

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim **Kompetenzprofil Lebensmittel**

Final Report

Erlangen, im Februar 2017

Prof. Dr. Tobias Chilla | Dipl.-Geogr. Markus Neufeld | cand. BA Cornelia Müller



Kompetenzprofil Lebensmittel



1. Ausgangssituation

2. Sekundärdatenanalyse

2.1 Bruttowertschöpfung

2.2 Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung

3. Strukturanalyse

3.1 Systematisierung: Raumbezüge

3.2 Erkenntnisse aus Experteninterviews

3.3 Kompetenzprofil

4. Handlungsempfehlungen

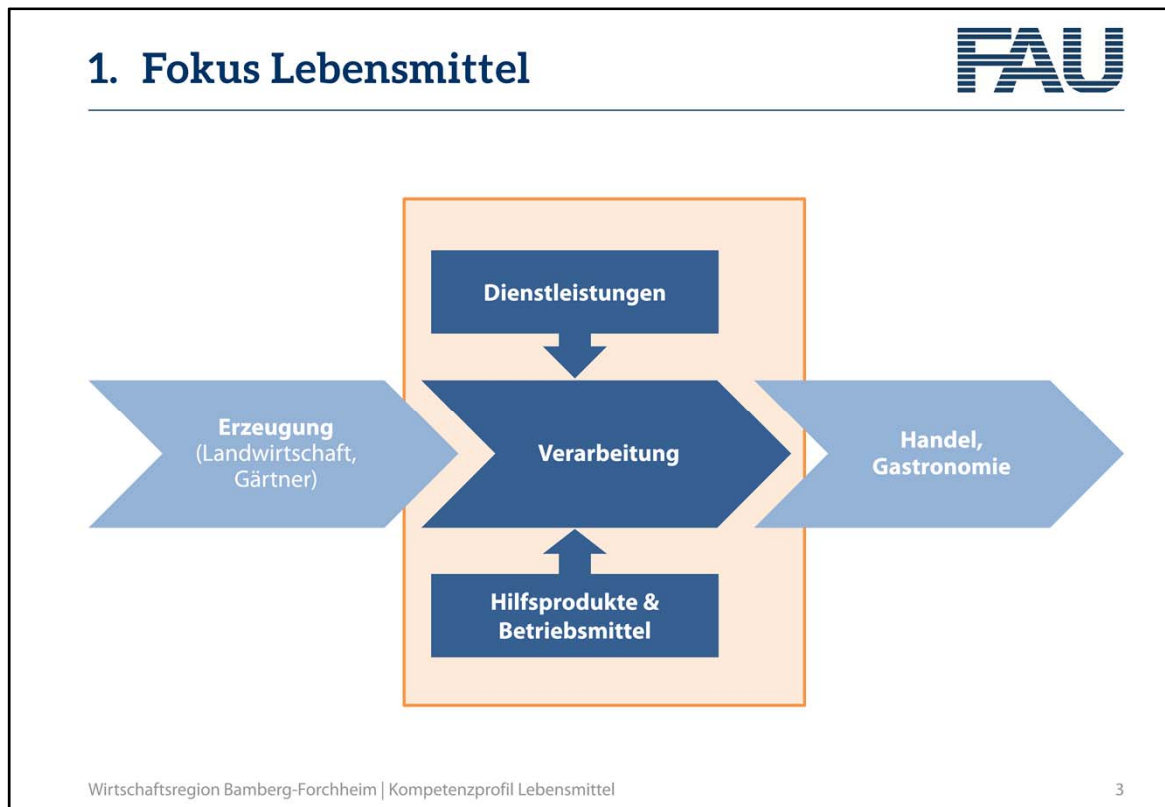
4.1 Handlungsfelder

4.2 Handlungsansätze & Formate

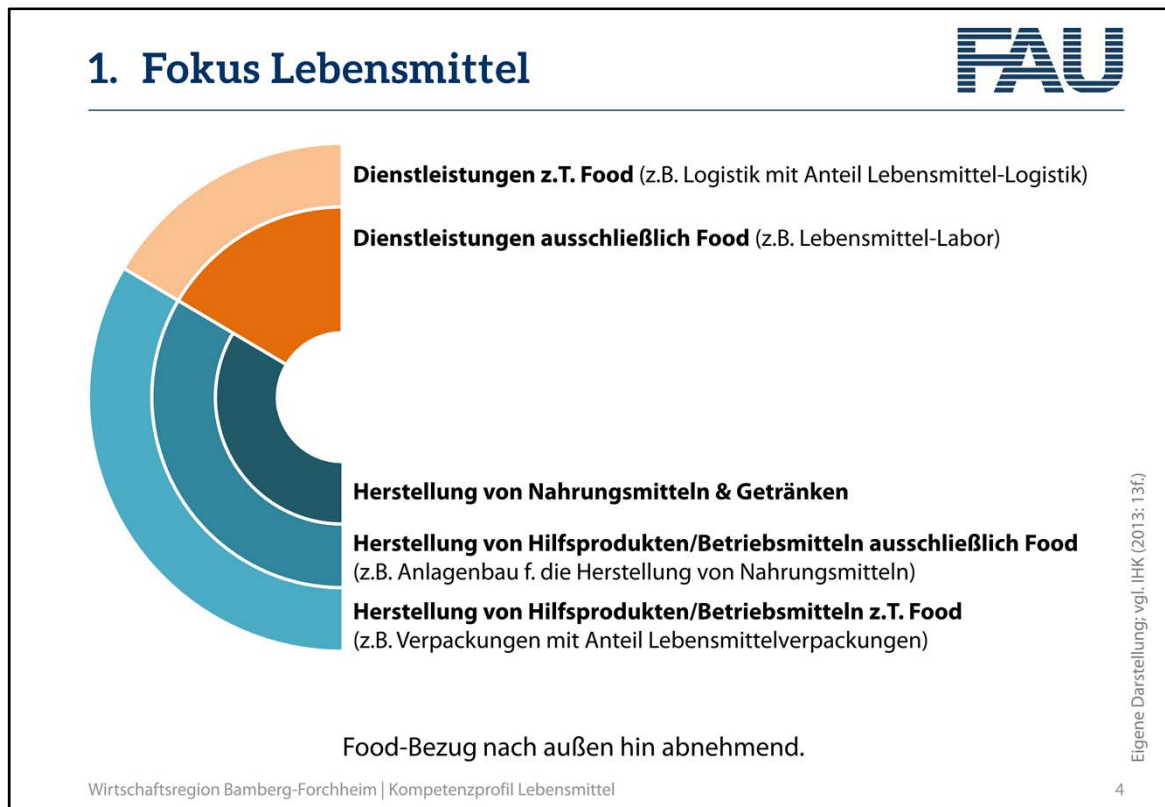
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

2

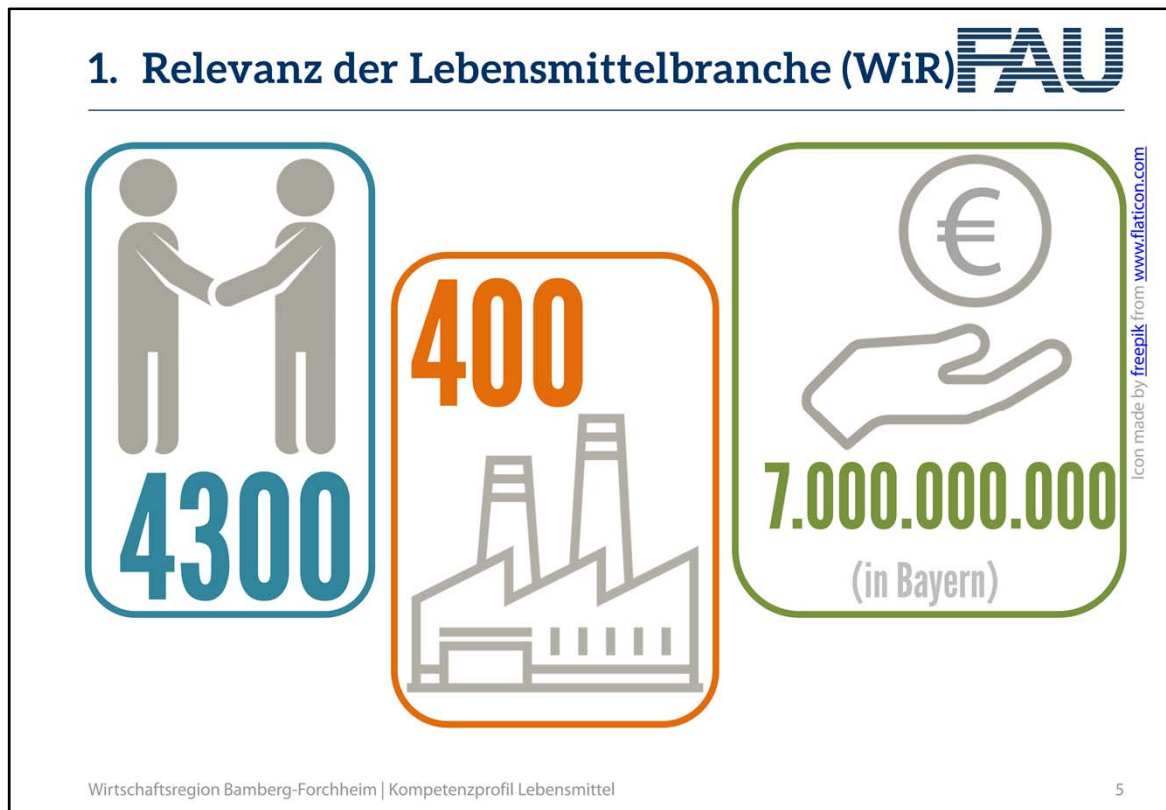
- Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse zusammen, die im Rahmen der Erstellung eines ‚Kompetenzprofils Lebensmittel‘ für die Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim erzielt wurden
- Die Erstellung des Kompetenzprofils Lebensmittel gliedert sich in zwei Arbeitsschritte, um die Wertschöpfungsketten in der Lebensmittelbranche in ihrer Breite und Tiefe zu erfassen und zu analysieren.
- In einem ersten Schritt wird eine Sekundärdatenanalyse durchgeführt, welche ein Benchmarking auf der Basis statistischer Kennziffern sowie eine Input-Output-Analyse beinhaltet. Dies erfolgt unter Rückgriff auf die Indikatoren ‚Bruttowertschöpfung‘ sowie ‚sozialversicherungspflichtig Beschäftigte‘
- Eine Strukturanalyse fasst – zweitens – die im Rahmen einer Desktop-Recherche sowie von 20 qualitativen Expertengespräche gewonnenen Erkenntnisse zusammen
- Die 20 Expertengespräche wurden mit den Geschäftsführern ausgewählter Unternehmen geführt. Die Unternehmen wurden in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und zu gleichen Teilen aus den drei beteiligten Gebietskörperschaften ausgewählt.



- Die vereinfachte Darstellung zeigt die Wertschöpfungskette bei Lebensmitteln von der Erzeugung bis hin zum Endverbraucher. Dem ersten Schritt der Lebensmittelerzeugung durch die Landwirtschaft (auch: Gärtner) folgt im zweiten Schritt die Verarbeitung, bevor weitere Wertschöpfung durch Handel und Gastronomie generiert wird.
- In Absprache mit dem Auftraggeber wurde der Fokus der Untersuchung auf Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes gelegt. Die Wertschöpfungsstufen der Lebensmittelerzeugung (Landwirtschaft, Gärtner) sowie des Handels und der Gastronomie wurden ausgeklammert.
- Untersucht wurden die vertikalen Verflechtungen von Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung mit vor- und nachgelagerten Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes (z.B. Produzenten von Hilfsprodukten und Betriebsmitteln) sowie des Dienstleistungssektors.



- Das Schichtenmodell veranschaulicht die Komplexität der Lebensmittelbranche samt ihrer relevanten vor- und nachgelagerten produzierenden Wirtschaftszweige und Dienstleistungen. Der Lebensmittelbezug nimmt nach außen hin ab.
- Im innersten Ring des Modells befinden sich Unternehmen, die Nahrungsmittel und Getränke herstellen und die somit direkt der Lebensmittelproduktion zuzuordnen sind (Abteilungen 10 und 11 der Wirtschaftszweigklassifikation).
- Daneben finden sich im zweiten Ring Branchen und Wirtschaftszweige, die Hilfsprodukte oder Betriebsmittel ausschließlich für die Lebensmittelbranche herstellen. Dazu zählt beispielsweise der Anlagenbau für die Herstellung von Nahrungsmitteln. Diese weisen dementsprechend einen hohen Bezug zur Lebensmittelbranche auf.
- Die inneren beiden Ringe sind somit direkt (Nahrungsmittelproduzenten) oder indirekt (Hersteller von Hilfsprodukten und Betriebsmitteln) der Lebensmittelbranche zuzuordnen.
- Darüber hinaus sind auch Unternehmen relevant, die Hilfsprodukte und Betriebsmittel nur teilweise für die Lebensmittelbranche erzeugen. Darunter fällt z.B. ein Produzent von Verpackungen, welcher neben der Lebensmittelbranche auch weitere Branchen beliefert (dritter Ring).
- Analog lassen sich die Dienstleister unterteilen in Anbieter, die exklusiv für die Lebensmittelbranche tätig sind (z.B. Lebensmittel-Labore) und Anbieter, einen Teil ihrer Dienstleistungen für Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung erbringen (z.B. Logistikunternehmen).
- Alle Ringe dieses Schichtenmodells tragen zur Wertschöpfung bei und wurden deshalb bei der Untersuchung berücksichtigt.

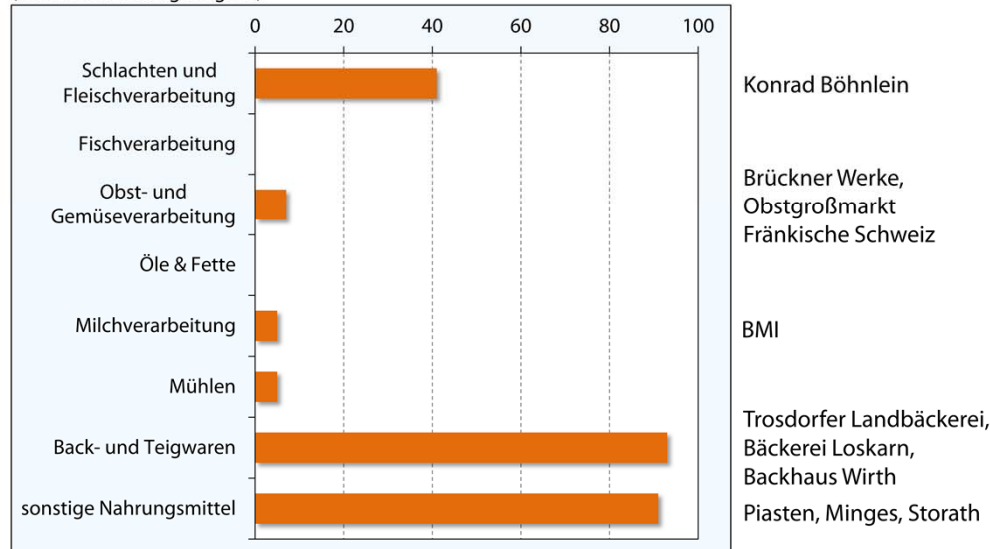


- Die Unternehmen für die Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sowie von Getränken zählen auf dem Gebiet der WiR in Summe mehr als 4.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.
- Rund 400 Unternehmen der Wirtschaftsregion weisen einen Bezug zu Lebensmitteln auf.
- In Bayern wird jährlich eine Bruttowertschöpfung (BWS) von circa sieben Milliarden Euro in der Lebensmittelverarbeitung generiert (Abt. 10 & 11 WZ2008). Dies entspricht 1,6% der gesamten BWS in Bayern und knapp 6% der BWS im verarbeitenden Gewerbe.

1. Abt. 10: Herstellung von Nahrungsmitteln

Anzahl der Unternehmen auf dem Gebiet der WiR

(Mehrfachnennung möglich)



Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

6

Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben der Wirtschaftsförderungen.

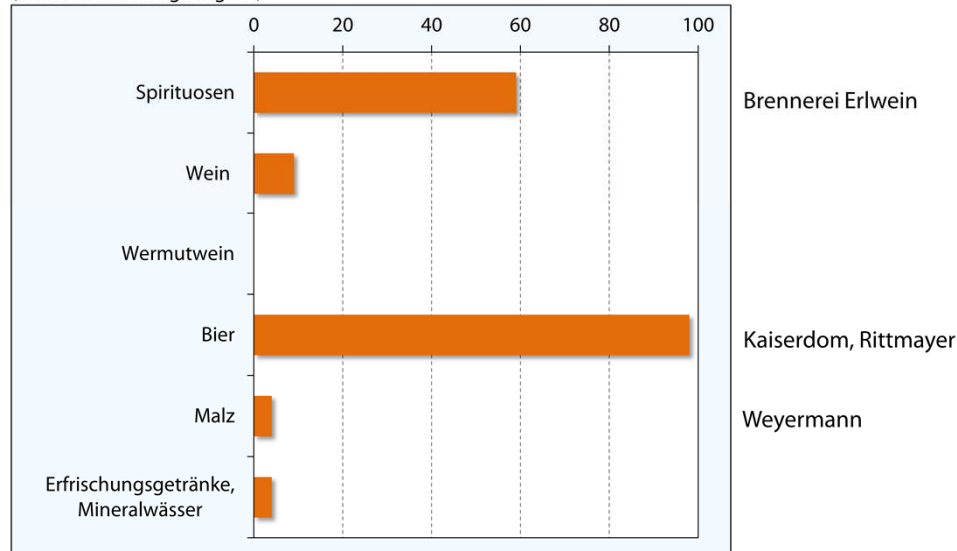
- Die folgenden beiden Balkendiagramme zeigen, wie viele Unternehmen in den Gruppen der Abteilung 10 „Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln“ und Klassen der Abteilung 11 „Herstellung von Getränken“ (nach WZ 2008) auf dem Gebiet der WiR vorzufinden sind.
- Es überrascht wenig, dass kein Unternehmen auf dem Gebiet der WiR in der Fischverarbeitung tätig sind. Im Bereich der Herstellung von Ölen und Fetten ist ebenfalls kein Unternehmen vorhanden.
- Die anderen nahrungsmittelherstellenden Gruppen sind in der WiR mehr oder weniger häufig vertreten, deshalb wurden Unternehmen aus den jeweiligen Gruppen im Zuge der qualitativen Interviews befragt.
- Aus dem Balkendiagramm stechen besonders die Gruppen „Schlachten und Fleischverarbeitung“, „Herstellung von Back- und Teigwaren“ und „Herstellung sonstiger Nahrungsmittel“ heraus.
- 93 Unternehmen stellen Back- und Teigwaren her. Aus dieser größten Gruppe wurden die Trosdorfer Landbäckerei aus Bischberg sowie die Bäckerei Loskarn aus Bamberg für Expertengespräche ausgewählt.
- Die Gruppe der Produzenten sonstiger Nahrungsmittel ist sehr heterogen, aber mit 91 Unternehmen für die Region nicht unwichtig. Experteninterviews wurden mit Piasten aus Forchheim, Minges aus Breitengüßbach und Storath aus Stübig geführt.
- Aus den Bereichen Obst- und Gemüseverarbeitung, Milchverarbeitung und Mühlen sind in der Wirtschaftsregion quantitativ eher wenige Unternehmen vorzufinden. Für die Gespräche wurden die Brückner Werke in Altendorf, der Pretzfelder Obstgroßmarkt Fränkische Schweiz, sowie die BMI aus Zapfendorf und Ebermannstadt ausgewählt.
- Insgesamt zeigt sich eine große Diversität im Hinblick auf die Tätigkeitsbereiche der Unternehmen. Aus fast allen Gruppen der Lebensmittelverarbeitung sind Unternehmen in der WiR vorhanden. Auffällig ist die hohe Anzahl an Unternehmen der Herstellung von Back- und Teigwaren sowie der Fleischverarbeitung.

1. Abt. 11: Getränkeherstellung



Anzahl der Unternehmen auf dem Gebiet der WiR

(Mehrfachnennung möglich)

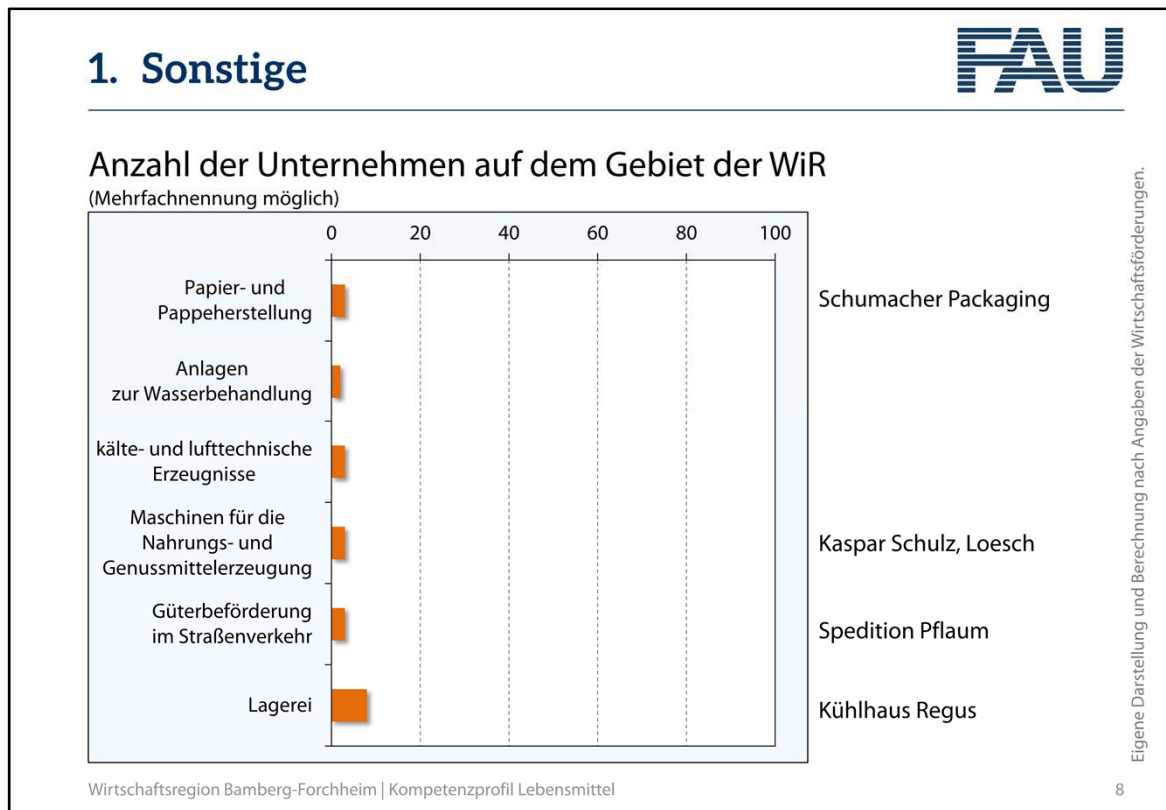


Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

7

Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben der Wirtschaftsförderungen.

- Im Bereich der Getränkeherstellung (Abteilung 11 der WZ 2008) fallen die Herstellung von Spirituosen sowie von Bier stark ins Gewicht.
- Die 98 Brauereien stechen auf den ersten Blick heraus. Diese Menge besteht aus größeren Brauereien mit etwa 100 Mitarbeitern, aber in sehr vielen Fällen aus kleinen Erzeugern mit wenigen Mitarbeitern. Besonders in Stadt und Landkreis Bamberg ist die Brauereidichte evident. Für Expertengespräche standen die Brauerei Kaiserdom aus Bamberg und die Brauerei Rittmayer aus Hallerndorf zur Verfügung.
- Der Landkreis Forchheim weist eine hohe Zahl an Brennereien auf; insgesamt sind auf dem Gebiet der WiR knapp 60 Spirituosenhersteller zu zählen. Die meisten Unternehmen weisen eine geringe Betriebsgröße auf; für ein Gespräch wurde die Brauerei Erlwein aus Hundsboden ausgewählt.
- Nach der Wirtschaftszweigklassifikation sind auch Mälzereien der Getränkeherstellung zuzuordnen. Ein qualitatives Interview wurde mit der Mälzerei Weyermann aus Bamberg geführt.



- In Bezug auf die vertikalen Verflechtungen der Lebensmittelwertschöpfungskette sind hier vor- und nachgelagerte Unternehmen quantitativ erfasst.
- Essentiell für die Lebensmittelproduktion sind Verpackungen. Aus dieser Branche sind drei größere Unternehmen auf dem Gebiet der WiR vorzufinden. Ein Gespräch wurde mit Schumacher Packaging aus Forchheim geführt.
- Betriebsmittel werden teilweise in der Region hergestellt. Es gibt Produzenten von Anlagen zur Wasserbehandlung, Kälte- und lufttechnischen Erzeugnissen sowie Maschinen für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie. Diese meist mittelständischen Unternehmen sind allerdings in der Regel hochspezialisiert und international ausgerichtet. Gespräche wurden mit dem Brauereimaschinenhersteller Kaspar Schulz aus Bamberg und dem Verpackungsmaschinenhersteller Loesch aus Forchheim geführt.
- Lebensmitteltransporte bieten drei Unternehmen an, jedoch beschränkt sich ihr Dienstleistungsangebot häufig nicht auf die Lebensmittelbranche. Für ein Gespräch wurde die Spedition Pflaum aus Strullendorf ausgewählt.
- Dienstleistungen der Lagerei bieten acht Unternehmen in der Wirtschaftsregion an, das Kühlhaus Regus aus Bamberg wurde hier exemplarisch befragt.
- Insgesamt ist erkennbar, dass Unternehmen der der Lebensmittelbranche vor- und nachgelagerten Branchen in der WiR quantitativ durchaus vorhanden sind. Inwieweit diese Angebote zu den ansässigen Unternehmen der Lebensmittelbranche ‚passen‘, musste in den qualitativen Interviews ermittelt werden.

2. Sekundärdatenanalyse

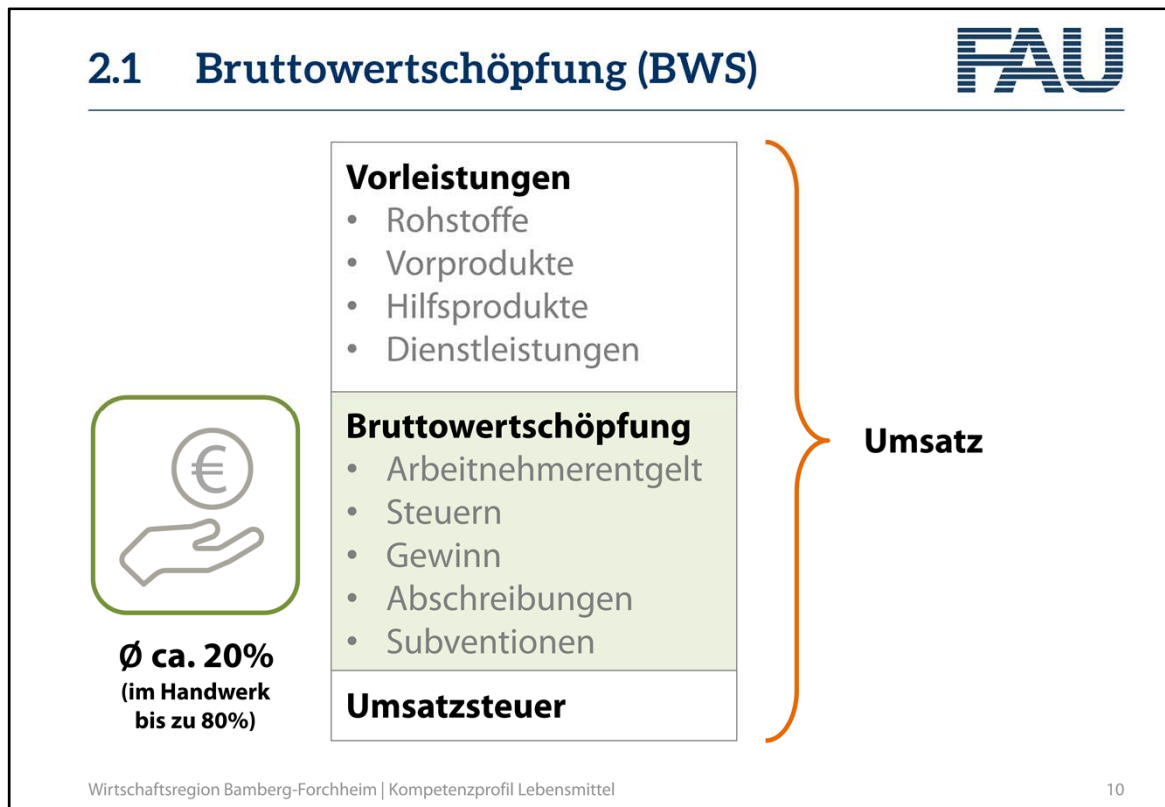
2.1 Bruttowertschöpfung

2.2 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

- ✓ Benchmarking
- ✓ Kennziffern
- ✓ Input-Output-Analyse

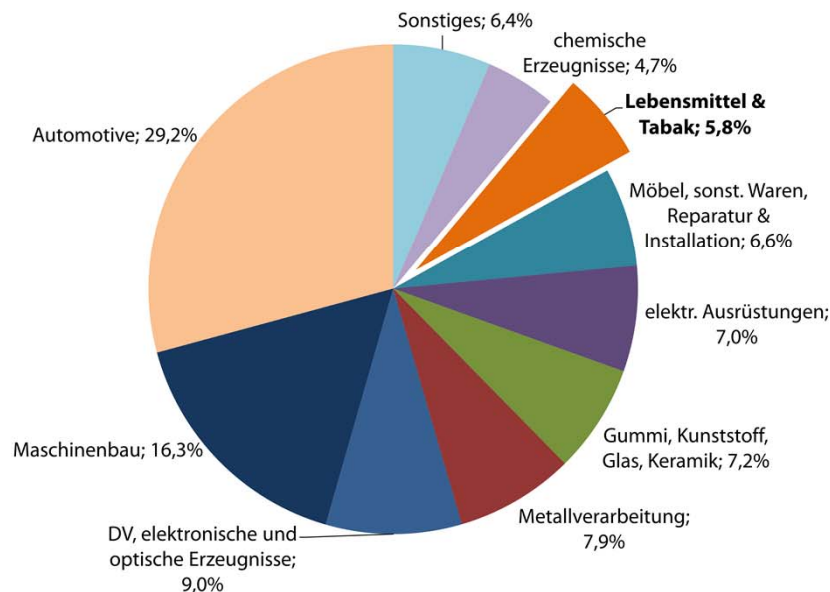


- Grundlage für die Sekundärdatenanalyse waren Daten der amtlichen Statistik, und zwar insbesondere hinsichtlich der Bruttowertschöpfung sowie der Beschäftigung.
- Das quantitative Benchmarking wurde mit Hilfe von Kennziffern durchgeführt
- Eine Input-Output-Analyse zeigt vertikale Verflechtungen auf.
- Aufgrund der Datenverfügbarkeit gilt grundsätzlich: je kleinräumiger der Betrachtungsraum, desto weniger konkret lassen sich Aussagen über branchenspezifische Wertschöpfung sowie Verflechtungen treffen.



- Der Begriff der Bruttowertschöpfung bezeichnet den Umsatz eines Unternehmens abzüglich der Vorleistungen und der Umsatzsteuer.
- Vorleistungen wie beispielsweise die Kosten für Rohstoffe, Vorprodukte und Hilfsprodukte gehen ebenso wie Dienstleistungskosten nicht in die Berechnung ein.
- Die Bruttowertschöpfung eines Unternehmens besteht nurmehr aus Arbeitnehmerentgelt, Steuern, Gewinn, Abschreibungen und Subventionen.
- Die Wertschöpfungstiefe beträgt in der Lebensmittelbranche in Deutschland ca. 20% vom Nettoumsatz, im Handwerk beträgt sie aufgrund der Personalkostenintensität bis zu 80%

2.1 BWS im verarb. Gewerbe 2013 Bayern **FAU**



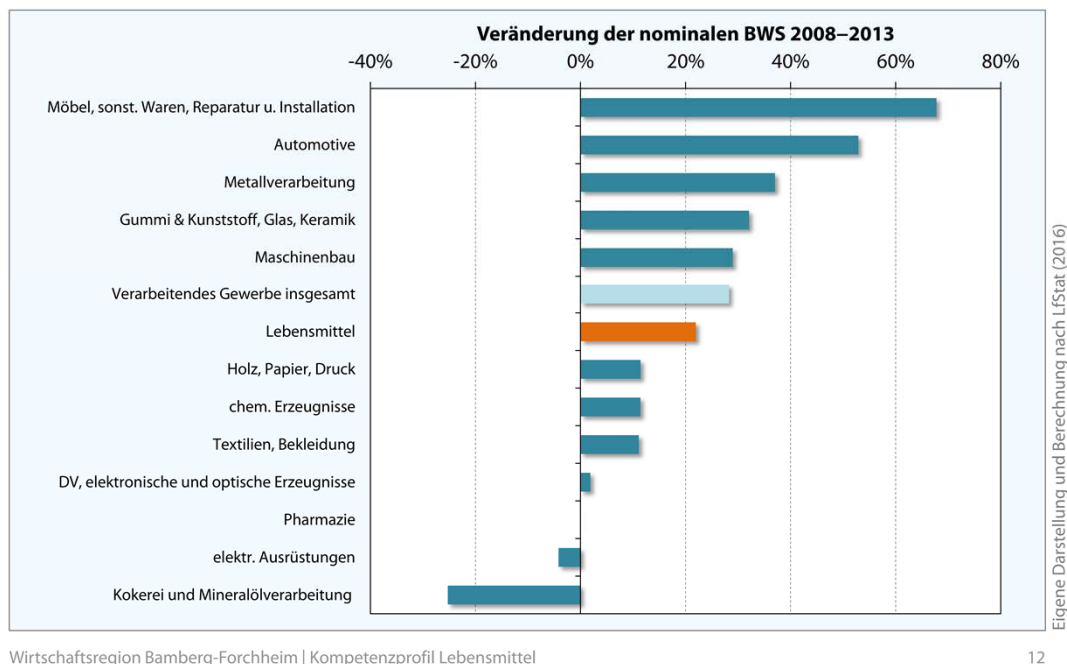
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

Eigene Darstellung und Berechnung nach LfStat (2016)

11

- Das Tortendiagramm zeigt die Bruttowertschöpfung im verarbeitenden Gewerbe in Bayern nach Branchen für das Jahr 2013.
- Der Bereich der Automotive hat in Bayern mit knapp 30% einen anteilig hohen Bruttowertschöpfungswert, auch der Sektor des Maschinenbaus ist mit 16,3% stark.
- Mit Abstand folgen die Branchen DV-Geräte bzw. elektronische und optische Erzeugnisse sowie die Metallverarbeitung mit Anteilen von 9% bzw. knapp 8% an der Gesamtbruttowertschöpfung des verarbeitenden Gewerbes.
- Die Herstellung von Lebensmitteln und Tabak erbrachte 2013 einen Anteil von 5,8% der Bruttowertschöpfung des verarbeitenden Gewerbes in Bayern. (Die Herstellung von Lebensmitteln und Tabak ist zusammengefasst und kann statistisch nicht getrennt werden. Die Tabakproduktion ist jedoch ein geringer Faktor in dieser Branche.)
- Insgesamt weisen die bayerischen „Leitbranchen“ Automotive und Maschinenbau anteilig hohe Bruttowertschöpfungswerte auf. Der Wert von 5,8% der Lebensmittelbranche ist im Vergleich dazu zwar deutlich geringer, aber ein Anteil von knapp 6% an der gesamten bayerischen Bruttowertschöpfung im verarbeitenden Gewerbe zeigt, dass es sich lohnt, die Branche intensiver zu untersuchen. Dieser Wert ist ferner als Mindestwert zu verstehen, da beispielsweise die Wertschöpfung aus dem lebensmittelbezogenen Anlagenbau usw. hier nicht erfasst wird.

2.1 BWS in Bayern 2008–2013



- Interessant ist neben der Momentaufnahme der Bruttowertschöpfung eines Jahres auch die Dynamik der betreffenden Branchen.
- Fast alle Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes in Bayern konnten ihre nominale Bruttowertschöpfung in der Periode von 2008-2013 steigern, lediglich die Branchen „elektrische Ausstattung“ und „Kokerei und Mineralölverarbeitung“ fallen aus dem Rahmen.
- Im verarbeitenden Gewerbe insgesamt nahm die Bruttowertschöpfung um 28,3% zu.
- Einen Zuwachs von knapp 70% verzeichnet die Branche der „Möbel, sonstigen Waren, Reparatur und Installation“. Die Unternehmen der Automotive- und Metallverarbeitungsbranche konnten ihre Bruttowertschöpfung ebenfalls stark erhöhen.
- Die Lebensmittelbranche steigerte ihre Bruttowertschöpfung von 2008 bis 2013 um knapp 22%. Das Wachstum der Bruttowertschöpfung ist damit im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe insgesamt unterdurchschnittlich.

2.1 Bruttowertschöpfung (BWS)



Vorleistungen

- Rohstoffe
- Vorprodukte
- Hilfsprodukte
- Dienstleistungen

Bruttowertschöpfung

- Arbeitnehmerentgelt
- Steuern
- Gewinn
- Abschreibungen
- Subventionen

Umsatzsteuer

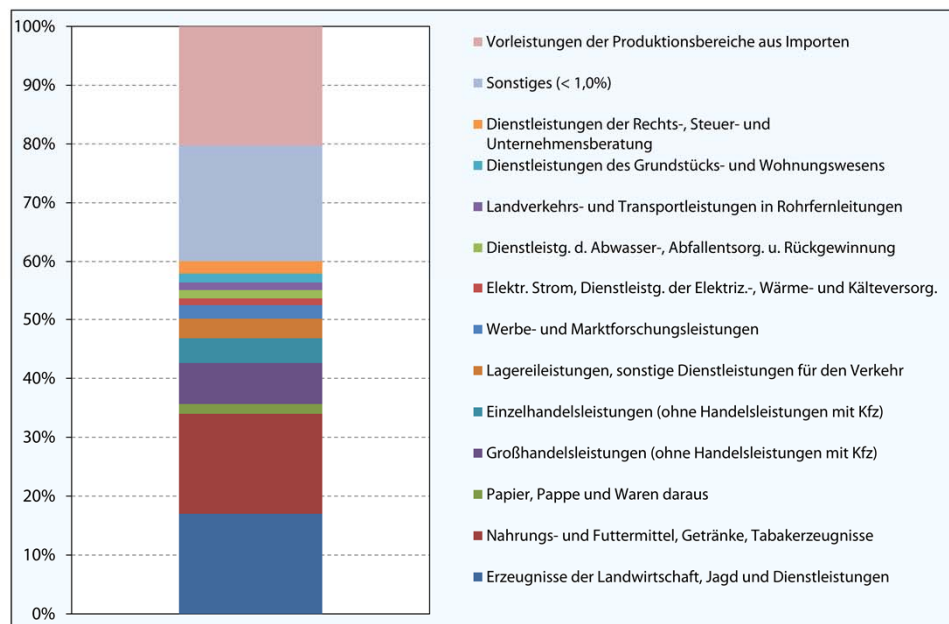


Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

13

- Für die Unternehmen sind die Vorleistungen ein wesentlicher Faktor, der ihre eigene Bruttowertschöpfung wesentlich prägen.
- Wie sich die vertikalen Verflechtungen der Lebensmittelbranche genau gestalten, zeigt eine Input-Output-Analyse.

2.1 Input (Vorleistungen) 2012 (Dtl.)



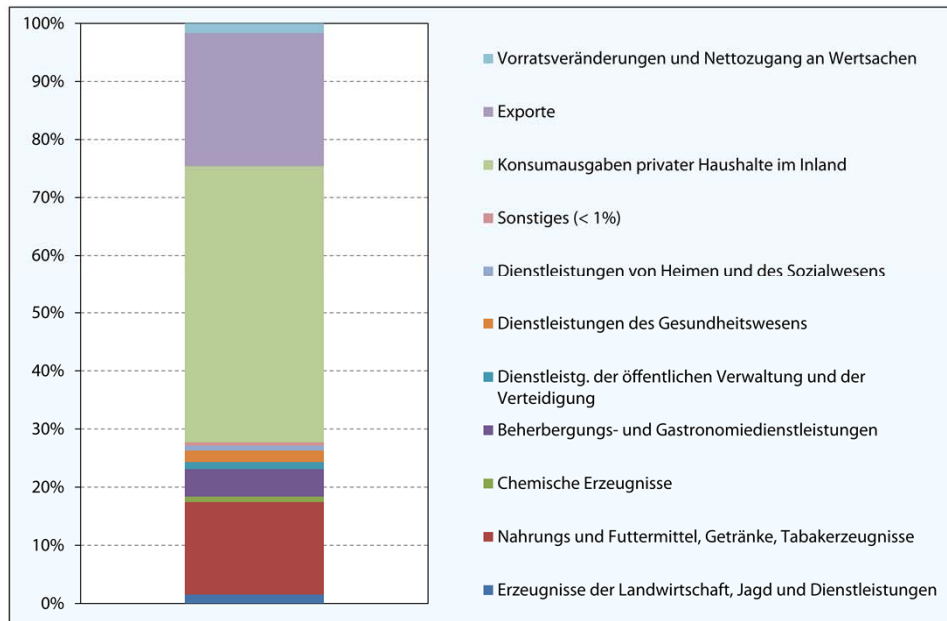
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

Eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis (2016)

14

- Das Säulendiagramm zeigt den Input (Vorleistungen) in die Lebensmittelbranche im Jahr 2012 für Deutschland.
- Etwa 22% der Kosten für Vorleistungen stammen aus Importen. Direkt aus der Lebensmittelerzeugung (Erzeugnisse der Landwirtschaft, Jagd und Dienstleistungen) fließen 18% der Vorleistungen ein. Hierzu zählen die Agrarrohstoffe (Getreide, Obst, Gemüse, Tiere etc.)
- Auf Vorleistungen aus der Lebensmittelbranche selbst („Nahrungsmittel- und Futtermittel, Getränke, Tabakerzeugnisse“) entfallen 18%. Diese Produkte wurden also bereits in einem Unternehmen derselben Branche verarbeitet. Ein Beispiel ist eine Brauerei, die Malz von einem anderen lebensmittelverarbeitenden Unternehmen als Vorleistung erhält.
- Der Input-Wert von 8% aus der Branche „Papier, Pappe und Waren daraus“ zeigt die Bedeutung der Verpackungszulieferer für Unternehmen der Lebensmittelbranche.

2.1 Output (Verwendung) 2012 (DtI.)



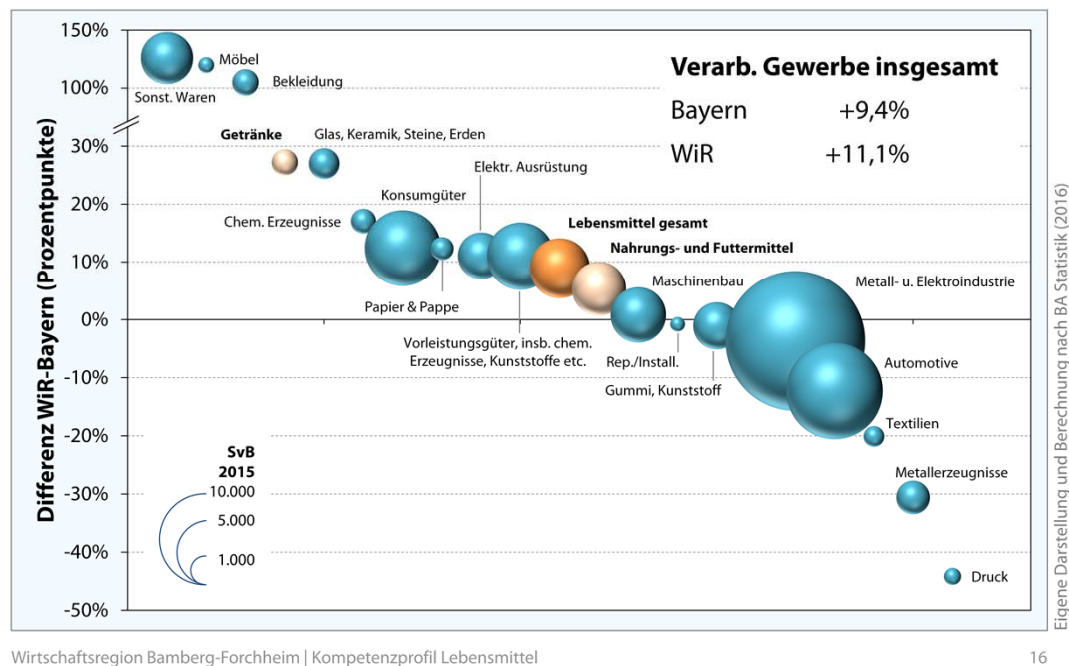
Eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis (2016)

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

15

- Die Output-Säule zeigt die Verwendung der von den Lebensmittelproduzenten hergestellten Produkte für 2012.
- Knapp die Hälfte des Umsatzes wird über den Handel bzw. die Endverbraucher im Inland („Konsumausgaben privater Haushalte“) generiert.
- Die Bedeutung ausländischer Märkte wird durch einen Exportanteil von rund 20% untermauert.
- Rund 17% des Umsatzes wird durch den Absatz von Vorprodukten innerhalb der Branche generiert (s.o. z.B. Malz)
- Die auf Bundesebene festgestellten vertikalen Verflechtungen der Lebensmittelproduktion bestätigen die getroffene Auswahl der Unternehmen für die Experteninterviews. Auf dem Gebiet der WiR gibt es zahlreiche Unternehmen der hier identifizierten relevanten Branchen.

2.2 SvB 2010-2015 im verarb. Gewerbe



- Das Blasendiagramm stellt die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Teilbranchen des verarbeitenden Gewerbes auf dem Gebiet der WiR im Vergleich zu Gesamt-Bayern für den Zeitraum 2010-2015 dar.
- Die Größe (Fläche) der dargestellten Blasen ist proportional zur absoluten Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter im Jahr 2015.
- Auf der vertikalen Achse ist die Differenz zwischen der WiR und Bayern in Prozentpunkten aufgetragen.
- Datenpunkte im Bereich oberhalb der horizontalen Achse zeigen an, dass die relative branchenbezogene Beschäftigungsentwicklung in der WiR positiver ist als in Bayern.
- Eine unterdurchschnittliche Entwicklung der branchenbezogenen Beschäftigung der WiR im Vergleich zu Bayern lässt sich an einer Position der ‚Blasen‘ unterhalb der horizontalen Achse ablesen.
- Die Beschäftigungsentwicklung im verarbeitenden Gewerbe insgesamt war innerhalb der WiR mit 11,1 % positiver als in Gesamtbayern (9,4%).
- Der Großteil der Branchen des verarbeitenden Gewerbes innerhalb der WiR verzeichnete im Zeitraum von 2010 bis 2015 ein höheres Beschäftigungswachstum als in Bayern insgesamt.
- Die Lebensmittelbranche innerhalb der WiR weist ebenfalls eine positivere Beschäftigungsentwicklung als in Gesamtbayern auf. Dabei ist bemerkenswert, dass speziell die Beschäftigung in der Getränkeproduktion innerhalb von fünf Jahren um fast 30 Prozentpunkte stärker zunahm als im gesamten Freistaat.
- Auch die Beschäftigungsentwicklung in der Nahrungs- und Futtermittelherstellung ist positiver als in Bayern.
- Die Branchen „Sonstige Waren“, „Möbel“ und „Bekleidung“ wuchsen sehr stark, hatten jedoch alle ein anderes Ausgangsniveau als die Lebensmittelbranche, da insgesamt weniger Beschäftigte in der Branche arbeiten (vgl. Größe der Blasen).
- Andere Branchen wie beispielsweise die Metall- und Elektroindustrie verzeichnen in der WiR ein geringeres Wachstum als in Gesamtbayern.
- Zusammengefasst ist abzulesen, dass viele Branchen in der WiR eine positivere Beschäftigungsentwicklung als der Freistaat Bayern aufweisen. Die Lebensmittelbranche und speziell die Getränkeherstellung wuchsen bezüglich der Beschäftigung allein in den vergangenen Jahren stark überdurchschnittlich.

2.2 Der Standortquotient ...



- ... berücksichtigt die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einer Branche im Verhältnis zur Gesamtbeschäftigung; vergleicht einen Teilraum mit einem Gesamtraum
- ... ist = 1, wenn der Anteil einer Branche im Teilraum (BA, FO) gleich dem Anteil der Branche im Gesamtraum (OFr., Bayern) ist
- ... ist < 1, wenn die Branche im Vergleich zum Gesamtraum unterrepräsentiert ist
- ... ist > 1, wenn die Branche im Vergleich zum Gesamtraum überrepräsentiert ist

Beispiel (fiktiv):

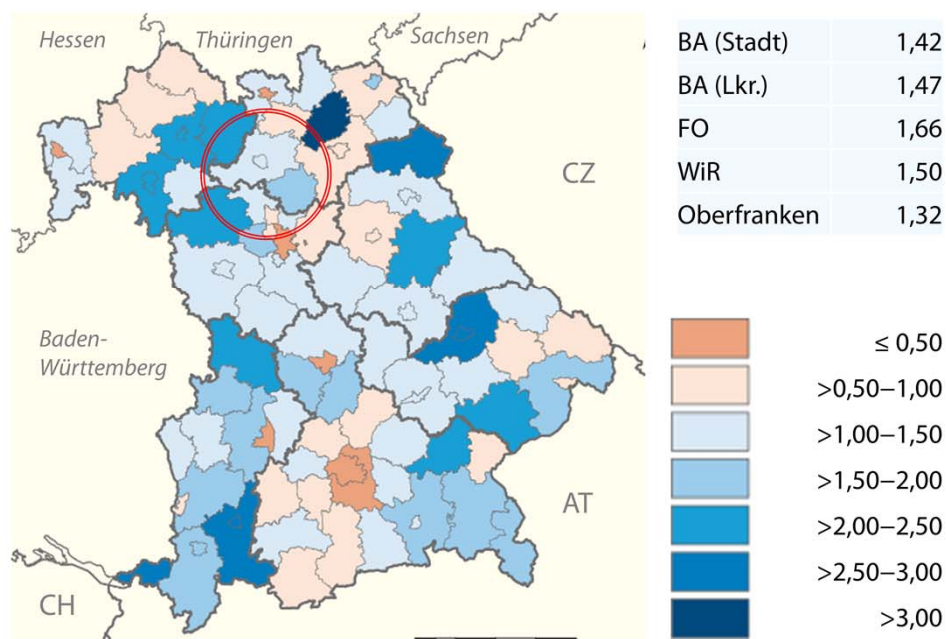
$$\frac{15\% \text{ aller SvB der } \mathbf{WiR} \text{ in der Lebensmittelbranche}}{10\% \text{ aller SvB in } \mathbf{Bayern} \text{ in der Lebensmittelbranche}} = 1,5$$

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

17

- Das fiktive Beispiel zeigt: bezogen auf den relativen Beschäftigungsanteil der Lebensmittelbranche, sind in der WiR 1,5 Mal so viele Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt, wie in Bayern.

2.2 Standortquotienten (Bayern)



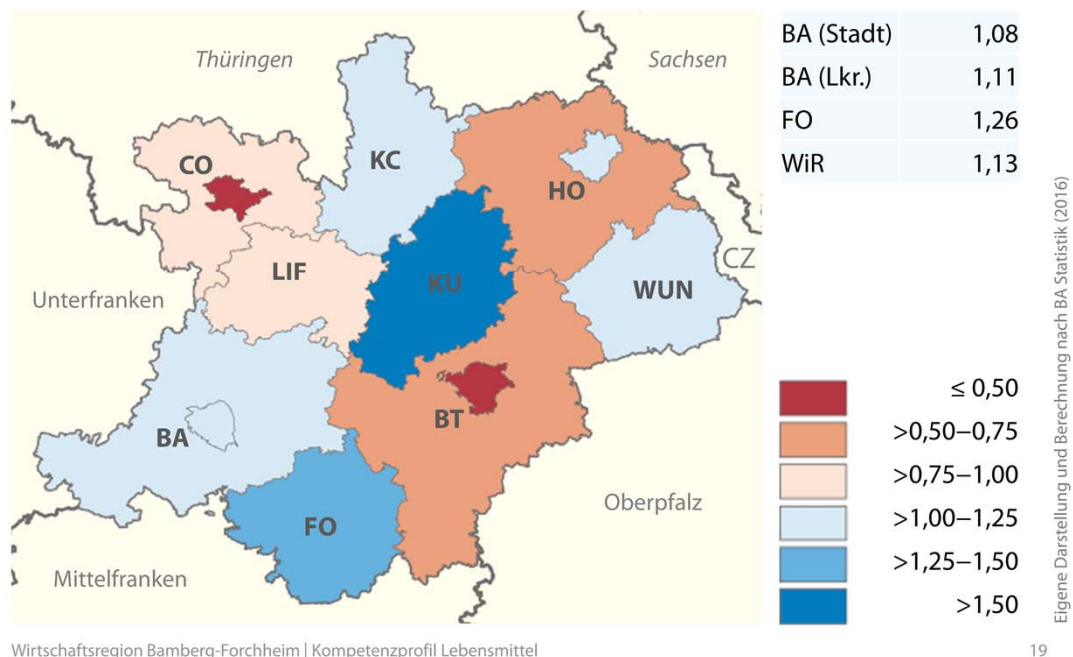
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

Eigene Darstellung und Berechnung nach BA Statistik (2016)

18

- Die Karte zeigt den Standortquotienten der Abteilungen 10 & 11 im Vergleich zu allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten für Bayern auf Kreisebene.
- Je orangener, desto niedriger ist der Standortquotient, d.h. desto unterrepräsentierter ist die Lebensmittelbranche innerhalb eines Landkreises/einer kreisfreien Stadt im Vergleich zu Gesamtbayern. Je blauer die Fläche, desto höher ist der Standortquotient, d.h. desto überrepräsentierter ist die Branche innerhalb eines Kreises verglichen mit Bayern.
- Sowohl für Oberfranken als Ganzes als auch für die WiR sowie die einzelnen Kreise Forchheim und Bamberg (Stadt & Land) liegt der Standortquotient über 1. D.h. die Lebensmittelbranche ist in der WiR im Vergleich zu Bayern überrepräsentiert. Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Lebensmittelbranche ist auf dem Gebiet der WiR 1,5 Mal so hoch wie in Gesamtbayern.
- die Lebensmittelbranche ist in den meisten größeren Städten unterrepräsentiert, dagegen in vielen ländlich geprägten Kreisen deutlich überrepräsentiert.
- Den bayernweit höchsten Standortquotienten weist der Landkreis Kulmbach auf. Allerdings ist die dortige Betriebsgrößenstruktur nicht mit derjenigen der WiR vergleichbar, da in Kulmbach wenige große Unternehmen jeweils sehr viele Mitarbeiter beschäftigen. In der WiR ist die Betriebsgröße bezogen auf die Beschäftigungszahl deutlich kleiner, die Anzahl an Unternehmen mit über 400 jedoch sehr hoch.

2.2 Standortquotienten (OFr.)



- Wiederum zeigt diese Karte den Standortquotienten für die Lebensmittelbranche (Abt. 10 & 11) auf Kreisebene, allerdings in Relation zu Oberfranken. Je orangener/röter die Färbung, desto unterrepräsentierter ist die Branche im jeweiligen Kreis, eine blaue Färbung dagegen zeigt einen Standortquotienten von über 1 und damit eine Überrepräsentation der Lebensmittelbranche im Vergleich zu Oberfranken an.
- Die Lebensmittelbranche in Stadt und Landkreis Bamberg ist verglichen mit Oberfranken leicht überrepräsentiert. Es arbeiten anteilig mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Lebensmittelbranche als im Gesamttraum Oberfranken. Dies ist im Lkr. Forchheim noch etwas stärker ausgeprägt.
- Insgesamt zeichnet sich die WiR durch einen überdurchschnittlichen Standortquotienten sowohl im Vergleich zu Bayern (Folie 18) als auch im Vergleich zu Oberfranken (Folie 19) aus. Es gibt in der Lebensmittelbranche anteilmäßig mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte als in Bayern bzw. Oberfranken.

2.2 SvB 2015 (Stand: 30. Juni)



	Lebensmittel insgesamt	Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	Getränke- herstellung	Verarbeitendes Gewerbe insgesamt	Anteil LM am verarb. Gewerbe [%]	SvB insgesamt	Anteil LM insgesamt [%]
Bayern	126.939	110.352	16.587	1.355.025	9,4%	5.184.546	2,4%
Oberfranken	13.328	11.101	2.227	129.811	10,3%	411.982	3,2%
WiR	4.282	3.467	815	35.491	12,1%	116.799	3,7%
Bamberg (Stadt)	1.820	1.418	402	15.574	11,7%	52.256	3,5%
Bamberg (Lkr.)	1.278	990	288	11.190	11,4%	35.454	3,6%
Forchheim	1.184	1.059	125	8.727	13,6%	29.089	4,1%
Kulmbach	2.444	*	*	8.432	29,0%	26.341	9,3%

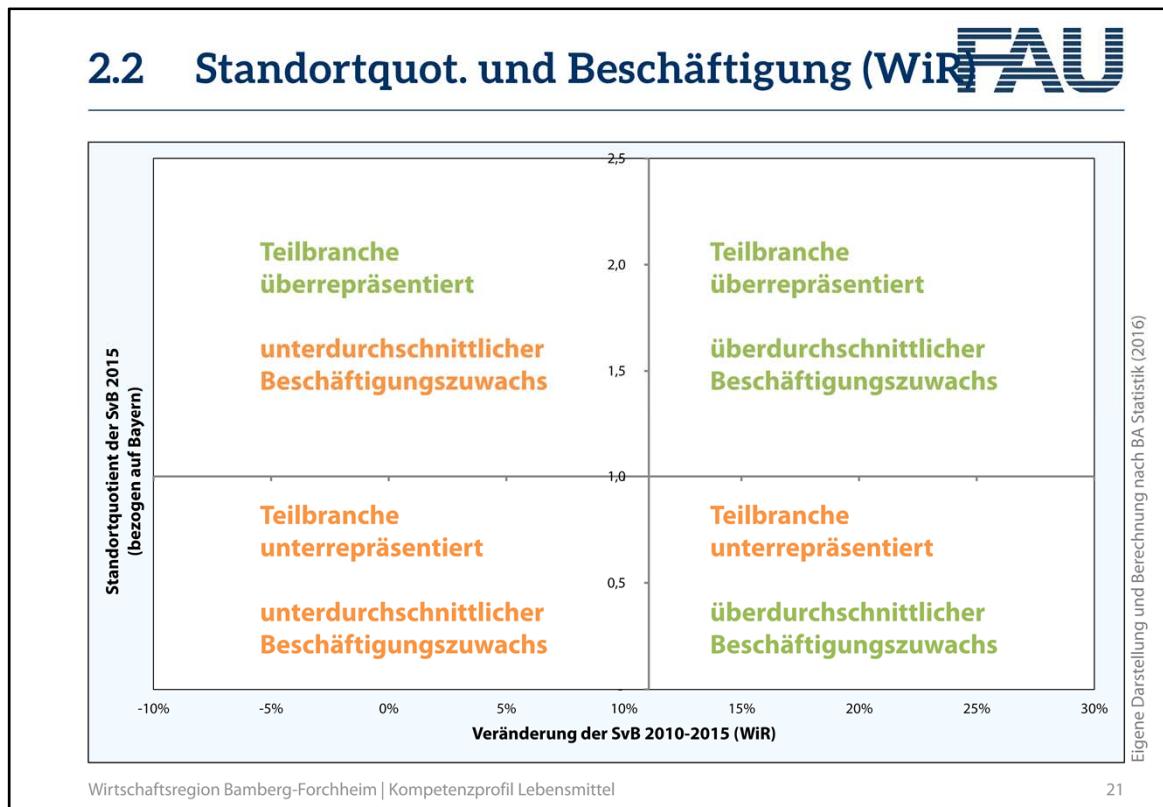
* Keine Angaben aufgrund von Dominanzfall Kulmbacher Brauerei (ca. 900 MA) und IREKS (ca. 800 MA)

Eigene Darstellung und Berechnung nach BA Statistik (2016)

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

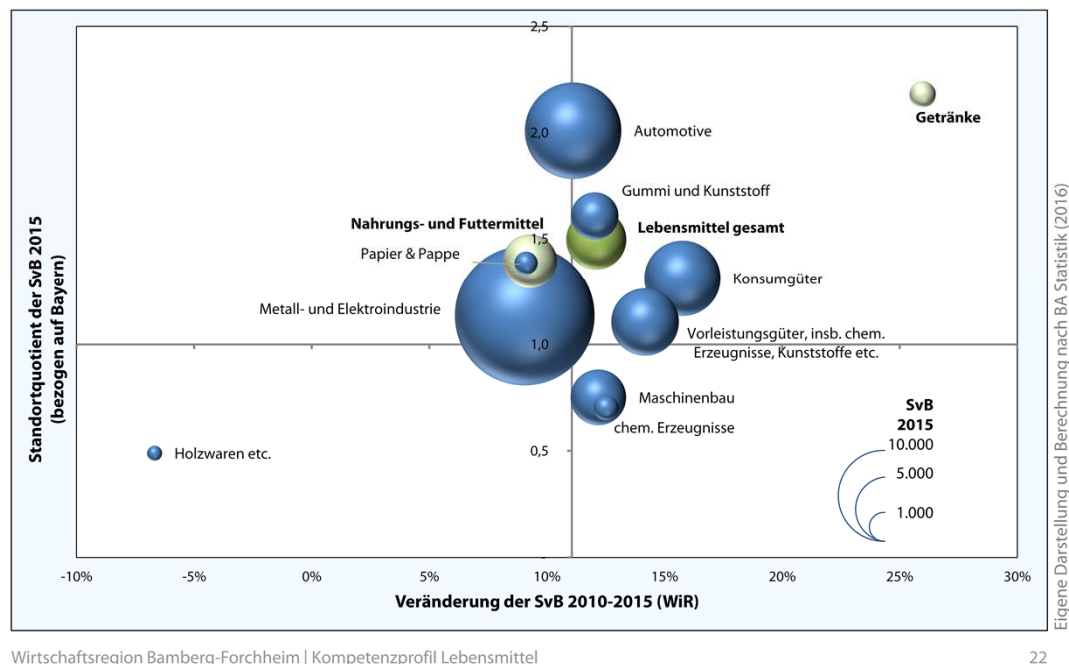
20

- Die Tabelle zeigt ausgewählte Daten zur Beschäftigung in Bayern, Oberfranken, der WiR, den Landkreisen Bamberg und Forchheim sowie der Stadt Bamberg (Stand jeweils 30.06.2015). Vergleichshalber sind die Beschäftigungsdaten des Landkreises Kulmbach angefügt.



- Das folgende Diagramm zeigt
 - a) Die Beschäftigungsentwicklung von Teilbranchen des verarbeitenden Gewerbes in Prozent von 2010-2015 auf dem Gebiet der WiR in (horizontale Achse)
 - b) Den Standortquotienten von Teilbranchen des verarbeitenden Gewerbes in der WiR bezogen auf Bayern (vertikale Achse), sowie
 - c) Die absolute Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter in Teilbranchen des verarbeitenden Gewerbes (Blasengröße)
- Die vertikale Linie (Schnittpunkt der x-Achse bei 11,1%) zeigt die Veränderung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe insgesamt auf dem Gebiet der WiR. Datenpunkte rechts davon deuten also auf einen überdurchschnittlichen Beschäftigungszuwachs hin.
- Die horizontale Linie ist bei einem Standortquotienten von 1 angesetzt. Der Wertebereich oberhalb dieser Linie deutet eine Überrepräsentanz der Teilbranche im Vergleich zu Gesamt-Bayern an
- Datenpunkte (Teilbranchen) im rechten oberen Quadranten sind folglich sowohl überrepräsentiert im Vergleich zu Bayern, und weisen zugleich auch ein überdurchschnittliches Beschäftigungswachstum auf dem Gebiet der WiR auf.

2.2 Standortquot. und Beschäftigung (WiR)



- Die Lebensmittelbranche ist insgesamt überrepräsentiert in der WiR verglichen mit Bayern (Standortquotient über 1, die Kugel liegt oberhalb der waagrechten grauen Linie). Darüber hinaus verzeichnet die Lebensmittelbranche insgesamt eine positivere Beschäftigungsentwicklung (plus 12%) als das verarbeitende Gewerbe insgesamt in der WiR.
- Die Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln verzeichnet – wie den absoluten Zahlen auf Folie 21 zu entnehmen ist – deutlich mehr sozialversicherungspflichtig Beschäftigte auf als die Getränkeherstellung. Die Nahrungs- und Futtermittelbranche wuchs bezogen auf ihre Beschäftigung auch deutlich an (plus 9%), die Dynamik ist aber geringer als im verarbeitenden Gewerbe innerhalb der WiR. Die Teilbranche ist auf dem Gebiet der WiR im Vergleich zu Bayern dagegen überrepräsentiert.
- Die Getränkeherstellung sticht in dieser Darstellung deutlich heraus: Es sind zwar weniger als 1.000 Personen in der WiR in dieser Teilbranche sozialversicherungspflichtig beschäftigt, aber allein in den fünf Jahren von 2010 bis 2015 wuchs die Beschäftigung um über 25%. Zudem liegt der Standortquotient bei über 2,0. Die Getränkeherstellung ist auf dem Gebiet der WiR verglichen mit Bayern stark überrepräsentiert.
- Hinsichtlich des Beschäftigungsvolumens kann die Lebensmittelbranche nicht mit den Leitbranchen „Automotive“ und „Metall- und Elektroindustrie“ mithalten. Bemerkenswert ist jedoch ihre Beschäftigungsdynamik. Besonders die Getränkeherstellung boomte in den vergangenen Jahren.

2.2 Zwischenfazit



- Die Beschäftigung in der Lebensmittelbranche auf dem Gebiet der WiR ist verglichen mit Gesamt-Bayern überdurchschnittlich
- Sehr hohe Beschäftigungsdynamik in der Getränkeherstellung

3. Strukturanalyse

3.1 Systematisierung: Raumbezüge

3.2 Erkenntnisse aus Expertengesprächen

- ✓ Desktop-Recherche
- ✓ Expertengespräche



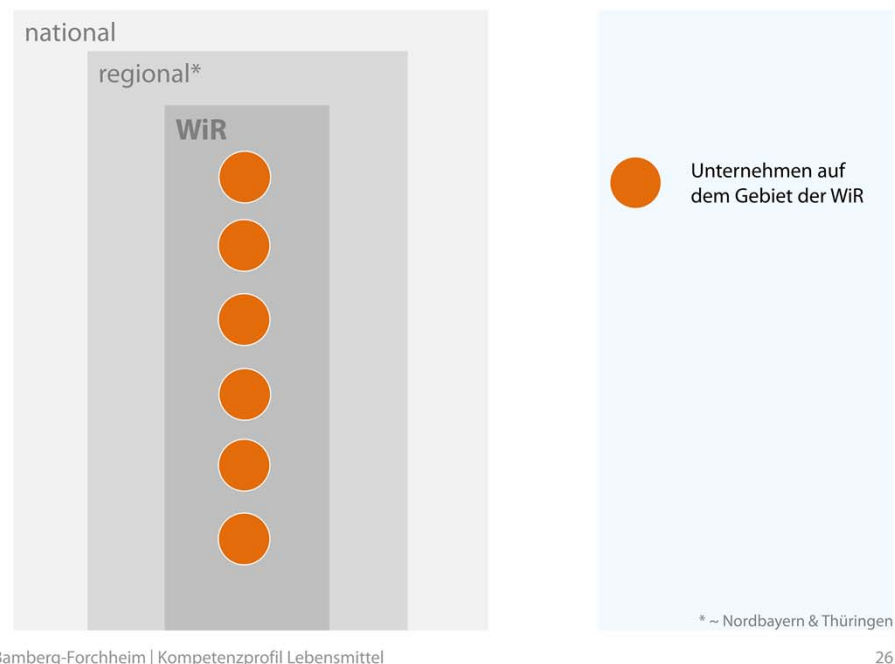
Nach der Sekundärdatenanalyse folgte die Strukturanalyse mit Desktop-Recherche und qualitativen Expertengesprächen.

3. Fragen



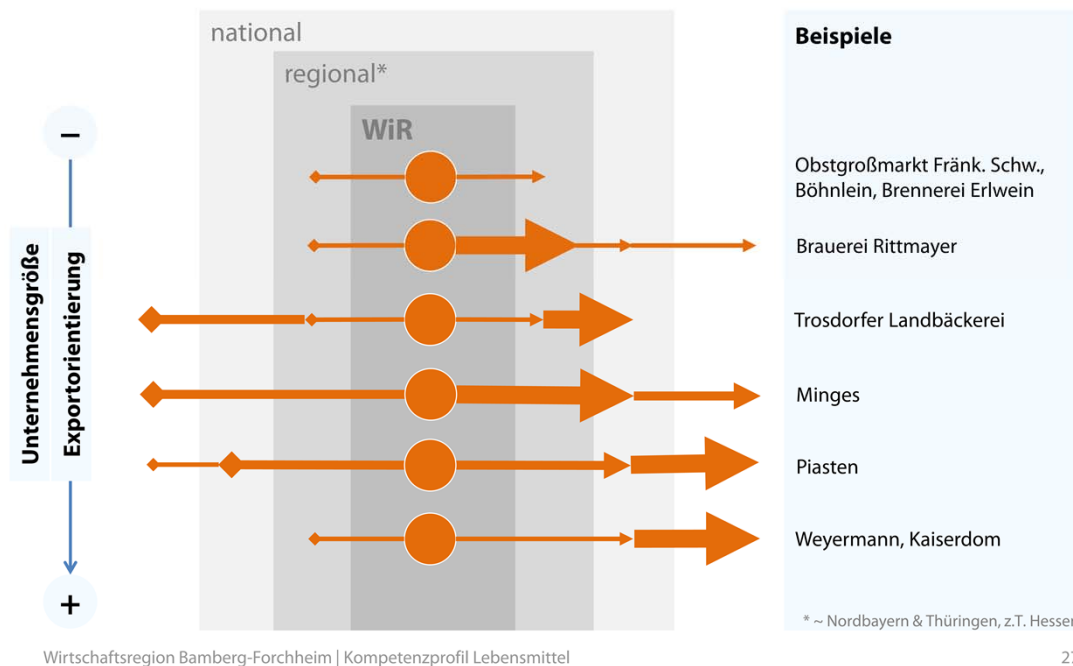
- In welchem Maße sind die Unternehmen der WiR regional verflochten?
- Welche Wertschöpfungsstufen der Lebensmittelbranche sind auf dem Gebiet der WiR *nicht* anzutreffen?
- Welche Unternehmen der WiR verfügen nicht oder nur in geringem Maße über regionale Wertschöpfungsverflechtungen?
- Wie sind die induzierten Effekte der Lebensmittelbranche auf nicht branchenzugehörige, vor- und nachgelagerte Unternehmen zu beurteilen?

3.1 Systematisierung: Raumbezüge



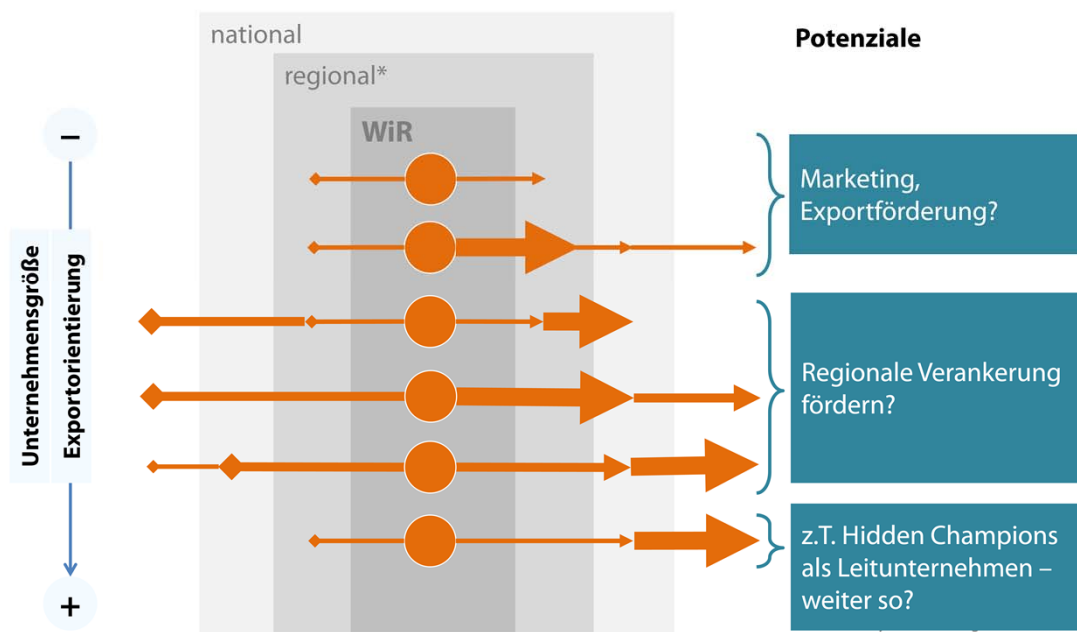
- Die grauen Rechtecke stellen die verschiedenen räumlichen Ebenen dar. Das dunkelgraue Rechteck bezieht sich auf die WiR, das mittelgraue Rechteck auf die Region (wobei „Region“ für die Unternehmen meist Nordbayern und Thüringen, z.T. auch Teile Hessens einschließt) und das hellgraue Rechteck auf die nationale Ebene. Außerhalb liegt demnach der internationale Markt.
- Ein orangener Kreis steht symbolisch für ein Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung auf dem Gebiet der WiR

3.1 Systematisierung: Raumbezüge



- Aus den Expertengesprächen kristallisierten sich verschiedene Unternehmenstypen hinsichtlich ihrer räumlichen Bezüge heraus. Auf der Abb. links ist jeweils die Herkunft der Rohstoffe/Vorprodukte dargestellt (Einkauf). Auf der rechten Seite ist der Absatzmarkt zu sehen.
 - Es gibt Unternehmen in der WiR, die sowohl im Einkauf als auch im Vertrieb ihrer Produkte sehr regional ausgerichtet sind. Der Obstgroßmarkt Fränkische Schweiz, Konrad Böhnlein oder die Brennerei Erlwein beziehen ihre Rohstoffe und Vorprodukte fast ausschließlich aus der Region. Ihr Vertrieb ist auf denselben Radius beschränkt.
 - Einen anderen Unternehmenstyp stellt die Brauerei Rittmayer dar: Es gibt einige Unternehmen, die in ihren Vorleistungen sehr regional geprägt sind und auch den Großteil ihrer Produkte regional vertreiben. Jedoch beliefern diese Unternehmen auch auf die nationale und punktuell sogar internationale Märkte.
 - Einen dritten Typus verkörpert beispielsweise die Trosdorfer Landbäckerei. Wenngleich auch bei diesen Unternehmen regional Rohstoffe und Vorprodukte bezogen werden, stammen viele Rohstoffe und Vorprodukte aus dem Ausland. Nach der Verarbeitung der Produkte findet der Vertrieb zum Teil in die Region statt, aber das Gros der Produkte werden national bzw. global vertrieben.
 - Unternehmen wie die Kaffeerösterei Minges haben zwar ihren Betrieb innerhalb der WiR, sind ansonsten aber kaum mit der Region verflochten. Sie bekommen ihre Rohstoffe und Hilfsprodukte ausschließlich aus dem Ausland (z.B. Kaffeebohnen), verarbeiten diese in ihrem Betrieb in der WiR und liefern anschließend wieder national oder international aus.
 - Ebenfalls im Vertrieb sehr exportorientiert ist ein Unternehmen wie Piasten. Die Vorleistungen bezieht der Betrieb international und national, vor Ort in der WiR werden die Produkte hergestellt bzw. veredelt, bevor sie wiederum national oder international vertrieben werden.
 - Unternehmen wie Weyermann oder Kaiserdom beziehen (fast) alle ihre Rohstoffe aus der Region, vertreiben ihre Produkte jedoch vor allem international.
- Je weiter unten die Unternehmen aufgeführt sind, desto größer sind die Unternehmen in der Regel und desto höher ist die Exportorientierung.

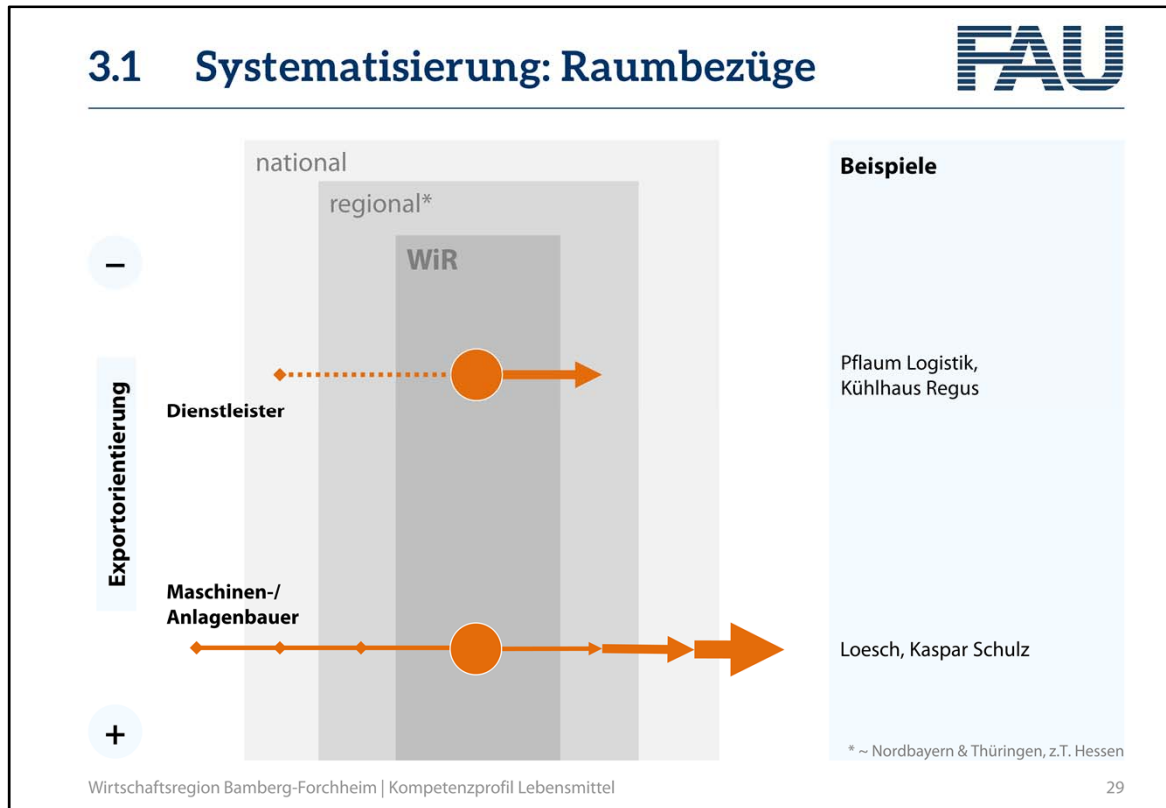
3.1 Systematisierung: Raumbezüge



Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

28

- Je nach unterschiedlichen Unternehmenstypen und -ausrichtungen kristallisieren sich unterschiedliche Potenziale heraus. Für Unternehmen, deren Vorleistungen fast ausschließlich regional geprägt sind und deren Vertrieb sich ebenfalls größtenteils auf die regionale Ebene beschränkt, liegen möglicherweise Potenziale in den Bereichen Marketing und Exportförderung.
- Für Unternehmen mit vergleichsweise geringen funktionalen Bezügen zur Region könnte bei einer stärkeren Verankerung der Betriebe in der WiR angesetzt werden.
- International tätige Unternehmen wie beispielsweise Weyermann zählen z.T. zu Hidden Champions, d.h. sie sind als mittelständisches Unternehmen Marktführer in ihrer Branche. Diese Unternehmen können als Leitunternehmen für die Wirtschaftsregion angesehen werden.



- Für die vor- und nachgelagerten Unternehmen kann die oben illustrierte räumliche Systematik ebenfalls angewendet werden.
- Dienstleister wie Pflaum Logistik oder das Kühlhaus Regus sind in ihren Vorleistungen häufig national ausgerichtet, die Kunden sind jedoch oft regional. Ein Grund dafür ist, dass Unternehmen Dienstleistungen i.d.R. regional in Anspruch nehmen.
- Anlagen- und Maschinenbauer wie Loesch oder Kaspar Schulz bekommen ihre Vorleistungen von unterschiedlichen Ebenen. Die Kunden dieser hochspezialisierten Betriebe sind vor allem international vorzufinden. Direkte Verflechtungen in die Region sind nicht die Regel, sondern oft eher ein glücklicher Zufall.

3.2 Erkenntnisse aus Expertengesprächen



- große Produkt- und Unternehmensvielfalt
- Regionalität und Exportorientierung kein Widerspruch
- Gründe für Regionalität
 - Räumliche Nähe = Transportkostenminimierung
 - Flexibilität
 - Vertrauen
 - Überzeugung
- Je höher der Anteil landwirtschaftlicher Erzeugnisse in der Produktion, desto höher (potentiell) die regionale Verflechtung auf Zuliefererseite (Primärverarbeitung)

3.2 Erkenntnisse aus Expertengesprächen **FAU**



- i.d.R. hohe vertikale Integration, u.a. bedingt durch Qualitätsmerkmal ‚Frische‘
- Insgesamt durchweg positive Unternehmensentwicklung (Erschließung neuer Märkte, Erweiterungen am Standort)
- Regionalität kein entscheidendes Kriterium bei Beschaffung von Betriebsmitteln, da Anschaffung selten (z.B. spezielle Anlagen, Maschinen)
- Dienstleistungen in hohem Maße regional nachgefragt
LM-Logistik, Handwerk, Entsorgung, Energie, Labore z.T.,
Unternehmensbezogene Dienstleistungen (Steuerberater, Anwälte)

3.2 Erkenntnisse aus Expertengesprächen **FAU**



- Nicht-industrielle Produktion: Individualität, Regionalität , höhere Bruttowertschöpfung (%)
- Man kennt sich, aber kooperiert kaum (wenn, dann über Unternehmensgruppe oder Verbände, jedoch kaum bilateral)
- Kaum Kontakte nach Kulmbach/KErn
- z.T. einschlägige Kontakte zur HS Weihenstephan-Triesdorf (Praktika, Abschlussarbeiten, Projekte)

3.2 Herausforderungen & Bedarfe



Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

33

- Die Sprechblasen geben beispielhafte Zitate aus den Expertengesprächen wieder.

3.3 Kompetenzprofil



	Positiv	Negativ
Intern	Stärken • Überregionale Sichtbarkeit von Produkten (Bier, Brände) • Hohe vertikale Integration • Exportorientierung • Durchweg positive Unternehmensentwicklung • Innovationsorientierung • Regionales Bewusstsein („ich versuche schon, regional einzukaufen“) • informelle Netzwerke • ...	Schwächen • Direktvermarktung z.B. via Internet marginal • Lohnniveau • Qualifikationsniveau • Potenziale der touristischen Inwertsetzung noch nicht ausgeschöpft • ...
extern	Chancen • Regionalität im Trend • Konzentrationsprozesse • Qualitätsorientierung/Differenzierung in der Nachfrage • ...	Risiken • Fachkräftemangel • Konzentrationsprozesse • begrenzte Expansionsmöglichkeiten am Standort • Branchenspez. Anforderungen (Kennzeichnung, Hygiene, QM, Energie)

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

34

Diese SWOT-Analyse zeigt auf einen Blick die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken der WiR bezogen auf die Entwicklung der Lebensmittelbranche.

4. Handlungsempfehlungen

4.1 Handlungsfelder

4.2 Workshop-Dokumentation

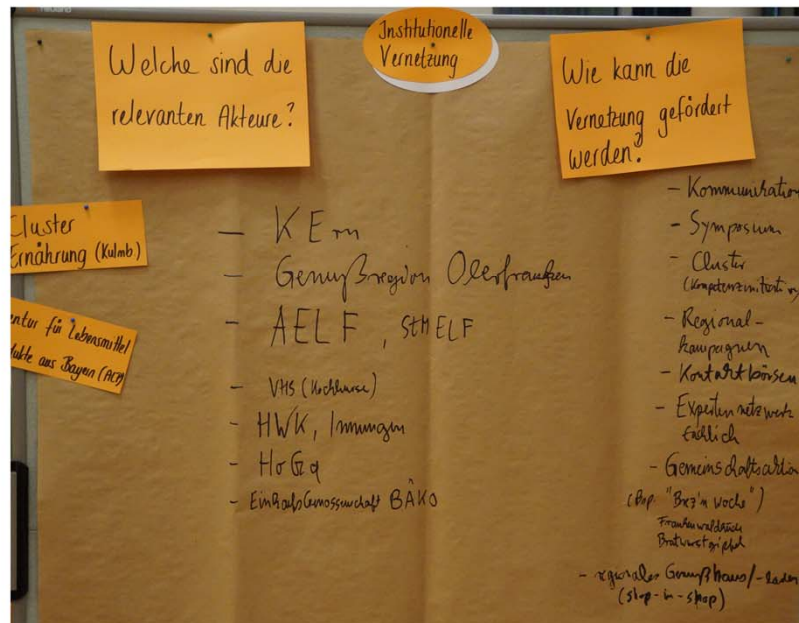
4.3 Zusammenfassung





In den Vorarbeiten – insb. im Rahmen der Expertengespräche – haben sich die hier dargestellten fünf Handlungsfelder herauskristallisiert. Mögliche Handlungsansätze wurden im Rahmen eines Stakeholder-Workshops mit ca. 30 Teilnehmern aus Wirtschaft, Verbänden/Kammern, Politik & Verwaltung diskutiert und vertieft. Die Ergebnisse werden im Folgenden kommentiert.

4.2 Workshop-Dokumentation



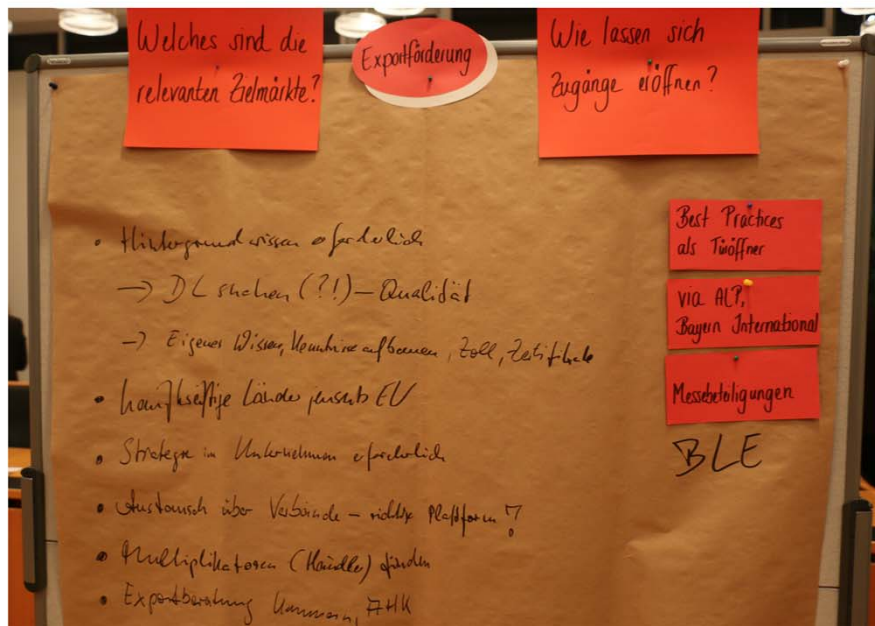
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

37

Handlungsfeld „Institutionelle Vernetzung“

- Für das Handlungsfeld der Institutionellen Vernetzung ergab die Diskussion, dass eine Vielzahl an institutionalisierten Akteuren in der Region existiert.
- Beispiele sind das Kompetenzzentrum Ernährung aus Kulmbach (KERN), das Netzwerk der Genussregion Oberfranken, die Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und das Landwirtschaftsministerium. Darüber hinaus wurden die Volkshochschulen, die Industrie- und Handelskammer sowie die Handwerkskammer neben der HoGa und Einkaufsgenossenschaften wie der BÄKO angesprochen.
- Vorschläge zur Verbesserung der Vernetzung untereinander reichen von einer verbesserten Kommunikation zwischen den Akteuren über Kontaktbörsen und Expertenaustausch bis hin zu speziellen regionalen Aktionen. An dieser Stelle wurden Regionalkampagnen, gemeinsame Marketingaktionen zu einzelnen regionalen Produkten sowie regionale Genusshäuser genannt.
- Allerdings wurde in Bezug auf bestehende Initiativen sowie weitere Vernetzungstätigkeiten angesprochen, dass die Unternehmen durch die Vielzahl an Netzwerken und Partnern teilweise Schwierigkeiten haben sich zu orientieren. In diesem Zusammenhang wurde der Aspekt einer stärkeren Bündelung vorgebracht.
- Insgesamt kann die „institutionelle Vernetzung“ als sehr relevant angesehen werden: Angebote sind oft vorhanden, jedoch bei den Unternehmen der Lebensmittelbranche z.T. kaum bekannt. Gerade kleine und mittlere Unternehmen können von diesen Netzwerkstrukturen profitieren, haben aber häufig nicht die Kapazitäten strategische Kooperationen zu initiieren.

4.2 Workshop-Dokumentation



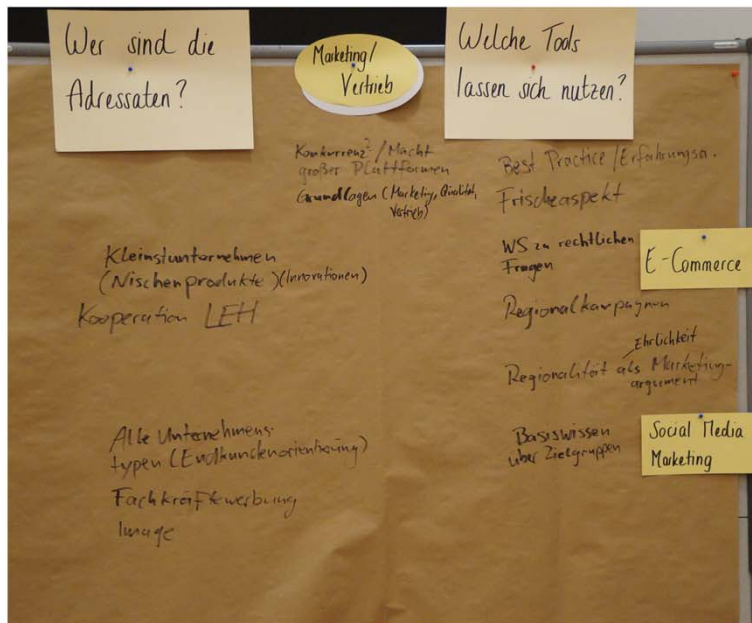
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

38

Handlungsfeld „Exportförderung“

- Exporte bieten für einen Teil der Unternehmen große Chancen, gleichzeitig stellt der Zugang zu neuen Märkten eine große Herausforderung dar. Die Unternehmen kooperieren hier kaum. In ihren Exporttätigkeiten gehen die Unternehmen oft isoliert vor und haben eigene Strategien, wobei viel rechtliches Hintergrundwissen vorhanden sein muss. Interessante Absatzmärkte eröffnen sich aktuell besonders jenseits der EU.
- Der Aufbau eigener Strukturen nimmt viel Zeit in Anspruch, daher sind Wünsche nach Beratungen und Kooperationen durchaus vorhanden. Allerdings sind die hilfreichen Angebote beispielsweise der ALP Bayern sowie des Kern zu Beratung, Fördermitteln und Messebeteiligungen wenig bekannt. Dagegen wird auf den Austausch über Verbände zurückgegriffen. Ein Ziel der Unternehmen ist u.a., dass Multiplikatoren in Form von Händlern gefunden werden, mit denen eine Exportkooperation initiiert werden kann.
- Die Exportförderung ist insgesamt als sehr komplex zu betrachten, da die Zielmärkte und Bedarfe seitens der Unternehmen sehr divers sind und wenig Spielraum für konzertierte Aktivitäten bieten.

4.2 Workshop-Dokumentation



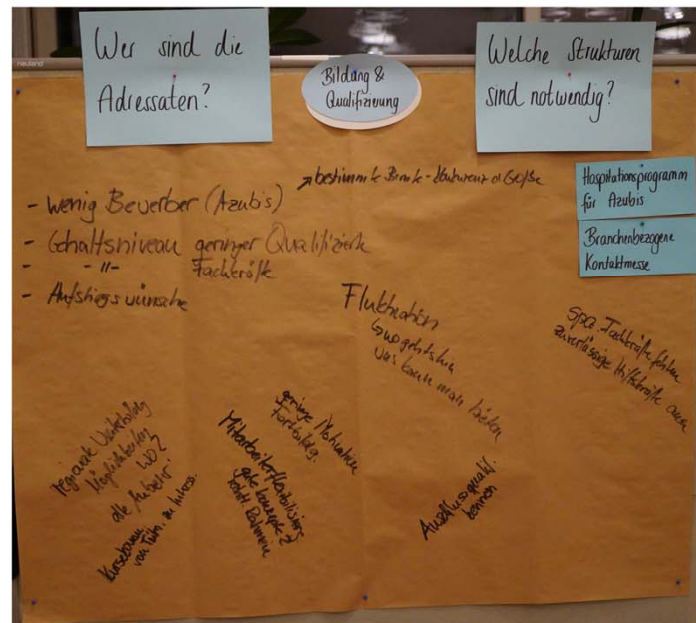
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

39

Handlungsfeld „Marketing & Vertrieb“

- Marketing und Vertrieb waren intensiv diskutierte Themenfelder des Workshops.
- Die steigende Relevanz von E-Commerce ist dabei das beherrschende Thema.
- Aktuell spielt das Tool des E-Commerce für viele Unternehmen jeder Größe eine immer wichtigere Rolle, da dadurch neue Märkte und Zielgruppen erschlossen werden können. In diesem Bereich wünschen sich die Unternehmen Unterstützung in Form von Workshops zu rechtlichen und technischen Fragen – auch der Aspekt der Frische und Qualitätssicherung ist im Lebensmittelbereich besonders bedeutsam. Insofern sind mit dem Thema des E-Commerce auch Fragen der Abläufe von Produktion, Lagerung und Transport (Versand) verbunden, bei denen sich möglicherweise Kooperationen zwischen einzelnen Unternehmen anbieten würden. Hier wäre es für die Unternehmen spannend, anhand von Beispielen guter Praxis Konzepte zu entwickeln.
- Gleichzeitig wird die Ausweitung der Angebote (Lebensmittel) von großen Internetplattformen als zweischneidig wahrgenommen. Während auf der einen die Hoffnung besteht, ‚auf den Zug aufspringen zu können‘, wird auf der anderen Seite die enorme Konkurrenz und Marktkonzentration im Vertrieb befürchtet (vgl. Amazon).
- Ein weiteres Tool, das die Unternehmen stärker für sich entdecken, ist das Social Media Marketing. Dieses kann zum einen zur Produktwerbung und zum anderen zur Fachkräfteanwerbung genutzt werden. Grundlegende Kenntnisse zu den geeigneten Zielgruppen und rechtlichen Fragestellungen fehlen dabei mitunter.
- Insgesamt kann das Handlungsfeld Marketing/Vertrieb gerade in Bezug auf E-Commerce als sehr vielversprechend angesehen werden, da hier große, auch branchenspezifische Potenziale bestehen.

4.2 Workshop-Dokumentation



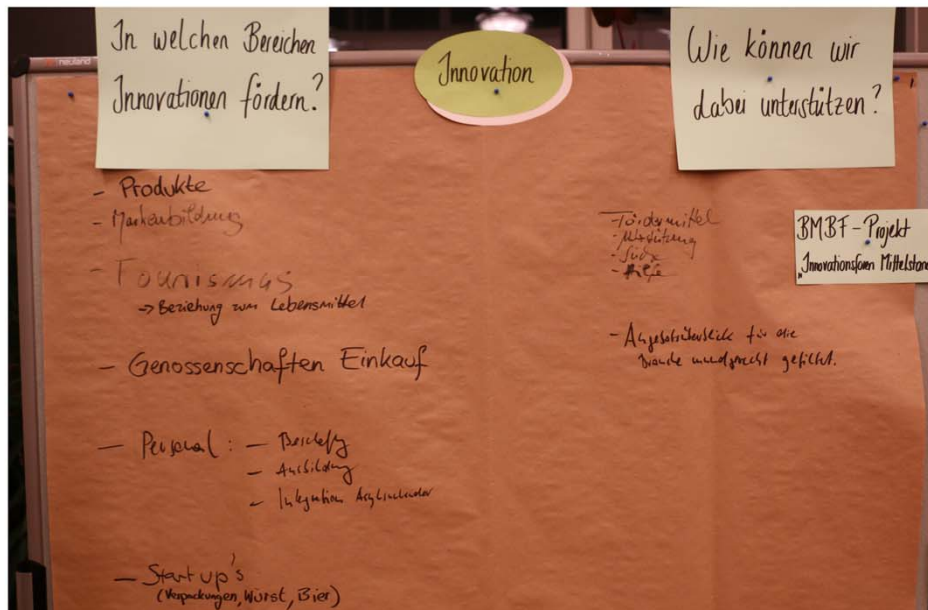
Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

40

Handlungsfeld „Bildung & Qualifizierung“

- Bildung und Qualifizierung ist ein Handlungsfeld, in dem die Unternehmen sich mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert sehen. Neben Bewerbermangel wurde auch die große Personalfuktuation zur Sprache gebracht. Gerade im Lebensmittelbereich ist Saisonarbeit ein Thema, bei dem Beratungsbedarf geäußert wurde.
- Die Region Bamberg-Forchheim ist mit den vorhandenen Angeboten im Bereich der Fachkräftegewinnung seitens der Kammern, des Regionalmanagements und der Wirtschaftsförderungen gut aufgestellt. Auch Praktikumskooperationen von Unternehmen mit Bildungseinrichtungen wie der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf sind möglich und erwünscht.
- Insgesamt ergab sich aus der Diskussion, dass die Bedarfe im Bereich der Bildung, Qualifizierung und Fachkräftesuche tendenziell wenig branchenspezifisch sind, sondern auch andere Teilbranchen des verarbeitenden Gewerbes betreffen.

4.2 Workshop-Dokumentation



Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim | Kompetenzprofil Lebensmittel

41

Handlungsfeld „Innovation“

- Innovationen sind für die Unternehmen in ihrem gesamten Produktionsablauf denkbar. Neben einer ständig geforderten Produkt-Innovativität wurden auch innovative Lösungen im Einkauf (beispielsweise in Form von Genossenschaften) in der Diskussion genannt. Zudem sind auch im Vertrieb Innovationen gefordert, die sich beispielsweise auf den E-Commerce (siehe Handlungsfeld Marketing/Vertrieb) beziehen.
- Auch Überlegungen zu Markenbildung und touristischer Inwertsetzung (in Bezug zu Lebensmitteln) wurden geäußert; diese seien jedoch nur in Netzwerken für die Unternehmen relevant.
- Im Personalbereich ist nach Ansicht der Unternehmen ebenfalls eine Reflexion gewohnter Muster notwendig. Neues Potenzial besteht hier bei der Integration von Flüchtlingen, allerdings wären hierfür verschiedene rechtliche und sprachliche Voraussetzungen zu erfüllen.
- Unterstützung wünschen sich die Unternehmen in erster Linie in Form von Fördermitteln. Besonders die Suche von Fördermitteln stellt die Unternehmen vor große Herausforderungen, hier besteht Bedarf eines „Angebotsüberblicks für die Branche, mundgerecht gefiltert“. Zwar gibt es Fördermittelberatungen der Kammern und Wirtschaftsförderungen, allerdings sind diese nicht speziell auf den Lebensmittelbereich bezogen. Das Angebot des KErn (Kulmbach) speziell für die Lebensmittelbranche, in welchem EU-, Bundes- und Landesförderungen vorgestellt werden, war den Diskutanten nicht bekannt.

4.3 Zusammenfassung Handlungsfelder



- Institutionelle Vernetzung
→ *(institutionalisierte) Netzwerkstruktur sehr einschlägig, aber wenig bekannt*



- Marketing & Vertrieb
→ *E-Commerce mit großem Potential/aktuell große Dynamik*



- Bildung & Qualifizierung
→ *Fachkräftemangel = wenig branchenspezifisch*



- Exportorientierung
→ *individuell große Herausforderung/kaum konzertiertes Vorgehen möglich*



- Innovationen, Wissenstransfer
→ *Bedarf an Fördermitteln/weitergehender Ausprägung von Netzwerken*

Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim Kompetenzprofil Lebensmittel

Prof. Dr. Tobias Chilla
Dipl.-Geogr. Markus Neufeld
cand. BA Cornelia Müller

Angewandte und Europäische Regionalentwicklung

tobias.chilla@fau.de
www.regionalentwicklung.bayern



Quellen



- BA Statistik (=Statistik der Bundesagentur für Arbeit), Hrsg. (2016): Arbeitsmarkt in Zahlen, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008 (WZ 2008). Nürnberg.
- Destatis (=Statistisches Bundesamt), Hrsg. (2016): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Input-Output-Rechnung 2012 (Revision 2014). Fachserie 18 Reihe 2. Wiesbaden.
- IHK (=IHK Nürnberg für Mittelfranken), Hrsg. (2013): Wertschöpfungsketten der Automation-Branche. Eine Untersuchung am Beispiel des Automation Valley Nordbayern. Ergebnisbericht zur Studie im Auftrag der IHK Nürnberg für Mittelfranken.
- LfStat (= Bayerisches Landesamt für Statistik), Hrsg. (2016): Bruttoinlandsprodukt in Bayern im Jahr 2015. Berechnungsstand März 2016. Statistische Berichte.
https://www.statistik.bayern.de/veroeffentlichungen/index.php?cat=c22_Gesamtrechnungen.html&XTCsid=3fd783cec91395fdf66d949f913062cf