

20.08.2018

Pressemitteilung

Studie der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen der deutschen Lebensmittelproduktion 2018

Die Lebensmittelbranche agiert bis heute weitgehend in gewachsenen Strukturen. Doch eine der wichtigsten Branchen der Welt wandelt sich. Rund 44 % der Befragten gaben an, das sie aktuelle Trends kennen und wissen, wie sie diese für ihr Unternehmen nutzen können.

Die Entwicklung von der Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungsnetzwerk hat begonnen. Digitalisierung sowie der immer schneller erfolgende gesellschaftliche und technologische Wandel werden die Branche massiv verändern. Noch sind die diesbezüglichen Aktivitäten der überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen zurückhaltend. Auch die Investitionen in Innovationen und Digitalisierung waren in den vergangenen Jahren im Vergleich zu anderen Branchen gering. Anhand der Einschätzungen von 342 Entscheidern der Branche wurde der Ist-Zustand im Bezug auf wichtige Online-Themen, sowie Trends, neue Technologie, die eigenen Wertangebote, Netzwerkaktivitäten und die aktuellen Herausforderungen und Wünsche erfasst und interpretiert. Darauf aufbauend wurden allgemeine Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Der Lebensmittelmarkt unterliegt aufgrund der Bedeutung für jeden Menschen besonderen Bedingungen. Speziell in Deutschland hat dies u.a. dazu geführt, dass sich starke Strukturen etabliert haben, die einerseits für eine ausreichende Menge Nahrung sorgen und darüber hinaus ein hohes Maß an Produktqualität und Zuverlässigkeit sicherstellen. Doch diese Strukturen, über die einzelnen Wertschöpfungsketten hinaus, beginnen sich vereinzelt aufzulösen. Das ist nicht nur für den Handel eine Herausforderung, sondern hat insbesondere auch auf die produzierenden und verarbeitenden Unternehmen Auswirkungen. Auslöser und Treiber dieser Entwicklungen sind zum einen sich ändernde Handelsstrukturen und neue Marktteilnehmer, z.B. Onlinehändler oder neue Vermarktungsplattformen. Zum anderen ermöglichen der technologische Fortschritt, insbesondere die Digitalisierung, sich den immer schneller und sich stetig veränderten Anforderungen der Verbraucher zeitnah anzupassen. Und der Markt fordert diese Anpassungen ein, was sich nicht nur an Forderungen nach einer nachhaltigen Produktion, sondern auch in einer zunehmenden Sensibilisierung bei Themen der Tierhaltung oder dem Umgang von Unternehmen mit ihren Mitarbeitern widerspiegelt. Neue Technologien ermöglichen es, mit neuen Geschäftsmodellen flexibler auf Trends und Entwicklungen reagieren zu können. Das Verlassen der alt eingetretene Pfade ist dabei einer der wichtigsten Schritte und stellt alle Glieder der Wertschöpfungskette, insbesondere die kleineren und mittleren Unternehmen, vor große Herausforderungen. Wer diese dauerhaft nicht meistern kann, wird mittelfristig vom Markt verschwinden. Für alle diejenigen, die sich frühzeitig mit ihrer Zukunft auseinandersetzen, bieten sich enorme Chancen.

VALUEversitas UG (haftungsbeschränkt)
Mergenthalerallee 73-75
65760 Eschborn
info@valueversitas.com
www.valueversitas.com
+49 (0) 6196 2048501



Um für die genannten Themen zu sensibilisieren und Handlungsempfehlungen geben zu können, wurde von VALUEversitas eine umfassende Erhebung unter Entscheidern von Unternehmen der Lebensmittel-Wertschöpfungskette durchgeführt. In diesem Zuge wurden 342 Entscheider der Branche nach ihrer Einschätzung zu bestimmten für die Zukunft relevanten Themenfeldern befragt. Interessante Ergebnisse sind u.a., dass die Bedeutung des Onlinehandels und des Onlinevertriebs im Erhebungszeitraum vom 15.01.2018 bis zum 30.04.2018 nur von ca. 18 % der Befragten als hoch eingeschätzt wurde, während mehr als ein Drittel die Bedeutung gering einschätzt. Interessant ist auch die Einschätzung von etwa 13 % der Befragten, die glauben, dass sich technologisch in den kommenden 5 Jahren nichts für sie ändern wird. Dahin gehend nutzen die Unternehmen ihre Netzwerke, während sie die Automatisierungspotenziale derzeit nicht ausreichend nutzen. Ausbaufähig ist auch die Kundenorientierung der Unternehmen. Die wenigsten Entscheider haben ein Wertangebot formulieren können, während der Großteil eine reine Produkt- oder Dienstleistungsbeschreibung lieferte. Auf die Frage, was die größten Herausforderungen sind und wie man ihnen begegnen würde, wenn man einen Wunsch frei hätte, antworteten die Entscheider gespalten. Es herrschte lediglich Einigkeit darüber, dass das Thema Personal für einen Großteil der Unternehmen eine Herausforderung ist und auch der Wunsch nach Fachpersonal groß ist.

Die vollständige Studie steht kostenlos zum Download unter <https://info.valueversitas.com/Zukunftsstudie-Entscheider-2018> zur Verfügung.

Über VALUEversitas: VALUEversitas berät Unternehmen entlang der Lebensmittel-Wertschöpfungskette sowie deren Zulieferer. Die Beratungsfelder sind *Strategie und Entwicklung*, *Technologie und Innovation* sowie *Kooperieren und Zusammenarbeiten*. Dabei steht die nachhaltige Erhöhung der Wertschöpfung der Kunden im Vordergrund. Das Vorgehen reicht dabei von der strategischen Beratung, über die Begleitung von Technologie- und Innovationsprojekten bis hin zur operativen Unterstützung bei der Anbahnung und dem Management von Kooperationen.

Kontakt:

Nicole Wülbeck
wuelbeck@valueversitas.com
+49 (0) 6196 2048502