



[Skriv adressen her]



Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansiering af projektet

15. november 2012

Landmænd, der formår at tilføje ekstra værdi til deres produkter, forventes at kunne øge deres fremtidige indtjening markant. Dette fokus på værditilvækst har af samme årsag en væsentlig plads i Landbrug & Fødevarers fremtidsvision, "Vækst i balance", og i regeringens netop nedsatte "Vækstteam for fødevarer".

"Danmark står overfor øget konkurrence fra lavomkostningslande. Det skaber behov for udvikling af nye produkter og forretningsmodeller, der kan medvirke til at skabe fremtidige markeder og sikre øget merværdi og værdiforøgelse i produktionen."

Citat fra debatoplæg i forbindelse med lanceringen af regeringens "Vækstteam for fødevarer", august 2012

Flere landmænd har set behovet og mulighederne, og er godt i gang med at tilføje ekstra værdi til deres produkter. Flere af disse værditilvækstere arbejder fx med at forædle og sælge deres produkter direkte til forbrugere, engros- og detailkæder og specialbutikker.

En undersøgelse fra 2012 fra Videncentret for Landbrug viser imidlertid, at en stor del af disse landmænd kan opnå en højere pris og en større markedsandel, hvis de gør mere ud af at udvikle, markedsføre og brande deres produkter. Flertallet af landmændene i undersøgelsen afholder sig dog fra dette, fordi de vurderer, at deres produkter "... næsten solgte sig selv, hvis produkterne var i orden..", og derfor bruger de i stedet en stor del af deres tid på at optimere produktionen.

Opfattelsen af, at 'produktet sælger sig selv', går undersøgelsen i rette med, da den konkluderer, at en forbedring af salgsindsatsen formentlig er *"..den parameter, som hurtigst vil kunne forbedre bundlinjen på den korte bane"* og at *"de mindre nichevirksomheder har et stort behov for at udfærdige en business case og opbygge en forretningsplan."*

Disse virksomheder har med andre ord et stort og ofte udtalt behov for at få rådgivning på området, men de stiller spørgsmålstejn ved DLBR-virksomhedernes kompetencer.

I undersøgelsen hedder det således, at *”..landmændene generelt ikke så DLBR-rådgivere som den type rådgiver, de ville benytte i forhold til deres hovedudfordringer med produktion, produktudvikling og salg”*, mens en anden barriere er, at især de mindre nicheproducenter har *”... begrænsede midler til udvikling, strategi, salg, marketing og distribution.”*

Videncentret tilbyder næste år

Med afsæt i ovennævnte potentiale, indsigt i markeds- og kundetrends, markedet for værditilvækst-produkter samt konkret viden om landmændenes behov og ønsker inden for ideudvikling og entrepreneurship, tilbyder Videncentret at:

- Udvikle og videreudanne DLBR-rådgivere inden for ideudvikling og entrepreneurship.
- Sparre ved opbygning af et egentlig rådgiverteam målrettet værditilvækste-re.
- Initiere en indsats, der målrettet brander din virksomheds kompetencer på området og samtidig sætter fokus på producenternes udbytte af en sådan rådgivning.
- Assistere i udarbejdelse af en værditilvækst-business case for din virksomhed.
- Deltage i netværk med værditilvækst som tema.

Efter drøftelse i VFL´s bestyrelse er projektets fokus justeret, så bl.a. kapitalbehov og –fremskaffelse, risikovurdering og rentabilitetsovervejelser samt nonfood vil komme til at indgå i 2013.

Er du interesseret i nærmere information og dialog om rådgivningspotentialer i værditilvækst-segmentet og hvilken forretning, det kan blive for netop din virksomhed, kontakt da Torben Ulf Larsen (tul@vfl.dk, 8740 5170) for en nærmere drøftelse af mulighederne.

Venlig hilsen

Stine Hjarnø Jørgensen

Afdelingsleder, cand.oecon.agro, HD(O)
Økonomi & Virksomhedsledelse

T +45 8740 5176 (direkte) | M +45 2936 7069 | E shj@vfl.dk



Læs mere om Værditilvækst