

## Gemeinschaftlich auf die Biofach

**Nürnberg.** Für die kommende Biofach in Nürnberg haben sich 11 Unternehmen aus Mecklenburg-Vorpommern angemeldet, um auf einem Gemeinschaftsstand ihr Sortiment an Bio-Produkten vorzustellen. Vertreter sind Hersteller von Fleisch, Fleisch- und Wurstwaren, Fischkonserven, Eiern, Kartoffeln, Obst und Gemüse, Sanddorn-Produkten, Trockenobst, Kräutertees sowie Bierspezialitäten. Die Landeswirtschaftsfördergesellschaft Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH ergänzt den gemeinschaftlichen Auftritt. Nach Auskunft von Jarste Weuffen, Geschäftsführerin der Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern (AMV), gehöre das Bundesland mit seinem Flächenanteil von über 9 Prozent zu den Vorreitern des ökologischen Landbaus in Deutschland. Hier werden etwa 10 Prozent des Bio-Schweinefleischs, rund 15 Prozent des Bio-Rindfleischs sowie 20 Prozent der Bio-Eier Deutschlands erzeugt. Daran, so Weuffen, habe die kontinuierliche Unterstützung der Öko-Betriebe durch die Politik der Landesregierung einen entscheidenden Anteil. Der Gemeinschaftsstand von Mecklenburg-Vorpommern erstreckt sich in Halle 6 über drei gegenüberliegende Flächen und umfasst insgesamt 257 qm. *rb/lz 06-15*

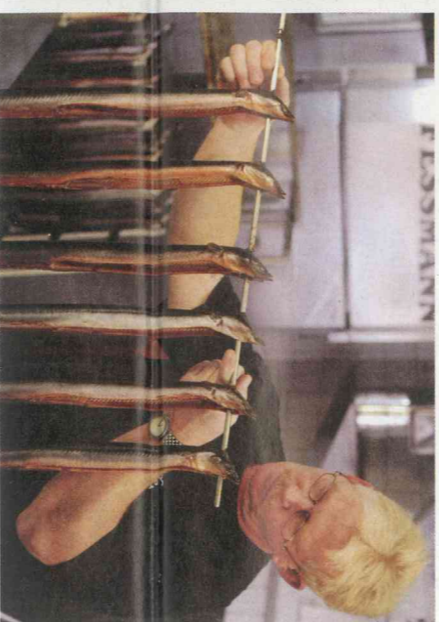
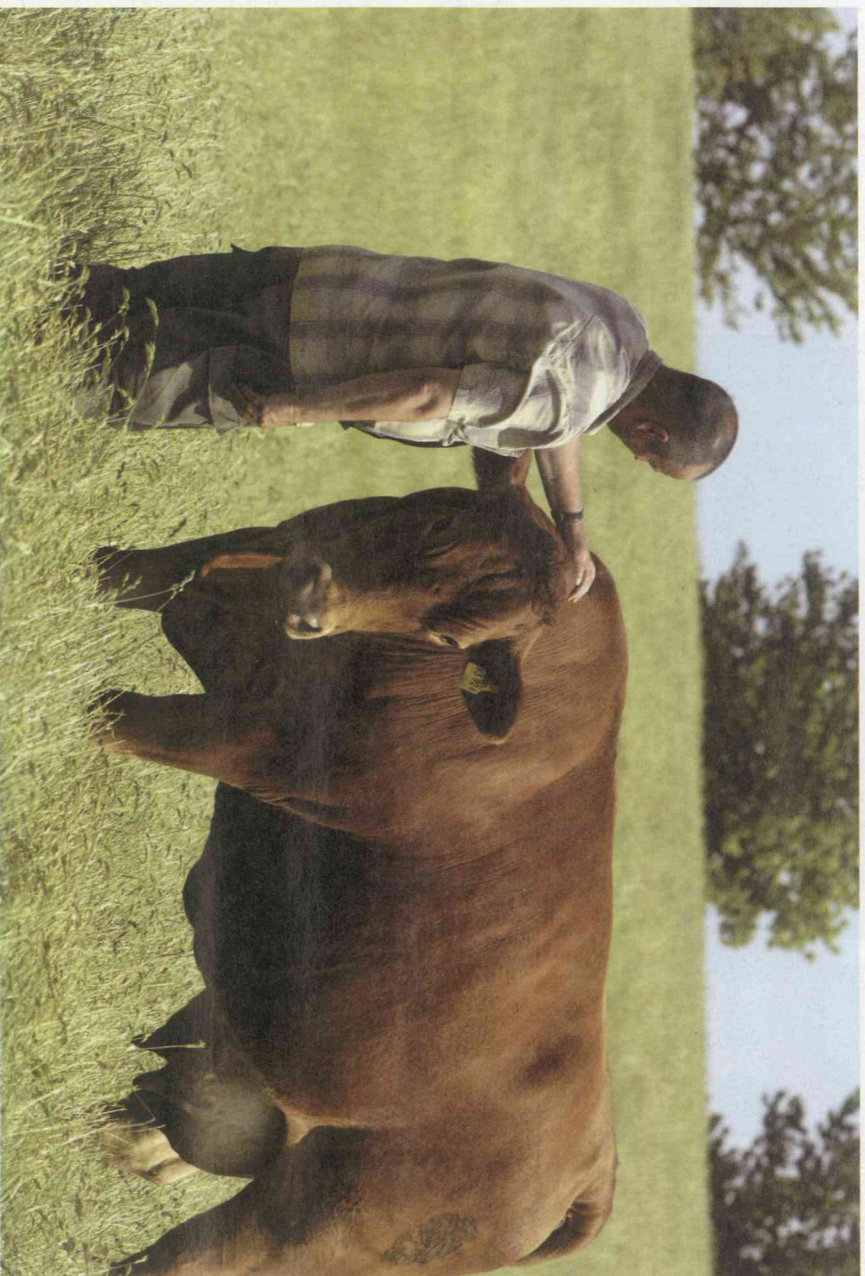
## Prolupin gewinnt Zukunftspreis

**Grimmen.** Für ihre Arbeit, Lebensmittelzutaten aus Lupinen zu gewinnen, wurden die Fraunhofer-Forscher Dr. Peter Eisner und Dr. Stephanie Mittermaier sowie Prolupin-Gründerin Katrin Petersen mit dem 18. Deutschen Zukunftspreis ausgezeichnet. Der mit 250000 Euro dotierte Preis für Technik und Innovation soll herausragende technische, ingenieur- und naturwissenschaftliche Leistungen anerkennen, die zu anwendungsreifen Produkten führen. In der von Bundespräsident Joachim Gauck gehaltenen Laudatio wurde besonders auf den Beitrag der Lupinenprodukte zu einer ausgewogenen Ernährung und verbesserter Proteinversorgung hingewiesen. Neben dem bereits auf dem Markt befindlichen pflanzlichen Speiseeis „Lupinense“ kündigte Oliver Gollnick, Geschäftsführer der Prolupin GmbH, für Anfang dieses Jahres weitere Lebensmitteln auf Lupinenbasis an. In der Entwicklung seien unter anderem vegane Eiweißdrinks, eine vegane Mayonnaise und Smoothies. *lz 06-15*

**Standortmarketing 58**  
Die Ansiedlung von Firmen wird verstärkt fortgesetzt. Unternehmen engagieren sich für die Aus- und Weiterbildung.

**Fleischwaren 59**  
Leichtere und natürlich hergestellte Produkte stehen im Fokus. Vegetarische Artikel ergänzen das Sortiment.

**Getränke 61**  
Brauereien setzen auf Individualität. Eigenständige Sorten und Monomarken sorgen für Abgrenzung.



FOTOS: BIOPARK, GRABOWER, GREIFEN-FLEISCH, FÜRSTENHOF, WFG.



**Gute Voraussetzungen:** Die dünne Besiedelung und wenig Industrie machen Mecklenburg-Vorpommern für die Ansiedlung von ökologisch ausgerichteten Nahrungsmittelherstellern besonders attraktiv.

# Das Netzwerk greift

*Die Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern weifs um ihre Stärken | Ralf Bender*

**F**ür Harry Glawe, Wirtschaftsminister von Mecklenburg-Vorpommern, gibt es keinen Zweifel. „Die Wirtschaft ist auf gutem Kurs“, erklärte er Ende vergangenen Jahres, als er in Schwerin den jüngsten Jahreswirtschaftsbericht des Landes vorstellte. Nachdem das Bruttoinlandsprodukt im ersten Halbjahr 2014 um 2,3 Prozent gestiegen ist, erwartet Glawe für das Gesamtjahr so gar eine der höchsten Wachstumsraten bundesweit. Die wesentlichen Impulse seien dabei aus dem produzierenden Gewerbe gekommen, insbesondere aus der Industrie und dem Baugewerbe. Zudem habe sich der Arbeitsmarkt in Mecklenburg-Vorpommern deutlich entspannt: So gebe es hier inzwischen nur noch halb so viele Arbeitslose wie vor zehn Jahren.

Weniger rosig wird die Situation von der Vereinigung der Unternehmensverbände für Mecklenburg-Vorpommern beurteilt. Sie spricht von einer „eingetübten Stimmung“ und einer „nachlassenden Umsatzentwicklung“. Zudem hätten Mindestlohn und Rentpolitik für eine Vernisicherung gesorgt. Während die Gründe dafür in dem bundespolitischen Kurs gesehen werden, scheint der Fachkräftemangel besonders in Mecklenburg-Vorpommern akut zu sein. „Der Fachkräftemangel ist kein Mythos, sondern sehr real geworden“, betont

durchgängig, so Lambusch, werde Handlungsbedarf in diesem Bereich signalisiert. Das gilt auch für die Ernährungsindustrie in Mecklenburg-Vorpommern. Um diese Situation zu verbessern wurde von verschiedenen Industrieunternehmen im vergangenen Juni – und in Ergänzung zu dem bereits bestehenden Lehrstuhl für Lebensmittel- und Bio-Produkttechnologie an der Hochschule Neubrandenburg – der Verein „Food Academy e.V.“ gegründet. Dieser versteht sich als Netzwerk der Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern. Gründungsmitglieder sind Dr. Oetker in Wittenburg, Nestlé mit dem Standort Schwerin, Weeser Gold in Dodow, SternMaid in Wittenburg sowie Sweet Tec und Toffee Tec in Boizenburg. Ihr erklärtes Ziel ist es, das Image der Ernährungsbranche zu verbessern, die beruflichen Möglichkeiten für junge Menschen besser sichtbar zu machen und die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Lebensmittelindustrie zu optimieren.

**„Der Fachkräftemangel ist sehr real geworden!“**

Thomas Lambusch, Unternehmensverbände MV

Unterstützung für die Wirtschaft gibt es aber auch von staatlicher Seite. Nach einer Ankündigung des Landwirtschaftsministeriums stehen Mecklenburg-Vorpommern für die Besiedelung und wenig Industrie machen Mecklenburg-Vorpommern für die Ansiedlung von ökologisch ausgerichteten Nahrungsmittelherstellern besonders attraktiv.

über 60 Mitgliedsunternehmen mit rund 6000 Arbeitskräften und einem Umsatz von etwa 1,5 Mrd. Euro konzentriert. Hinzu kommen 39 Fördermitglieder mit insgesamt rund 3500 Beschäftigten sowie 14 Kooperationspartner. Mit seinen Aktivitäten hat sich der Verein breit aufgestellt und setzt sich sowohl für die Absatzförderung und den Export, als auch für die Weiterbildung oder Fachmessbereiung ein. Aktuelles Beispiel ist die kommende Biofach in Nürnberg, wo sich unter dem Dach der AMV fast ein Dutzend Unternehmen präsentieren wollen. Ebenfalls auf der Agenda dieses Jahres steht nach Auskunft von AMV-Geschäftsführerin Jarste Weuffen die Auslotung von Exportmöglichkeiten nach Italien. Im Rahmen der Gesundheitswirtschaft will sich der AMV mit Unterstützung des Wirtschaftsministeriums im Zeitraum der nächsten drei Jahre zudem dafür einsetzen, dass regionale Produkte verstärkt bei Großverbrauchern verwendet werden.

Unterstützung für die Wirtschaft gibt es aber auch von staatlicher Seite. Nach einer Ankündigung des Landwirtschaftsministeriums stehen Mecklenburg-Vorpommern für die Besiedelung und wenig Industrie machen Mecklenburg-Vorpommern für die Ansiedlung von ökologisch ausgerichteten Nahrungsmittelherstellern besonders attraktiv.

Ein Schwerpunkt bei der Förderung ist die Fischereipolitik des Landes, wo die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen besonderer dringlich ist. Da die Fischereiernehmer größtenteils in strukturschwachen Regionen angesiedelt sind, gelte es, deren wirtschaftliche Bedingungen zu verbessern und die hieran geknüpften Arbeitsplätze zu sichern. Speziell bei der Aquakultur-Technologie unterstützt die Landesregierung mehrere Forschungsprojekte, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Unternehmen in diesem Sektor sicherer zu machen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Förderung der Verarbeitung und Vermarktung von Fischereierzeugnissen. Hierfür sowie für die Pflege und Entwicklung der aquatischen Ressourcen stellt das Ministerium Fördermittel aus dem Europä-

## FIRMEN

AMV	57/58	Lauenroth	60
Biosanica	61	Ludwigslust	58
Block Menu	59	Mecklenb. Kartoffel	61
Die Rostocker	61	Norfolk	60
Dovgan	61	Prolupin	57
Food Academy	58	Puttkammer	60

## AMV baut Netzwerk weiter aus

Rostock-Berntisch. Die Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern will enger mit dem Tourismusangebot des Landes verzahnen. Nach Darstellung von Jarste Weuffen, Geschäftsführerin der Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e.V., sollen dazu im laufenden Jahr entscheidende Modelle in Italien näher betrachtet und auf ihre Umsetzbarkeit getestet werden. Bereits seit 2012 gibt es in Mecklenburg-Vorpommern sogenannte LandArt-Projekte, wo touristische Attraktionen mit kleinen Produzenten zusammengebracht werden. Der touristische Einfluss in dem Bundesland ist nicht zu unterschätzen: So konnte Mecklenburg-Vorpommern 2014 das bislang erfolgreichste touristische Jahr schreiben. Allein von Januar bis Oktober wurden rund 6,56 Mio. Gästeankünfte (+2,3 Prozent) und 26,4 Millionen Übernachtungen (+2,1 Prozent) gezählt. Nahezu eine Million der Gäste kam dabei aus dem Ausland. Über das EU-Projekt der Europäischen Innovationspartnerschaften (EIP) sollen zudem Klein- und Kleinproduzenten von regionalen Spezialitäten im Land vermehrt unterstützt werden.

Auch die Stärkung der Exporte ist bei der AMV, die mit über 100 Partnern das größte Netzwerk des verarbeitenden Gewerbes in Mecklenburg-Vorpommern bildet, ein Thema. Die im vergangenen Jahr angestregte Sonderung der Absatzmöglichkeiten in Russland musste durch das zweisechzenzeitliche Embargo allerdings wieder ausgesetzt werden. Zudem sind nur bestimmte Produkte für den dortigen Markt geeignet. Besser verliet die Markterkundungsreise nach Finnland mit Besuch der Messe Gastro in Helsinki sowie der finnischen Grenze in der Nähe von St. Petersburg. Die Gespräche mit Vertretern der wichtigsten Handelsunternehmern, die sich vor allem für die Lieferung von Handelsmarken interessieren, seien sehr gut vorbereitet gewesen. Darauf müsse nun aufgebaut werden. *rb/lz 06-15*

## Klare Argumente für den Standort

Einzelhandel rückt vermehrt in den Fokus der Investitionsförderer

Schwerin. Als Produktions- und Logistikstandort für die Nahrungsmittelindustrie hat Mecklenburg-Vorpommern seine Stärken schon mehrmals unter Beweis stellen können. Jetzt will das Bundesland auch den LEH für sich gewinnen.

Mehr als 2.300 Dauerarbeitsplätze wurden in Mecklenburg-Vorpommern in den Jahren 2012 und 2013 durch Neuinvestitionen geschaffen, davon über 1.000 in der Nahrungsmittelindustrie. Nach diesen großen Ausschlägen nach oben verlief die Kurve der neuen Stellen 2014 etwas flacher, obschon insgesamt über 700 Arbeitsplätze zusätzlich entstanden. In der Nahrungsmittelbranche konzentrieren sie sich gleichwohl auf Erweiterungen; mit ganz neuen Projekten rechnet man in dieser Branche bei der Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH wieder für 2015. Genrell



FOTO: INVEST MV

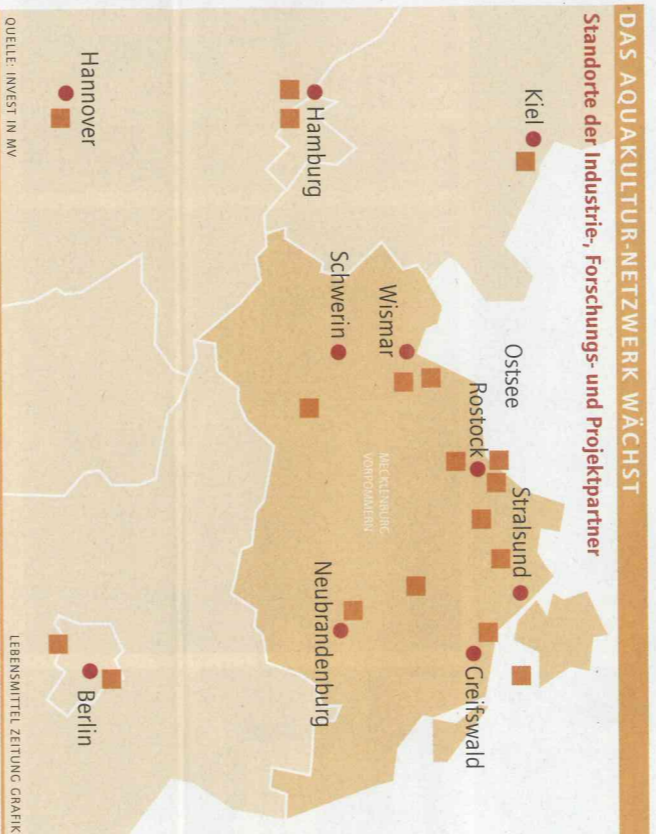
Drehscheibe: Güter Zugang ins Baltikum.

scheint die produzierende Branche etwas zurückhaltender bei Investitionen zu sein, glaubt Michael Sturm, Geschäftsführer der Invest in MV. Durchaus Chancen sieht er dagegen beim Einzelhandel: Allein die Edeka-Gruppe betreibt in ihren sieben Regionalgesellschaften über 30 Produktionsbetriebe. Ähnlich ist die Entwicklung bei der Rewe. In Mecklenburg-Vorpommern sind beide Gesellschaften mit Werken bereits vertreten. Besonders durch die Bündelung inner-

halb bestimmter Branchen, wie etwa in der Süßwarenindustrie oder bei Kaffee können die Unternehmen aus diesen Segmenten von einem Netzwerk profitieren und Synergien nutzen.

Als Branche mit noch hohem Ausbaupotenzial sieht Sturm die Aquakultur. Schon in den vergangenen Jahren sei dieser Industriezweig intensiv entwickelt worden. Dazu beigetragen habe die enge Zusammenarbeit von Forschungseinrich-

tungen mit Projektpartnern, Industrienunternehmen für Energie und Anlagenbau sowie überregionalen Einrichtungen. Auch Agrarminister Dr. Till Backhaus wirbt schon seit Jahren für den Ausbau dieser Branche; das Institut für Fischerei der Landesforschungsanstalt wird seit 2000 mit finanziellen Mitteln gefördert. Zudem will sich Mecklenburg-Vorpommern als attraktiver Logistikstandort positionieren. Dabei verweist Sturm auf die Rolle des Landes als Drehscheibe für die nordischen Ländern und Osteuropa. Schon jetzt steuere zum Beispiel der dänische Handelskonzern Dansk Supermarkedt seine Logistik für Netto über ein Zentrallager in Stavenhagen. Auch Tchibo und Edeka/Marktaut hätten ihre Distribution für Norddeutschland von Mecklenburg-Vorpommern aus organisiert. *rb/lz 06-15*



### Breites Branchenspektrum

Die Lebensmittelindustrie ist in Mecklenburg-Vorpommern nur einer von vielen Branchenschwerpunkten. Dazu zählen auch die Bereiche Erneuerbare Energien, Automotive sowie Luft- und Raumfahrt, die Maritime Industrie, Transport und Logistik, Holz und Papier sowie Kunststoff, der Tourismus, Life Sciences, Services sowie Maschinenbau und Elektro.

## Alles aus der Region

Ludwigsluster argumentieren mit vertikaler Kette

Ludwigslust. Investitionsprogramm der Ludwigsluster Fleischwaren wird fortgesetzt

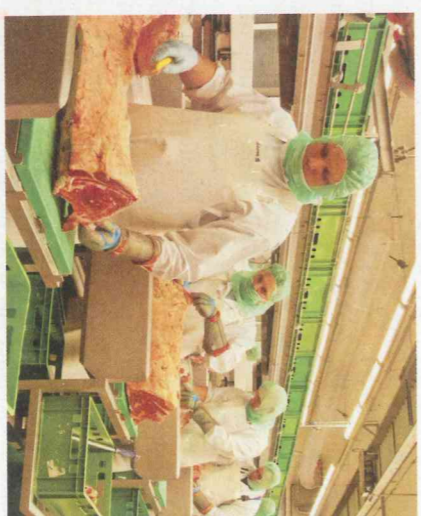


FOTO: LEW

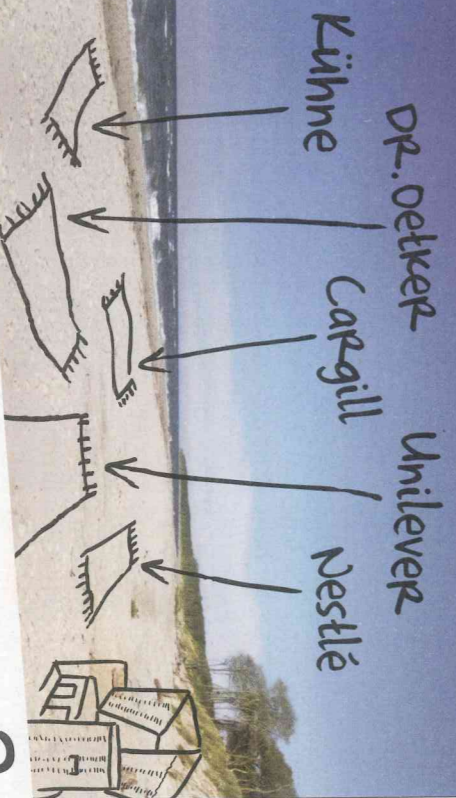
Nach einem Plus beim Absatz- und Umsatz von 5 Prozent im vergangenen Jahr plant die Ludwigsluster Fleisch- und Wurstspezialitäten GmbH & Co. KG für das laufende Jahr einen Zuwachs in gleicher Höhe. Wie Urte Warncke, Geschäftsführerin Vertrieb

und Marketing, erkläre, setze das Unternehmen dabei weiterhin auf die Produkte unter der Marke „Bio-Lust“. Das Fleisch dafür werde aus unmittelbarer Nähe bezogen. „95 Prozent der Tiere, die wir verarbeiten, stammen aus Mecklenburg-Vorpommern“, unterstreicht der Geschäftsführende Gesellschaftler Ulrich Müller. Beim Rohstoff-Einkauf liege die Quote bei rund 70 Prozent.

Vertrieb nationalen Marke aufgebaut worden und bestehe aus einem umfassenden Sortiment an Fleisch- und Wurstprodukten für die Bedientheke oder das SB-Regal. Jüngstes Produkt ist ein Apfel-Grifbenschnitz im Glas.

Gleichzeitig geht am Standort in Ludwigslust das Investitionsprogramm weiter. Rund 20 Mio. Euro wurden bereits seit dem Einstieg von Ulrich Müller 2003 in die Modernisierung des Werkes gesteckt und die Produktionsfläche auf etwa 16.000 qm ausgebaut. Weitere 3 Mio. Euro sollen nun in die Energieoptimierung und die Erweiterung der Produktionsfläche um nochmals 1.000 qm investiert werden. Bei ihren Aktivitäten in Marketing und Kommunikation setzt das Unternehmen auf regelmäßige Aktionen am POS, Werbung in regionalen Medien im Internet und Social Media

## MV. EINIGES AUF DER MATTE!



## Und wann kommen Sie?

Besuchen Sie uns auf der BioFach: Halle 6/6, Stand 119

### Mecklenburg-Vorpommern:

Nachhaltig investieren und chancenreich agieren.

- Drehkreuz für Nord- und Osteuropäische Märkte
- Gutes Investitionsklima und attraktive Förderkonditionen
- Vielversprechende Fach- und Führungskräfteperspektiven

## „Bemühungen um den Nachwuchs“



Oliver Schindler, Initiator der Food Academy

Dass Lebensmittelhersteller in eine eigene Akademie zur Aus- und Weiterbildung investieren, ist in Deutschland relativ selten. Was hat Sie dazu bewegt?

Die Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern steht insbesondere vor der Herausforderung, ausreichend qualifizierte Nachwuchskräfte zu finden. Dies ist zum einen dem demografischen Wandel geschuldet; zum anderen der Tatsache, dass die Berufe der Ernährungswirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt bei den Jugendlichen der Region nur wenig bekannt sind. Daher sind intensive Bemühungen um den Nachwuchs sowie eine fortlaufende Forschung und Entwicklung zur Sicherung qualitativ hochwertiger Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten von besonderer Bedeutung. Um diese Aufgaben zu bewältigen, müssen wir unsere Interessen bündeln. Wir brauchen ein gemeinsames Sprachrohr der Branche, damit gute Ideen Gehör finden und im Ergebnis auch praktisch umgesetzt werden können.

Wie soll diese Akademie in der Praxis funktionieren?

Die Food Academy bildet für die Unternehmen der Lebensmittelherstellung eine Kommunikations- und Informationsplattform zum Austausch von Ideen und zum Ausbau von Netzwerken. Sie organisiert darüber hinaus Weiterbildungen für Mitarbeiter und setzt sich für eine verbesserte Ausbildung der Auszubildenden in der Ernährungswirtschaft ein. Die Food Academy versteht sich im Rahmen der Aus- und Weiterbildung zurzeit als „Virtuelle Akademie“. Das bedeutet, die Weiterbildung findet genau dort statt, wo sie gebraucht wird. Sie nutzt dabei vorhandene Strukturen – sowohl räumlich als auch bildungstechnisch. Auf einen festen Ort mit laufenden Kosten wird somit bewusst verzichtet. Außerdem kooperiert die Academy mit den bestehenden Schulen und etablierten Bildungsträgern.

Wie weit sind Sie damit?

Zurzeit bearbeitet die Food Academy drei Schwerpunkte. Zum einen soll die Ausbildung insgesamt verbessert werden. Hierzu sind wir an die Berufsschulen und IHK vor Ort herangetreten und haben gute Signale für eine weiterführende Zusammenarbeit erhalten. Im Rahmen eines ebenfalls unter dem Dach der Food Academy gegründeten Ausbilderkreises erfolgt heute schon ein intensiver Erfahrungsaustausch. Zum anderen soll die Weiterqualifikation vor Ort intensiviert werden. Das Qualifizierungs-Programm „FIT – Führen im Team“ für Führungskräfte in Produktion und Technik ist bereits gestartet. Und schließlich gibt es, das Image der Branche intensiver und positiver wahrnehmbar zu machen. Insbesondere ist auch die Forcierung der politischen Wahrnehmung der bestehenden Probleme von zentraler Bedeutung. Ein initiiertes Kommunikationskonzept