



NEW.S Trends 2005. ErnährungWirtschaft NRW

NEW.S

Nordrhein-Westfälische
ErnährungWirtschaft
– Sozialpartnerprojekt e.V. –



Ministerium für
Wirtschaft, Mittelstand
und Energie des Landes
Nordrhein-Westfalen

NRW.



Inhalt

Vorwort	1
Eine Branche im Wandel Ernährungswirtschaft im Überblick	2
NEW.S Trendbarometer Ernährungswirtschaft NRW 2005	4
Drei Dinge braucht der Mittelstand	6
Gut – besser – am besten! Erfolgsrezepte aus dem Mittelstand	8
Was macht unsere Kinder fit? Ernährung und Bewegung!	10
NEW.S Schwerpunkt Personalarbeit	13
Werkzeugkasten Personalarbeit	14
NEW.S Schwerpunkt Logistik	15
Ausblick 2006 Gemeinsam besser werden	16



Christa Thoben
Ministerin für
Wirtschaft, Mittel-
stand und Energie
des Landes
Nordrhein-Westfalen

Unverzichtbar

Die Ernährungswirtschaft ist für uns unverzichtbar. Sie produziert unsere Mittel zum Leben, zur Gesundheit und für den Genuss. Aber auch für die Wirtschaft unseres Landes ist die Ernährungsbranche mit ihren rund 94.000 Arbeitsplätzen und einem Umsatz von 29,4 Mrd. Euro von größter Bedeutung.

Zudem – und das wird häufig übersehen – ist Nordrhein-Westfalen der wichtigste Standort der deutschen Ernährungswirtschaft. Etwa 20 Prozent des bundesdeutschen Umsatzes werden in Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet. Für ein Land, das mit Kohle und Stahl groß geworden ist, eine erstaunliche und erfreuliche Entwicklung.

Obwohl bei Verbrauchern vor allem die ganz großen Namen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft bekannt sind, ist die Branche vor allem durch kleine und mittlere Unternehmen geprägt. Für uns steht der Mittelstand im Zentrum der Wirtschaftspolitik – ohne dabei die großen Unternehmen aus dem Blick zu verlieren.

NEW.S gibt ein Beispiel, wie große und kleine Unternehmen gemeinsam mit ihren Sozialpartnern an der Zukunftsfähigkeit ihrer Branche arbeiten. Diese Branchenplattform unterstützt den Meinungs- und Erfahrungsaustausch und hilft, praxisnahe und innovative Lösungen zu entwickeln.

Die Ernährungswirtschaft hat gezeigt, dass sie sich den Herausforderungen der Zukunft stellt – und dabei erfolgreich ist. Wir wollen, dass das so bleibt. Ich wünsche dem Ernährungsbündnis NEW.S viel Erfolg für die weitere Arbeit.

Christa Thoben
Ministerin für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

Eine Branche im Wandel

Ernährungswirtschaft im Überblick

Die Ernährungswirtschaft ist ein starker Wirtschaftszweig in Nordrhein-Westfalen. Gemessen an Umsatz und Export ist Nordrhein-Westfalen bundesweit zugleich der stärkste Standort der Ernährungswirtschaft. Etwa 20 Prozent des bundesdeutschen Umsatzes der Branche werden in Nordrhein-Westfalen erzielt. Etwa jedes sechste Unternehmen der Branche ist hier ansässig.

Die durchschnittliche Betriebsgröße von 69 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zeigt, dass die Ernährungswirtschaft vor allem durch kleine und mittlere Unternehmen geprägt ist. Und sie ist dabei ausgesprochen produktiv. Der Durchschnittsumsatz pro Beschäftigtem liegt bei 284.000 Euro und damit um 20 Prozent über dem Bundesdurchschnitt der Branche. Spitzenreiter in punkto Produktivität sind die Hersteller von Ölen und

Fetten. Ihr Umsatz pro Beschäftigtem liegt mit 895.000 Euro deutlich höher als in allen anderen Teilbranchen.

In 2004 konnte die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft erneut ein Umsatzwachstum (+5,6%) verzeichnen, das zudem die Steigerung im Bund (+3,7%) übertroffen hat. Allerdings gilt diese Entwicklung nicht für alle Teil-

bereiche der Branche. Umsatzzuwächse erreichten insbesondere die Fleischverarbeitung (+31,5%), die Mahl- und Schalmühlen und Stärkehersteller (+12,6%) sowie die Hersteller von Süßwaren (+6,6%). Starke Umsatzverluste verzeichneten die Hersteller von Ölen und Fetten (-11%), die Brauereien (-9,7%) sowie die Milchverarbeiter (-9,6%).

Entwicklung von Umsatz, Betrieben und Beschäftigten in NRW und im Bund¹

	Umsatz in Mio €			Beschäftigte			Betriebe		
	1999	2002	2004	1999	2002	2004	1999	2002	2004
Bund	103.835,4	112.011,1	117.591,6	520.821	508.949	497.925	7.809	7.578	7.492
NRW	22.043,5	23.273,2	25.008,4	109.126	94.518	88.050	1.332	1.257	1.281

Quelle: Statistisches Bundesamt und Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung NRW, Betriebe mit – in der Regel – mehr als 20 Beschäftigten und fachliche Betriebsteile. In 2003 erfolgte eine Berichtskreisänderung mit der Aufnahme weiterer Betriebe.

Entwicklung von Ausbildungsstellen und -verträgen für die gewerblich-technischen Berufe der Ernährungsindustrie in NRW

Ausbildungsberuf	2002		2003		2004	
	gemeldete Ausbildungsstellen	realisierte Ausbildungsverträge	gemeldete Ausbildungsstellen	realisierte Ausbildungsverträge	gemeldete Ausbildungsstellen	realisierte Ausbildungsverträge
Brauer/in und Mälzer/in	26	27	28	31	26	38
Fachkraft für Fruchtsafttechnik	9	1	10	1	11	4
Molkerei Fachmann/-frau	25	20	24	23	25	11
Fachkraft für Lebensmitteltechnik	94	68	133	114	174	141
Fachkraft für Süßwarentechnik	35	28	26	32	35	26
Milchwirtschaftliche/r Laborant/in	18	17	22	10	16	13
Summe	207	161	243	211	287	233

Quelle: Landesarbeitsagentur NRW (LAA) und Statistisches Bundesamt

Der Export hat in Nordrhein-Westfalen um 8,7 Prozent zugelegt (Bund +11,6%). 2004 betrug die Exportquote der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft insgesamt 15 Prozent. Die Entwicklung in den einzelnen Teilbranchen der Ernährungswirtschaft ist auch hier sehr unterschiedlich. Exportstärkste Teilbranchen sind die Hersteller von Ölen und Fetten (36,9%), Mahl- und Stärkeerzeugnisse (31,1%) sowie Süßwaren (23,4%).

In 2004 verlief der Abbau von Arbeitsplätzen langsamer als in den Jahren zuvor. Gegenüber dem Vorjahr betrug er „nur“ noch 1,3 Prozent. Allerdings gibt es auch hier sehr unterschiedliche Entwicklungen in den Teilbranchen: Vor allem das Backgewerbe verzeichnete mit einem Rückgang von 1.500 Stellen eine weiterhin dramatische Entwicklung, während die Fleischverarbeitung Zuwächse von mehr als 1.000 Arbeitsplätzen erzielte. Auch im Bereich der Mineralbrunnen und Erfrischungsgetränke stieg die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr um 7 Prozent.

Besondere Leistungen zeigte die Ernährungswirtschaft auch im Bereich der Ausbildung. In Zeiten hoher Jugendarbeitslosigkeit hat die Branche ihr Ausbildungsengagement weiter gesteigert. In 2004 lag die Zahl der realisierten Ausbildungsverträge allein in den sechs modernen Berufen der Ernährungsindustrie bei 233 – und damit um 10 Prozent über dem Vorjahr. Insbesondere der Beruf Fachkraft für Lebensmitteltechnik hat dabei weiter an Gewicht gewonnen.

Übersicht über die Teilbranchen der Ernährungswirtschaft¹

Gesamtübersicht: ausgewählte Teilbranchen

	Umsatz 2004 in Mio.€	Verände- rung zum Vorjahr	Beschäf- tigte 2004	Verände- rung zum Vorjahr
Ernährungsgewerbe Bund insgesamt	117.591,6	3,69%	497.925	-0,19%
Ernährungsgewerbe NRW insgesamt	25.008,4	5,62%	88.050	-1,31%
Fleischverarbeitung	6.735,7	31,45%	18.350	6,25%
Herstellung von Backwaren (ohne Dauerbackwaren)	2.709,3	4,25%	23.979	-5,94%
Verarbeitung von Obst- und Gemüse	2.182,6	-2,85%	5.765	-5,63%
Herstellung von Süßwaren (ohne Dauerbackwaren)	2.146,5	6,60%	9.875	-0,33%
Herstellung von Bier	1.930,5	-9,72%	5.815	-4,83%
Milchverarbeitung	1.561,7	-9,60%	3.129	0,74%
Herstellung von Ölen und Fetten	1.175,5	-11,06%	1.314	-9,32%
Mineralbrunnen, Herstellung von Erfrischungsgetränken	1.046,4	0,12%	3.172	7,42%
Mahl-, Schalmühlen; Stärke, Stärkeerzeugnisse	879,4	12,62%	2.047	-1,21%
Herstellung von Futtermitteln	740,2	-5,41%	2.315	4,75%
Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln	681,3	-1,05%	2.736	-3,01%

In den dargestellten Teilbranchen werden 87,13% des Umsatzes der NRW-Ernährungswirtschaft erreicht.

In diesen Branchen sind 89,15% der Beschäftigten tätig.

Quelle: Statistisches Bundesamt und LDS NRW – Monatsberichte der Betriebe – fachliche Betriebsteile – und eigene Berechnungen

Anne Böing
Geschäftsführerin
NEW.S



Eine besondere Vereinbarung wurde im Mai 2005 zwischen der Gewerkschaft NGG und der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen getroffen. Ergänzend zur vereinbarten Tarifierhöhung haben sich die Betriebe verpflichtet, zusätzliche 15 Ausbildungsplätze anzubieten.

Außerdem wurde vereinbart, dass die Auszubildenden nach Beendigung ihrer Ausbildung für mindestens sechs Monate im Unternehmen weiterbeschäftigt werden. „Mit diesem Tarifabschluss haben wir unseren Anspruch auf Solidarität zwischen den Generationen in die Tat umgesetzt“, erklärte Thomas Gauger, Landesbezirksvorsitzender der Gewerkschaft NGG und Verhandlungsführer. „In der Milchwirtschaft gibt es qualifizierte Ausbildungsberufe, die eine interessante Perspektive bieten. Wichtig ist, dass dieses Angebot jetzt auch bekannt und von den jungen Menschen genutzt wird.“

Mehr Informationen und Zahlen zur Branche:
www.ernaehrung-news.de/brancheninfos

NRW im bundesdeutschen Vergleich¹ (Ernährungsgewerbe inkl. Tabakverarbeitung)

	Umsatz in Mio. €	Anteil in %	Auslands- umsatz in Mio. €	Anteil in %	Beschäf- tigte	Anteil in %	Fachliche Betriebs- teile
Nordrhein-Westfalen	25.232	19,2%	3.813	20,6%	88.892	17,5%	1.288
Bayern	18.712*	14,3%	3.304	17,8%	92.816	18,2%	1.363
Niedersachsen	19.284	14,7%	2.875	15,5%	69.059	13,6%	947
Baden-Württemberg	11.627	8,9%	1.784	9,6%	58.173	11,4%	1.016
Hessen	6.560	5,0%	817	4,4%	32.255	6,3%	499
Rheinland-Pfalz	5.368	4,1%	932	5,0%	25.338	5,0%	351
Sachsen	5.339	4,1%	192	1,0%	23.740	4,7%	474
Sachsen-Anhalt	5.196	4,0%	679	3,7%	19.949	3,9%	228
Schleswig-Holstein	4.348	3,3%	629	3,4%	19.051	3,7%	340
übrige Bundesländer	26.636	20,3%	3.055	16,5%	79.158	15,6%	1.018
Bund	131.273	100,0%	18.537	100,0%	508.702	100,0%	7.525

* aus Geheimhaltungsgründen in einigen Bundesländern kann das Ernährungsgewerbe nicht ohne die Tabakverarbeitung dargestellt werden.

Nur in Bayern ist der Umsatzwert ohne die Tabakverarbeitung ausgewiesen.

¹ Anmerkung: In den Tabellen sind die fachlichen Betriebs-
teile der Ernährungswirtschaft erfasst. Dadurch ergeben
sich Abweichungen ggü. der Statistik der Wirtschaftszweige.

Zum zweiten Mal legt NEWS die Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von Unternehmensleitungen und Betriebsräten aus der Ernährungswirtschaft vor. Das NEWS Trendbarometer fragt nach aktuellen Entwicklungen in den Unternehmen und zeichnet ein Stimmungsbild der Branche. Besonders interessant – und kennzeichnend für das Sozialpartnerprojekt NEWS – ist die gleichzeitige Befragung von Unternehmensleitungen und Betriebsräten. Wo gibt es unterschiedliche Meinungen, wo Übereinstimmungen? In 2005 standen wiederum vier Themenfelder im Mittelpunkt: Unternehmensentwicklung, Personalentwicklung, EU-Osterweiterung sowie Standortbedingungen in NRW. NEWS verwendet die Ergebnisse, um im kommenden Jahr passende Angebote für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft zu entwickeln. Gleichzeitig dienen die Ergebnisse dazu, die Erwartungen der Unternehmen an die Politik deutlich zu machen.



1: Problematische Umsatz- und Ertragsentwicklung

Die Erwartungen der Unternehmen für das zweite Halbjahr 2005 machen erneut das Problem des „Billig-Trends“ im Lebensmitteleinzelhandel sowie die Konsumzurückhaltung der Verbraucher deutlich. Zwar erwarten 36 Prozent der befragten Unternehmen einen steigenden Umsatz, aber nur 22 Prozent gehen auch von steigenden Erträgen aus. 60 Prozent der Unternehmen rechnen sogar mit stagnierenden oder rückläufigen Umsätzen.

2: Beschäftigtenentwicklung mit Hoffnungsschimmer?

Die schwierige Konjunkturlage und weitere Rationalisierungen schlagen sich auch in dieser Einschätzung nieder. Mehr als ein Viertel der Unternehmen geht von rückläufiger Beschäftigung aus. Allerdings erwarten knapp 30 Prozent der Unternehmen einen Aufbau von Arbeitsplätzen und 41 Prozent immerhin eine Stabilisierung der Beschäftigtenzahlen. Hier zeigt sich gegenüber dem Vorjahr eine etwas optimistischere Einschätzung.

3: Die größten Probleme der Unternehmen

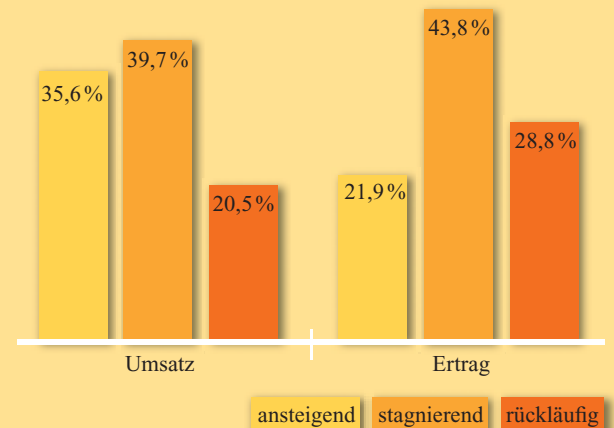
Gegenüber dem Vorjahr scheint der Problemdruck in jedem Bereich gestiegen zu sein. In 2005 ist aus Sicht der Unternehmensleitungen vor allem die Auftragsentwicklung und Absatzplanung problematisch. Betriebsräte benennen die Motivation der Beschäftigten und die Absatzplanung als wichtigste Problemfelder. NEWS wird die Problembeschreibung der Unternehmen zum Anlass nehmen, um die intern beeinflussbaren Faktoren, wie z.B. die Motivation der Beschäftigten, aufzugreifen.

4: Handlungsbedarf in der Personalentwicklung

Qualifiziertes und motiviertes Personal braucht Verantwortliche im Betrieb, die diese Entwicklung fördern. Das Trendbarometer zeigt erneut, dass im Bereich der Personalentwicklung noch Handlungsbedarf besteht. Ein knappes Drittel der befragten Unternehmen gibt an, dass niemand im Betrieb vollständig oder zumindest teilweise für die Personalentwicklung zuständig ist. Dies antworten nicht nur kleine Betriebe, sondern auch größere Organisationen. Etwa die Hälfte der Unternehmen verfügt über eine Person, die teilweise für die Personalentwicklung zuständig ist. Weitere 16 Prozent geben an, dass sich eine Person vollständig mit dieser Aufgabe befasst. Mit wachsender Betriebsgröße steigt tendenziell der Anteil der „Vollzeit- oder Teilzeit-Personalentwickler“. Dennoch darf Personalentwicklung kein Thema der Großen bleiben. Gerade die kleinen und mittleren Unternehmen der Branche werden den „Wettbewerb um die besten Köpfe“ nur dann gewinnen, wenn sie attraktive Arbeitsbedingungen und gute berufliche Entwicklungsmöglichkeiten bieten können.

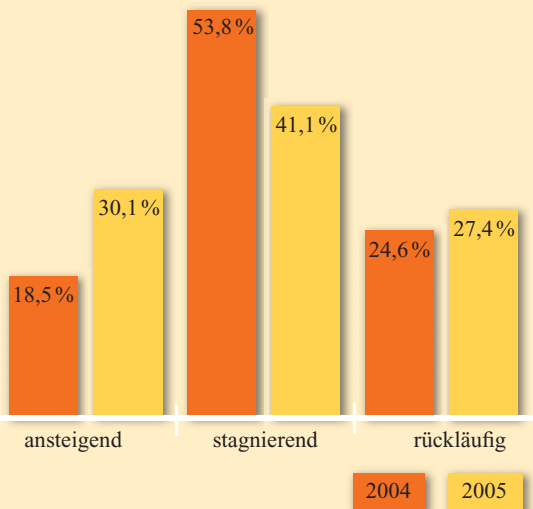
1

Welche Entwicklungen erwarten Sie für Ihr Unternehmen im zweiten Halbjahr 2005?



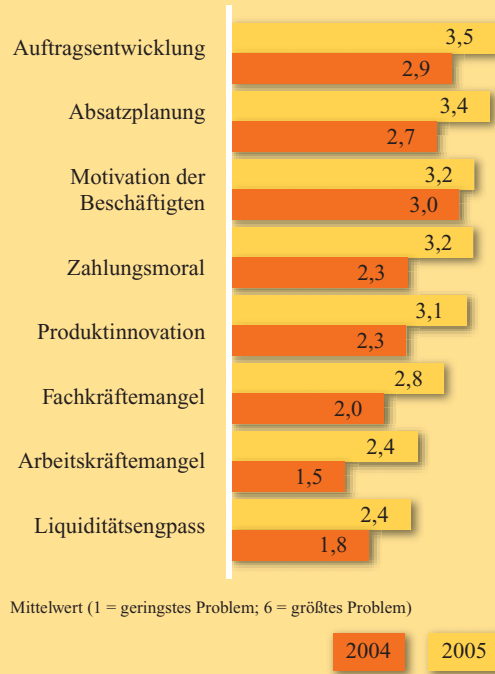
2

Welche Beschäftigungsentwicklung erwarten Sie für Ihr Unternehmen im zweiten Halbjahr?



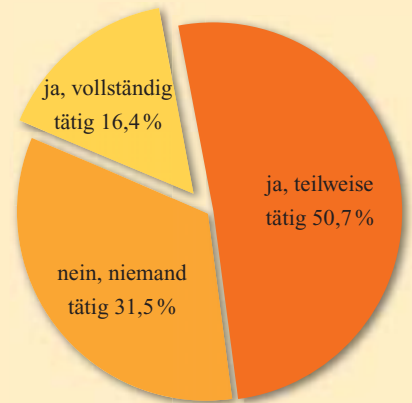
3

Wie schätzen Sie derzeit die nachfolgenden Problemfelder für Ihr Unternehmen ein?



4

Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Person, die für Personalentwicklung vollständig oder teilweise tätig ist?



5: Herausforderung: EU-Osterweiterung

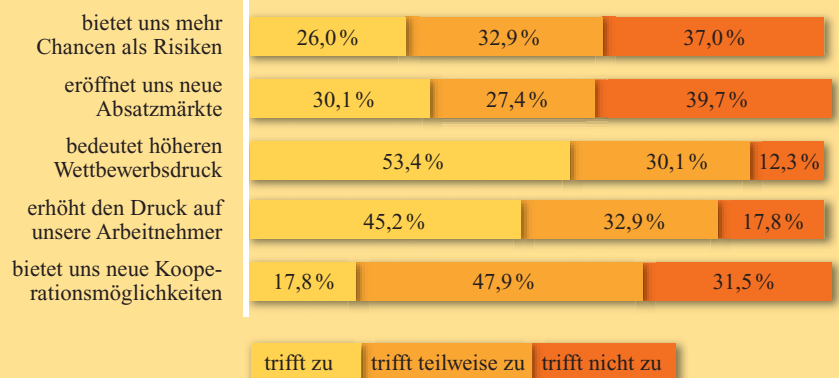
Die EU-Osterweiterung ist für die Ernährungswirtschaft mit Chancen und Risiken verbunden. Auf der einen Seite locken attraktive Investitionsstandorte, niedrige Personalkosten und lukrative Absatzmärkte. Auf der anderen Seite steht die Sorge um steigenden Wettbewerbsdruck und Angst um die heimischen Arbeitsplätze. Das NEWS Trendbarometer zeigt, dass Unternehmensleitungen und Betriebsräte beide Seiten dieser Medaille sehen. Allerdings sind die Befürchtungen bei den Betriebsräten deutlich stärker ausgeprägt.

Neue Absatzmärkte erwarten 37 Prozent der Unternehmensleitungen (18% der Betriebsräte). Rund 40 Prozent der Unternehmensleitungen und 64 Prozent der Betriebsräte erwarten höheren Wettbewerbsdruck.

Insgesamt glauben 31 Prozent der Unternehmensleitungen, dass die EU-Osterweiterung mehr Chancen als Risiken bietet. Bei den Betriebsräten sind nur 18 Prozent dieser Meinung.

5 Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen aus Sicht Ihres Unternehmens?

Die EU-Osterweiterung...



Die Ergebnisse des Trendbarometers zum Download unter www.ernaehrung-news.de/brancheninfos



Karl-Uwe Bütöf,
Abteilungsleiter
des Ministeriums
für Wirtschaft,
Mittelstand und
Energie des Landes
NRW

Drei Dinge braucht der Mittelstand

„Ich hatte nicht erwartet, dass ich heute zu meinem Gewicht befragt werde.“ war die überraschte Reaktion von Karl-Uwe Bütöf auf die Eingangsfrage der Moderatorin Gisela Steinhauer. Doch dann sprach Karl-Uwe Bütöf, Abteilungsleiter im Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes NRW, über die Politik der neuen Landesregierung. Deren erklärtes Ziel sei es, die Interessen der Ernährungswirtschaft zu bündeln und Innovationen zu fördern, um damit die Beschäftigung in der Ernährungswirtschaft langfristig zu sichern.

Mit mehr als 1.000 Betrieben und fast 94.000 Beschäftigten bezeichnete Bütöf die Ernährungsbranche als einen der wichtigsten Wirtschaftsbereiche Nordrhein-Westfalens.

Bütöf kritisierte allerdings, dass häufig darüber geklagt werde, wie schlecht es der deutschen Wirtschaft gehe. „Es geht uns besser, als wir selbst glauben wollen“, meinte er auch mit Blick auf die Ernährungswirtschaft. Durch den Branchentag erhoffe er sich deshalb auch ein Signal, damit Beschäftigte und Arbeitgeber „mehr Lust auf Zukunft haben.“ Dabei verwies Bütöf auf die insgesamt

positive Bilanz der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Optimismus und die Fähigkeit, voneinander zu lernen und Erfahrungen zu teilen, zeichne die Ernährungsindustrie im Lande aus. Trotz zahlreicher Herausforderungen und konjunktureller Schwierigkeiten sei es den vorwiegend mittelständischen Unternehmen gelungen, neue Chancen zu erkennen und ihre Potenziale zu nutzen. Steigender Umsatz und Export, aber auch stabile Beschäftigung und steigende Ausbildungszahlen kennzeichneten viele Teilbereiche der Branche.



Trotz des vergleichsweise guten Standes der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen, sah Bütöf auf manchen Feldern dennoch Verbesserungsbedarf, dem man sich in Zukunft besonders widmen müsse, um auch weiterhin im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Es gelte verstärkt Innovationen zu fördern, neue Strategie- und Marketingkonzepte zu entwickeln sowie die Qualifizierung der Beschäftigten sicherzustellen.

In diesen drei Bereichen habe NEW.S in den vergangenen Jahren bereits viel geleistet. Zum Beispiel seien die Ausbildungszahlen gestiegen, unter anderem, weil die gewerblich-technischen Ausbildungsberufe durch die Arbeit von NEW.S inzwischen bekannter geworden seien. Diese positive Entwicklung sei aus vielen Gründen besonders hervorzuheben. So habe die Ernährungsindustrie in Zeiten hoher Jugendarbeitslosigkeit ihr Ausbildungsengagement gesteigert, für junge Menschen eine Berufsperspektive geschaffen und damit einen der wesentlichsten Beiträge zur eigenen Zukunftssicherung geleistet.

Doch nicht nur die Ernährungswirtschaft selbst müsse bereit für Veränderungen sein. Auch im eigenen Hause gebe es Innovationsbedarf. Zum Beispiel bei der Frage des Bürokratieabbaus, der insbesondere beim Lebensmittelrecht von Seiten der Unternehmen häufig kritisiert werde. Um Bürokratie schrittweise abbauen zu können, müsse es jedoch zunächst eine Übersicht über alle landes- und bundesrechtlichen Vorschriften ge-

ben. Diese Übersicht werde zurzeit erarbeitet. „Ich wünsche mir einen offenen und unvoreingenommenen Dialog untereinander und Veränderungsbereitschaft von allen Seiten.“

Bütöf forderte die Anwesenden auf, Fragen oder Beispiele rund um das Thema „Bürokratie“ an seine Adresse zu richten. Er versprach, diesen Fragen nachzugehen – und wenn möglich – Lösungswege aufzuzeigen.

Gut – besser – am besten! Erfolgsrezepte aus dem Mittelstand



Auch bei der Begrüßung von Ulrike Detmers ging es zunächst um gesunde Ernährung. Auf die Frage, wie die Mutter von zwei Kindern den Kampf ums tägliche Nutella entscheide, sagte sie „Gott sei Dank gibt es Vollkornbrot, da kann Nutella drauf.“ Ulrike Detmers ist Miteigentümerin und wissenschaftliche Beirätin der Mestemacher-Gruppe in Gütersloh, einem mittelständischen Unternehmen mit rund 200 Beschäftigten, das Spezialbrote herstellt. Darüber hinaus ist die 49-jährige Professorin für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Personal- und Organisationsmanagement an der Fachhochschule Bielefeld. In ihrem Vortrag verriet sie dann jedoch nicht die erfolgreichen Rezepte der Spezialbrote von Mestemacher, sondern das Erfolgsrezept, wie sich Mestemacher als A-Marke auf dem Markt etablieren konnte und wie man sich für die Zukunft gerüstet hat.

Die superlative Steigerung „gut – besser – am besten“ entsteht durch die Summierung von drei Marketingphilosophien und entsprechenden Maßnahmen:

- 1. konsumentengerechtes Konsum- und Dienstleistungsmarketing**
- 2. mitarbeitergerechtes Personal-Marketing sowie**
- 3. gesellschaftsgerechtes Social-Marketing.**

Unternehmen erreichen das Prädikat „am besten“, wenn die Zielpersonen von der Verlässlichkeit des Unternehmens überzeugt sind und aus dem Leistungsangebot der Firma einen persönlichen Gewinn bzw. Ertrag ziehen. Zudem identifizieren sich die Zielpersonen mit dem Leistungsspektrum des Unternehmens. Zielpersonen sind insbesondere Konsumenten, Fach- und Führungskräfte, Arbeitnehmervertreter und Kapitalgeber.

Das beste Unternehmen erfreut sich größter Beliebtheit bei den Verbrauchern und der Belegschaft sowie bei Nachwuchskräften, weil es deren Nutzen optimiert. Das beste Unternehmen hat das beste Markenimage, die höchste Markenidentität und Markentreue sowohl als Produzent wie auch als Arbeitgeber. Sowohl das Employer Brand als auch der Brand Name, d.h. der Markenname in Verbindung mit den angebotenen Produkten bzw. Dienstleistungen, schaffen wiederum einen höchsten Markenwert.

Das beste Unternehmen erzielt trotz der demografischen Risiken Wachstum und steigert seine Konkurrenzfähigkeit, denn es hat eine starke Motivationskraft, fördert in hohem

Maße die Arbeitszufriedenheit und zieht die talentiertesten Nachwuchskräfte an. Die gesamte menschliche Leistungskraft ist in der Lage, konsumentengerechte Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und das Bestehen des Unternehmens zu sichern.

Das beste Unternehmen geht im Wettbewerb um qualifizierte Fach- und Führungskräfte als Sieger hervor. Deutschland verliert demografisch bedingt an Arbeitskraft, die Verknappung talentierter Köpfe spürt das beste Unternehmen kaum. Dem besten Unternehmen gelingt es, Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungen zu sichern. Das Familienunternehmen Mestemacher fördert zugunsten der Anziehungskraft als Arbeitgeber betriebliche Partnerschaft zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern. Mestemacher setzt sich für Eltern und die Vereinbarung von Familie und Beruf ein.

Außerdem entwickelt Mestemacher geschlechtlich gemischte Führungsteams. Gesellschaftlich engagiert sich das mittelständische Familienunternehmen für das Image und die bessere finanzielle Ausstattung der qualifizierten Ganztagskinderbetreuung in Deutschland. Die Förderung der Chancengleichheit von Frauen und Männern im Top-Management beabsichtigt Mestemacher mit der jährlichen Würdigung einer Top-Managerin der deutschen Wirtschaft.

Prof. Dr. Ulrike Detmers
Mestemacher Gruppe Gütersloh

„Ich hoffe, ich konnte Ihnen einige Impulse geben. Vieles, was ich Ihnen vorgestellt habe, erscheint Ihnen vielleicht neu!“

Natürlich spüre auch Mestemacher den harten Konkurrenzkampf im Handel, sagte Ulrike Detmers. Langfristig werden nur Unternehmen überleben, die sich als A- oder C-Marke etablieren, so die Einschätzung der Unternehmerin. Mestemacher gehöre als A-Marke mittlerweile zu den besten Unternehmen dieser Branche. Erreicht habe man das unter anderem durch trendgerechte Produktinnovationen, entsprechende Werbekampagnen, ein gleich bleibend hohes Qualitätsniveau aber auch durch soziales Engagement. „Ein Unternehmen, das sich sozial engagiert, erreicht den Superlativ „am besten“ am ehesten“, sagte sie überzeugt. Das soziale Engagement von Mestema-

cher reiche dabei weit über das eigene Unternehmen hinaus. Detmers ist Initiatorin des Mestemacher-Kita-Preises. Damit werden Unternehmen ausgezeichnet, die sich vorbildlich um Kinderbetreuung kümmern. Eine weitere Zutat des Erfolgsrezeptes für ein so genanntes „bestes Unternehmen“, sei auch die Gleichstellung von Frau und Mann, die bei Mestemacher groß geschrieben werde. „In unserer Gesellschaft kommt es auf die Leistung an und nicht auf's Geschlecht“, sagte Detmers. Die Chancengleichheit von Frauen und Männern im Top-Management fördert Mestemacher mit der jährlichen Würdigung einer Top-Managerin der deutschen Wirtschaft.

Ein Unternehmen könne zukünftig zudem nur dann konkurrenzfähig sein, wenn es qualifizierte Fachkräfte finde. Bereits für das Jahr 2010 werde aufgrund des demografischen Wandels bundesweit ein Fachkräftemangel prognostiziert. Das Familienunternehmen Mestemacher fördere als Arbeitgeber zudem die betriebliche Partnerschaft zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern.

Frau Detmers Vortrag warf auch einige Fragen auf, zum Beispiel wie bei Mestemacher mit Zeit- oder Leiharbeit umgegangen werde. Nur in Notfällen würde man darauf zurückgreifen, sagte Detmers, unter anderem auch deshalb, weil „sie in der Regel zu teuer ist.“ Auch die Frage, wie es bei Mestemacher mit der Qualifizierung der Beschäftigten aussehe, war von Interesse. Ausgebildet werde nur in der Verwaltung, sagte Detmers, allerdings werde die Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter groß geschrieben, da die „Halbwertszeit des Wissens“ mittlerweile sehr kurz sei. Überrascht schien das Publikum auch über die konsequente Umsetzung der Gleichstellung von Mann und Frau im Unternehmen. Gemischt geschlechtliche Führungsteams seien ja nach wie vor die Ausnahme, sagte ein Teilnehmer. „Es ist erst Mal eine Frage der Kultur und des Willens“, sagte Detmers überzeugt. Traditionelle Grundhaltungen seien historisch gewachsen, und diese Strukturen aufzubrechen, sei das erklärte Ziel bei Mestemacher. Allerdings sei der Wille dafür die Voraussetzung.



Prof. Dr.
Ulrike Detmers
Mestemacher Gruppe
Gütersloh



Im Report der WHO-Consultation 2000 wird von der Adipositas als der globalen Epidemie des kommenden Jahrhunderts gesprochen und auf den dramatischen Anstieg der Fettleibigkeit bei Erwachsenen und Kindern seit 1980 verwiesen. Waren in den USA 1980 noch ca. 6 Prozent aller Kinder zwischen 6–11 Jahren adipös, stieg ihre Zahl auf 15 Prozent im Jahr 2000. In Europa findet sich eine gleichsinnige Tendenz mit einem eindeutigen Nord-Süd-Gefälle: Je südlicher die Kinder aufwachsen, umso dicker sind sie. So leben in Malta und Süditalien ca. 35 Prozent übergewichtige und adipöse Kinder, während es in Skandinavien nur 15 Prozent sind. Aber es bestehen auch regionale Unterschiede: So leben in den Niederlanden nur 12 Prozent übergewichtige und adipöse Kinder, während es in Deutschland 16 Prozent sind.

Was macht unsere Kinder fit? Ernährung und Bewegung!

Die Probleme beginnen mit der Definition dessen, was Übergewicht und Adipositas eigentlich sind. Dazu hat die WHO nach internationaler Übereinkunft den Body-Maß-Index eingeführt, der sich im Prinzip aus den gemessenen Werten von Körpergewicht (kg) geteilt durch das Quadrat der Körpergröße (m²) leicht errechnen lässt. Das Übergewicht beginnt geschlechtsunabhängig bei Männern und Frauen mit einem BMI größer 25 und kleiner 30, die Adipositas 1. Grades besteht ab einem BMI von 30 bis 35, die Adipositas 2. Grades von einem BMI ab 35 bis 40 und die extreme Adipositas liegt mit dem BMI größer 40.

Macht die Adipositas krank?

Nach allen vorliegenden medizinischen Daten kann und muss diese Frage eindeutig bejaht werden, wenn die Adipositas über Jahre hinweg besteht oder wie so oft noch zunimmt! Sie verursacht u.a. das Metabolische Syndrom, bekannt als „Tödliches Quartett“ aus Fettstoffwechselstörungen, Insulinresistenz und Typ 2-Diabetes sowie Bluthochdruck und Gicht. Herzinfarkte, Hirnschläge und auch orthopädische Invalidität schon im dritten oder vierten Lebensjahrzehnt können die Folge sein und

zum frühzeitigen Tod führen. Die Einbußen an Lebensqualität oder die Gefahr psychosozialer Vereinsamung sind dabei gar nicht erfasst.

Gilt dies auch schon für Kinder und Jugendliche?

Ist die Adipositas schon eine Krankheit oder noch eine chronische Gesundheitsstörung, die unbeeinflusst in das Metabolische Syndrom einmündet? Medizinisch gesehen ist die Frage zu bejahen, sozialrechtlich ist sie aber noch nicht entschieden!

Abschließend sei festgehalten, dass die in den Ländern der „ersten“ Welt eindeutig belegbare Zunahme der Adipositas eine historisch bislang noch nicht da gewesene sozialmedizinische, politische und ökonomische Herausforderung darstellt. Unbehandelt wird die Adipositas mit ihren krankmachenden Folgen sicher epidemische Ausmaße erreichen, wie dies für die USA und auch europäische Staaten schon jetzt gilt. Handlungsoptionen müssen sich sowohl Konzepten der Verhaltens- wie der Verhältnisprävention bedienen. Angesichts der komplexen Zusammenhänge sind vorschnelle Schuldzuweisungen besonders an die Adresse der Betroffenen überflüssig und erwiesenermaßen unwirksam.

Dr. med. Wolfram Hartmann,
Präsident Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ)

Talkrunde

Vorbildfunktion der Eltern

Wichtigste Gründe für die steigende Zahl übergewichtiger Kinder sind falsche Ernährung und mangelnde Bewegung. Rund ein Viertel der Bevölkerung wisse nicht, wie man sich gesund ernähre. Außerdem spiele Sport in vielen Familien kaum noch eine Rolle, so die Erfahrung von Wolfram Hartmann. Auch bestehe ein Zusammenhang zwischen gesunder Ernährung und Bildung. Dicke Kinder und Erwachsene gebe es häufiger in niedrigen als in höheren sozialen Schichten. Viele Eltern seien heute zudem keine Vorbilder mehr, sagte Hartmann und zitierte Karl Valentin: „Sie können ein Kind noch so viel erziehen wie sie wollen, es macht doch nur das nach, was die Eltern vormachen.“

„Kann sein, dass das, was ich jetzt sage, nicht allen Teilnehmern im Saal gefällt“, sagte Hartmann und formulierte an die Ernährungswirtschaft gewandt einige provokative Vorschläge zur Bekämpfung des Übergewichts. Er plädierte für ein Werbeverbot für energiedichte und fettreiche Nahrungsmittel in Kindersendungen. Auch eine Kennzeichnung nach dem Energiegehalt sollte eingeführt werden. Nicht zuletzt könne durch die Reduzierung des Fettgehaltes in Lebensmitteln eine deutliche Reduktion der „Fettlast“ in der Bevölkerung erreicht werden. Aber auch Kontrollen des Nahrungsmittelangebotes an Schulen und anderen öffentlichen Einrichtungen könne helfen, den Anteil von Obst und Gemüse auf dem Speiseplan von Kindern zu erhöhen.



Verhaltensänderung nötig

Doch schon die Frage, was gesund ist, kann nicht immer eindeutig beantwortet werden. Achim Stiebing, Professor an der Fachhochschule Lippe und Höxter, wies darauf hin, dass eine solche Unterscheidung nicht allein an der Energiedichte festzumachen sei. Es bringe nichts, einzelne Lebensmittel zu verteuern. Auch wenn kalorienarme Lebensmittel im Angebot seien, würden sie noch lange nicht gekauft. Schon vor dreißig Jahren habe man begonnen, fettreduzierte Wurst zu verkaufen, damals allerdings ohne Erfolg. Auch heute funktioniere verändertes Ernährungsverhalten bei Jugendlichen nur über Bewusstseinswandel. Für sie müsse es einfach „cool sein, normalgewichtiger zu sein.“ Und das werde man nicht über Zwangsmaßnahmen erreichen.

Die Talkrunde von links nach rechts:
Prof. Achim Stiebing,
Harald Seitz,
Gisela Steinhauer,
Franz-Josef Möllenberg,
Harald Stoffels,
Dr. med. Wolfram Hartmann

Zustimmung erhielt Dr. Wolfram Hartmann von Franz-Josef Möllenberg, dem Vorsitzenden der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten. Womöglich seien die Folgen von Übergewicht noch drastischer als geschildert: „Die heutige Generation von Fettleibigen hat große Chancen, vor ihren Eltern zu sterben.“ Möllenberg plädierte für einen maßvollen Umgang mit Genüssen und kritisierte das Bildungsdefizit in den Schulen. „Wir brauchen wieder ein Fach wie Hauswirtschaftslehre, damit Kinder den richtigen Umgang mit Lebensmitteln lernen.“ Er lehnte allerdings Eingriffe des Gesetzgebers wie die Einführung einer Kennzeichnungspflicht ab. „Was wir brauchen, ist ein Bewusstseinswandel.“



von links nach rechts:
Harald Seitz,
Dr. med. Wolfram
Hartmann,
Harald Stoffels,
Franz-Josef
Möllenberg,
Prof. Achim Stiebing,

Aussitzen ist die schlechteste Lösung

An Informationen mangle es nicht, bekräftigte auch Harald Seitz vom aid Infodienst. Im Grunde wüssten die meisten, wie sie sich ernähren müssten. „Sie tun es nur nicht.“ Er appellierte an die Unternehmen, sich intensiv mit dem Thema zu beschäftigen. „Hier handelt es sich nicht um ein Trendthema, das morgen niemanden mehr interessiert.“ Dieser Tatsache müsse man sich als Lebensmittelproduzent stellen und nach Produktinnovationen suchen, um langfristig am Markt zu bestehen. „Aus-sitzen ist mit Sicherheit die schlechteste Lösung.“ Neben Produktinnovationen sei aber auch soziales Engagement der Unternehmen nötig. So könnten sich Unternehmen in Kindergärten und Schulen engagieren. „Es müssen nicht immer Sportprojekte sein. Auch die Förderung von Nachhilfe- oder Sprachunterricht hilft bei der Bekämpfung von Übergewicht!“

Sport, Spaß und Lebensfreude sind für Harald Stoffels von der Firma Intersnack die besten Mittel gegen Übergewicht. „Ich denke, wer sich ausreichend bewegt und ausgewogen ernährt, kann auch in Maßen Chips und Süßigkeiten essen.“ Intersnack unterstützt mit seinem Projekt „Fit am Ball“ den Schulsport an rund 1000 Schulen in Deutschland, begleitet von einer Ernährungsaufklärung. Dass ein Chips-Hersteller sich im Kampf gegen Übergewicht engagiert, regte zu kritischen Nachfragen an. Doch Stoffels sah darin keinen Widerspruch. „Wenn wir immer weiter die immer gleichen Vorwürfe reproduzieren, führt das in der Sache nicht weiter.“ Zudem seien Chips nicht die Ursache dafür, dass Kinder und Jugendliche immer dicker würden. Jeder Deutsche esse rein statistisch pro Jahr höchstens fünf Tüten Chips.

Handlungsbedarf ist erkannt

Der Vorschlag aus dem Publikum, statt einer Zutatenliste auf der Verpackung die Lebensmittel mit rot für ungesund, gelb für halbwegs gesund und grün für gesund zu kennzeichnen, fand keine Zustimmung unter den Talkrunde Teilnehmern. Genau das sei der falsche Weg, sagte Harald Seitz, denn keiner könne sagen, welches Lebensmittel rot, gelb oder grün sei. Auch Franz-Josef Möllenberg wandte sich gegen eine Kennzeichnung. „Ich halte überhaupt nichts davon, Lebensmittel mit Beipackzetteln zu versehen.“ Man müsse sich darüber im Klaren sein, dass Fettleibigkeit eine Krankheit dieser Zeit sei. Angesichts steigender Krankheitskosten, die durch Fettleibigkeit verursacht würden, stünde die Gesellschaft vor einem Riesenproblem. Es sei zu kurz gegriffen, die Schuldigen vorschnell bei der Industrie zu suchen. Eine Veränderung zu erreichen, sei ein „ganz, ganz, ganz mühsamer Prozess.“ „Der Handlungsbedarf ist erkannt“, sagte Franz-Josef Möllenberg zum Abschluss der Talkrunde und lobte die Bereitschaft der Teilnehmer des Branchentages „dass man sich hier dieser unbequemen Frage stellt.“

In Deutschland machen etwa 69 Prozent der Beschäftigten

„Dienst nach Vorschrift“ und 18 Prozent haben die innere

Kündigung bereits vollzogen. Das ist das erschreckende Er-

gebnis einer Studie zur Messung der emotionalen Bindung

von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Gallup-Insti-

tutes aus dem Jahr 2004. Der gesamtwirtschaftliche Scha-

den, der zum Beispiel durch hohe Krankenstände, uner-

wünschte Fluktuation oder niedrige Produktivität entsteht,

ist dabei durchaus beträchtlich. Gallup beziffert den jähr-

lichen Schaden auf rund 240 Mrd. Euro.

NEWS Schwerpunkt Personalarbeit

Dennoch – und auch das ist ein Ergebnis der Gallup-Studie – ist dieser Befund keine Schelte in Richtung Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. Die Ursache für die geringe Mitarbeiterbindung liegt der Studie zufolge vor allem in „schlechter Führung“ und ist damit ein hausgemachtes Problem.

Die gute Nachricht ist, dass die Bindung und Motivation der Beschäftigten auch wieder verbessert werden kann. Dies war für NEWS Anlass, gemeinsam mit den Gallup-Experten ein Praxisforum zur Mitarbeiterbindung anzubieten.

Personalverantwortliche und Betriebsräte der Ernährungsindustrie kennen das Problem mangelnder Motivation. „Wie kann ich Menschen motivieren, die eigentlich nur noch bei uns sind, weil es auf dem Arbeitsmarkt im Moment keine Alternative gibt?“ lautete die Frage einer Personalleiterin.

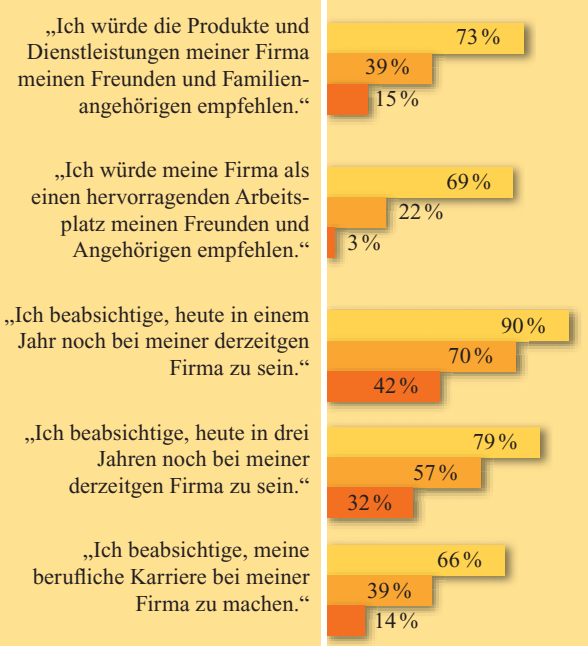
Im NEWS Praxisforum konnten die teilnehmenden Geschäftsführer, Personalleiter und Betriebsräte kennen lernen, wie eine Verbesserung der Mitarbeiterbindung schrittweise erreicht werden kann. Der erste Schritt auf diesem Weg ist eine genaue Analyse der Situation im

Betrieb. Gallup hat dazu 12 zentrale Fragen Q12® entwickelt, mit denen die Zufriedenheit eines Mitarbeiters und seiner Arbeitssituation analysiert werden kann.

„Was wir hier heute hören, ist eigentlich nichts Neues, sondern etwas Selbstverständliches“, so die Meinung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Und trotzdem – auch da war man sich einig – sei es sehr schwer, diese Punkte im hektischen Tagesgeschäft immer wieder umzusetzen.

Annette Lemke, Personalleiterin bei der Metro AG berichtete über ihre Erfahrungen mit dem Thema „Mitarbeiterbindung“. Sie warnte davor, Mitarbeiterbefragungen durchzuführen, ohne später auch die Ergebnisse zu veröffentlichen und Taten folgen zu lassen. Verbesserungen könnten nur erreicht werden, wenn auch die Geschäftsführung solche Prozesse unterstütze. Zum Schluss gab sie den Teilnehmenden ihre zentrale Erfahrung mit auf den Weg: „Scheuen Sie sich nicht vor Emotionen! Emotionale Mitarbeiterbindung ist nur mit Emotionen möglich!“

Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber nach dem emotionalen Bindungsgrad



Basis: ArbeitnehmerInnen ab 18 Jahren; Quelle: Gallup GmbH; Stand 2004

hohe } emotionale Bindung
geringe }
keine }

Die nächsten NEWS Praxisforen zur Personalarbeit:

- 16.02.2006: Konfliktgespräche sicher führen
- 23.03.2006: Tarifliche Altersvorsorge jetzt weiterentwickeln
- 18.05.2006: Mitarbeiter fair beurteilen
- 20.06.2006: Ausbildung mit Pfiff gestalten und erfolgreich umsetzen

Eingeladen sind Geschäftsführungen, Personalverantwortliche und Betriebsräte der Ernährungswirtschaft NRW.

Weitere Infos unter www.ernaehrung-news.de

Werkzeugkasten **Personalarbeit**



Wie analysiere ich Bewerbungsunterlagen? Mit welchen Anreizen motiviere ich Mitarbeiter? Oder wie beteilige ich sie an Entscheidungen? Diese und viele weitere Fragen werden in dem „Werkzeugkasten Personalarbeit – Erfahrung sammeln – Erfahrung teilen“ beantwortet, der erstmals auf dem Branchentag 2005 vorgestellt wurde.

Die Lose-Blatt-Sammlung im DIN A4-Format enthält nicht nur praktische Informationen, sondern auch Musterformulare, Checklisten und Empfehlungen zum Weiterlesen, die die Personalentwicklung einfacher machen sollen. Ausgewählte Instrumente der Personalentwicklung werden zudem im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile dargestellt. Der Werkzeugkasten Personalarbeit ist aus den NEWS-Trainings zur Personalentwicklung entstanden. An den Workshops nahmen Geschäftsführungen, Personalverantwortliche und Betriebsräte teil. Die wesentlichen Inhalte der ersten Veranstaltungen sind jetzt in dem „Werkzeugkasten Personalarbeit“ zusammengefasst. Zum jetzigen Zeitpunkt enthält er vier Themenkomplexe:

- Personalauswahl
- Mitarbeiterführung
- Qualifizierung
- Personalbewertung

Den Werkzeugkasten Personalarbeit (inkl. Ergänzungen) gibt es gegen eine Schutzgebühr von 15,00 Euro bei NEWS, Merowingerplatz 1, 40225 Düsseldorf. Bestellungen per Fax: 0211 311 24 52 oder per mail: info@ernaehrung-news.de

Der „Werkzeugkasten Personalarbeit“ richtet sich vor allem an kleine und mittlere Unternehmen, denen er als schnelles Nachschlagewerk dienen soll.

Für die Zukunft ist geplant, den „Werkzeugkasten Personalarbeit“ um inhaltliche Themen und vor allem Praxisbeispiele aus den Unternehmen zu erweitern. So entsteht schrittweise ein Praxishandbuch für die Personalarbeit in der Ernährungswirtschaft.

In 2005 hat NEW.S mit der „Workshop-Reihe Logistik“ ausgewählte Themen aufgegriffen und Geschäftsführungen, Logistiker und Betriebsräte zum Erfahrungsaustausch eingeladen.

Make or buy?

Für die Unternehmen der Ernährungs-wirtschaft ist die Frage, ob die Lagerhaltung in Eigenregie durchgeführt oder aber an einen Dienstleister vergeben werden soll, von strategischer Bedeutung. Ein NEW.S-Workshop befasste sich daher mit dem Thema „Warehousing – die Lagerhaltung als Kernkompetenz der Ernährungsindustrie?“ Die Teilnehmer konnten verschiedene Konzepte und Entscheidungskriterien kennen lernen, nach denen Unternehmen der Branche ihre Lagerhaltung organisiert haben. So setzt beispielsweise Dr. Oetker aus Gründen der Qualitätssicherung auf Eigenregie. Demgegenüber wird bei Haribo seit September 2003 die Warendistribution durch einen Dienstleister gemanagt. Das Beispiel einer gelungenen Kooperation in der Lagerhaltung steuerte die pharmazeutische Industrie bei. Unter dem Namen PharmLog kooperieren mittelständische Pharmaunternehmen im Bereich der Distribution. Hans-Peter Meid, Geschäftsführer der PharmLog, ermunterte die Teilnehmer des Workshops, über eigene Kooperationsmöglichkeiten nachzudenken. „Je kleiner das Unternehmen, um so größer der Nutzen, der aus der Kooperation gezogen werden kann,“ sagte der Unternehmer.

Vom Einkauf bis zum Kunden

Auf dem zweiten NEW.S Logistik-Workshop ging es um Optimierungsmöglichkeiten in der so genannten „Supply Chain“. Der Workshop zeigte, wie vielfältig die Ansatzpunkte zur Verbesserung der Supply Chain sein können. Neue Wege der Kundengewinnung und Kundenbindung am Beispiel Bofrost standen dabei ebenso auf der Tagesordnung wie technische Lösungen (RFID) oder Fragen der Standardisierung (ECR).

„Wir müssen kooperieren, um zu überleben!“

Besondere Aufmerksamkeit schenkten die Teilnehmer dem Vortrag von Gerhard Kamlage (Coppentrath & Wiese). Er stellte sein Beispiel einer gelungenen Kooperation vor. Vor drei Jahren schloss sich Coppentrath & Wiese mit der apetito AG und der Roncadin GmbH zusammen. Seitdem werden Auftragsannahme, Lagerung, Konfektionierung und Transport für diese drei Unternehmen zentral am Standort Osnabrück von der Overnight Tiefkühl-Service GmbH, einer 100-prozentigen Tochter von Coppentrath & Wiese durchgeführt. Dabei spielt das Logistikzentrum und die dort vorhandene technische Infrastruktur eine bedeutende Rolle. Heute erreicht das Logistikzentrum Kennzahlen, die sich andere nur wünschen können. Dieser Erfolg ist kein Zufall. Die Bündelung der Kapazitäten und des Know-hows haben sich bezahlt gemacht. „Nur wer sich die Arbeit selber macht, kann das Geld, das andere mit diesem Volumen gerne verdient hätten, selber behalten“, lautete sein Fazit. Auch der Betriebsrat von Coppentrath & Wiese beurteilt die Kooperation ausgesprochen positiv.

„Wir sind als Betriebsrat in der glücklichen Lage, uns mit der Einstellung neuer Mitarbeiter zu beschäftigen.“

„Das hat auch damit zu tun, dass wir innovative und kostengünstige Lösungen im Logistikbereich gefunden haben“, sagte Karl-Heinz Huckriede, Betriebsratsvorsitzender bei Coppentrath & Wiese. NEW.S wird auch weiterhin die Plattform für Praktiker der Ernährungswirtschaft NRW sein.

Aktuelle Veranstaltungshinweise:
www.ernaehrung-news.de/infothek



NEW.S Schwerpunkt Logistik

Die Optimierung logistischer Prozesse spielt gerade für die Ernährungsunternehmen eine zentrale Rolle. Lebensmittel müssen pünktlich, richtig temperiert und nach Kundenwunsch ausgeliefert werden. Der NEW.S Logistikreport aus dem Jahr 2004 hat aufgezeigt, dass in vielen Bereichen der Logistik noch erhebliche Verbesserung- und damit Kosteneinsparpotenziale bestehen. Die gilt für den Lager- und Transportbereich ebenso wie für Einkauf und Vertrieb.

Dr. Hans-Günter Fix
Hauptgeschäftsführer Arbeitgeberverband der Ernährungsindustrie NRW

Jürgen Witt
Geschäftsführer Arbeitgeberverband Rheinisch-Westfälischer Brauereien und Mälzereien

Thomas Gauger
Landesbezirksvorsitzender Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten NRW



Merken Sie sich schon jetzt den 7. September 2006 für den Branchentag 2006 vor.

Ausblick 2006 Gemeinsam besser werden

Das Sozialpartnerprojekt NEWS ist mittlerweile ein fester Bestandteil der nordrhein-westfälischen Ernährungs-wirtschaft geworden. Unserem Leitmotiv „Gemeinsam besser werden“ haben sich in den vergangenen Jahren mehrere hundert Personen aus der Ernährungswirtschaft in unterschiedlichster Form angeschlossen.

Auch in den kommenden Jahren werden die Herausforderungen für unsere Unternehmen nicht geringer werden. Und dennoch – das hat der Branchentag 2005 erneut deutlich gezeigt – können auch mittelständische Unternehmen in einem schwieriger werdenden Umfeld erfolgreich sein. Dazu braucht es Visionen und Innovationen, aber auch die Fähigkeit, praxistaugliche Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.

Die Sozialpartner der nordrhein-westfälischen Ernährungs-wirtschaft werden auch in Zukunft gemeinsame Angebote für Unternehmensleitungen, Führungskräfte und Betriebsräte anbieten. Der gemeinsame Dialog auf den NEWS-

Praxisforen trägt zum Erfahrungsaustausch und zur Problemlösungsfähigkeit vor Ort in den Betrieben bei.

Personalentwicklung wird weiterhin ein wichtiges Arbeitsfeld von NEWS bleiben. Die Motivation und Qualifizierung der Beschäftigten, die Bewältigung des demografischen Wandels oder auch Verbesserungen bei der Gewinnung von Auszubildenden sind nur ein Ausschnitt dieses Themengebietes.

NEWS Praxisforen Personalarbeit in 2006:

16. Februar Konfliktgespräche sicher führen

23. März Tarifliche Altersvorsorge jetzt weiterentwickeln

18. Mai Mitarbeiter fair beurteilen

20. Juni Ausbildung mit Pfiff gestalten und erfolgreich umsetzen

Auch in der Logistik und im Einkauf bestehen weiterhin erhebliche Möglichkeiten zur Verbesserung von Prozessen und zur Kosteneinsparung. Wir werden

den begonnenen Dialog zu wichtigen Fragen rund um dieses Themenfeld auch in 2006 fortsetzen und laden Sie ein, an unseren Praxisforen teilzunehmen.

NEWS Praxisforen Logistik und Einkauf in 2006:

26. Januar Einkaufskooperation – ein Chance für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft?!

8. Februar 1 Jahr Chargenrückverfolgung – Status quo und Quo vadis

28. März Transportoptimierung der Zukunft

Selbstverständlich wird der NEWS Branchentag 2006 eine wichtige Rolle für den Dialog der Branche mit Wissenschaft und Politik spielen.

Wir freuen uns, Sie auf den nächsten NEWS Veranstaltungen wieder zu sehen, um auch in 2006 gemeinsam besser zu werden.

Impressum

Impressum

Herausgeber

NEWS

Nordrhein-Westfälische ErnährungsWirtschaft

– Sozialpartnerprojekt e.V. –

Anne Böing

Geschäftsführerin

Merowingerplatz 1

40225 Düsseldorf

Telefon: 0211 310 77 36

Telefax: 0211 311 24 52

E-Mail: info@ernaehrung-news.de

Internet: www.ernaehrung-news.de

Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

40190 Düsseldorf

Internet: www.mwme.nrw.de

Konzeption und Gestaltung

www.bild-werk.de

Fotos

bild-werk/G.P. Müller

Seite 16: NEWS

© 2006 MWME 0015

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



www.wirtschaft.nrw.de

www.ernaehrung-news.de



Ministerium für
Wirtschaft, Mittelstand
und Energie des Landes
Nordrhein-Westfalen

NRW.

NEW.S

Nordrhein-Westfälische
ErnährungsWirtschaft
– Sozialpartnerprojekt e.V. –