

Styregruppemøde

21. november 2017

Chefkonsulent Ivan Damgaard

Dagsorden

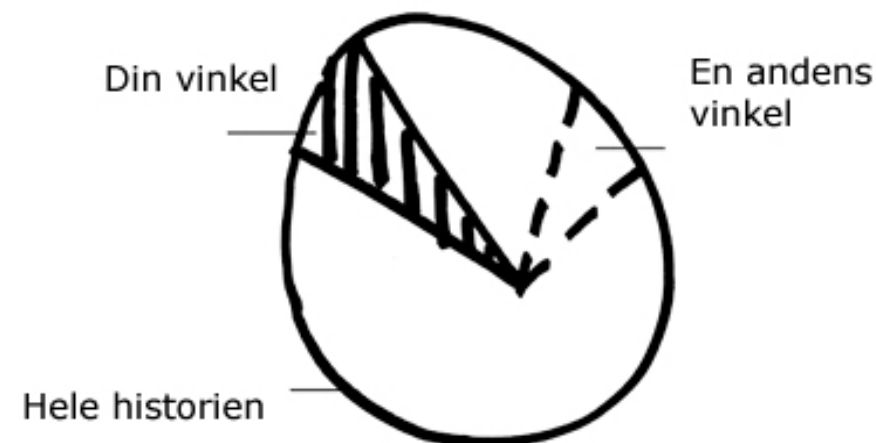
1. Projektet set fra landbruget
2. Projektet generelt
3. Præsentation af projektets findings
4. Projektet status
5. Fremtidens landbrug – hvor skal væksten komme fra i landbruget?
6. Styregruppens kommentarer og evaluering

Hvad har du hørt om projektet på SEGES og ude i landet?

Projektet generelt

Tværfaglighed - generelt

- Monofaglighed – **Super effektiv og meget brugt på SEGES**
 - Seriel
- Tværfaglighed – **Krav fra markedet/kunden**
 - Parallel – **fik vi afprøvet i alle arbejdspakker**
 - Sammenhængende – **fik vi afprøvet i nogle arbejdspakker**
 - Synergi – **fik vi afprøvet i drøftelserne, og i begrænset omfang i arbejdspakkerne**
- Hvad kræver tværfaglighed
 - Fælles ide om opgave og mål **via fælles møder**
 - **Kræver meget tid**
 - Nysgerrighed, **prioritering og tid**

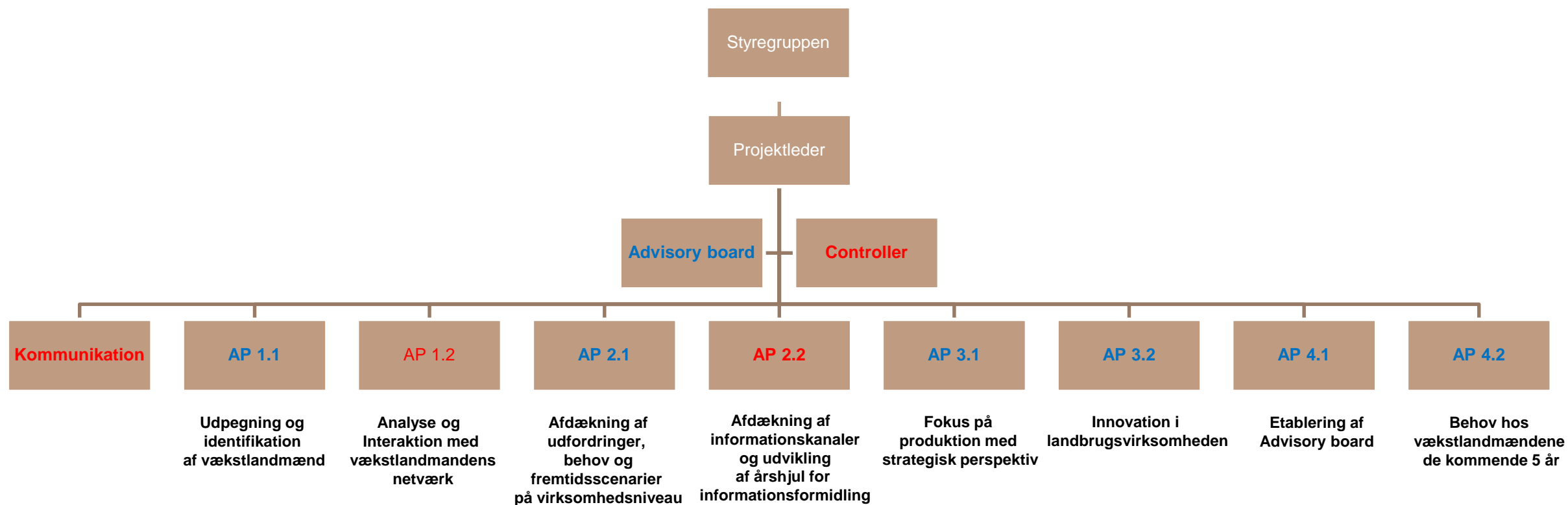


Tværfaglighed - hvorfor



- Komplekse opgaver stiller krav om tværfaglighed for:
 - At afdække de flerfaglige problemstillinger – **gik fint**
 - At prioritere de vigtigste problemstillinger – **udfordring, men super gode drøftelser**
 - At levere en løsning, der giver mest værdi for kunden – **var vort mål, men vi kom ikke 100% i mål på tværs af SEGES**
- Tværfaglighed kræver, at den enkelte forstår/kender sit eget fagområde og er fleksibel over andre fagområder
- Tværfaglighed skal organiseres og ledes
- Tværfaglighed kræver bevidst kommunikation og facilitering

Projektets organisering



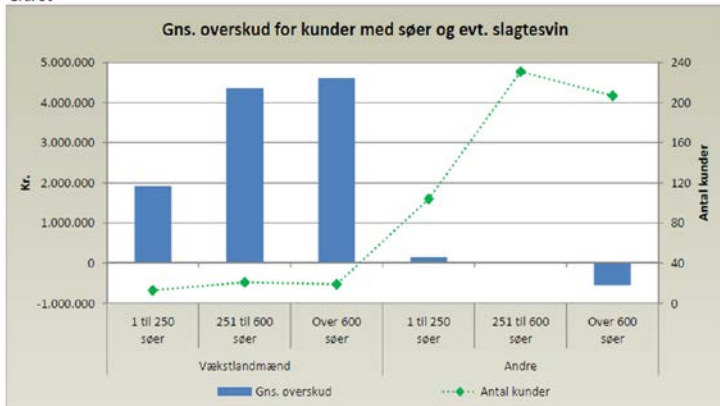
Præsentation af findings

Præsentation af findings

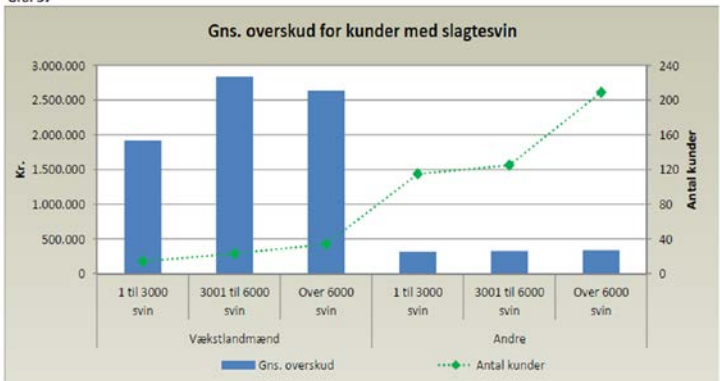
- Økonomiske karakteristika for top 2 og vækstpotentiale - Ivan
- Talenterne – hvad siger de - Mille
- Antropologens karakteristika for top 2 og vækstpotentiale - Tenna - Mille
- Netværk og vækstpotentiale - Tenna - Mille
- Innovation og vækstpotentiale - Kristian - Ivan
- Opsamling fra survey – hvad kan vi konkludere - Rasmus
- Investorerne og vækstpotentiale - Kristian - Rasmus
- Udviklingsveje og vækstpotentiale - Ivan
- Info-kanaler, årshjul informationsformidling og vækstpotentiale - Anne Katrine
- DLBR og vækstpotentiale - Ivan

Økonomiske karakteristika for top 2 og vækstpotentiale - IVD

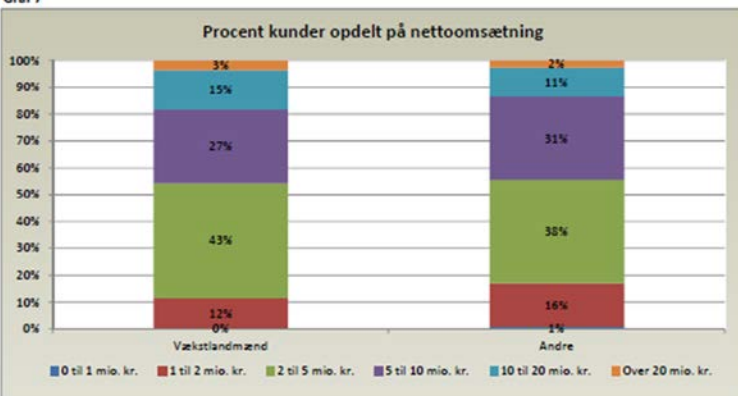
Graf 36



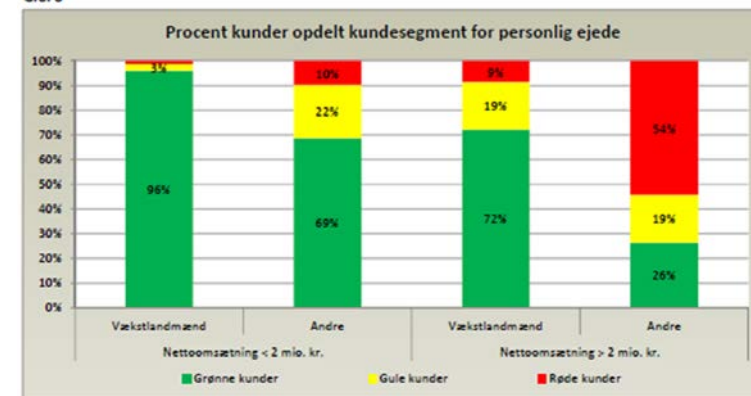
Graf 37



Graf 7



Graf 8

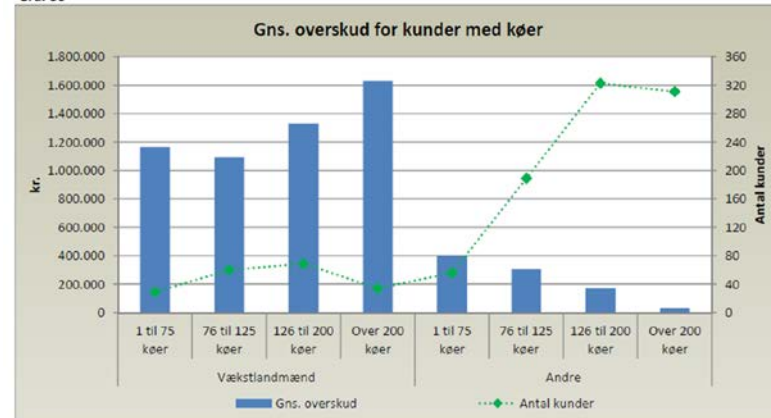


Tabel 3

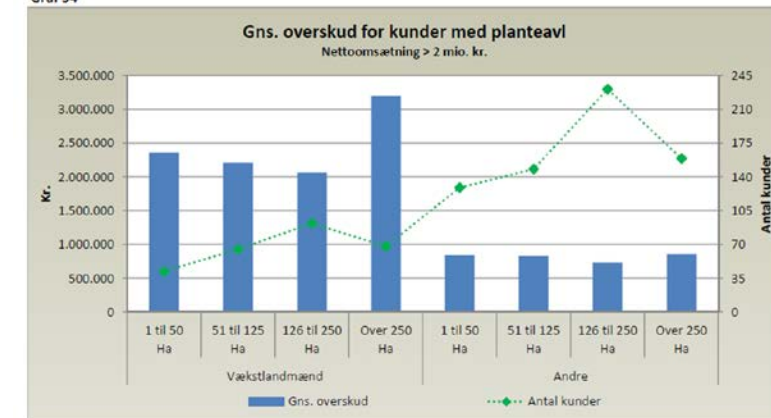
	Antal kunder	Gns. areal	Gns. antal køer	Gns. antal søer	Gns. prod. slagtesvin
Kunder med planteavl					
Vækstlandmænd	329	186			
Andre	1.075	167			
Kunder med køer					
Vækstlandmænd	208	164	137		
Andre	1.034	166	173		
Kunder med søer og evt. slagtesvin					
Vækstlandmænd	59	270		634	5.815
Andre	573	205		578	3.910
Kunder med slagtesvin					
Vækstlandmænd	74	210			6.899
Andre	511	182			6.783



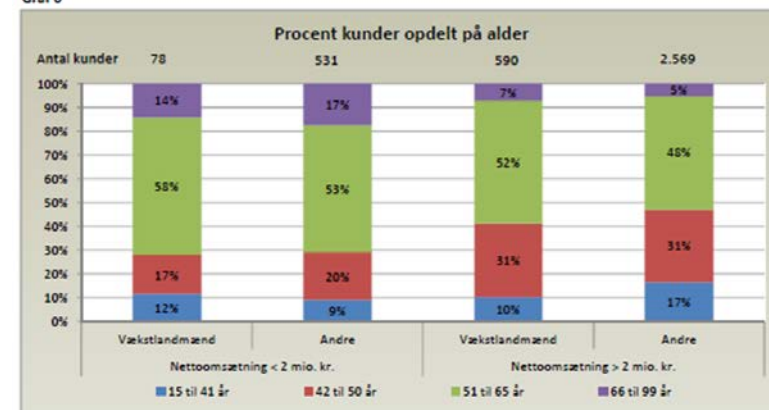
Graf 35



Graf 34



Graf 6

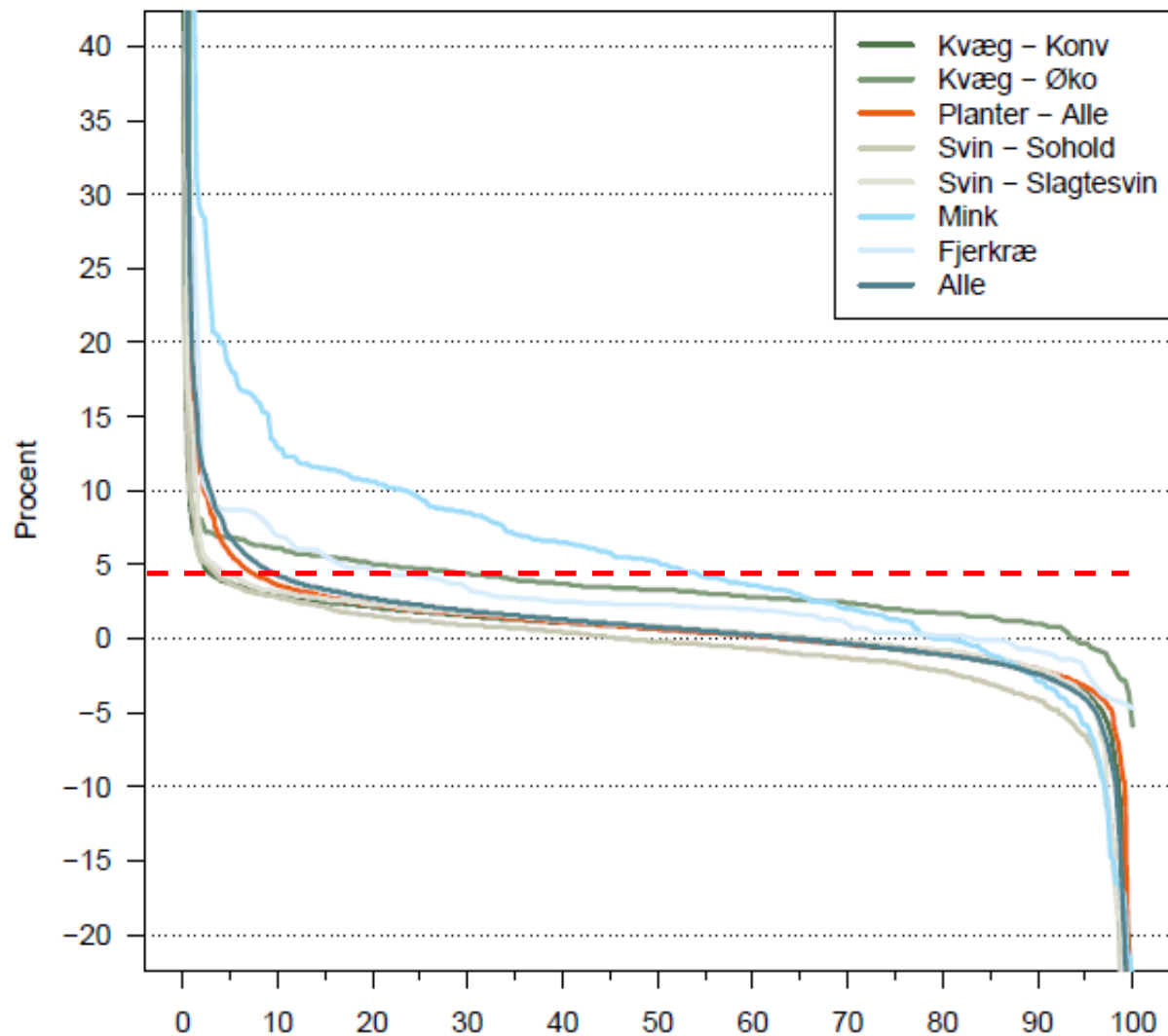


Top 2% landmandens stærke sider

- Klare mål for hvad de vil som individ/ejer/direktør
 - Virksomhedskultur og medarbejderfokus
 - Markeds-og forretningsorienteret
 - Økonomisk forståelse
 - Kontinuerlig rationel tankesæt baseret på rettidig omhu
 - Stort fokus på netværk
-
- Overblik over den samlede virksomhed
 - Indsigt i virksomhedens DNA
 - Handlingsorienteret og høj ledelseskraft

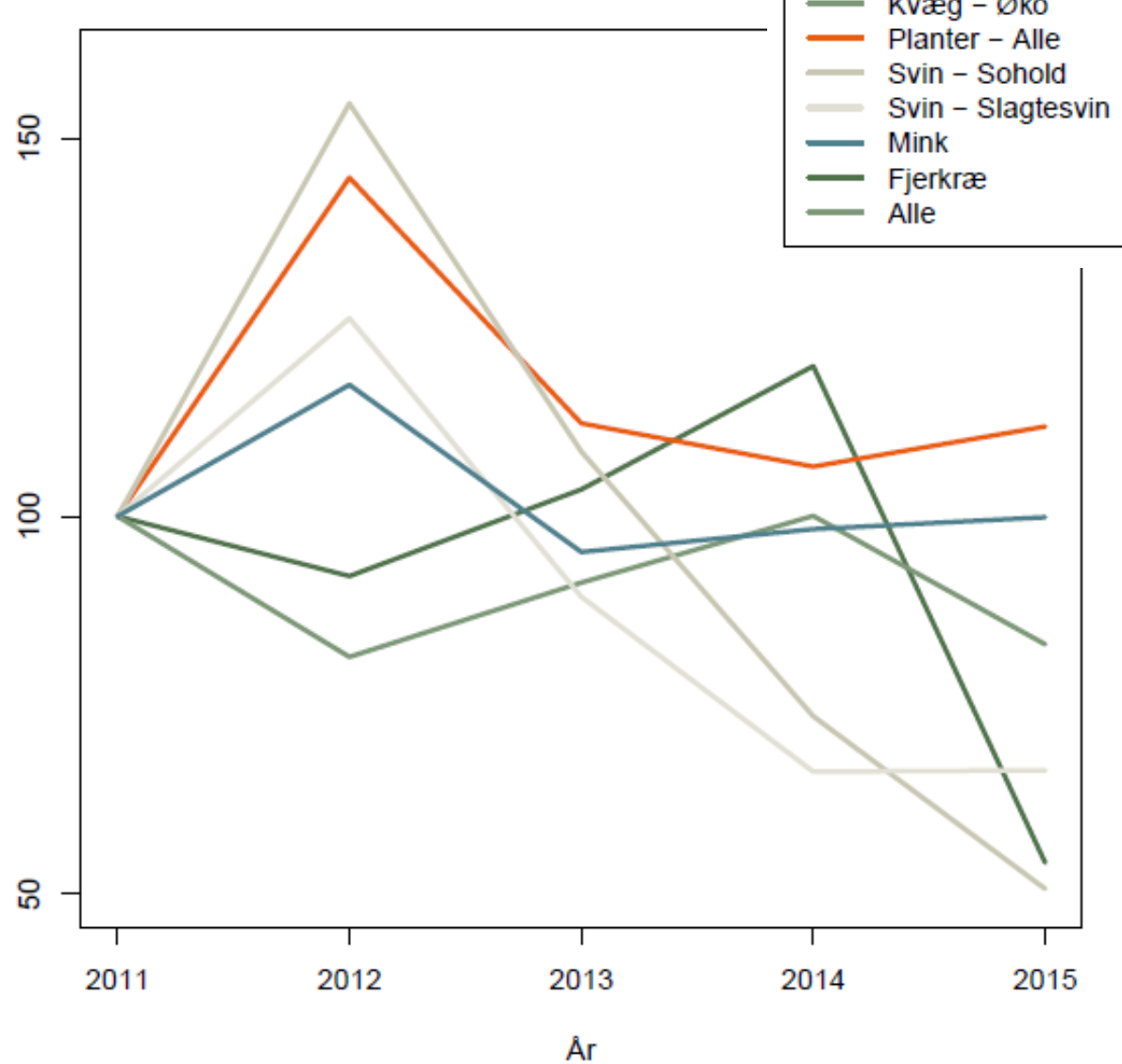
Direktørfokus

Afkastningsgrad - spredningsgraf



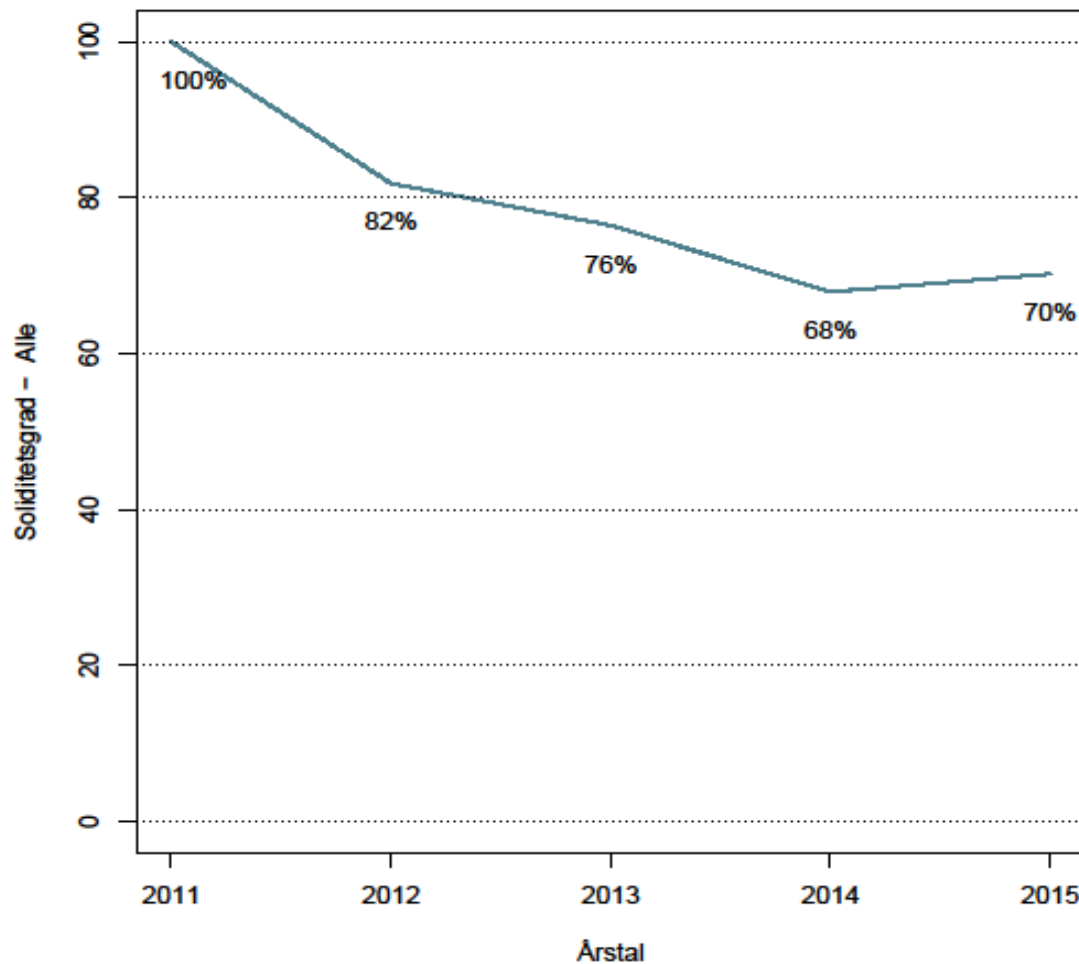
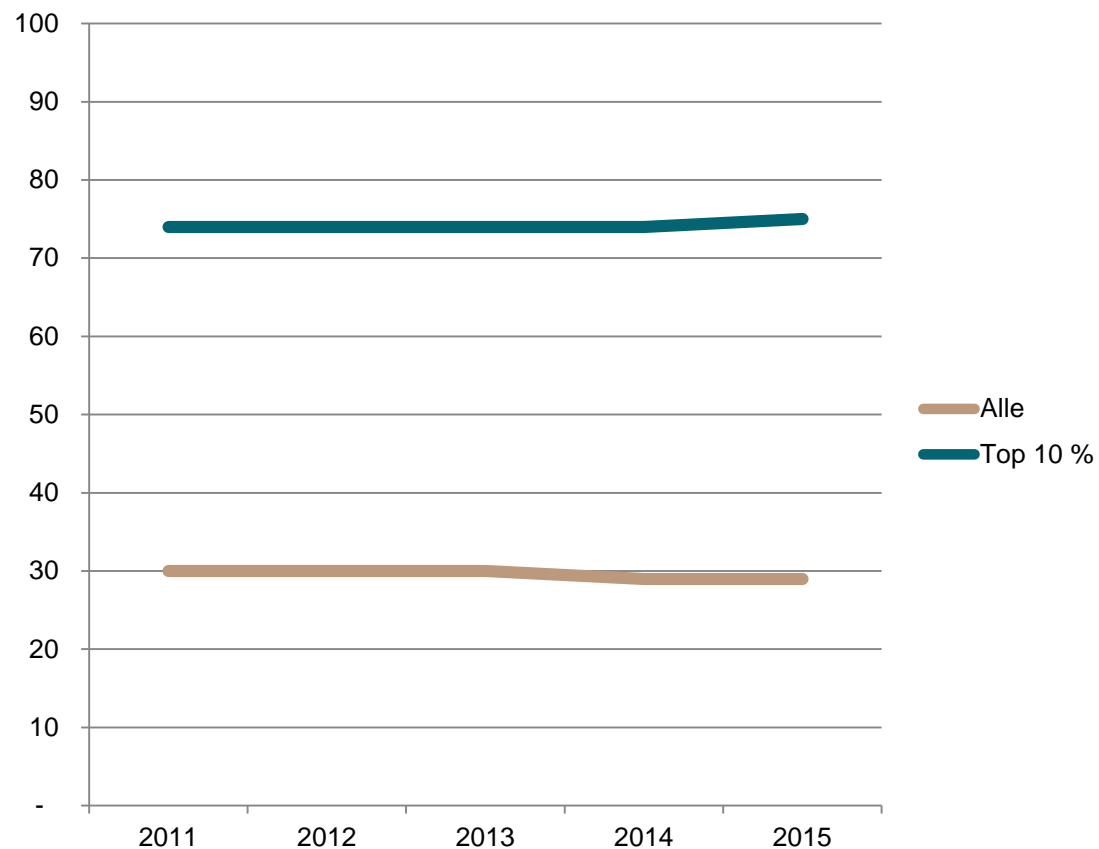
Spredningsgrafeme er baseret på bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Udvikling over årene



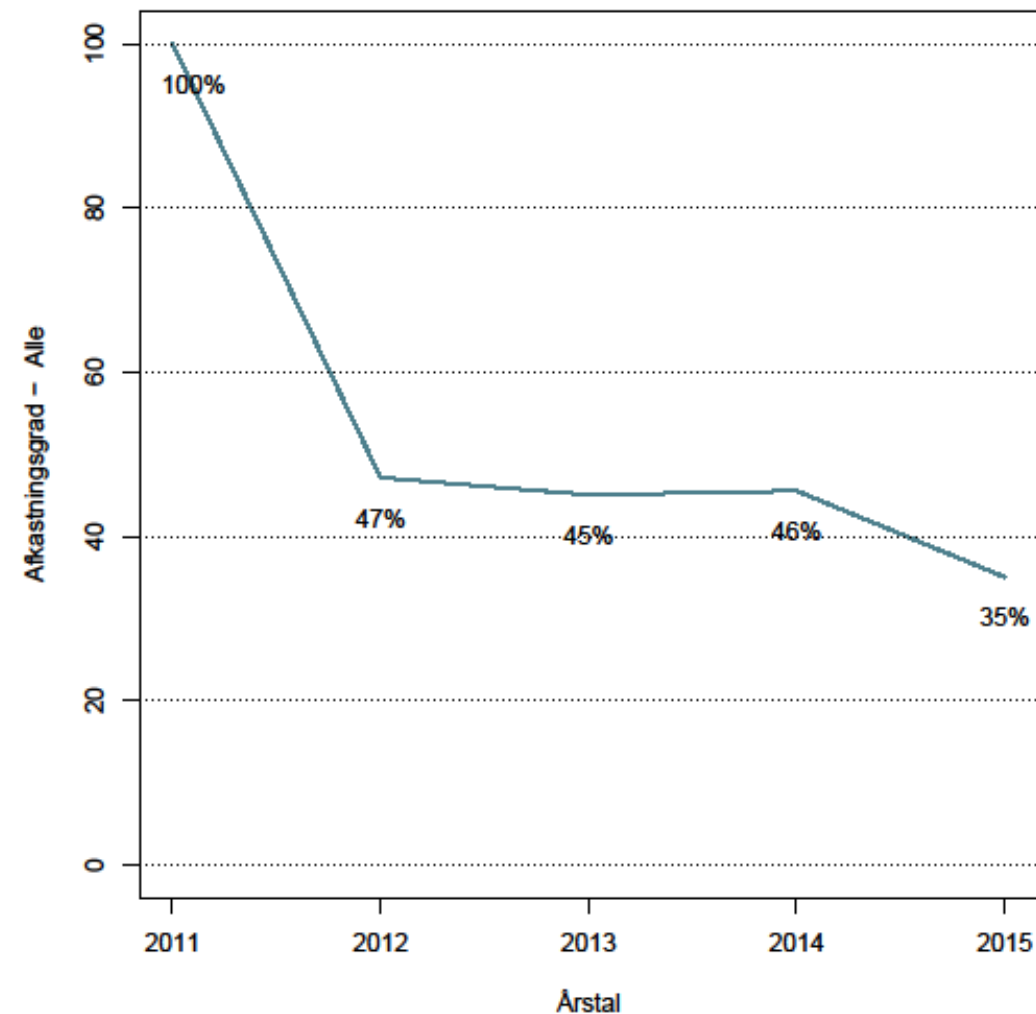
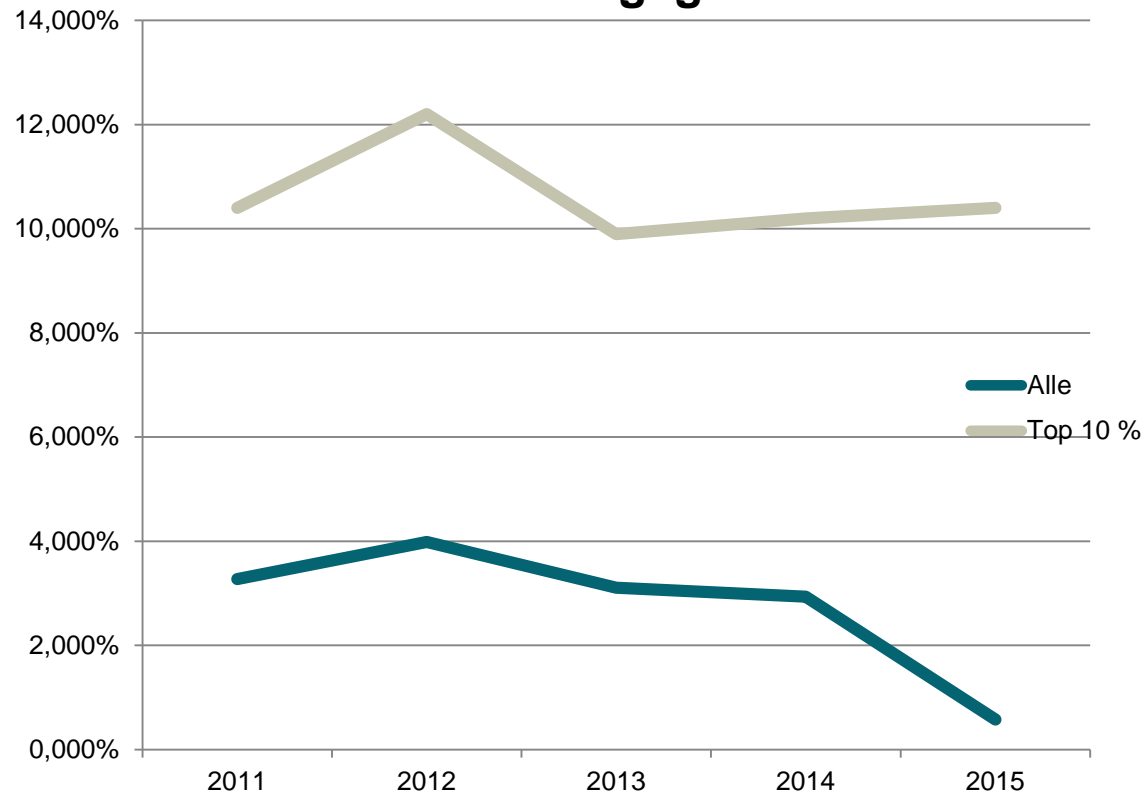
Soliditetsgrad og stabilitet i top 10 % - ØDB udtræk

Soliditet



Afkastningsgrad og stabilitet i top 10 % - ØDB udtræk

Afkastningsgrad





Den irrationelle del af
virksomheden



Rådgivnings
ydelser

Service
ydelser

Landmand



Dan Avl



Tabel 1

Den samlede produktion					
	Antal kunder	Samlet areal	Antal køer	Antal søer	Prod. slagtesvin
Alle DLBR virksomheder					
Alle Ø90 kunder	34.383	2.248.311	495.806	860.158	15.607.847
Ø90 kunder med indberettet areal	25.406	2.248.311	485.496	747.580	14.092.993
7 DLBR virksomheder					
Alle Ø90 kunder	20.007	1.327.686	279.056	537.334	9.123.323
Ø90 kunder med indberettet areal	15.044	1.327.686	273.633	469.776	8.183.590
Heraf vækstlandmænd	679	128.590	29.855	37.455	868.082
Heraf andre	3.233	571.429	183.550	336.853	5.850.586

17

Tabel 2

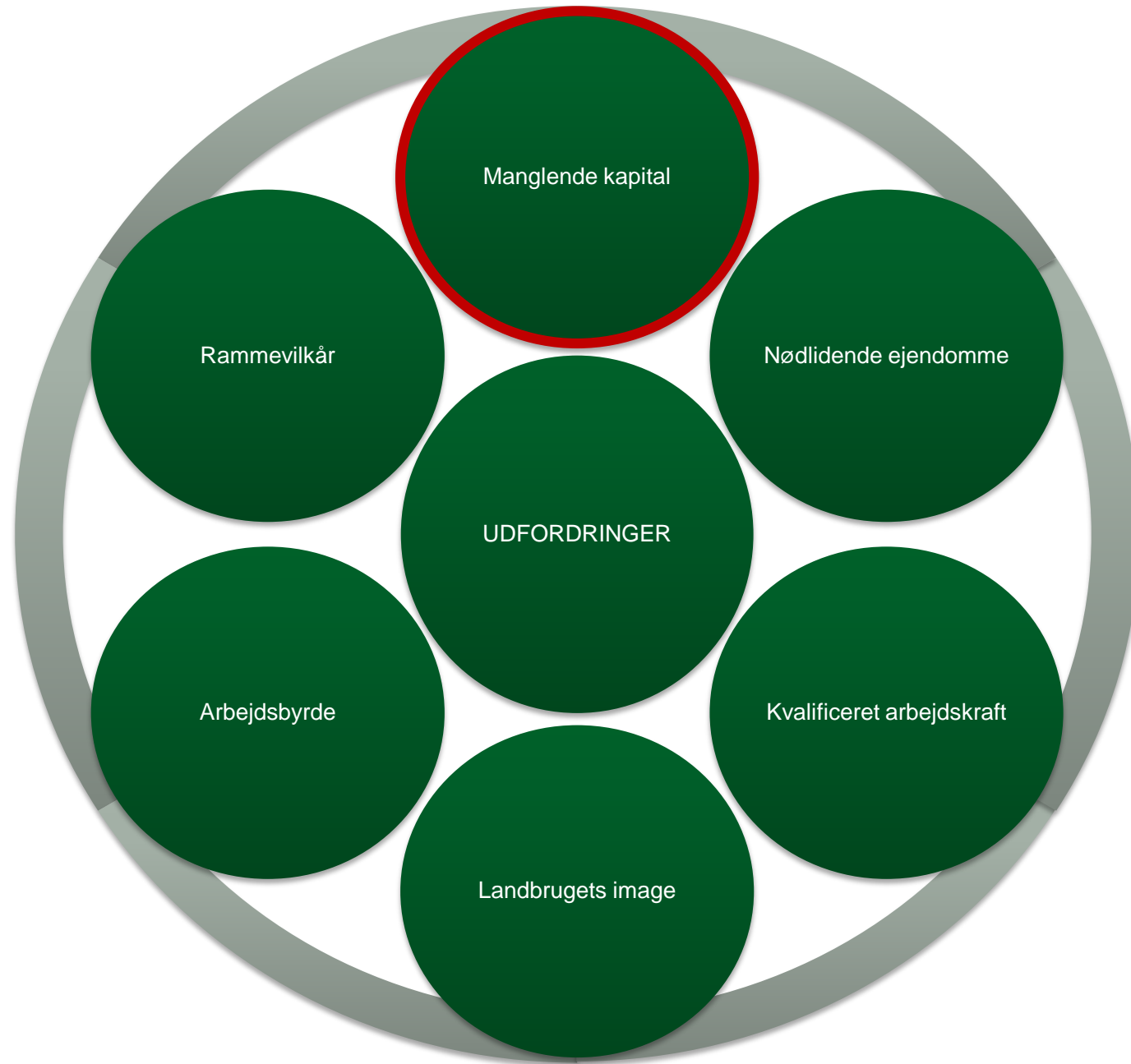
Den samlede nettoomsætning og overskud efter finansiering					
	Antal kunder	Nettoomsætning i hele 1.000	Overskud i hele 1.000	Gns. nettoomsætning i hele 1.000	Gns. overskud i hele 1.000
Alle DLBR virksomheder					
Alle Ø90 kunder	34.383	74.636.112	16.695.505	2.379	532
Ø90 kunder med indberettet areal	25.406	64.121.594	13.204.325	2.619	539
7 DLBR virksomheder					
Alle Ø90 kunder	20.007	43.586.816	9.861.743	2.391	541
Ø90 kunder med indberettet areal	15.044	37.605.003	7.931.965	2.603	549
Heraf vækstlandmænd	679	4.536.648	1.409.149	6.681	2.075
Heraf andre	3.233	19.064.930	964.545	5.956	301

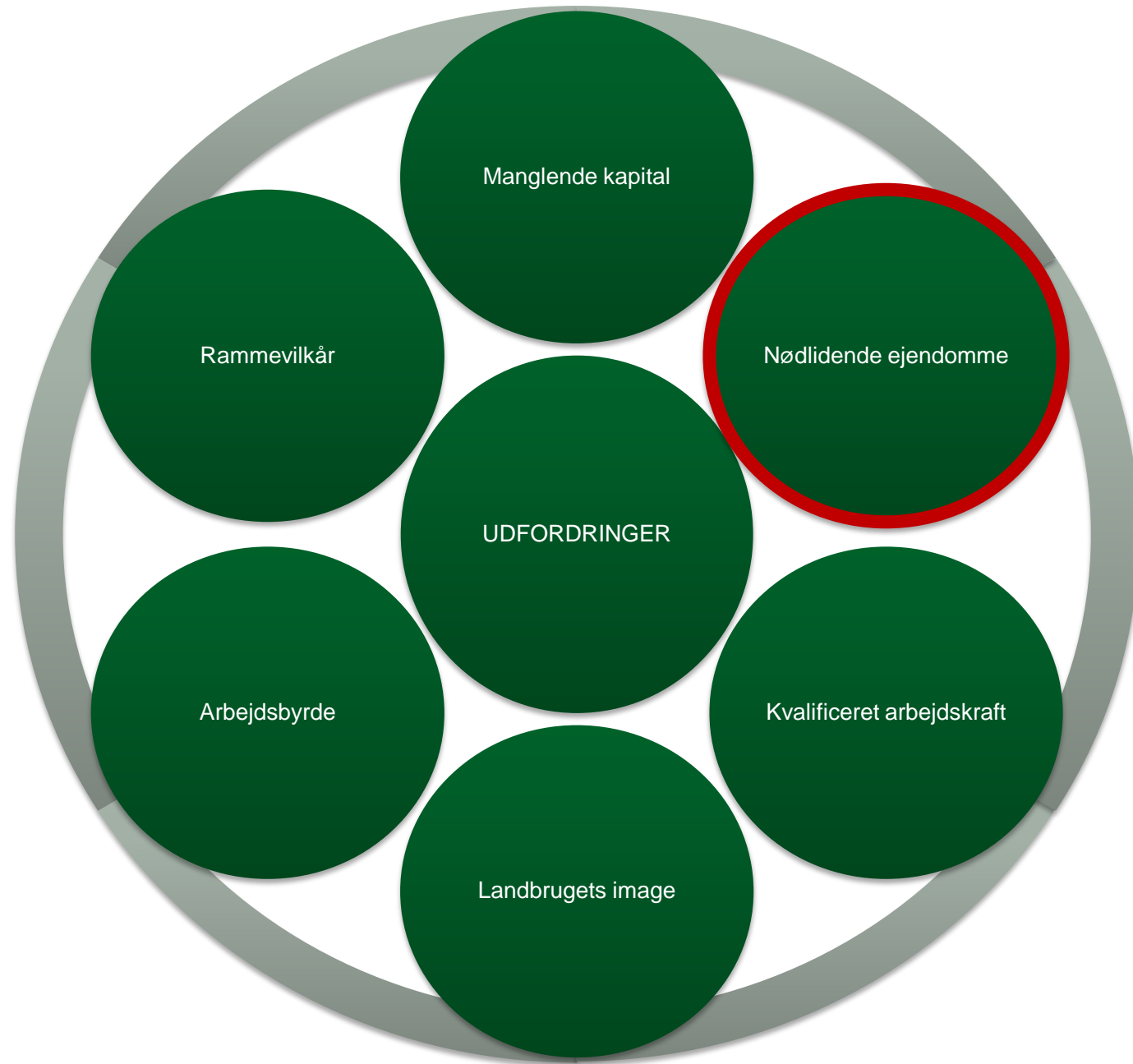
Potentiale
- 6 mia. kr.

SEGES

Præsentation af udfordringer og potentialer for vækst

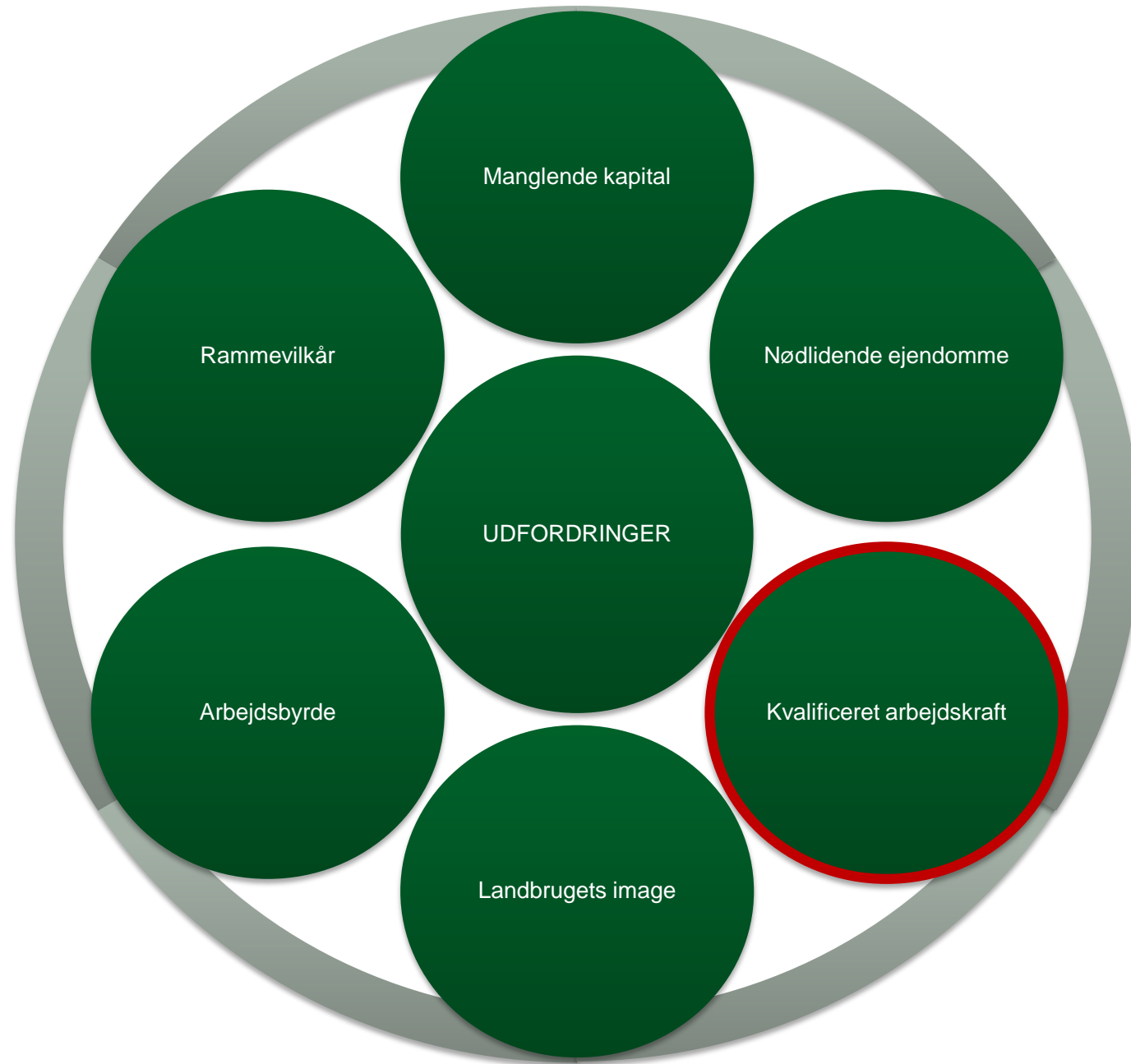
På baggrund af fokusgruppeinterviews med talenter



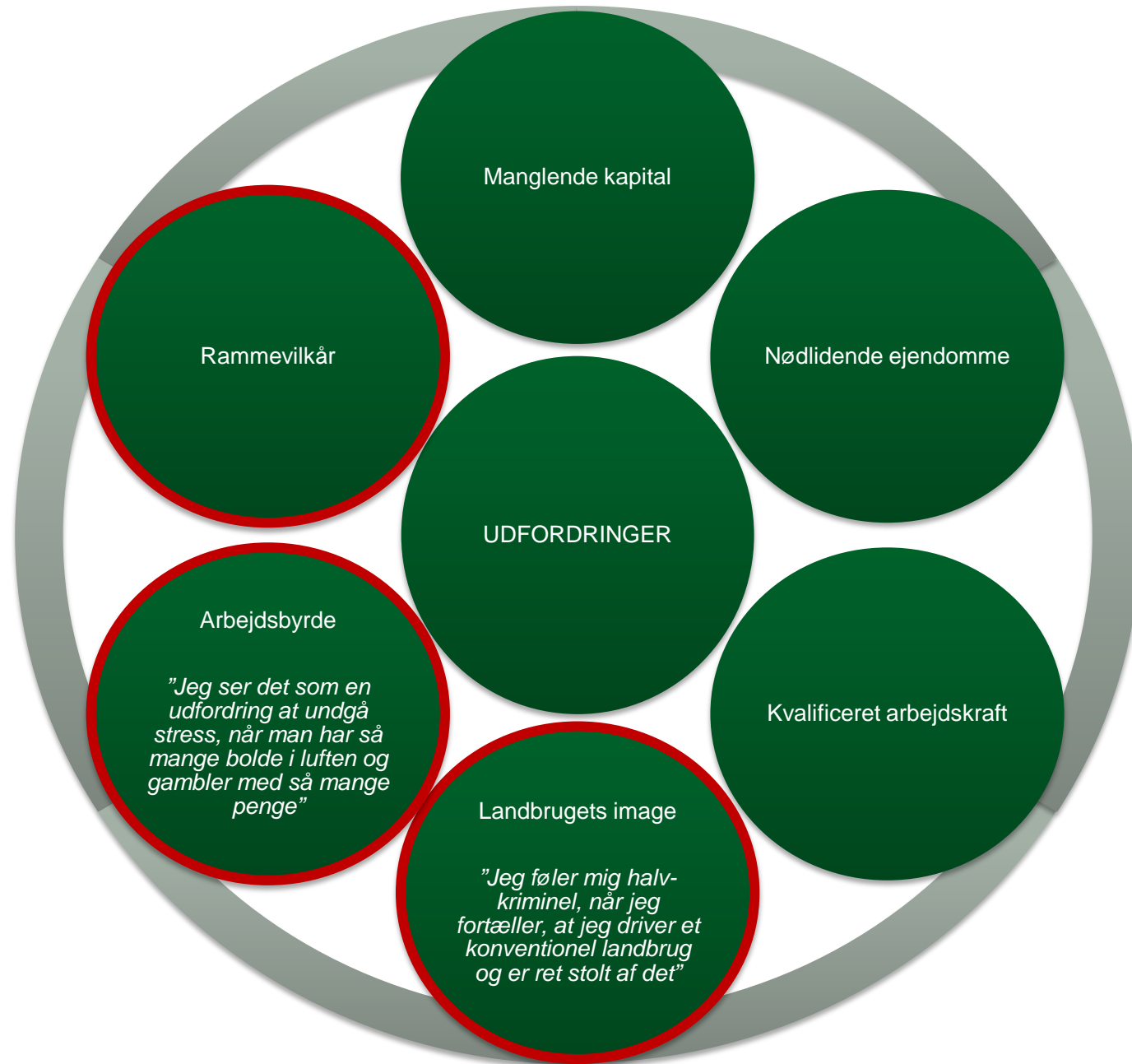


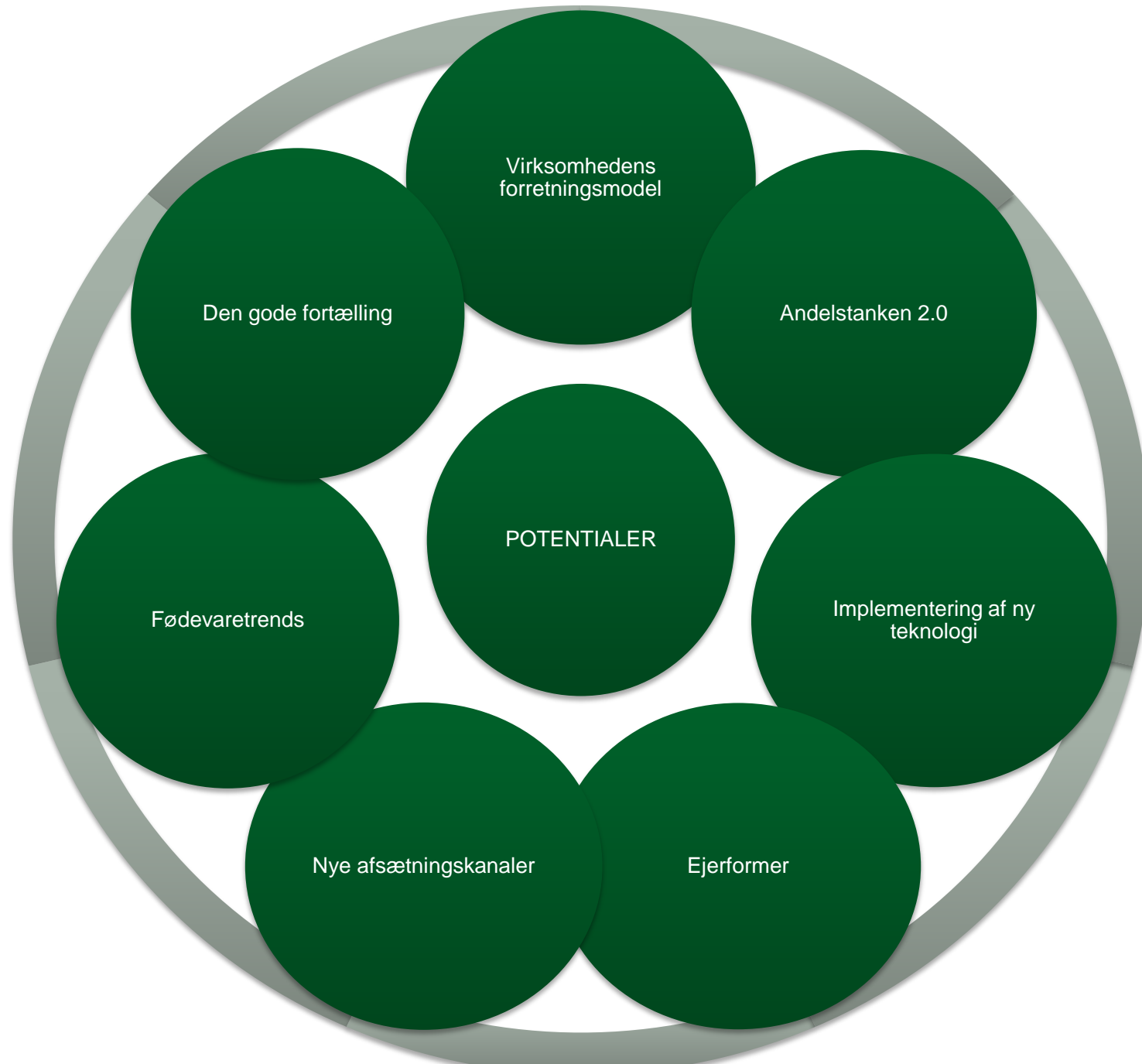
”Lad falde hvad ikke kan stå, det kommer ikke os til gavn”

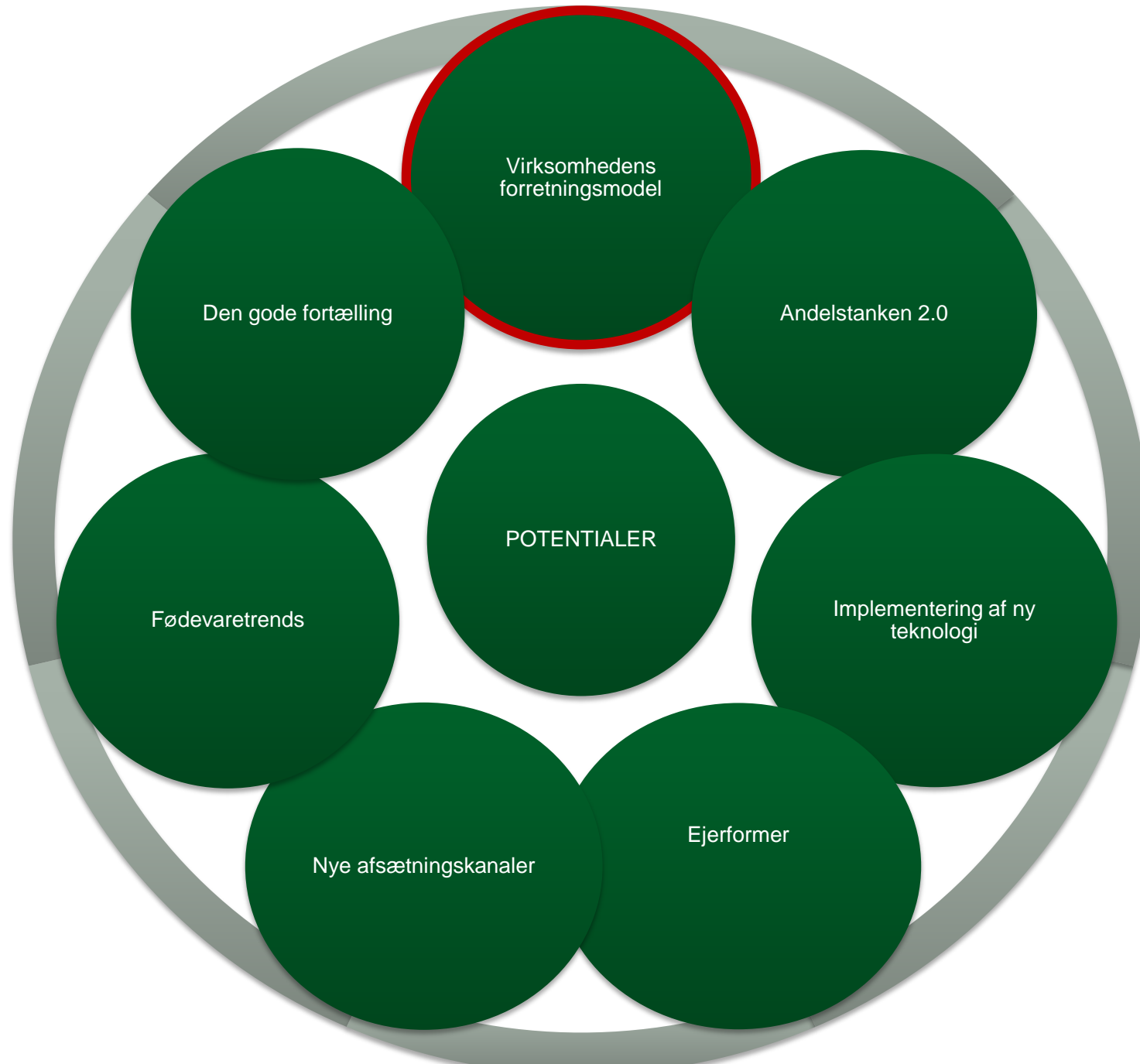
”Første generation bygger det op, 2. generation driver det videre og 3. generation går ned med det”



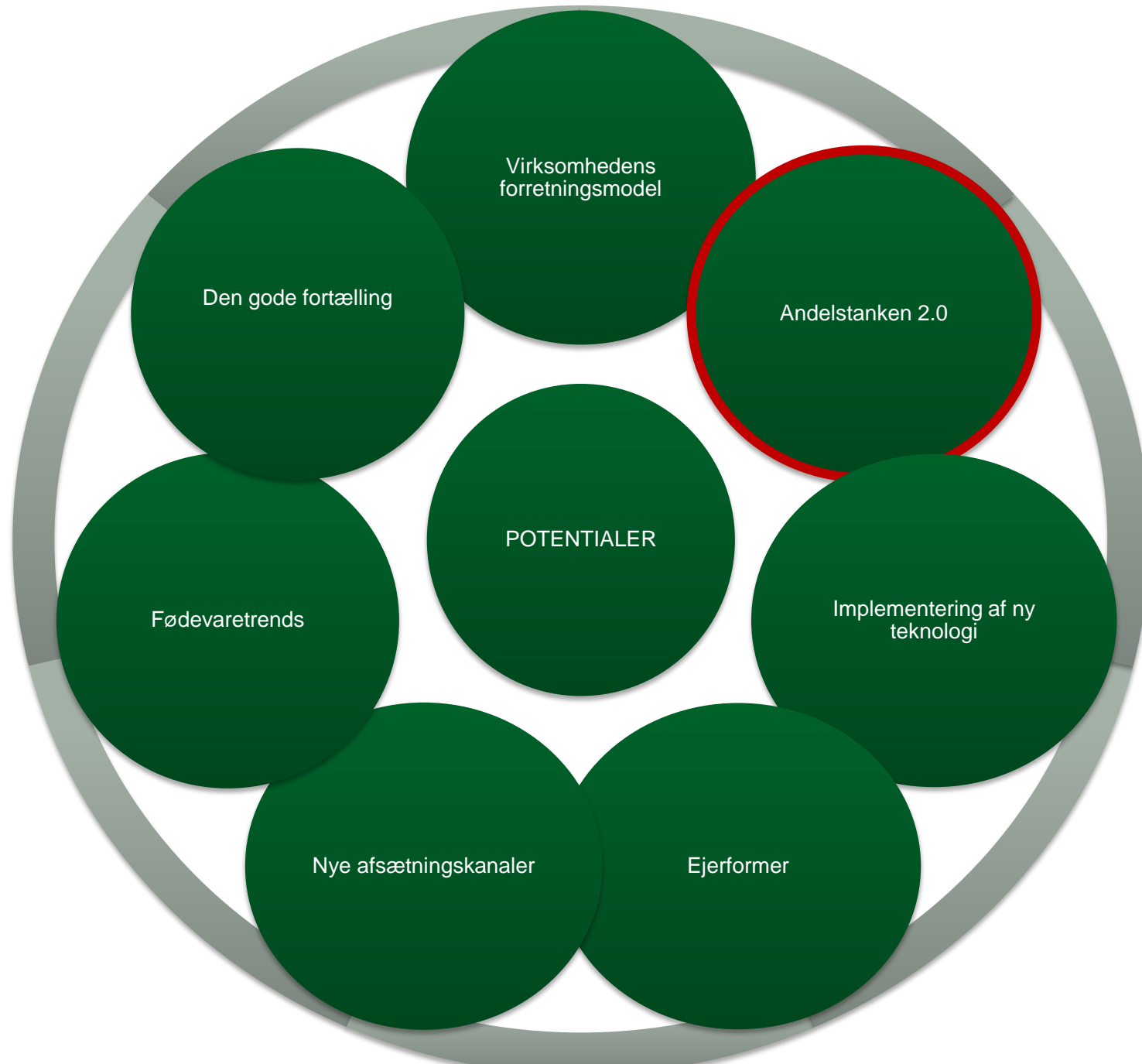
”Det er for nemt at blive landmand, og så forventes det at vi skal være virksomhedsejere, have mange mænd under os og administrere en kæmpe gæld”





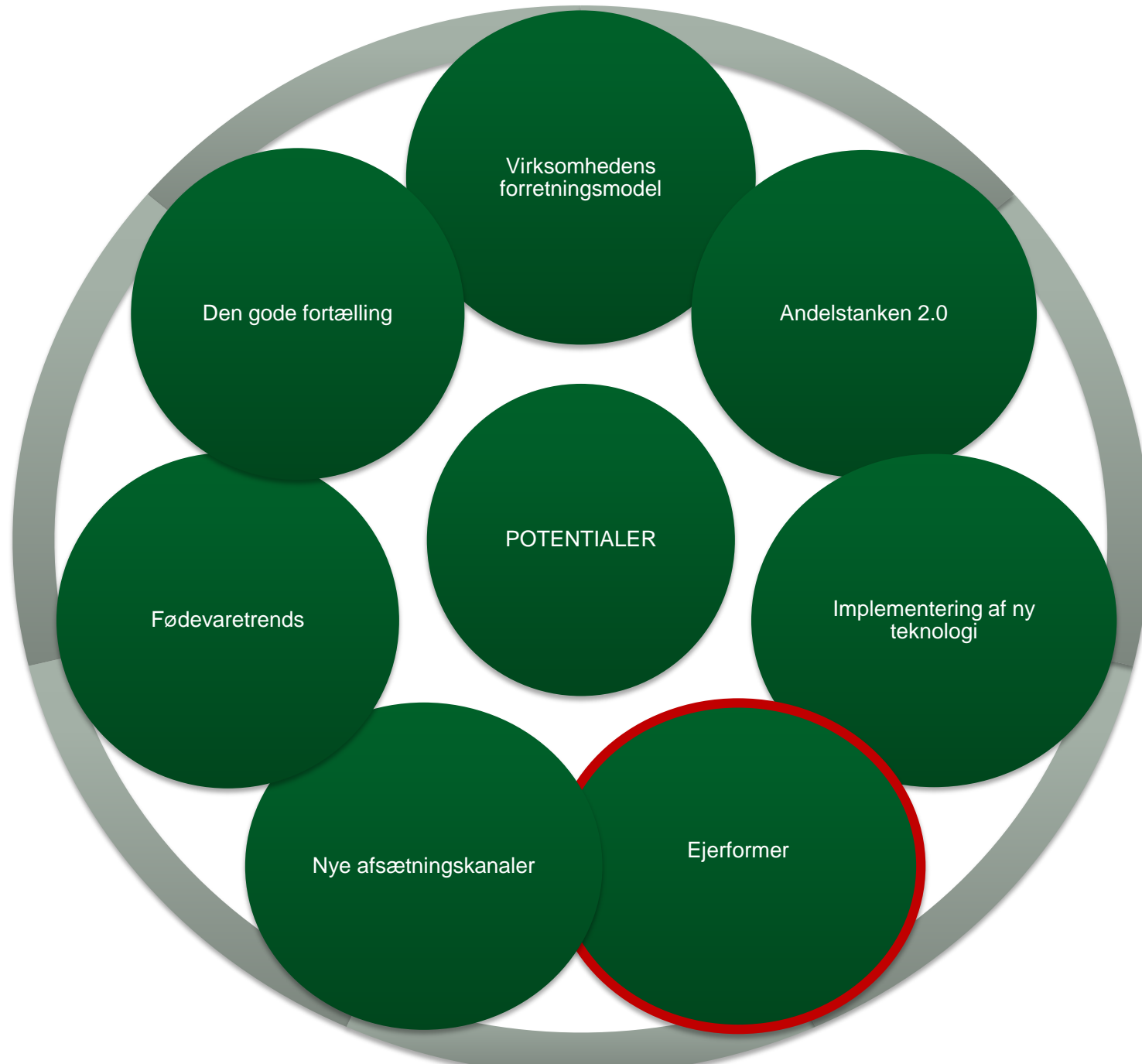


”Som planteavler har du 40 gange til at være god i løbet af et liv. Chancen for at det går skidt nogle år er ret stor”

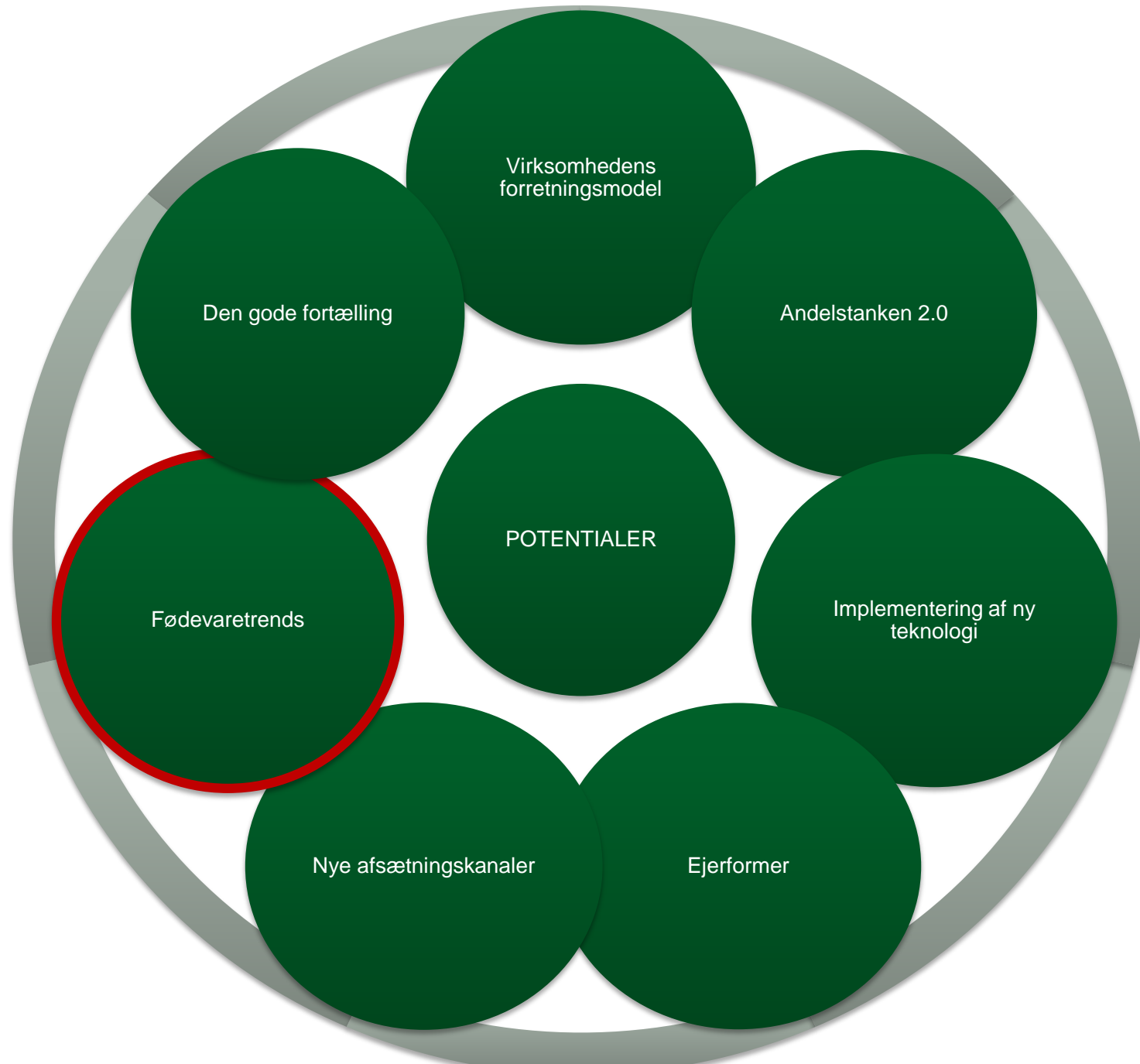


”Andelstanken er død”

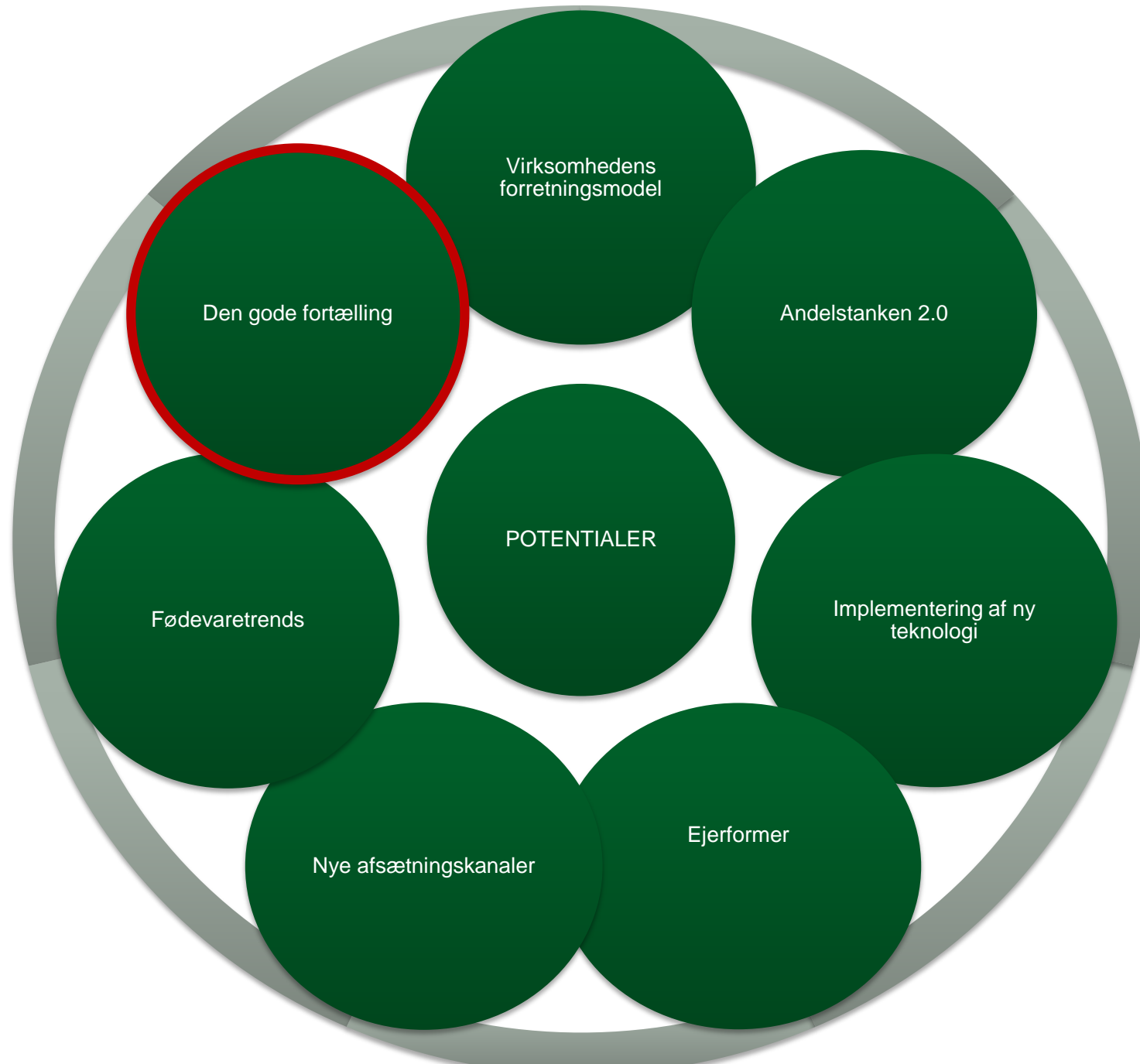




*”Jeg trives meget godt med at leje og lade
den ældre landmand om den store gæld”*



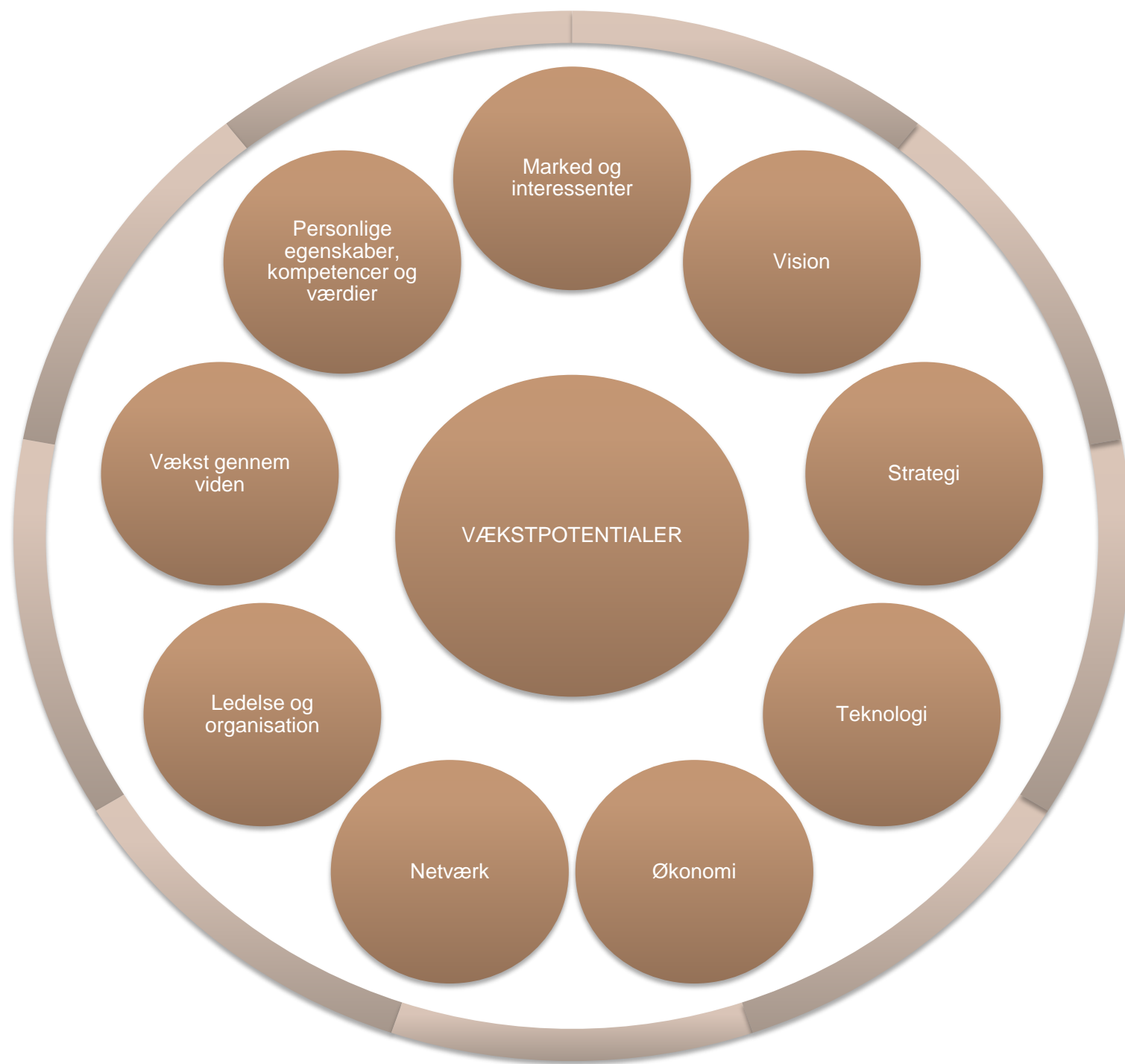
”Jeg kommer til at udfordre den ældre generation på at have en forståelse af verdensmarkedet og produktudvikling”

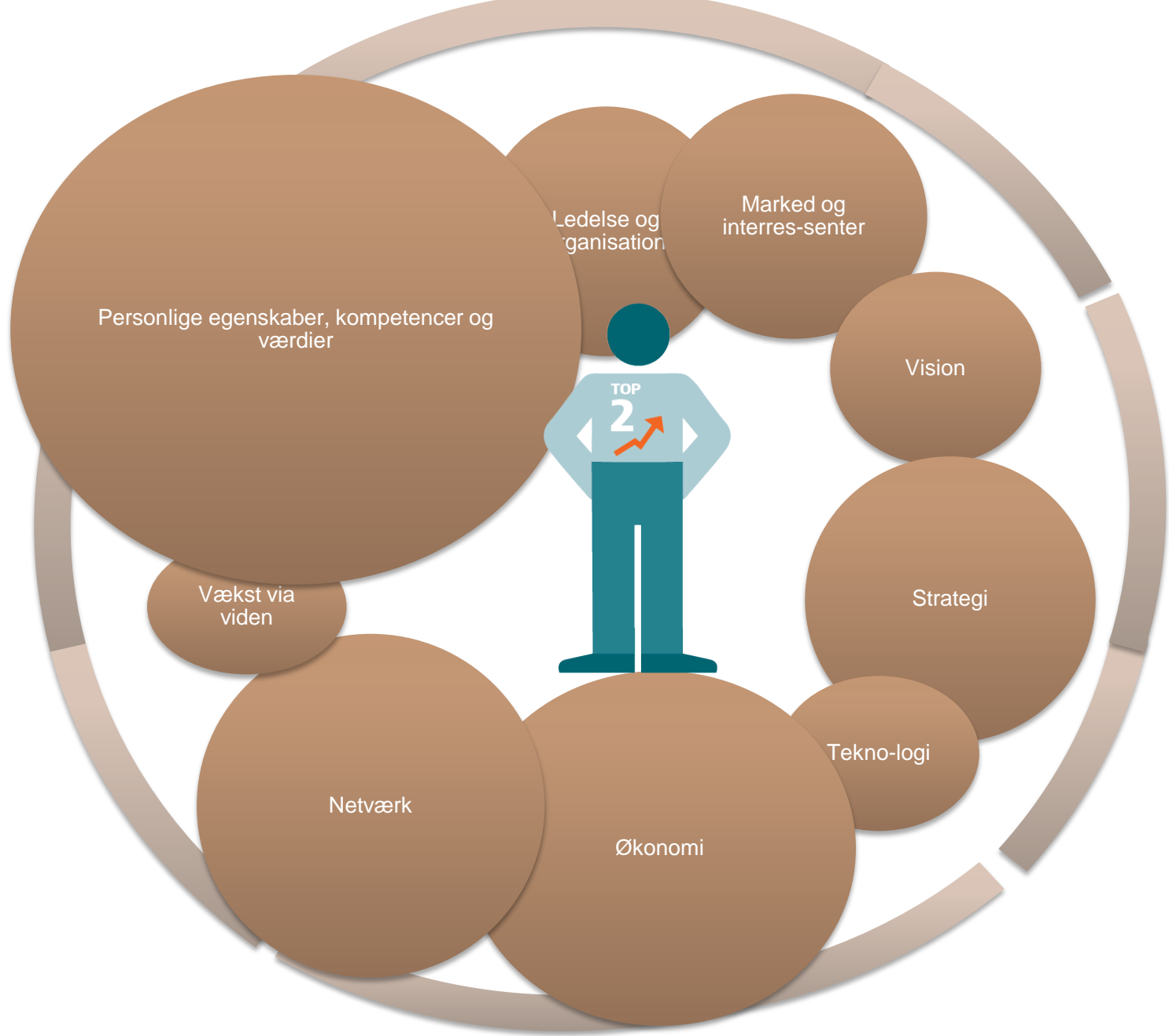


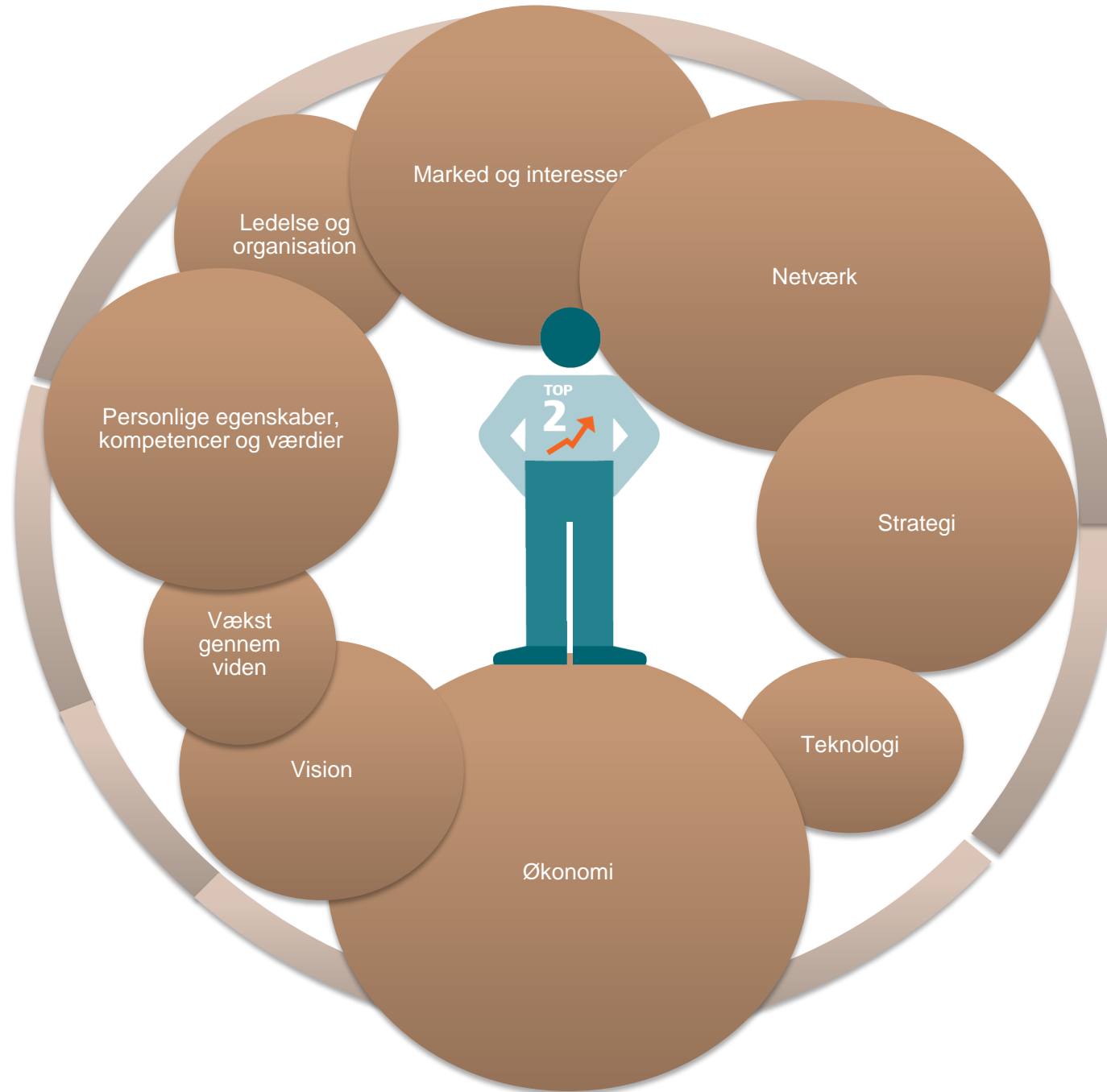
”Andelstanken er en god fortælling i udlandet”

Præsentation af potentialer for vækst

På baggrund af interviews med TOP 2 landmænd

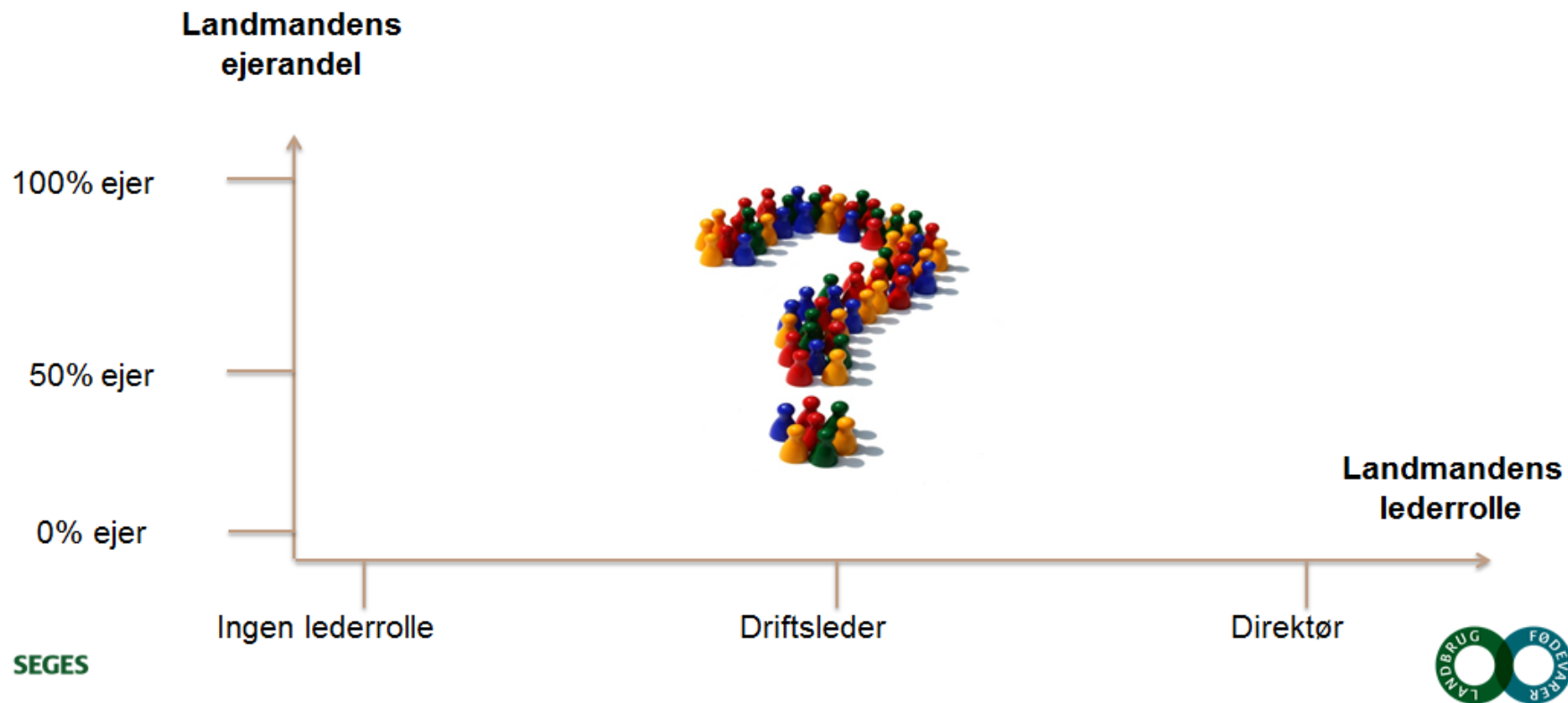






PERSONLIGE EGENSKABER, KOMPETENCER OG VÆRDIER

Skal ejer altid være leder?



LEDELSE

”Jeg synes, at det kan være svært, at få kvalificeret arbejdskraft, idet det faglige niveau er faldende”

ØKONOMI

Skal landbrug være selvejende?

”Landbruget tænker kun i privat ejendomsret, hvilket er en barriere i forhold til investorer”

STRATEGI

En strategi kan bruges til at komme irrationelle beslutninger i forkøbet...

Top 2% landmandens stærke sider

- Klare mål for hvad de vil som individ/ejer/direktør
 - Virksomhedskultur og medarbejderfokus
 - Markeds-og forretningsorienteret
 - Økonomisk forståelse
 - Kontinuerlig rationel tankesæt baseret på rettidig omhu
 - Stort fokus på netværk
-
- Overblik over den samlede virksomhed
 - Indsigt i virksomhedens DNA
 - Handlingsorienteret og høj ledelseskraft



Præsentation af netværk



Konserverende netværk

- Er banken og rådgiverne med til at opretholde de konserverende netværk?



TOP 2

- Opsøgende og nysgerrige
- Netværk fremfor rådgivning
- Erfa-gruppe?
- Bruger netværk til at komme op i helikopterperspektivet



TALENT:

”Mit netværk er primært uden for landbruget – i industrien. Her er der mindst lige så gode muligheder – måske endda bedre - for at lære mere om medarbejder- og risikohåndtering og om selskabskonstruktion, da industrien har investeret langt større ressourcer i disse områder”

Innovation

Innovation i landbruget

- Begreberne



Landmanden og værdikæden....

- Hvordan skabes der mest muligt værdi?



Findings fra interviews

- Landmændene er ofte drevet af udfordringer og tænker meget "løsninger på udfordringer"
- Der er generelt ingen af landmændene, der har en nedskrevet strategi
- Nogle af landmændene beskriver sig selv som værende innovative og åbne overfor nye ideer
- Generelt er de alle innovative på forskellige niveauer, men der er forskel på hvor vidtgående deres innovationskraft er. Mange tænker innovation inkrementelt og få tænker innovation radikalt
- Der er generelt ingen af landmændene der betegner sig selv som værende firstmovers. De vil gerne se tingene an først
- Dette hænger måske sammen med deres tanke om, at der skal være et sikkert (økonomisk) fundament inden de kaster sig ud i større ændringer eller investeringer

Potentialer og udfordringer

Konklusionerne....

- Vækstlandmændene er dygtige til at løse virksomhedens udfordringer med innovationskraft
- Generelt set mangler landbruget radikalt innovationskraft

Potentialer

- At få skabt en platform for at tænke den "radikale" innovation
- Skabe mulighed for hurtigt at transformere jeres virksomheds fokus:

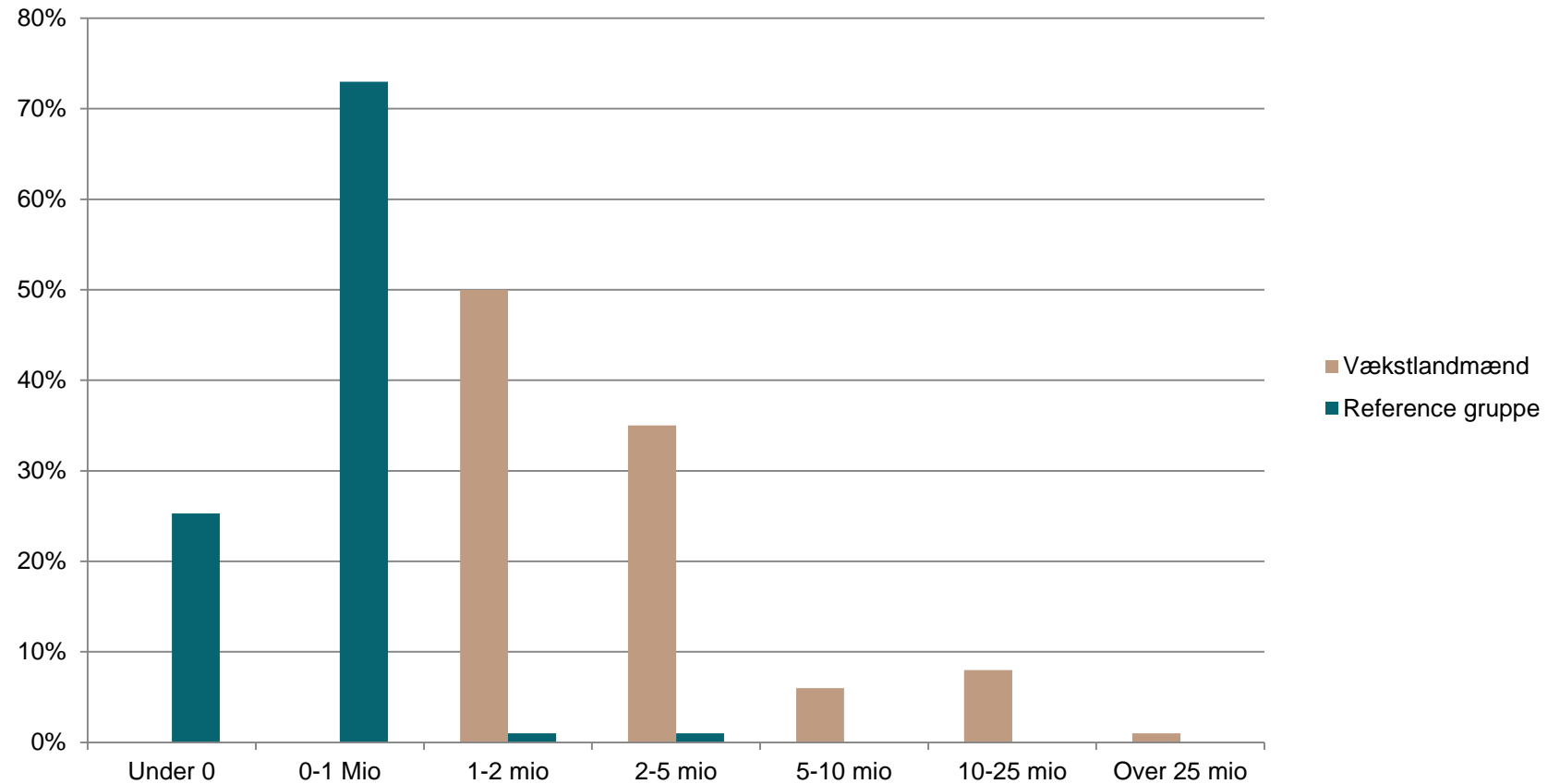
"Hvordan gearer jeg min virksomhed til hurtigt at kunne gribe de vigtigste muligheder?"

Survey

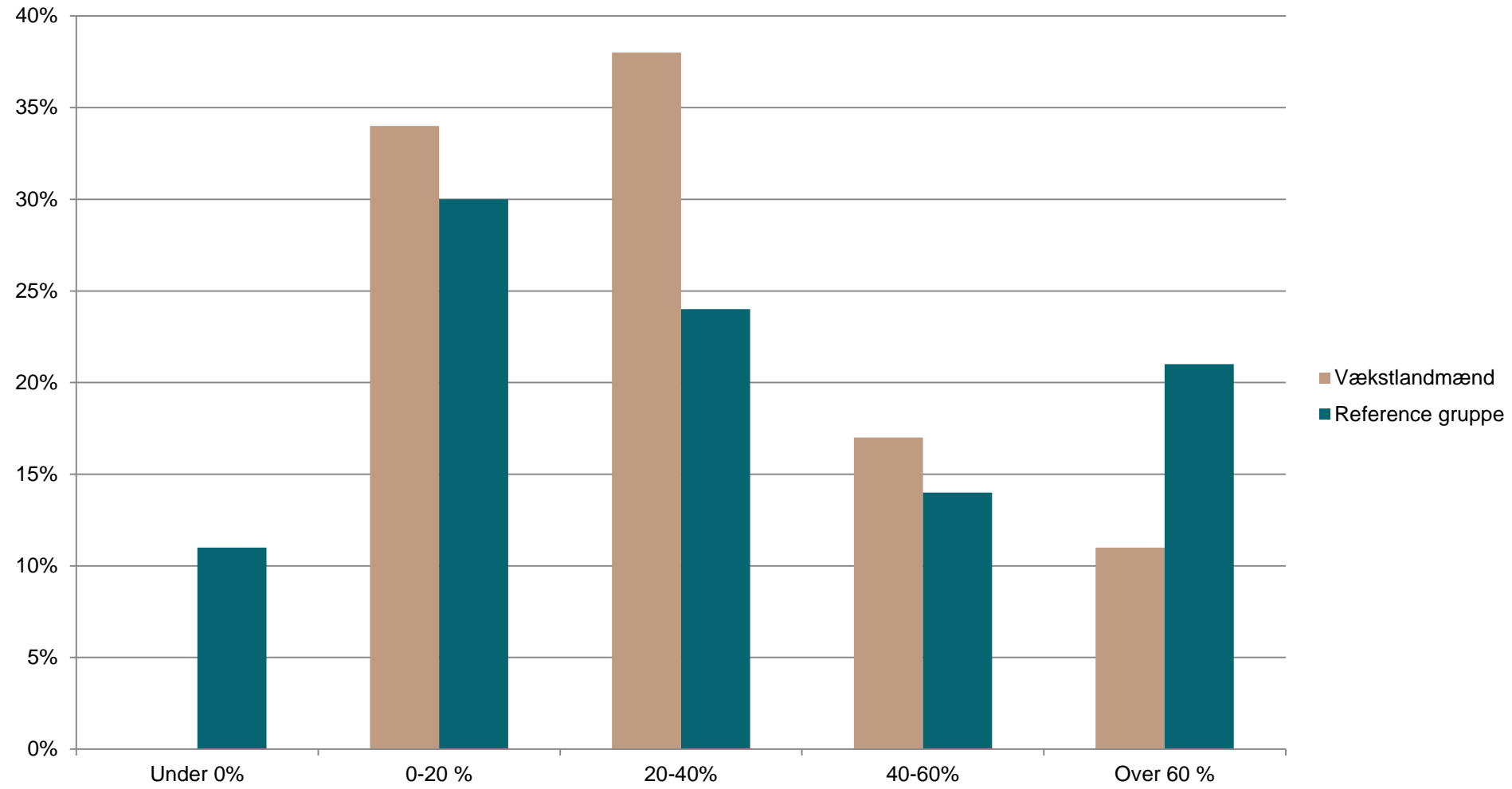
Survey

- Potentialet: Vi samarbejder med 7 DLBR virksomheder
- Udfordringen: 3 DLBR virksomheder valgte ikke at gøre det, 2 gjorde delvist
- Ny plan: Udsendt via Facebook
- Sendt ud til 656 (Nogen svar: 231; Gennemført: 185)
- TOP 2 landmænd 29 %
Reference gruppe 71 %

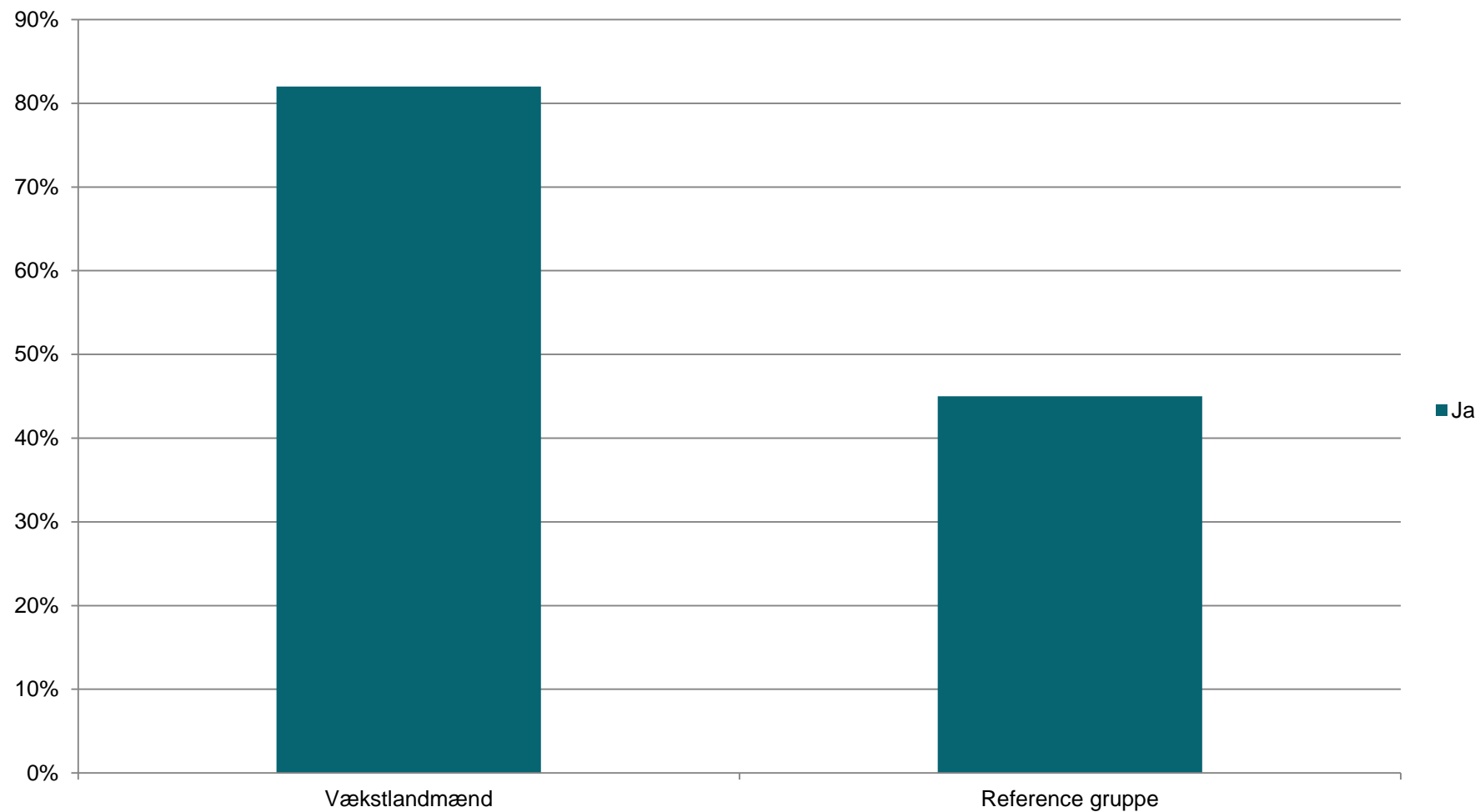
Hvad var virksomhedens resultat før skat for regnskabsåret 2016?



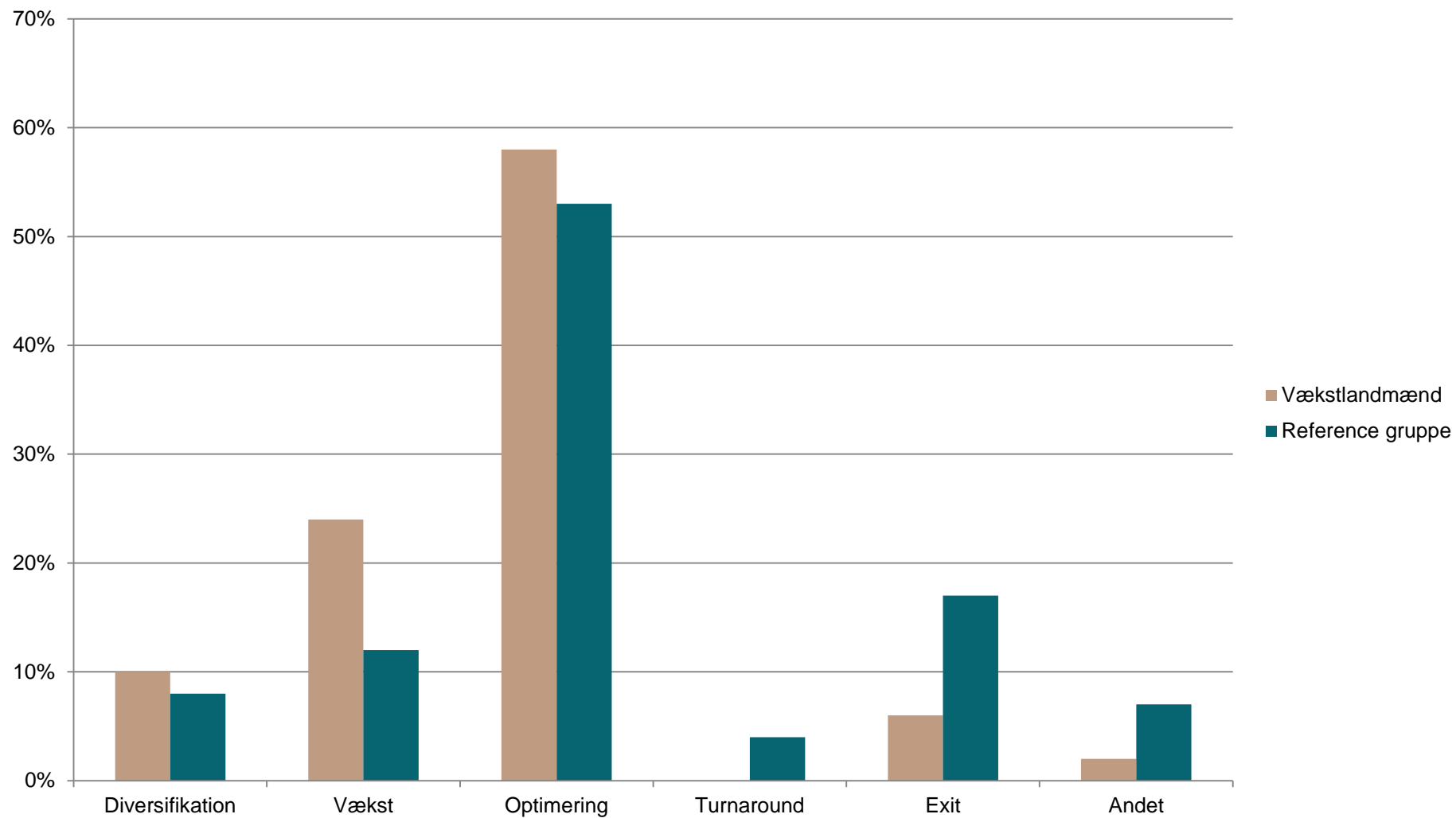
Hvordan er virksomhedens soliditet?



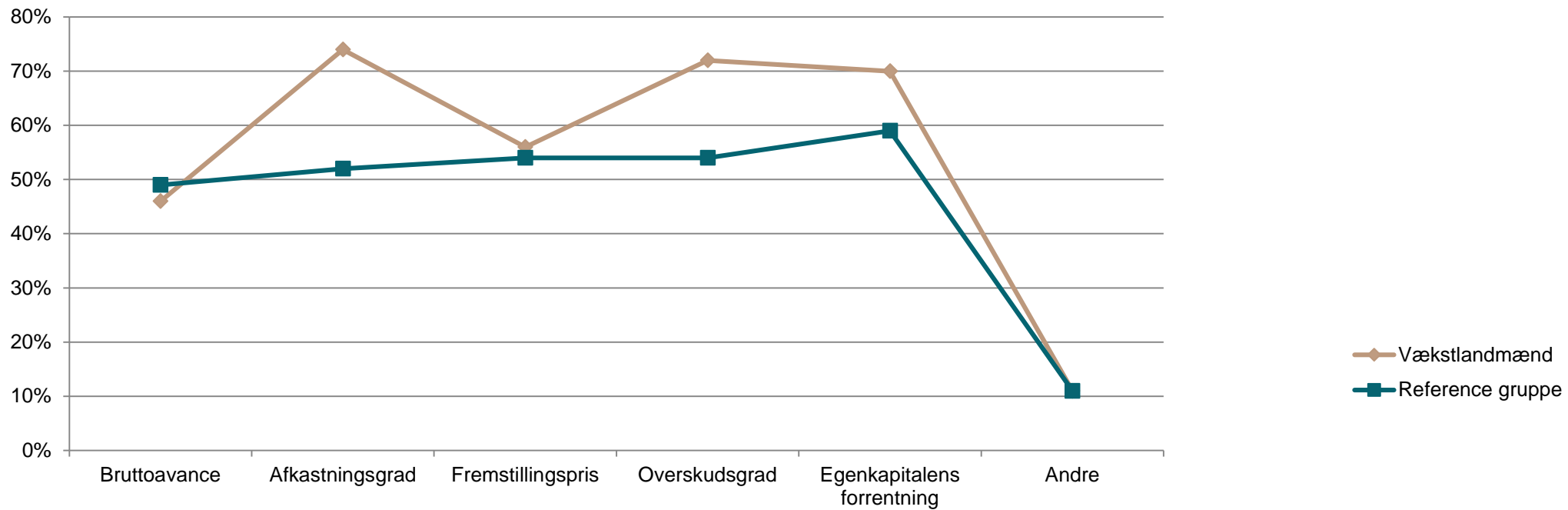
Medlem af en erfa-gruppe



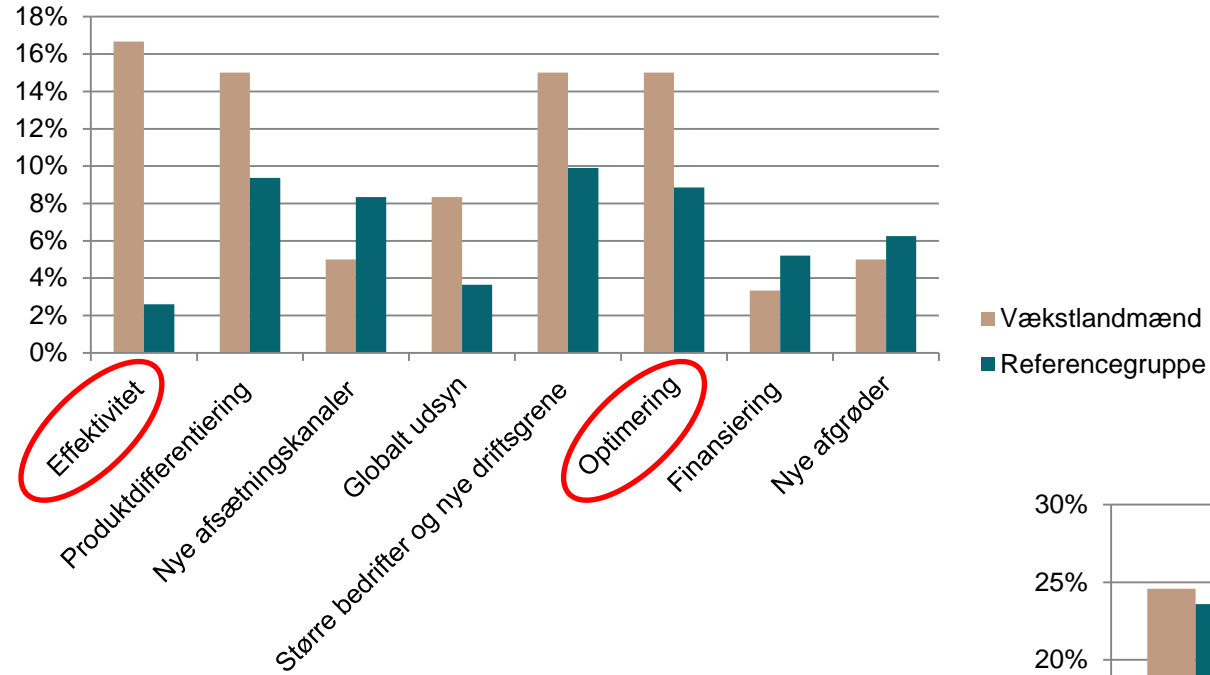
Hvad er dit strategiske fokus?



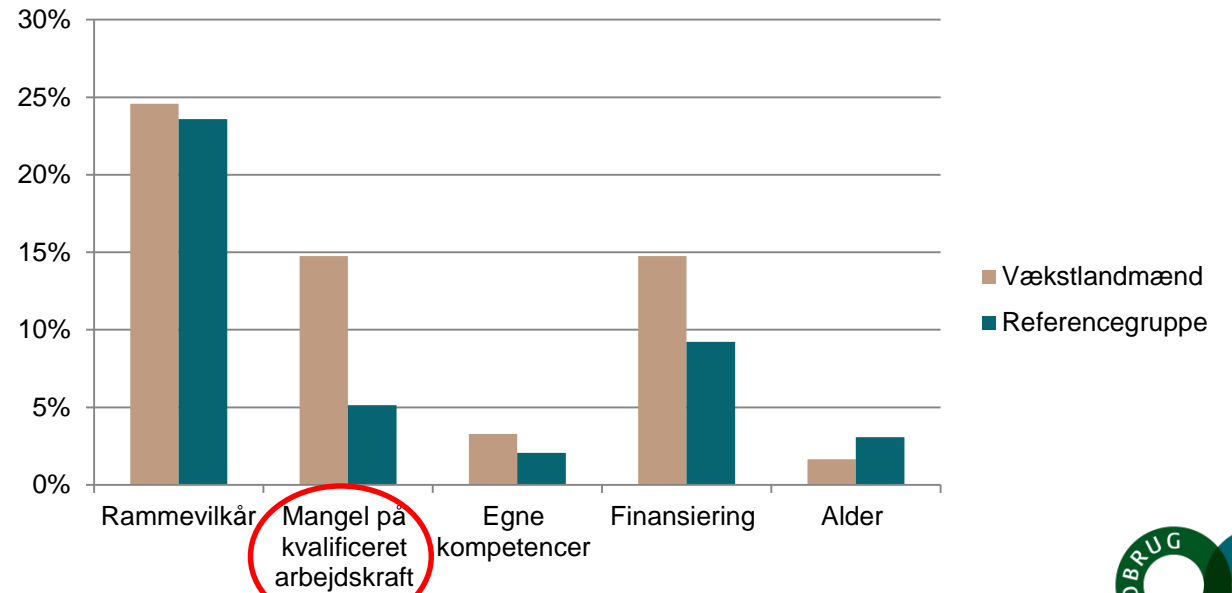
Hvilke nøgletal kender du?



Potentialer



Udfordringer



Investorer

Lone Andersen: Udenlandske pengefolk underminerer det danske landbrug

Brødre køber herregård sammen med investor

Søndag 30. april 2017 | 13:10

Skrevet af

Skrevet af Aage J. Iversen

Udskriv

Tidligere bageridirektør investerer i
landbrug

Bent Holm: Sælger flere
flere landbrug til eksterne

Rigmænd opkøber danske gårde

Udenlandske og danske velhavere opkøber flere og flere danske
gårde. Antallet af opkøb ventes at stige voldsomt i 2017.

Rådgivningsvirksomheden Sagro vil bringe investorer
og landmænd sammen

v | 29.12.2016 KL. 19:00

I tider med lav afkast/lav rente på indlån m.v. melder der sig nu attraktive muligheder for at placere
kapital i landbrug – virksomheder med jord og animalsk produktion.



Formål og metode

Formål

Afdækning af at have investorer tilknyttet dansk landbrug og hvorledes det vil styrke dansk landbrugs konkurrencekraft og dens samfundsmæssige betydning

Metode

- **Dataindsamling via interviews, der repræsenterer:**
 - Professionelle investorer
 - Kapitalfonde
 - Samarbejdspartnere (rådgivere og finansielle institutter)
- **Desk research**
 - Vurderet analyser og artikler på basis af eksisterende materiale og sekundære data. Det har været fra såvel interne som eksterne kilder

Konklusionerne

- Potentialer og udfordringer

Vores afdækning har givet os et større og brugbart indblik i investorers betydning for dansk landbrug, hvor særligt 4 findings står klart:

- Det giver det enkelte landbrug og branchen bedre vækstbetingelser
- Branchens omdømme styrkes
- Det enkelte landbrug får en forbedret strategisk ledelse og rapportering
- Der er barrierer i forhold til at finde den rigtige til at drive ejendommen – og til at finde de rigtige ejendomme

Vækstbetingelser

- *Jeg tror, at investorer kan blive løftestang for de dygtigste landmænd, som vil noget mere og ser vækstpotentialer nationalt og internationalt*
- *Det er løsningen for de mange unge landmænd, der ønsker at etablere sig på et landbrug nu og på den længere bane*
- *De investorer der vil involvere sig i landbrugene vil bidrage med nye kompetencer, der kan skabe nye vækstmuligheder*
- *Landmændenes kompetencer vil løftes yderligere, fordi der vil blive sat nye standarder for effektivitet og produktivitet*

Branchens omdømme

- *Vi får skabt en virksomhedskultur på de landbrug, hvor der er investorer tilknyttet og det vil have en afsmittende effekt på den resterende del af landbruget. Vi får et øget fokus på den løbende drift og afkast heraf.*
- *Vi får en professionalisering af dansk landbrug, der er gavnlig både for indtjening i erhvervet og for erhvervets omdømme.*
- *For kommende generationer i erhvervet tror jeg, at det vil have en afsmittende effekt. Etableringsalderen vil stige yderligere, fordi der vil komme stigende krav til direktøren for landbrugene.*
- *Jeg tror dansk landbrug får en mere markant bæredygtighedsprofil fordi de eksterne investorer (specielt kapitalfonde) vil stille krav til landmandens bæredygtighedsprofil herunder dyretæthed i DE/m², pesticidforbrug/ha, elforbrug/ha mv*

Forbedre den strategiske ledelse

- *Vi kommer med en professionalisering af hele landbrugsbedriftens setup, som fx rapportering, den strategiske ledelse og evner til at forretningsudvikle.*
- *Landmanden bliver direktøren og har pludselig mulighed for at sige stop, når han ikke vil være en del af det - eller gerne vil ud og prøve kræfter med noget andet.*
- *Virksomhedslandbrugene kommer til at forholde sig mere kritisk til risiko. At vi lærer at sætte ord på, hvad de har af risici og hvad vi gør, hvis risikoen rammer os. Det er ikke nok at sige, at mælkeprisen nok aldrig kommer under 2 kr. igen.*
- *Det er måden hvorpå den unge landmand skal etableres. Det giver landmanden mulighed for at kunne koncentrere sig om sit håndværk, og hvor vi står for rapporteringen og for at virksomheden kører på det strategiske niveau.*

Barriere

- *Det er først og fremmest en udfordring, at finde det rigtige landbrug og finde den rigtige landmand til at drive det*
- *Der er masser af landbrug - men alt for få der evner at drive dem*
- *Holdningen blandt landmænd – de forstår ikke konceptet for hvad det vil sige, at det er en investor der ejer landbruget. Det er en stor barriere!*
- *Den danske bondekultur er en stor barriere for at ikke flere investorer investerer i dansk landbrug. En business- og bondekultur er modstridende!*

**Er det kun for talentet det er relevant,
at tilknytte en investor?**

Hvad med vækstlandmanden?

Udviklingsveje og vækstpotentiale - IVD

Udviklingsveje og vækstpotentiale

Der er tre (+1) meget udtalte udviklingsveje blandt top 2:

1. Specialisering i 1-2 driftsgrene

- a. Specialisering med et smalt strategisk fokus på differentiering

- **strategisk omkostningsfokus**

- **strategisk omkostnings og differentieringsfokus**

2. Multibrug med op til 5-6 forretningsområder

- **strategisk fokus på risikospredning og synergi**

3. Differentieret produktion/produkter

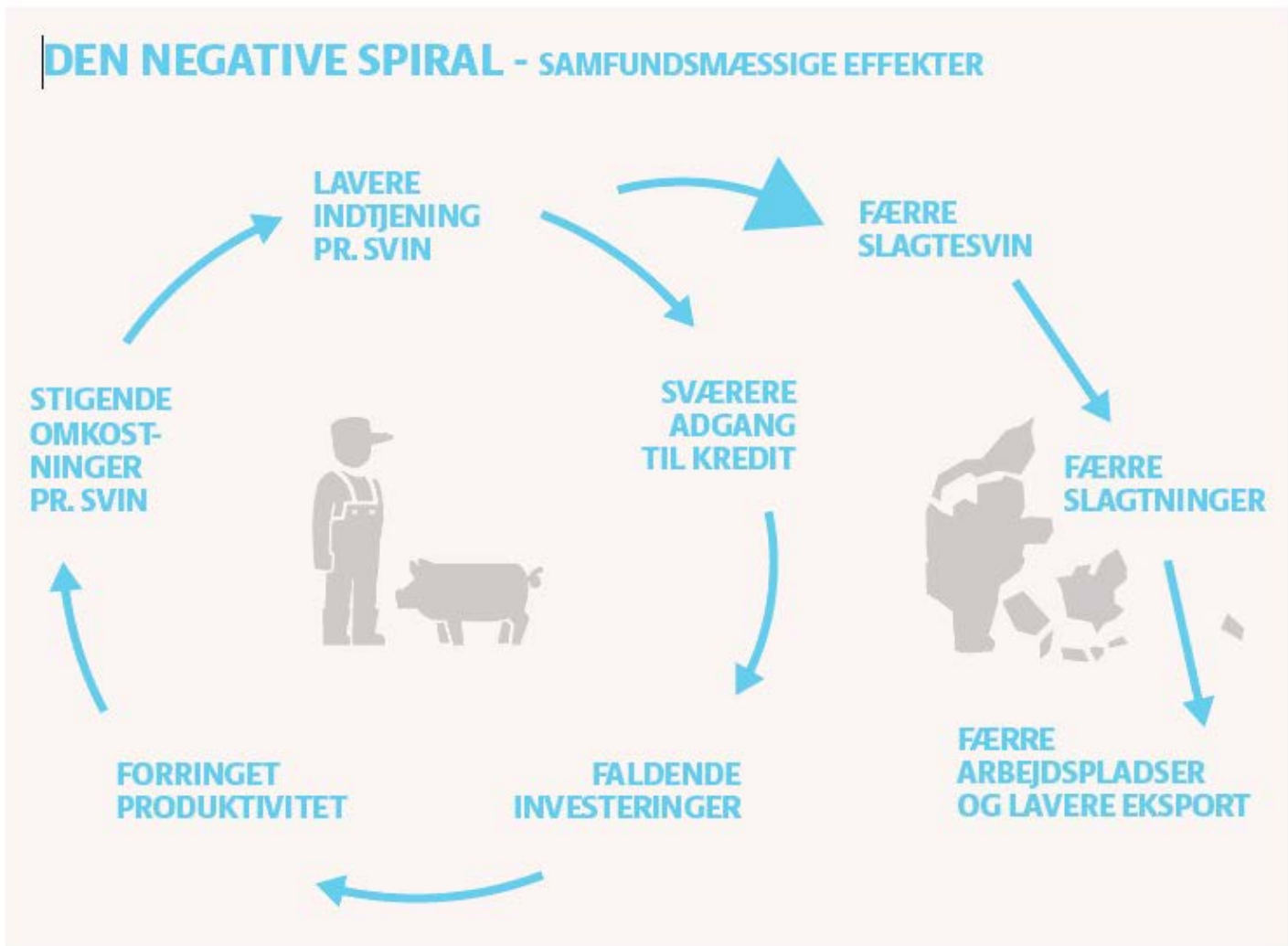
- **strategisk fokus på merværdi og værdikæde**

Uddrag fra: **Svinesektorens Vækstpanel**

- **Udfordring for dansk svineproduktion/danmark**

- Der leveres simpelthen for få grise til slagterierne, fordi den danske slagtesvineproduktion under ét ikke er konkurrencedygtig.
- Resultatet er, at danske smågrise i stigende grad eksporteres frem for at blive slagtet i Danmark.
- Kan udviklingen vendes, er der et stort potentiale for at genvinde de 5.000 arbejdspladser og 5,6 milliarder kroner i eksportindtægter, som Danmark har mistet.

Den negative spiral



statement

- Tallene viser, at slagtesvineproducenterne i den bedste tredjedel har en konstant god økonomi, mens producenterne i den nederste tredjedel hele tiden skiftes ud.
- Den mest produktive tredjedel af slagtesvineproducenterne besidder nogle kompetencer, som det vil være gavnligt at udbrede til resten af slagtesvineproduktionen.
- De veldrevne bedrifter er gode til ledelse, købmandsskab og håndværk.
- Historisk har de dygtige slagtesvineproducenter overtaget de mindre dygtige producenters bedrifter. Det har medvirket til en strukturudvikling med færre og større slagtesvinebedrifter og sikret en generelt god økonomi i slagtesvineproduktionen.
- Efter finanskrisen er denne udskiftning – og dermed strukturudviklingen – bremset op.

6 indsatsområder

- Nye ledelseskoncepter
- Nye stordriftskoncepter
- Nye finansieringsmuligheder
- Nye afsætningskanaler og øget værdi
- Fair og forudsigelige konkurrence vilkår
- En fælles fortælling om dansk svinekød

Nye ledelseskoncepter

- Vækstpanelet vurderer, at **ledelse** er en medvirkende årsag til de store forskelle på slagtesvinebedrifternes økonomiske resultater.
- Analysen viser, at produktiviteten kan forbedres, hvis **slagtesvineproducentens kompetencer suppleres** på de områder, hvor der ikke præsteres optimalt.
- Har slagtesvineproducenten for eksempel sin hovedsaglige styrke indenfor planteavl, kan han koncentrere sig mere om denne driftsgren, hvis **specialister fra andre landbrugsbedrifter eller fra slagteriet overtager driften af slagtesvineproduktionen**.

Nye Stordriftskoncepter

- Vækstpanelet mener, at der kan opnås **produktivitetsgevinster ved at samle slagtesvineproduktionen i større staldanlæg** på over 120.000 grise.
- For at mindre slagtesvineproducenter kan opnå stordriftsfordele, kan slagtesvinene samles i **fællesejede staldanlæg, som drives af et konsortium.**

Nye finansieringsmuligheder

- Vækstpanelet finder, at **modernisering af staldanlæg** er afgørende for at forbedre produktiviteten i slagtesvineproduktionen, men at landbrugets adgang til finansiering generelt er hæmmet af dårlig indtjeningsevne og heraf følgende krav til egenkapital og risikoafdækning.
- **Partnerskaber med slagterier og andre slagtesvineproducenter** er en måde at forbedre produktiviteten på i slagtesvineproduktionen.
- En anden mulighed er at modernisere slagtesvinebedrifterne i sammenhæng med det stigende behov for **ejerskifte**.
- Kravene til egenkapital fra banker og realkreditinstitutter er imidlertid en barriere for at opnå lån til at købe en landbrugsejendom og kredit til at drive bedriften.
- **Alternative ejerformer som forpagtning kan bidrage til at finansiere købet af ejendommen, men løser ikke problemerne med at få en kassekredit til driften.**

Nye afsætningskanaler og øget værdi

- For at skabe øget markedsadgang skal indsatsen for at **åbne nye markeder** styrkes. Det gælder især udenrigstjenestens indsats på de vigtigste vækstmarkeder.
- Derudover skal slagterier og svineproducenter omsætte de fremvoksende **globale forbrugerønsker til produkter med en højere værdi**.
- Analysen viser, at globale forbrugerønsker om bæredygtighed er ved at vinde frem. Det tolker Vækstpanelet som et **ønske om nicheprodukter**, der kan øge værdien af dansk svinekød – og herigennem øge afregningsprisen og indtjeningen i slagtesvineproduktionen.

Vurdering af Effekt

Handlingspunkter	Gennemsnitseffekt pr. gris
Integreret produktion i værdikæden	2,50
Driftsfælleskaber og storproduktion	1,50
Manual for styring af produktionsprocesser	16,00
Digital dataindsamling til overvågning, dokumentation og innovation i et fælles kvalitetssikringskoncept	10,00
Øget produktværdi, nye produkter og markeder	10,00
Fjernelse af PSO-afgift for erhvervslivet	12,00
Fjernelse af rumvarmeafgift	3,00
Øvrige handlingspunkter har indirekte effekt eller udgør grundlaget for andre handlingspunkter	-
Samlet skøn	55 kroner

INFO kanaler, årshjul informationsformidling og vækstpotentiale

7684, AP 2.2: Vækstlandmandens brug af informationskanaler samt afdækning af behov for årshjul

- Vækstlandmandens fortrukne informationskanaler
 - Top 5 vigtigste kanaler
- Vækstlandmandens årshjul over informationskanalernes vigtighed
 - Behov?

7684, AP 2.2: Vækstlandmandens brug af informationskanaler samt vurdering af deres troværdighed og kvalitet

- Baseret på resultater fra spørgeskemaundersøgelse (kun vækstlandmænd) samt interview med vækstlandmænd.
- De vigtigste informationskanaler indenfor trykte aviser, fagblade, sociale medier og forsknings-og videndatabaser er:
 - Effektivt Landbrug – tryksag og hjemmeside
 - LandbrugsInfo.dk – hjemmeside og nyhedsbrev
 - Landbrugsavisen - tryksag og hjemmeside
 - Rådgivningsvirksomheder – nyhedsbreve, tryksager og hjemmeside
 - Maskinbladet – tryksag og hjemmeside

7684, AP 2.2: Vækstlandmandens brug af informationskanaler samt vurdering af deres troværdighed og kvalitet

- Vurdering af troværdig, kvalitet og nytteværdi, udvalgte resultater fra spørgeskema og interview:
 - Stor nytteværdi af viden fra LandbrugsAvisen, Maskinbladet og Effektivt Landbrug, knap så stor nytteværdi af viden fra rådgivning hos rådgivningsvirksomheder.
 - Jyllands Posten og Børsen er af høj kvalitet og kommer med input, som vækstlandmanden kan anvende strategisk. LandbrugsAvisen er faldet i kvalitet, da fagligheden ikke er så høj som den har været. Maskinbladet vurderes højere i kvalitet end LandbrugsAvisen.

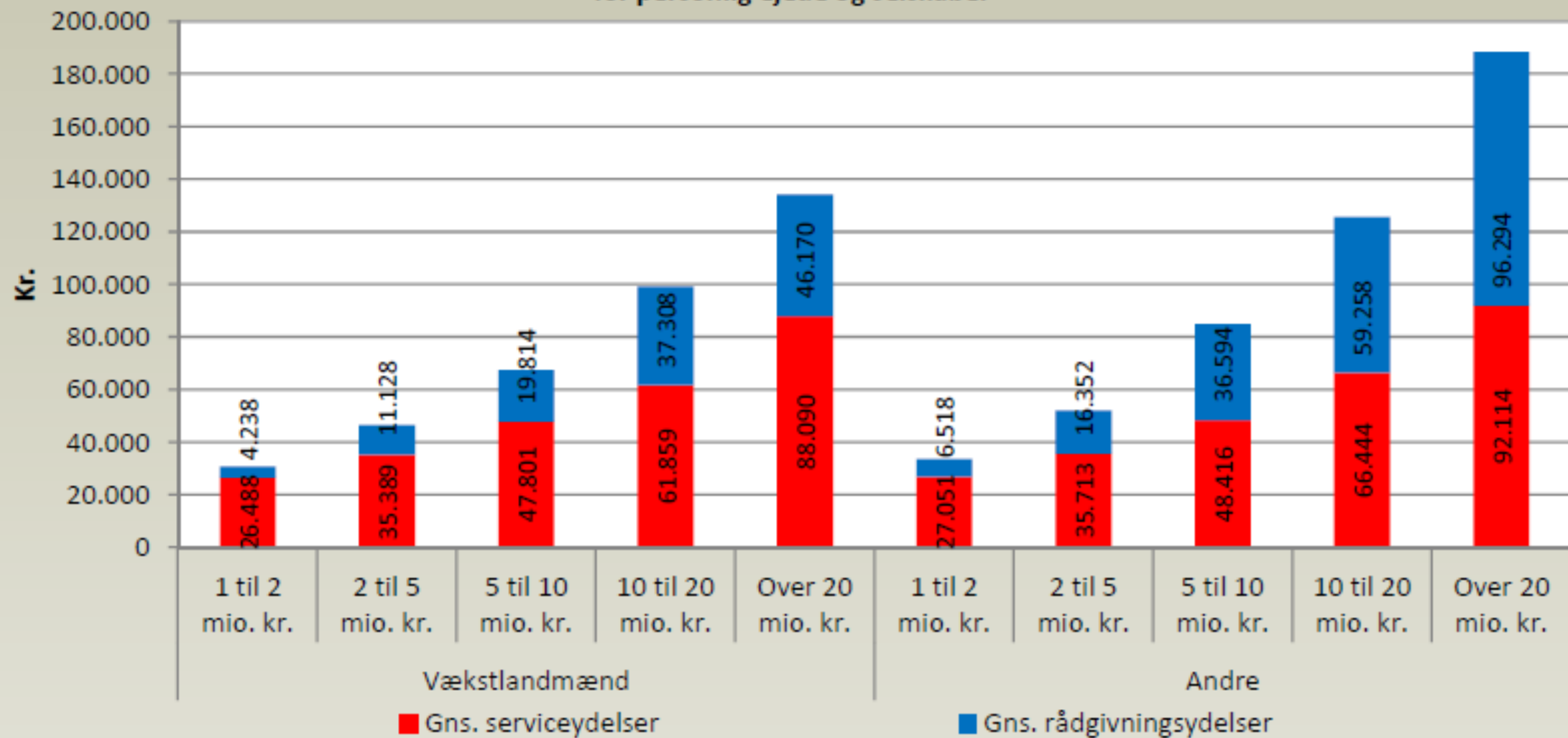
7684, AP 2.2: Vækstlandmandens årshjul over vigtigheden af informationskanaler

- Analyseresultaterne fra undersøgelser i projektet samt input fra arbejdet med netværk og projektets Advisory Board har **ikke** givet noget definitivt bud på hvilke kanaler, der er relevante/vigtige for vækstlandmandens årshjul
- Behovet for et årshjul er ikke identificeret hos vækstlandmanden
- Resultater fra projektet ikke givet mulighed for at udvikle et årshjul på baggrund af informationskanalernes vigtighed, **der kan dog argumenteres for at oversigter over de mest besøgte artikler på LandbrugsInfo.dk fordelt pr. måned giver et meget fint indblik ind i vækstlandmanden og landmandens behov for forskellige viden fordelt over året.**

DLBR og vækstpotentiale - IVD

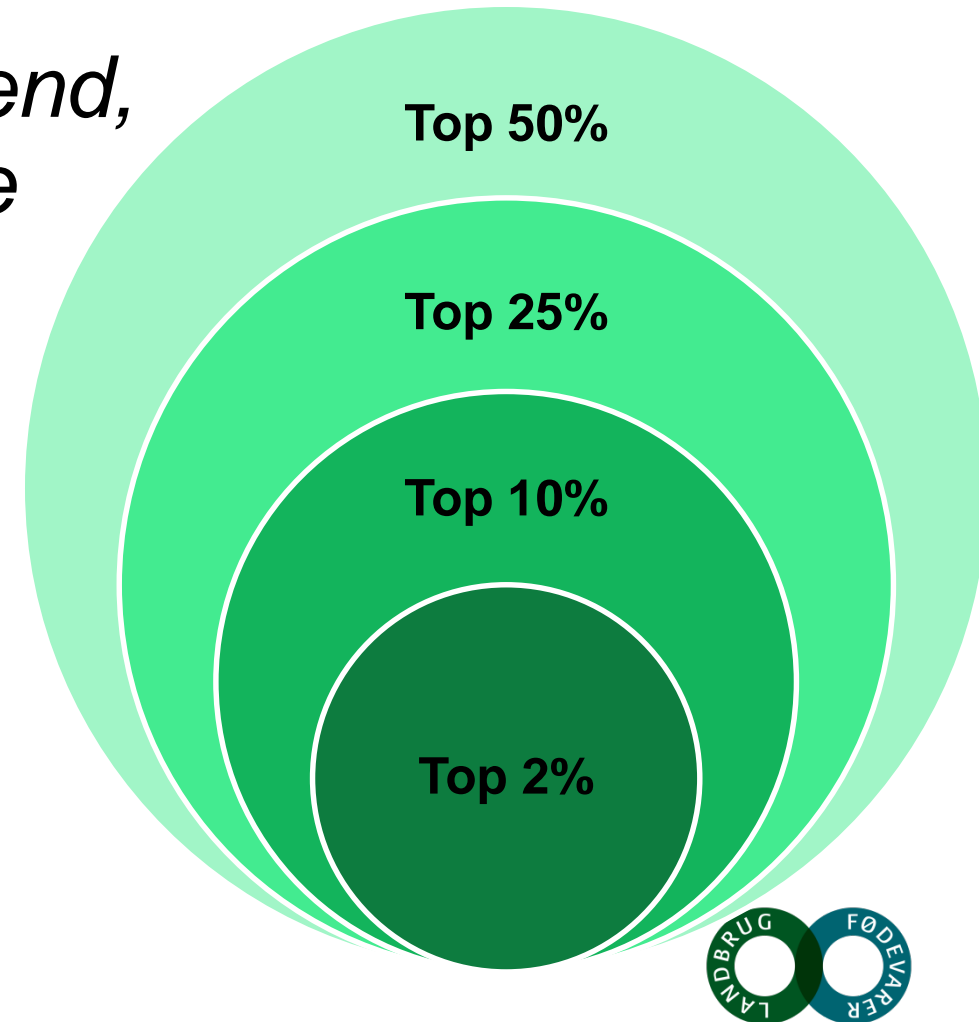
Graf 31

Gennemsnitlig køb af service- og rådgivningsydelser for personlig ejede og selskaber



DLBR og vækstpotentiale

Hvad gør landets bedste vækstlandmænd, og på hvilke parametre kan de forbedre sig yderligere, f.eks. via kendte og nye viden- og erfaringskilder





Den irrationelle del af
virksomheden



Rådgivnings
ydelser

Service
ydelser

Landmand



Dan Avl

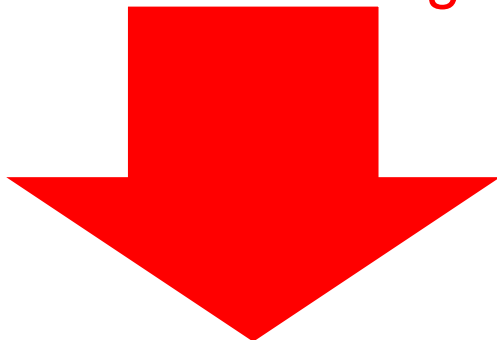


Forretningsudvikling - Den svære balance

Ledelse

- Fokus på effektivitet
- Driftsleder

Kerneforretning



DRIFT

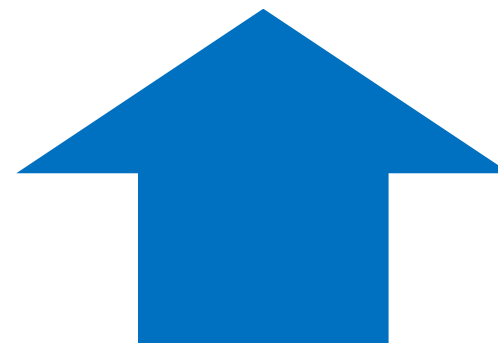
- Gøre tingene rigtigt
- Gøre tingene bedre
- Bundlinje

Lederskab

- Fokus på strategi
- Direktør

UDVIKLING

- Gøre de rigtige ting
- Gøre tingene anderledes
- Ny værdiskabelse og nye indtægter



Ny forretning

SEGES



Kommunikationskanaler

Ejer/direktør

Vækstlandmanden efterspørger kommunikation målrettet dette niveau

Driftsleder

Strategisk Niveau:
PROFIT

Taktisk niveau:
PROCES

Operationel niveau:
PROBLEM

Staldgang

Hvilke behov har vækstlandmanden for rådgivning?

Generalist

Tæt på ejer / Personlig Assistent
Coaching / sparring
Forretningsudvikling/strategiske til/fravalg
Forretnings-forståelse/-orienteret
Virksomhedskultur
HRM
Egen administration
Controller
Risiko-management/-styring
Produktionsstyring
Økonomistyring

Specialist

Forretning
Tænke holistisk
Leverer værdi – JIT

Ekspert

Forretning
I øjenhøjde
Fokus på virksomhedens:
- Behov
- Rammer og muligheder
- Udfordringer og risici

DLBR Udviklingsscenarier

Oplæg til udviklingsveje for DLBR i forhold til top 2% vækstlandmænd:

1. Serviceydelser i høj kvalitet til konkurrencedygtig pris.
2. Individuelle serviceydelser, værdiskabende specialist og ekspert rådgivning i høj kvalitet til konkurrencedygtig pris.
3. Etablere stærk samarbejdsrelation med KAM funktion, generalist funktion og individuelle værdiskabende service-og rådgivningsydelser via DLBR virksomhedens egne forretningsområder og DLBR virksomhedens netværk af samarbejdspartnere.

Projektets status

Leverancer

Projektets leverancer

- **Notat med identifikation af de udvalgte vækstlandmænd.**
- **Endvidere en beskrivelse af vækstlandmændenes netværk og muligheder for udbygning af disse på topniveau.**
- Desuden beskrivelse af vækstlandmændenes videnkilder og oplæg til udbygning af disse. AK – er færdig
-
- **Oversigt over vækstlandmændenes udfordringer, behov og fremtidsscenarier,**
 - herunder en beskrivelse af behovene for værktøjer og ydelser. (En værktøjskasse.)
-
- Oversigt over vækstlandmændenes brug af informationskanaler samt vurdering af kanalernes kvalitet og troværdighed.
-
- Udvikling af årshjul over informationskanalernes vigtighed.
-
- Hvis datagrundlaget giver mulighed for det, udvikles en model for, hvilken informationsindsats der forventes at kunne optimere driftsledelsen.
-
- Vejledning til brug ved samarbejde med strategiske sparringspartnere f.eks. bestyrelser og gårdbestyrelser.
-
- Notat med erfaringer fra internationale lead user landmænd.
-
- Notat, der afdækker vækstlandmændenes idégenerering, forretningsudvikling og implementering af nye tiltag.
-
- **Beskrivelse af vækstlandmændenes fremadrettede behov og oplæg til tiltag, der kan dække behovene. IDEKATALOG**
-
- Projektets observationer og erfaringer formidles løbende i artikler, opslag på de sociale medier samt ved møder, hvor der deltager landmænd.
Kommunikationsgruppen - løbende

Konference: Fremtidens landbrug – hvor skal væksten komme fra i landbruget

- Der er masser af potentiale i dansk landbrug!



Vækstområder for Dansk Landbrug

- Mennesket bag
- Et stærkt økonomisk fokus
- Det gode landmandskab
- Høj prioritering af ledelse
- Omkostninger og specialisering
- Højkvalitetsprodukter - fra jord til bord
- Multibrug med fokus på bundlinjen
- Netværk til optimering og udvikling
- Den teknologiske udvikling
- Målrettet rådgivning
- Nye veje til kapital

Konferencen

- 08:00 - 08:30 Ankomst og morgenmad
- 08:30 - 08:45 Velkomst v/ Anders Søgaard, Landbrug &Fødevarer
- 08:45 - 09:00 Præsentation af projektet og formål med dagen v/ Ivan Damgaard, SEGES
- 09:00 - 09:45 Perspektivering; "Hvor skal væksten komme fra i landbruget"
v/ Anne Ahrnung, adm. direktør i SEGES
- 09:45 - 12:00 Præsentation af highlights og findings fra projektet
- Top 2 %landmanden
 - Talenter
 - Investorer
 - Internationale landmænd / virksomheder
 - Vækstveje
- Netværksmøder ved bordene
- Udfordringer, barrierer og potentialer for styrket konkurrencekraft og vækstpotentialer
 - Top 2 %landmand som vækstlag contra Dansk Landbrug

Konferencen

- 12:00 - 13:00 Netværksfrokost
- 13:00 - 15:45 Inputs til: Hvor skal væksten komme fra i landbruget?
- Innovation, ledelse, bestyrelser, vækst og udvikling v/ Mette Neville,
Aarhus Universitet
- Netværk – indlæg v/Christian Waldstrøm, Aarhus Universitet
- Netværksmøder ved bordene – indlæg og facilitering ved Christian
Waldstrøm, Aarhus Universitet
- Hvor skal væksten komme fra i landbruget
- 15:45 - 16:00 Opsamling og tak for idag v/ Anders Søgaard, Landbrug &Fødevarer
&Ivan Damgaard, SEGES

Styregruppens kommentarer og evaluering