigten klassischen Handel konnte hier eine ganz andere Art an Vertriebskanal entdeckt werden. Unter anderem konnte hier auch finnischer Hersteller von Birkenwasser-Produkten angetroffen werden, der seine Produkte jedes Jahr auf dem Lübecker Weihnachtsmarkt anbietet.

„Mit leichterem Gepäck und einer Reihe von guten Kontakten, kehrten wir nach Dänemark zurück. Es war eine inspirierende Reise nach Lübeck.“ so Birgit Hartwig Larsen von Grønt Center.

# BELTFOOD auf dem Baltic Development Forum Summit 2011 in Danzig

**BELTFOOD hat vom 24. bis 26. Oktober 2011 am *Baltic Development Forum Summit* in Danzig teilgenommen. Ziel war es, mehr Aufmerksamkeit für die Ernährungswirtschaft bei Akteuren aus dem gesamten Ostseeraum zu generieren.**

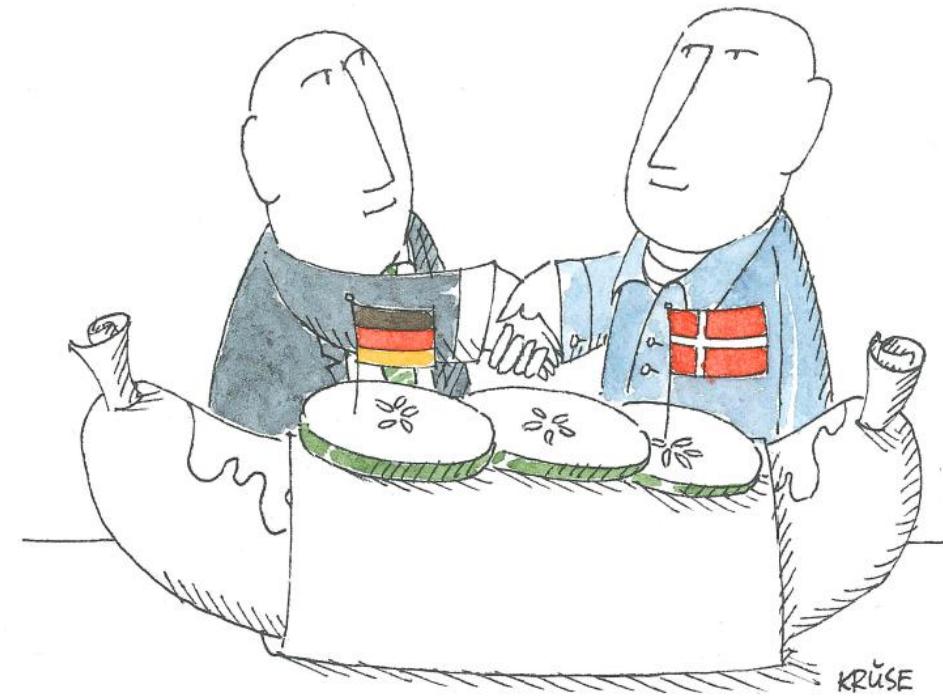
Das [Baltic Development Forum](#) wurde 1998 als internationale Kooperationsplattform für Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien in der Ostseeregion gegründet. Inhaltlich geht es um den Austausch und die Diskussion um Strategien zur Entwicklung der Ostseeregion.

Jährlich veranstaltet das Baltic Development Forum einen Kongress, um gemeinsame Herausforderungen, Potenziale und neue Ambitionen der Ostseeregion zu diskutieren und voranzutreiben.

Vor dem Hintergrund der polnischen EU-Ratspräsidentschaft fand das 13. Baltic Development Forum Summit in Danzig statt. Ko-Organisatoren der Veranstaltung waren die polnische EU-Ratspräsidentschaft, die Region Pomorskie und die Stadt Danzig.

BELTFOOD nutzte die Gelegenheit um mit einem eigenen Stand auf die Ernährungswirtschaft und deren Relevanz in der Ostseeregion aufmerksam zu machen, sowie die Aktivitäten und Erfolge der BELTFOOD Projektaktivitäten nach außen hin zu kommunizieren.





## ANUGA – Internationales Mekka für Lebensmittel

BELTFOOD besuchte zusammen mit einigen der Lebensmittelherstellern aus der Region Sjælland die Lebensmittelmesse Anuga 2011 in Köln. Hier konnte man eine Fülle von Lebensmitteln aus der ganzen Welt entdecken.

Harald Krabbe von Frederiksdal Wine hat teilgenommen und berichtet von seinen Erlebnissen aus Tausend und „einem Produkt“:

„Auf der Anuga zu sein ist als hätte man Lebensmittel aus der ganzen Welt an einem Ort. Ich wusste nicht, wie groß der Handel mit Lebensmitteln ist, bevor ich mit auf die Anuga kam. Ich sah mehrere interessante Produkte in verschiedenen Formen, einschließlich mit Kirschen, - wie unseren Wein. Aber zusätzlich, fand ich viele andere Produkte, die mein Wissen über Lebensmittel und Produkte auf dem Markt im Allgemeinen erweiterte. Auf Messen wie der Anuga findet man seine eigenen Wettbewerber – oder man findet eben heraus, wie Einzigartig das eigene Produkt ist. Wenn ein Produkt nicht hier zu finden ist, dann gibt es sie nicht.“ erzählte Harald Krabbe, Frederiksdal Wine.

Es gab viele Produkte. Unmöglich für die BELTFOOD Gruppe, alles an beiden Tagen zu sehen. Die Messe bestand aus 11 großen Hallen, wobei mehrere davon aus zwei oder drei Stockwerken bestanden. Die thematisch aufgebauten Hallen reichten von Getränken, Milchprodukten, Brot und Gebäck, Fleisch und Tiefkühlkost, bis hin zu Spezialitäten und Bio. Insgesamt traten 6.596 Aussteller aus 100 Ländern auf einer Ausstellungsfläche von 284.000 m<sup>2</sup> auf.

Besucht wurden die Stände von mehr als 155.000 Besuchern aus 180 verschiedenen Ländern. Empfehlenswert wäre ein Messebesuch von 3 bis 4 Tagen, wenn man die ganze Messe besichtigen möchte.

### Neue Blickwinkel und Kontakte

„Die Anuga ist nicht nur die größte Food-Messe in der Welt“, berichtet Lise Fleck Bundgaard Jensen vom dänischen BELTFOOD Projektmanagement. „Es ist auch eine wichtige Messe für neue Märkte und Zielgruppen auf dem internationalen Markt. Es ist der perfekte Ort, um die neuesten Trends und Themen zu sehen - und ein guter Ort, um neue internationale Kontakte zu knüpfen und Geschäfte zu machen. Eindeutig zu sehen durch die vielen Geschäftsleute, die von Meeting zu Meeting rannten.“

BELTFOOD trat die Reise gemeinsam mit Unternehmen aus ganz Dänemark an, die viele Impulse und Gelegenheiten zum gegenseitigen Austausch gab.

„Während der Fahrt habe ich viele Kontakte geknüpft - sowohl zu anderen Messebesuchern, als auch zu Ausstellern. So habe ich viele Visitenkarten verteilt, und auch viele mit mir nach Hause genommen. Ein paar Tage mit anderen Unternehmen können das eigene Netzwerk enorm erweitern, und bieten einem viel Inspiration und neue Blickwinkel im Hinblick auf die eigene Produktion. Damit habe ich gute Erfahrungen gemacht.“, erzählt Harald Krabbe.



## FoodExpo 2012 in Herning

**Einladung zur Teilnahme am BELTFOOD Gemeinschaftsstand auf der FoodExpo vom 18. bis 20. März 2012 in Herning.**

Die [FOODEXPO](#) ist die wichtigste skandinavische Messe für Einzelhandel, Hotel & Gastronomie. Es werden 24.000 Fachbesucher erwartet.

Unternehmen aus der Fehmarnbelt-Region können sich ab sofort für die Teilnahme auf dem deutsch-dänischen BELTFOOD Gemeinschaftsstand registrieren. Die verfügbaren Ausstellungsplätze auf einer Fläche von 129 m<sup>2</sup> in **Top Lage** (Gastronomy Market, HALLE J 1).

BELTFOOD kümmert sich um die Rahmenbedingungen und um die komplette Abwicklung mit der FoodExpo. Teilnehmende Unternehmen können sich somit auf die Gestaltung ihres eigenen Auftritts konzentrieren.

**Sichern auch Sie sich Ihren Standplatz durch eine zeitnahe Kontaktaufnahme mit BELTFOOD, wenn Sie sich mit Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten auf der FoodExpo 2012 präsentieren möchten.**



# Ernährungswirtschaft in der Fehmarnbelt-Region

**Die Fehmarnbelt-Region ist stark von der Ernährungswirtschaft geprägt. Jede achte Arbeitsstelle ist hier in der Ernährungswirtschaft angesiedelt.**

BELTFOOD hat in einer Clusteranalyse die Struktur der Ernährungswirtschaft in Lübeck, Ostholstein und der Region Seeland untersucht. Auf Basis von Beschäftigtendaten aus den Jahren 2005 und 2009 konnte identifiziert werden aus welchen Industriesegmenten sich die Ernährungswirtschaft in der Region zusammensetzt, und wie sich diese innerhalb von vier Jahren entwickelt haben.

Insgesamt ist die Ernährungswirtschaft in der Region stark ausgeprägt. In 2009 konnten 12,61% aller Vollzeit-Arbeitsstellen dem Ernährungscluster zugeordnet werden. Basierend auf der Anzahl an Arbeitskräften ist die Ernährungswirtschaft in der Region zu 40% stärker konzentriert als im Gesamtschnitt in Deutschland und Dänemark.

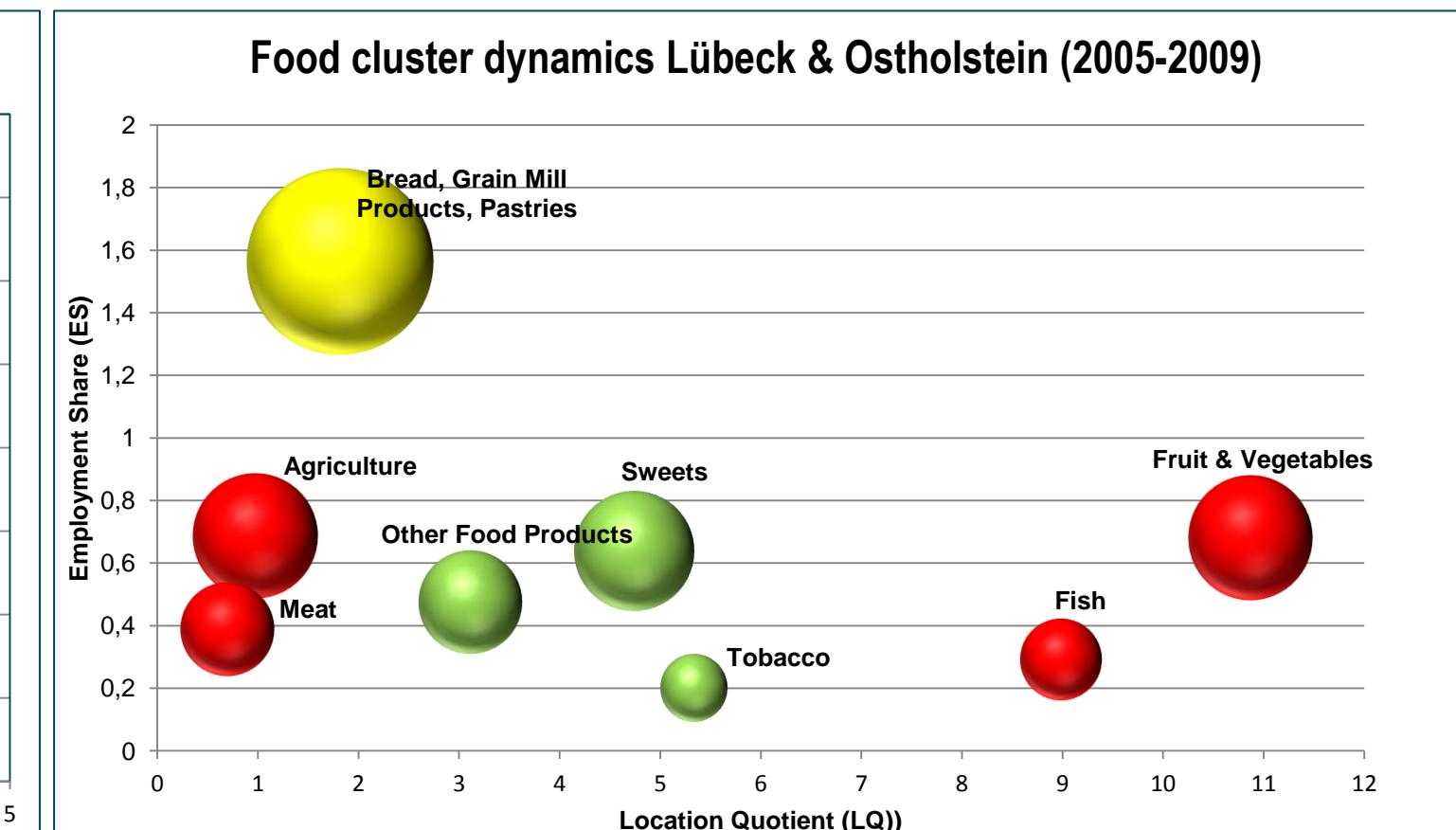
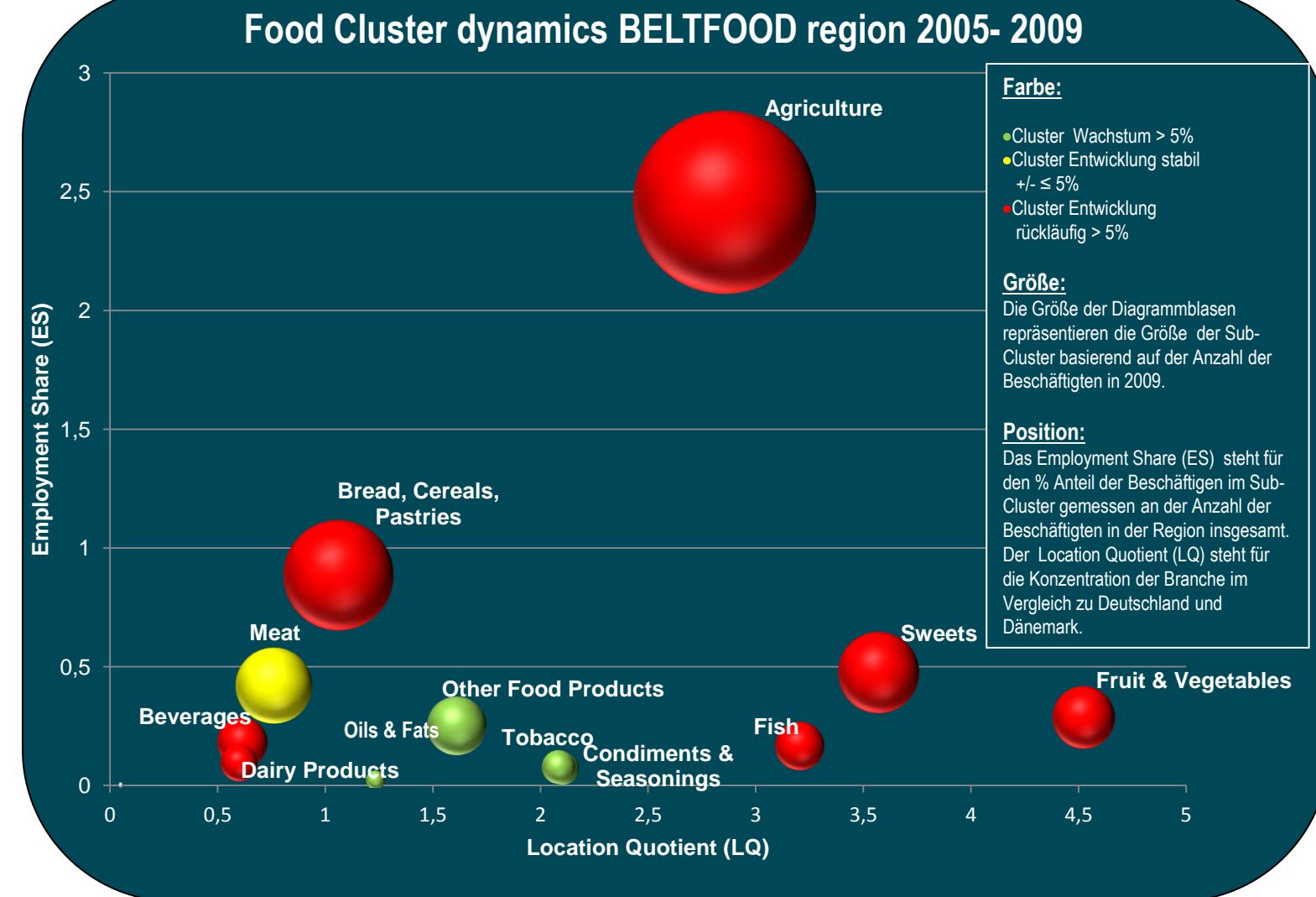
Im Rahmen der Studie wurde das Ernährungscluster als Zusammensetzung aus Lebensmittelproduzierender Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung, Lebensmittelvertrieb und Food Service definiert.

Als besonders ausgeprägte Sub-Cluster sind die landwirtschaftliche Erzeugung, Süßigkeiten, Brot/Cerealien, Fleisch, Fisch, Getränke, Molkereiprodukte und Obst und Gemüse identifiziert worden.

Dabei ergänzen sich die deutsche und dänische Wirtschaft in ihren Kompetenzen und Schwerpunkten.

Im deutschen Teil der Region stellen Backwaren und Cerealien gefolgt von Süßwaren die größten Sub-Cluster dar.

Im dänischen Teil der Region liegen die Schwerpunkte klar in der Landwirtschaft, gefolgt von etwa gleich großen Sub-Cluster der Fleischwirtschaft, Backwaren und Cerealien, Molkereiwirtschaft, Getränken und Süßwaren.



# BELTFOOD Studie: Food Industry Location Choice Factors

Die Fehmarnbelt-Region ist „Food Region“. BELTFOOD hat in einer Studie zusammengestellt, welche Standortfaktoren gerade für die Ernährungswirtschaft von Bedeutung sind.

Von der Landwirtschaft bis hin zu spezialisierten Zulieferern, Lebensmittel verarbeitenden Unternehmen und spezialisierten Dienstleistern ist in der Fehmarnbelt-Region die ganze Wertschöpfungskette zur Herstellung qualitativer Nahrungsmittel angesiedelt. Für den Arbeitsmarkt und die ökonomische Entwicklung der Region ist die Ernährungswirtschaft von hoher Relevanz.

Für diese Unternehmen muss auch in Zukunft die bestmöglichen Rahmenbedingungen geschaffen werden.

In einer Studie hat BELTFOOD untersucht, welche Rahmenbedingungen für die Ernährungswirtschaft in Bezug auf ihren Standort am wichtigsten sind.

Basierend auf einer Analyse von Studien, Berichten und Untersuchungen zum Thema Standortfaktoren (1990 - 2011) wurde eine Reihe an Schlüsselfaktoren identifiziert:

1. Zugang zum Verbraucher und zu Zulieferern
2. Fachkräfte
3. Verfügbare und qualitative Flächen und Gebäude
4. Transport Infrastruktur
5. Versorgungsanlagen und Energie
6. Finanzielle Anreize

Festgestellt wurde eine Verschiebung weg von quantitativen Faktoren hin zu qualitativen Standortfaktoren: im Gegensatz zu physischen Rahmenbedingungen gewinnen Kreativität, Know-How, Innovationskraft und Kooperationsmöglichkeiten an Bedeutung.

Die Ernährungswirtschaft setzt vor allem auf die weichen Faktoren: hier werden Möglichkeiten gesehen, die eigene Positionierung zu stärken und Markterfolg nachhaltig zu sichern.

## BELTFOOD

- Brücke für die Ernährungswirtschaft -



### Ausblick:

#### Business Retention & Expansion

Die Studie „Business Retention & Expansion in the BELTFOOD Region“ ist eine Untersuchung von Best Practices im Bereich der Standortsicherung und Maßnahmen zur Förderung der Ernährungswirtschaft in der BELTFOOD Region.

#### Kommende Aktivitäten & Veranstaltungen:

- BELTFOOD Workshop:  
**„Food Safety across the German-Danish Borders“**  
auf dem foodRegio Trendtag 2012 „Food Safety“,  
23. Februar 2012, Lübeck
- Markterkundungsreise in die Region Sjælland:  
Januar/ Februar 2012
- Gemeinschaftsstand auf der FOOD-Expo: 18.-20. März 2011, Herning/DK.

Für weitere Informationen & Anmeldungen kontaktieren Sie bitte das Grønt Center unter Tel.: +45 54 607000/ [lbj@greencenter.dk](mailto:lbj@greencenter.dk) bzw. die Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH unter 0451-7065529/ [miler@luebeckk.org](mailto:miler@luebeckk.org).

BELTFOOD IS A PROJECT BY WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG LÜBECK AND GREEN CENTER.

Contact [info@beltfood.org](mailto:info@beltfood.org) or

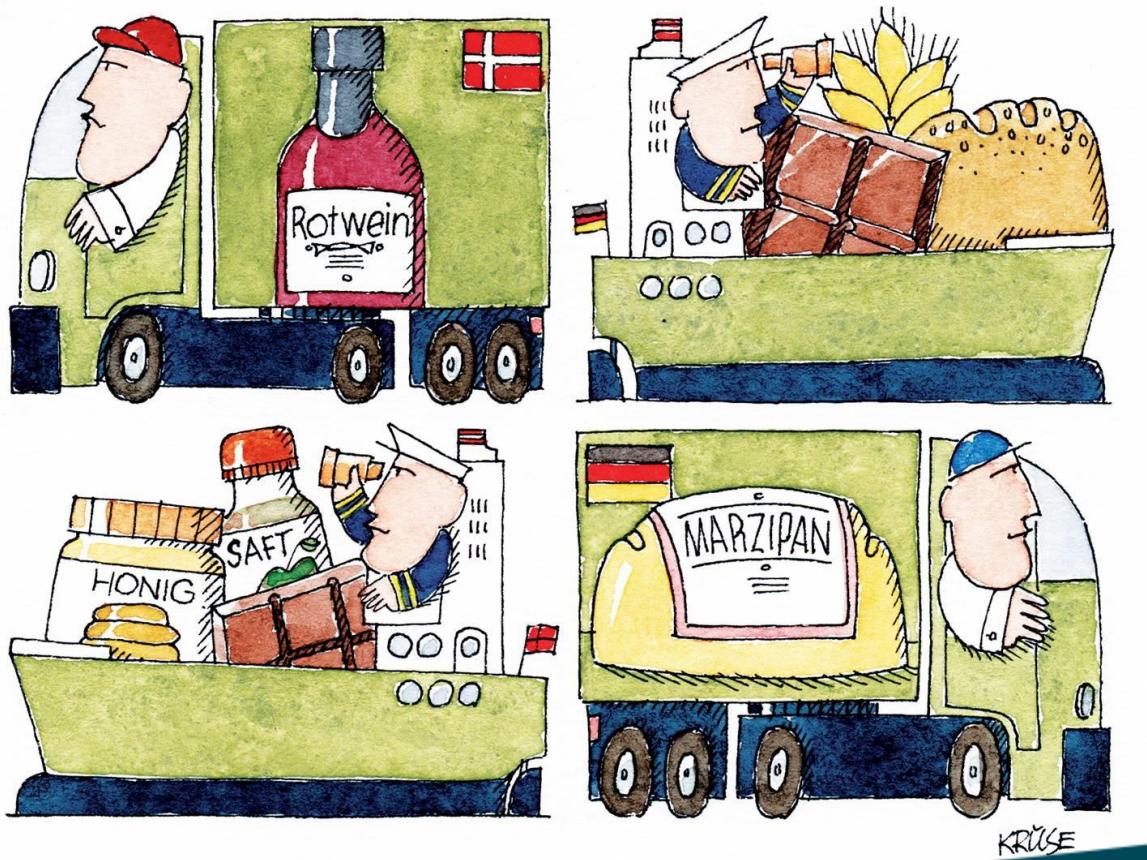
Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH, Falkenstraße 11, D-23564 Lübeck, T +49 (0)451 70655-0, [info@luebeck.org](mailto:info@luebeck.org)  
Green Center, Videncenter Råhavegård, Maribovej 9, DK-4960 Holeby, T +45 5460 7000, [mail@greencenter.dk](mailto:mail@greencenter.dk)



Wirtschaftsförderung LÜBECK ■ GmbH



European Union  
European Regional Development Fund



# BELTFOOD

NEWSLETTER Nr. 3

## BELTFOOD Status

**BELTFOOD Capacity Development Program**, er en serie workshops, der er gennemført i 2011. Formålet er, at forberede danske og tyske fødevarevirksomheder på at agere på henholdsvis det tyske og danske fødevaremarked. På begge sider af grænsen er der blevet arbejdet med spændende emner fra strategidvikling over salgsmetoder til kommunikation.

Afslutningsvis besøger deltagerne så at sige "åstedet". Dvs. de danske deltagere har været en tur i Lübeck for at undersøge markedsmulighederne på stedet.

December 2011

Det skete i november 2011. I begyndelsen af 2012 tager de tyske virksomheder ligeså på "opdagelsesrejse" i Danmark.

Fra den 18. til 20. marts 2012 er BELTFOOD repræsenteret på FoodExpo messen. Interesserede firmaer inviteres til at deltage på den fælles dansk-tyske stand.



## Uddannelse i "suppegrunden"...

Dansk delegation på besøg i Lübeck. Helt i tråd med temaet "Uddannelse i fødevareindustrien" anrettede elever fra Lübecks Industri – og håndværkerskoles fødevare- og gastronomiuddannelse en 4 - retters menu til deltagerne.



Den danske delegation besøgte Lübeck den 30. august 2011. Besøget var en fortsættelse af det netværkssamarbejde som repræsentanter for uddannelsesinstitutionerne i BELTFOOD regionen allerede havde indledt på et møde i Sorø tidligere på året.

Denne gang havde Gewerbeschule für Nahrung und Gastronomie og Fachhochschule Lübeck inviteret de danske kolleger til Lübeck. Fra dansk side deltog CELF, Slagteriskolen i Roskilde (UCR) samt Selandia.

På dagsordenen var en diskussion om mulige dansk-tyske samarbejdsprojekter, samt et besøg på Fachhochschule Lübeck og Håndværkerskolen for Gastronomi og mad. Her demonstrerede kommende tjener og kokke deres færdigheder ved at servere en fornem fire-retters frokostmenu for gæsterne.

Senere i forløbet vil der i den dansk-tyske dialog være en pragmatisk tilgang til samarbejdet. Allerede i det kommende skoleår vil der kunne gennemføres mindre undervisningsprojekter, som vil blive testet.

"Unge med international ekspertise er i høj kurs blandt danske virksomheder. Men for at interesser de studerende, skal opgaverne være konkrete og spændende", siger Peter Friis fra Selandia.

# Inspiration i Lübeck

Danske fødevareproducenter gør sig startklare til eksport.  
Det skete på en to-dages inspirationstur til Lübeck den 23. – 24. november 2011.

Tungt belæsset med vareprøver af saftevand, chokolade, honning, vin og marmelade tog en gruppe danske fødevareproducenter på inspirationstur til Lübeck sammen med det danske BELTFOOD sekretariat den 23. og 24. november 2011.

Formålet var, at besøge en række tyske specialbutikker. Den tyske detailhandel kan nemlig være uoverskuelig at leve til for små og mellemstore virksomheder, men her kunne deltagerne ved selvsyn vurdere, om der var mulighed for at få foden indenfor på nabomarkedet gennem specialbutikker.

Samtidig gav turen mulighed for at lære mere om det tyske marked og uddele vareprøver samt tale direkte med specialbutikkernes personale/ledelse.

Christian Keil and Kay Claußen, Food-Agency Schmeckt s gav os en introduktion til det tyske marked og den tyske forbruger, med indlægget : "The German Consumer & Consumption Trends".

Herefter blev vi under kyndig guidning ført rundt til en række store og små butikker i Lübeck. Vi lagde ud med et besøg i fødevareafdelingen hos stormagasinet Karstadt. Så gik turen videre til en økologisk fødevarebutik, en chokoladebutik, en dansk/svensk præget café, en vingrossist og en delikatesse butik for til sidst at slutte i et kæmpe fødevare/stormagasin i udkanten af byen, CITTI-Markt

Lübeck var allerede trukket i julestadsen, og det store velkendte julemarked startede, netop som vi var i byen. Det gav en ekstra dimension til de forskellige afsætningsmuligheder. Bl.a. kunne man her møde en finne, der hvert år solgte birkevandsprodukter på julemarkedet, der både tiltrækker mange lokale og turister.

"Med en lettere bagage og en række gode kontakter vendte vi tilbage til Danmark efter en inspirerende tur til Lübeck." - som Birgit Hartvig Larsen fra Grønt Center udtrykte det.

På billedet ses deltagerne i Lübeck besøget.



# BELTFOOD til Baltic Development Forum Summit 2011 i Danzig

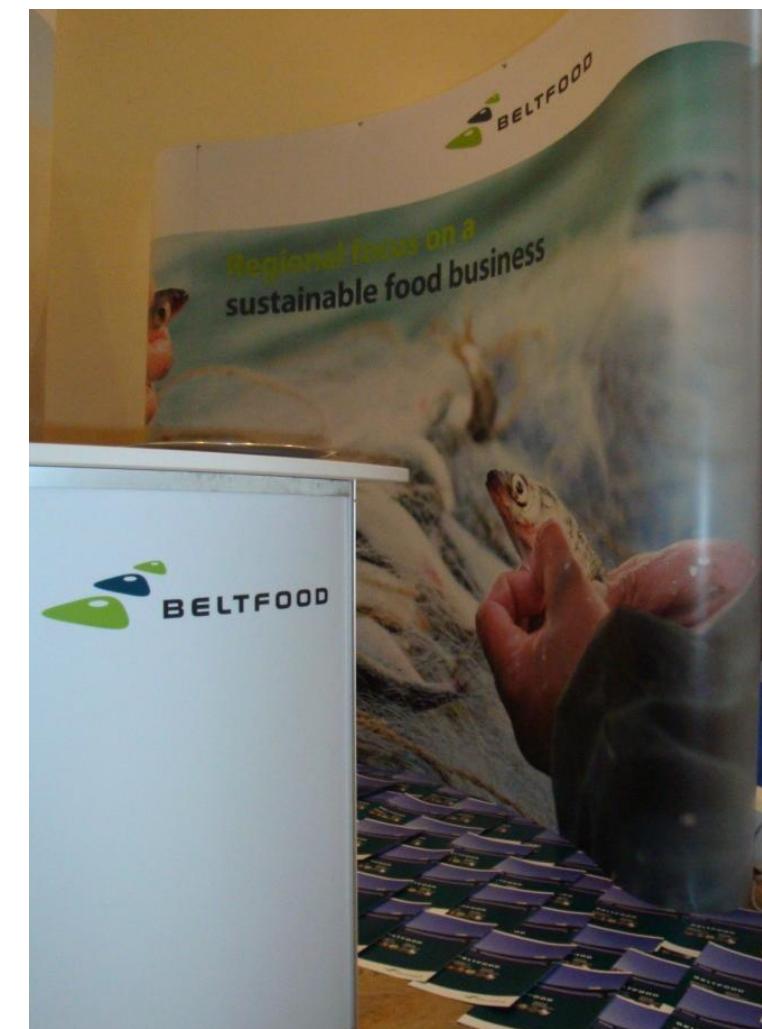
**BELTFOOD deltog fra den 24. til 26. Oktober 2011 i *Baltic Development Forum Summit* i Danzig. Målet var, at generere mere opmærksomhed omkring fødevareerhvervet blandt aktørerne i det samlede Østersø område.**

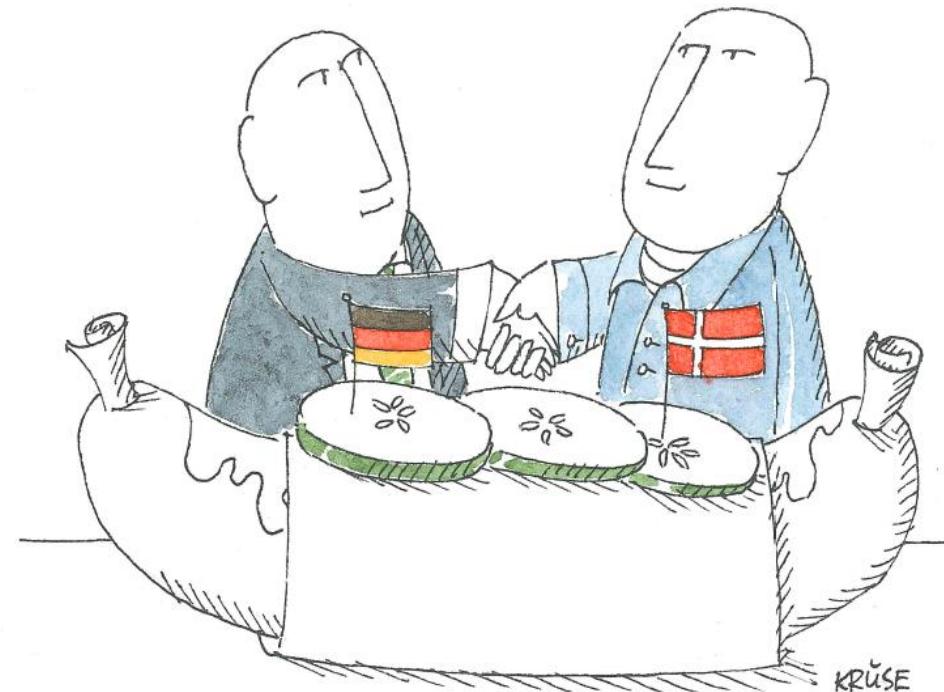
Baltic Development Forum blev stiftet i 1998 som en international samarbejds-platform for beslutningstagere indenfor politik, erhvervsliv, videnskab og medier i Østersø området. Indholdsmæssigt handler det om udveksling og diskussion om strategier til udvikling af Østersø Regionen.

Hvert år afholder Baltic Development Forum en kongres, for at diskutere og fremføre fælles udfordringer, potentiale og nye ambitioner for regionen.

På baggrund af det polske EU præsidentskab fandt den 13. Baltic Development Forum kongres sted i Danzig. Arrangementet blev gennemført i et samarbejde mellem det polske EU-præsidentskab, Region Pomorskie og Danzig by.

BELTFOOD benyttede lejligheden til at deltage med vores egen stand, både for at gøre opmærksom på fødevareerhvervet og erhvervets betydning i Østersø regionen, og for at fortælle omverdenen om BELTFOOD's aktiviteter og succes.





## ANUGA – Internationalt Mekka for fødevarer

Projekt BELTFOOD deltog sammen med nogle af Region Sjællands fødevarevirksomheder på Anuga 2011, fødevaremessen i Köln. Her kunne man opleve et væld af fødevarer fra hele verden.

Harald Krabbe fra Frederiksdal Vin var med og fik en oplevelse ud af de mange forskellige produkter:

- At være med på Anuga er, som at se hele verdens fødevarer samlet på et sted. Jeg vidste ikke, hvor stor fødevarehandel er, før jeg var med på Anuga. Jeg oplevede flere spændende produkter i forskellige afskygninger bl.a. med kirsebær, som vi laver vores vin med. Men derudover fandt jeg mange andre produkter, som udvidede min viden om fødevarer og fødevaremarkedet generelt. Hvis man tager med til messer som Anuga, har man mulighed for at finde sin ligemand eller finde ud af, hvor unikt ens eget produkt er - hvis ikke dit produkt findes her, så findes det ikke, siger Harald Krabbe, Frederiksdal Vin.

Der var mange produkter. Flere end det var muligt at se på de to dage BELTFOOD gruppen var af sted. Messen omfattede 11 store haller, hvor flere af dem havde både to og tre etager. Hallerne havde forskellige temaer lige fra drikkevarer, mejeriprodukter, brød og kager over kød og frostvarer til delikatesser og økologi. Der var i alt 6.596 udstillere fra 100 forskellige lande på de i alt 284.000 m<sup>2</sup> messeareal.

Standene var godt besøgt med over 155.000 besøgende fra 180 forskellige lande. Hvis der skal være mulighed for at se det hele bør et messebesøg af denne størrelse være 3-4 dage.

### Nye vinkler og netværk

-Anuga er ikke kun den største mad- og drikkevaremesse i verden, siger Lise Bundgaard Fleck Jensen, fra det danske BELTFOOD sekretariat. -Den er også en vigtig messe for nye markeder og målgrupper på det internationale marked. Det er det perfekte sted at se alle de nyeste trends og temaer - og et godt sted til at få nye internationale kontakter og lave forretningsaftaler. Det så man tydeligt, da forretningsfolk piskede fra møde til møde på standene. Mange af dem var sat op med indretning og forplejning til møderne.

BELTFOOD fulgtes med en række andre virksomheder fra hele Danmark. Det gav en god dynamik og mulighed for at netværke med andre på turen.

- Jeg nåede at tale med mange i løbet af turen, både med dem vi fulgtes med, men også stadeholdere. Så jeg fik delt mange visitkort ud og havde også mange med mig hjem. At være sammen i nogle dage med andre udvider ens netværk og giver nye vinkler på ens egen produktion. Det har jeg gjort gode erfaringer med, lyder det fra Harald Krabbe.



## FoodExpo 2012 i Herning

**Invitation til at deltage i den fælles BELTFOOD stand på FoodExpo fra den 18. til 20. marts 2012 i Herning.**

**FOODEXPO** er den vigtigste skandinaviske messe for detailhandel, hotel og gastronomi. Messen besøges årligt af 24.000 fagfolk.

BELTFOOD har investeret i stande til ca. 15 virksomheder fra Region Sjælland og Nordtyskland, på et samlet udstillingsareal af 129 m<sup>2</sup>. De deltagende virksomheder får mulighed for at udstille deres egne fødevareprodukter på ca 3 m<sup>2</sup> BELTFOOD stande. Udstillingspladserne har en top placering på Gastronomitorvet (Gastronomy Market, HALLE J 1).

BELTFOOD tager sig af rammebetigelserne og afviklingen af den fælles stand på FOODEXPO. De deltagende virksomheder kan derfor koncentrere sig helt om deres egen præsentation.

**Vi har endnu enkelte ledige stande, og ved hurtig henvendelse til os, kan din virksomhed nå at komme med, hvis I har lyst til at udstille og promovere jeres virksomhed og produkter på BELTFOODS stand på FOODEXPO 2012.**



# Fødevareindustrien i Femern Bælt regionen

**Femern Bælt-regionen er stærkt påvirket af fødevareindustrien. Hvert ottende job er placeret i fødevaresektoren.**

BELTFOOD har undersøgt strukturen i fødevare-industrien i Lübeck, Holsten og Region Sjælland i en klyngeanalyse. Baseret på beskæftigelsesdata fra årene 2005 og 2009 kunne det identificeres, hvilken branchesegmenter der indgår i fødevareindustrien i Femern Bælt-området, og hvordan disse har udviklet sig inden for de fire år.

Samlet set er fødevareindustrien stærk i regionen. I 2009 kunne 12,61% af alle fuldtidsstillinger tilskrives fødevareklyngen. Vurderet på basis af antallet af arbejdstagere indenfor fødevareklyngen ses det, at den er 40 % mere koncentreret i Femern Bælt-regionen end i det samlede gennemsnit i Tyskland og Danmark.

Fødevareklyngen er i denne undersøgelse defineret som primærproduktionen (landbruget mm.), fødevareindustrien, distributionsled og servicefagene.

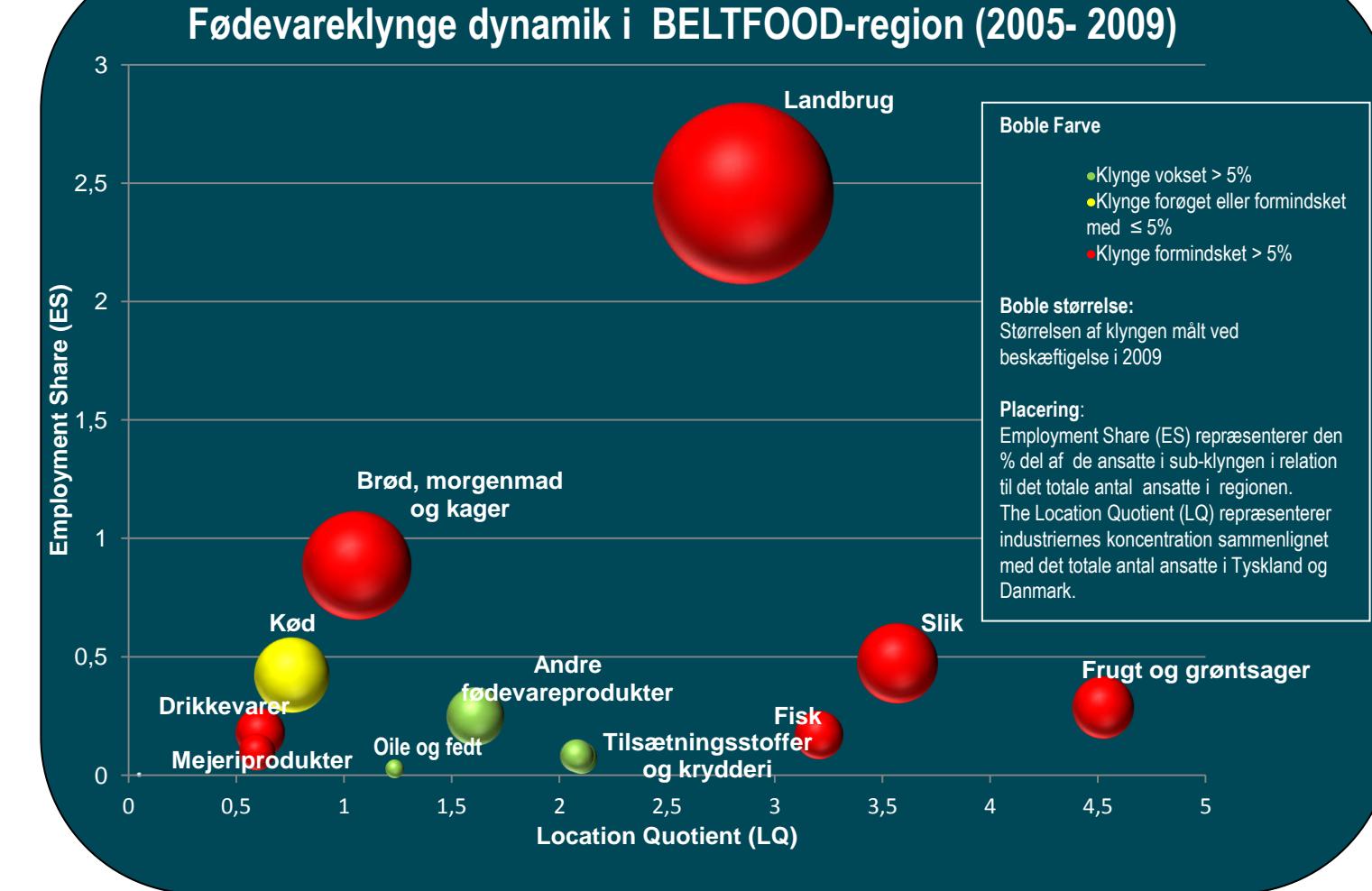
Figurerne viser dynamikken i og størrelsen af de enkelte produktioner, der tilsammen udgør fødevareklyngen. Bemærk at figurerne anvender forskellige måleenheder. Figurerne findes for hele området og Region Sjælland samt Lübeck/Ostholstein separat.

Analysen viser, at de mest udtalte sub-klynger er: Landbrugsproduktion, slik, brød /korn, kød, fisk, drikkevarer, mejeriprodukter, frugt og grøntsager.

Fødevareklyngen bidrager til den tyske og danske økonomi med færdigheder og tyngde.

I den tyske del af regionen udgør bagværk og korn efterfulgt af konfektion de største sub-klynger.

I den danske del af regionen udgøres fødevareklyngen først og fremmest af primærerhvervet (landbruget) samt en række sub klynger af nogenlunde ens størrelse: Kødindustrien, bagværk og mølleri, mejeriprodukter, drikkevarer og konfektion.



### Fødevareklynge dynamik i Region Sjælland (2005-2009)

### Fødevareklynge dynamik i Lübeck & Ostholstein (2005-2009)

# BELTFOOD Undersøgelse: Fødevareerhvervets valg af "bopæl".

Femern Bælt-regionen er et "madområde". BELTFOOD har udarbejdet en undersøgelse over hvilke lokale faktorer, der spiller en rolle for fødevareindustrien.

Hele værdikæden i kvalitetsfødevarer, - fra landbrug over specialiserede leverandører, forarbejdningsindustrien og til diverse tjenesteudbydere findes i Femern Bælt-regionen.

Fødevareerhvervet har således stor betydning både for arbejdsmarkedet og den økonomiske udvikling i regionen. Derfor er det vigtigt også i fremtiden at kunne tilbyde de bedst mulige rammer til erhvervet.

BELTFOOD har undersøgt rammebetegnelserne for fødevareindustrien med udgangspunkt i studier, beretninger, og undersøgelser fra 1990 til 2011 over temaet lokaliseringsfaktorer.

Her igennem er en række centrale faktorer blevet identificeret som havende betydning for valget af lokalitet:

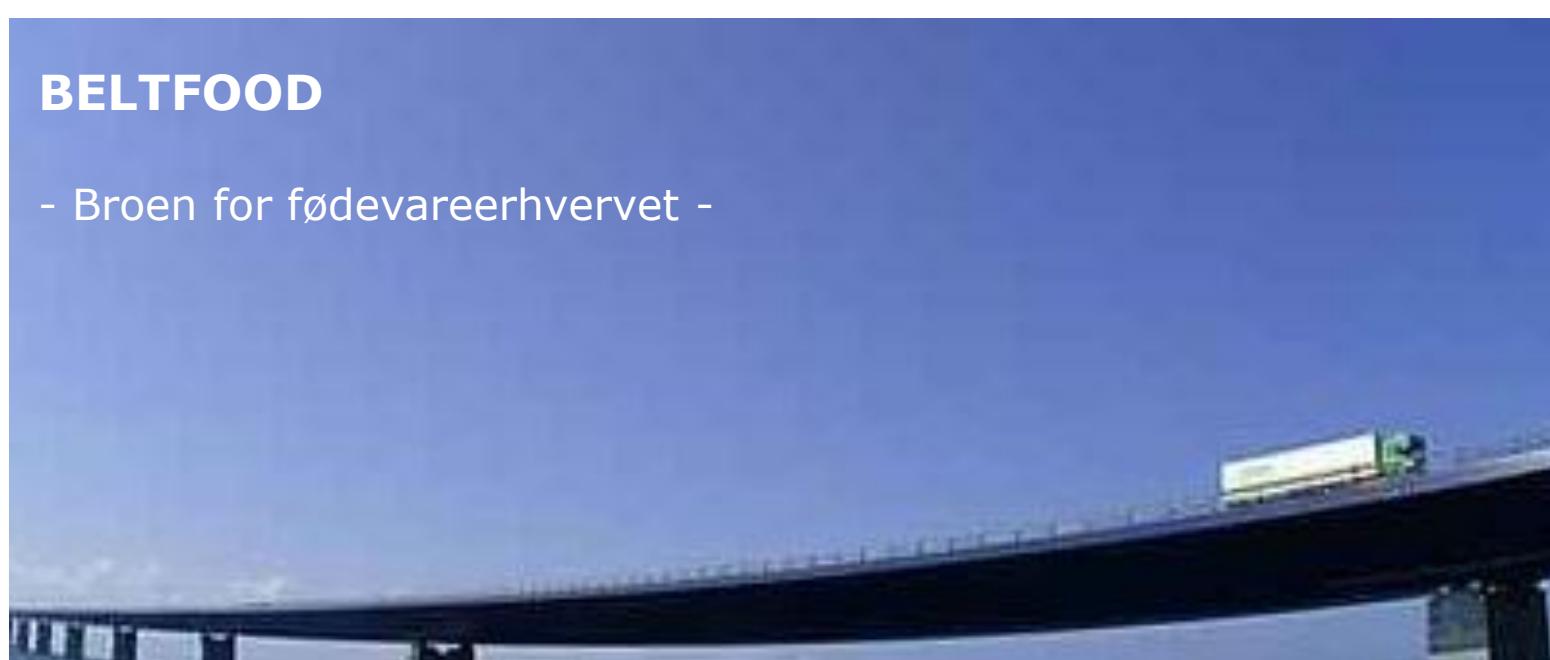
1. **Adgang til forbrugerne og til at levere**
2. **Kvalificeret arbejdskraft**
3. **Tilgængelig kvalitetsjord og -bygninger**
4. **Transport og Infrastruktur**
5. **Forsyningssystemer og energi**
6. **Økonomisk incitament**

Analysen viste en forskydning fra kvantitative over mod kvalitative faktorer: Kreativitet, know-how, innovation og samarbejdsmuligheder har fået øget relevans i modsætning til fysiske rammebetegnelser, som synes at betyde mindre.

Fødevareindustrien lægger vægt på de bløde faktorer: Her kan man se muligheder for at styrke sin egen positionering og succes på markedet.

## BELTFOOD

- Broen for fødevareerhvervet -



Fremitidige opgaver:

### Business Retention & Expansion

Undersøgelsen, "Business Retention & Expansion i BELTFOOD-regionen" er en undersøgelse af bedste praksis på området for jobsikkerhed og foranstaltninger til fremme af fødevareindustrien i BELTFOOD-regionen.

### Kommende aktiviteter & arrangementer:

- BELTFOOD Workshop:  
**„Food Safety across the German-Danish Borders“**  
på foodRegio Trenddag 2012 „Food Safety“,  
23. Februar 2012, Lübeck
- Markedsundersøgelsestur til Region Sjælland:  
Januar/ Februar 2012
- Fælles udstillingsstand på FOOD-Expo: 18.-  
20. Marts 2012, Herning/Danmark.

For yderligere informationen & tilmelding kontakt venligst Grønt Center på Tel.: +45 54 607000/  
[lbj@greencenter.dk](mailto:lbj@greencenter.dk) eller Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH på 0451-7065529/  
[miler@luebeckk.org](mailto:miler@luebeckk.org).

BELTFOOD IS A PROJECT BY WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG LÜBECK AND GREEN CENTER.

Contact [info@beltfood.org](mailto:info@beltfood.org) or

Wirtschaftsförderung LÜBECK GmbH, Falkenstraße 11, D-23564 Lübeck, T +49 (0)451 70655-0, [info@luebeck.org](mailto:info@luebeck.org)  
Green Center, Videncenter Råhavegård, Maribovej 9, DK-4960 Holeby, T +45 5460 7000, [mail@greencenter.dk](mailto:mail@greencenter.dk)



Wirtschaftsförderung LÜBECK ■ GmbH



European Union  
European Regional Development Fund