



Fotos: Antje Rautenberg

In den Workshops diskutierten die Teilnehmer angeregt über die Chancen nachhaltigen Wirtschaftens.

Beim Trendtag traf sich die schleswig-holsteinische Ernährungswirtschaft – ebenso waren viele internationale Gäste vor Ort.

Trendtag-Workshop

Deutsch-dänische Food-Branche

Mit der festen Fehmarnbelt-Querung rücken der deutsche und dänische Markt noch enger zusammen. Grund genug für viele Vertriebsverantwortliche, sich mit den Markteintrittsmöglichkeiten im Nachbarland zu befassen.

Die Teilnehmer des Workshops „Neue Absatzchancen für die deutsch-dänische Foodbranche“ beim vierten Trendtag der norddeutschen Ernährungswirtschaft erhielten einen Überblick über die Chancen der Geschäftsanbahnung und Marktbearbeitung. Kurze Impulsvorträge gaben wertvolle Erstinformationen.

Pia Schröder, Leiterin des Kundenservices der GfK Panel Services Deutschland, stellte das deutsche Konsumentenverhalten bei Lebensmitteleinkäufen dar: Die Mehrheit kaufe regelmäßig beim Discounter ein. Durchschnittlich 2.580 Euro gebe ein Haushalt in Schleswig-Holstein im Jahr für Lebensmittel aus. Gekennzeichnet sei der deutsche Markt durch einen erheblichen Preiskampf im Handel. Hiervon profitiere der Kunde, der sein Augenmerk ebenfalls auf den Preis lege, noch vor der Qualität. Für 2010 sieht Schröder gute Perspektiven für Unternehmen mit gesellschaftlicher Verantwortung, für traditionelle, guteingeführte Lebensmittelmarken und regionale Produkte – auch wenn der Lebensmittelkonsum insgesamt stagniert.

Klaus Jörgensen vom dänischen Rat für Landwirtschaft und Nahrungsmittel berichtete, das auch in Dänemark die Discounter Marktanteile gewinnen. Zudem finde in hohem Maße Konzentration statt und es gebe einen Trend in Richtung E-Commerce. Gesunde und gesundheitsfördernde Produkte sind gefragt, und auch dänische Konsumenten schauen auf den Preis, auf Bio-Label und auf Frische. Dirk Lütje, Geschäftsführer der CITI Gruppe und eines dänischen Catering Grossisten, gab wertvolle Tipps für die Erschließung ausländischer Märkte. Der Handel spiele eine wichtige Rolle, wenn Lebensmittelproduzenten versuchten, in einen neuen Markt einzutreten. Wichtig seien kulturelles Verständnis und persönliche Netzwerke. Eine gute Marktrecherche sei Voraussetzung. SH

Weitere Informationen:

Website der deutsch-dänischen Handelskammer
www.handelskammer.dk



THONET
 USM
 vitra.

HAWORTH®
 kusch | co

COR

REPUBLIC OF
 Fritz Hansen®

DAUPHIN

ASSMANN®
 BÜROMÖBEL

brunner ::

Artemide

ROBASTRAU

DESIGN & TECHNIK

GROSSFLÄCHIGE AUSSTELLUNGEN
 AN ALLEN STANDORTEN

- | Ergonomische Bürodrehstühle
- | Repräsentative Arbeitsplätze
- | Design-Klassiker
- | Konferenztechnik
- | Raumgestaltung
- | Komplettlösungen
- | Akustikkonzepte
- | Lichtgestaltung
- | Inspirationen auch für zu Hause



www.buerokompetenz.de

Hugo Hamann | 24105 Kiel
 Droysenstr. 21 | t. 0431 5111-242

Heinr. Hünicke | 23560 Lübeck
 Hinter den Kirschkatzen 21 | t. 0451 589 00-66

Jacob Erichsen | 24941 Flensburg
 Lise-Meitner-Str.äße 26 | t. 0461 903 30-152