

Landmænd forventer at øge produktionen

De danske landmænd er klar til at levere vækst og forventer stigende produktion og investeringer i 2013 og 2014, viser Landmandsbarometeret, en halvårlig undersøgelse foretaget af Videncentret for Landbrug.

– Tiltroen til fremtiden er efterhånden stor i landbruget. Alle driftsgrene har nu et flertal, der forventer fremgang. Udgangspunktet er dog meget forskelligt, og især mælkeproducenterne har haft det svært og har først for nyligt oplevet en smule medvind med lidt højere mælkepriser, siger Klaus Kaiser, erhvervsøkonomisk chef på Videncentret for Landbrug.

Han henviser til, at optimismen blandt andet skyldes lave renter og de seneste politiske signaler om målrettet miljøregulering.

Næsten fire ud af ti landmænd forventer at øge produktionen, mens hver fjerde landmand har planer om at øge investeringerne i år samt i 2014.

54 procent af landmændene mener imidlertid, at høje produktionsomkostninger og problemer med at finde finansiering kan sætte sine begrænsninger.

42 procent af de adspurgte oplyser, at deres produktion bliver begrænset af manglende finansiering mod 34 procent i november.

– Det er positivt, at undersøgelsen viser, at landmændene er klar til at bidrage til vækst og beskæftigelse i samfundet, men begrænsningerne hæmmer investeringer og ejerskifter i landbruget. Herved forringes konkurrenceevnen, og der er risiko for, at råvaregrundlaget svinder ind, siger Martin Merrild, formand for Landbrug & Fødevarer.

bnb

Elementer gav underskud

■ Contiga Tinglev, der leverer betonelementer til byggeri, kom ud af 2012 med et underskud på 15,8 millioner kroner.

Det er langt fra tilfredsstillende, medgiver administrerende direktør Karsten Rewitz, der dog kan forklare det med, at en stor ordre blev annulleret, ligesom det kostede dyrt, at virksomheden ikke var gearret til avancerede byggerier, hvilket ifølge direktøren gav et tab på »et større, to-cifret millionbeløb«.

De 230 medarbejdere behøver imidlertid ikke frygte for fremtiden.

De norske ejere har netop skudt yderligere 20 millioner kroner ind i datterselskabet, der har fyldte ordrebøger frem til midten af september.

Støttet af Fødevarerministeriet og EU



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



Polske og russiske familier kan booste omsætningen hos Legoland, spår direktør.

Foto: Colourbox

Legoland satser på østeuropæiske familier

FREMTID: En voksende middelklasse i Polen og Rusland giver grobund for købestærke børnefamilier, der vil holde ferie i Legoland, venter direktøren.

Af Maria Lindeberg, bnb

I løbet af fem til syv år vil polske og russiske børnefamilier skæppe godt i kassen hos Legoland. Det vurderer direktør Henrik Höhrmann, der har udnævnt Østeuropa som det sted, der rummer de største vækstmuligheder for forlystelsesparken:

– Specielt Polen og Rusland bliver vigtige. Der er nu en så stor middelklasse, der har råd til at tage på skiferier og som snart selv får børn. Dem tror vi på, at vi kan lokke over til os, siger han til Berlingske Business.

I dag er det primært svenskere,

nordmænd, tyskere og hollænderne, der besøger Legoland. Men østeuropæerne har også fået øjnene op for parken, og målet er ifølge direktøren at få gjort Polen til et nærmarked på linje med de andre nordiske lande. Antallet af russere, der ventes at besøge forlystelsesparken de kommende år, er måske ikke helt lige så højt. Til gengæld er de mere købestærke.

Henrik Höhrmann spår, at polakker og russere vil øge omsætningen, der sidste år var 570 mio. kroner med 15 procent, inden for de næste fem – syv år. En af måderne at lokke østeuropæerne til er ved at skabe overnatningsmulig-

heder, så det bliver en hel ferie at besøge Legoland – en satsning, de allerede investerede i sidste år, da legelandet købte en nærliggende campingplads og et vandrehjem.

Vanskeligt med regn

Og det giver angiveligt god mening at satse på de udenlandske turister. For de kommer uanset sol eller regn, hvor danske besøgende bliver hjemme, hvis vejret er gråt som i sommeren sidste år.

Den triste 2012-sommer gav Legoland et dyk i antallet af besøgende til i alt 1,7 mio. gæster, og legelandets bundlinje landede på 100 mio. kroner, stort set uændret i

FAKTA ■■■

KIRKBI

■ Lego-pengetanken Kirkbi ejer 36 procent af aktierne i virksomheden, mens resten af aktierne er fordelt på de to kapitalfonde CVC Capital Partners og Blackstone.

forhold til året før. Samtidig faldt driftsresultatet faldt en smule til 131 mio. kroner, og overskudsgraden faldt ligeledes fra 23,7 procent i 2011 til 23,1 procent i 2012.

Vestdanske virksomheder sælger fortsat godt

ÆNDRINGER: Finanskrisen har kraftigt reduceret interessen for at sælge virksomheder.

Under højkonjunktoren blev flere end 300 årligt sat til salg på match-online.dk.

Af Hans Jørn Kristensen
nyhedsred. @jv.dk

Finanskrisen har kraftigt reduceret interessen for at sælge virksomheder. Under højkonjunktoren blev mere end 300 årligt sat til salg på match-online.dk. Efter finanskrisen er det reduceret med omkring en tredjedel.

– Det skyldes f.eks. finansiering, men især, at virksomhedssejere helst vil sælge på toppen, siger direktør Peter Dalkjær, match-online.dk.

– Mange risikerer dog at forregne sig, for det bliver ikke som i 2007 og 2008 igen. Generelt er antallet af potentielle købere på

match-online.dk ret stabilt og andelen, der sættes til salg og rent faktisk ender med at blive solgt, er også ret stabilt.

2002-12 lykkedes det at sælge 46 pct. af virksomhederne, der sættes til salg på match-online.dk, men tallet svinger fra 40-55 pct. per år.

Bedst var faktisk 2010, hvor 55 pct. af alle virksomheder blev solgt, og 2010 kan næppe siges at være højkonjunktur. En god virksomhed, der tjener penge, er altid penge værd, fremhæver Peter Dalkjær.

Før finanskrisen udgjorde virksomheder fra regionerne Syddanmark og Midtjylland 45 pct. af alle virksomheder, der blev sat til salg, men 56 pct. af alle virksomheder i Danmark, der faktisk blev solgt. I 2012 udgjorde vestdanske virksomheder fortsat 56 pct. af alle virksomheder, der blev solgt, men kun 40 pct. af dem, der blev sat til salg.

Virksomheder fra Syddanmark og Midtjylland sælger relativt bedre end før finanskrisen.

Kun i Nordjylland er udviklingen negativ.