

Temamøde om fødevareudvikling
på Bornholm
Madkulturhuset "Gaarden"

11. maj 2015

- GØR UDFORDRINGER
TIL MULIGHEDER SAMMEN MED OS



UDFORDRINGER og MULIGHEDER - fødevarevirksomheder

Kundens og forbrugerens loyalitet bliver mindre

Konkurrencen er hård og udfordrende - prissætning

90 % af alle nylanceringer ryger ud igen efter kort tid

Privat label er voksende – 45-55% i kæder

Økologi er voksende

Nethandel også voksende på madvarer

Detail kæder handler direkte producent – deres egen grossist

KUNDER + SALG = LØNSOMHED / INDTJENING



MULIGHEDER og ØNSKER - fødevarebranchen

Fødevarebranchen bliver mere og mere vigtig for Bornholms økonomi

Bornholmske fødevarer er et godt brand – men skal fortsat udvikles

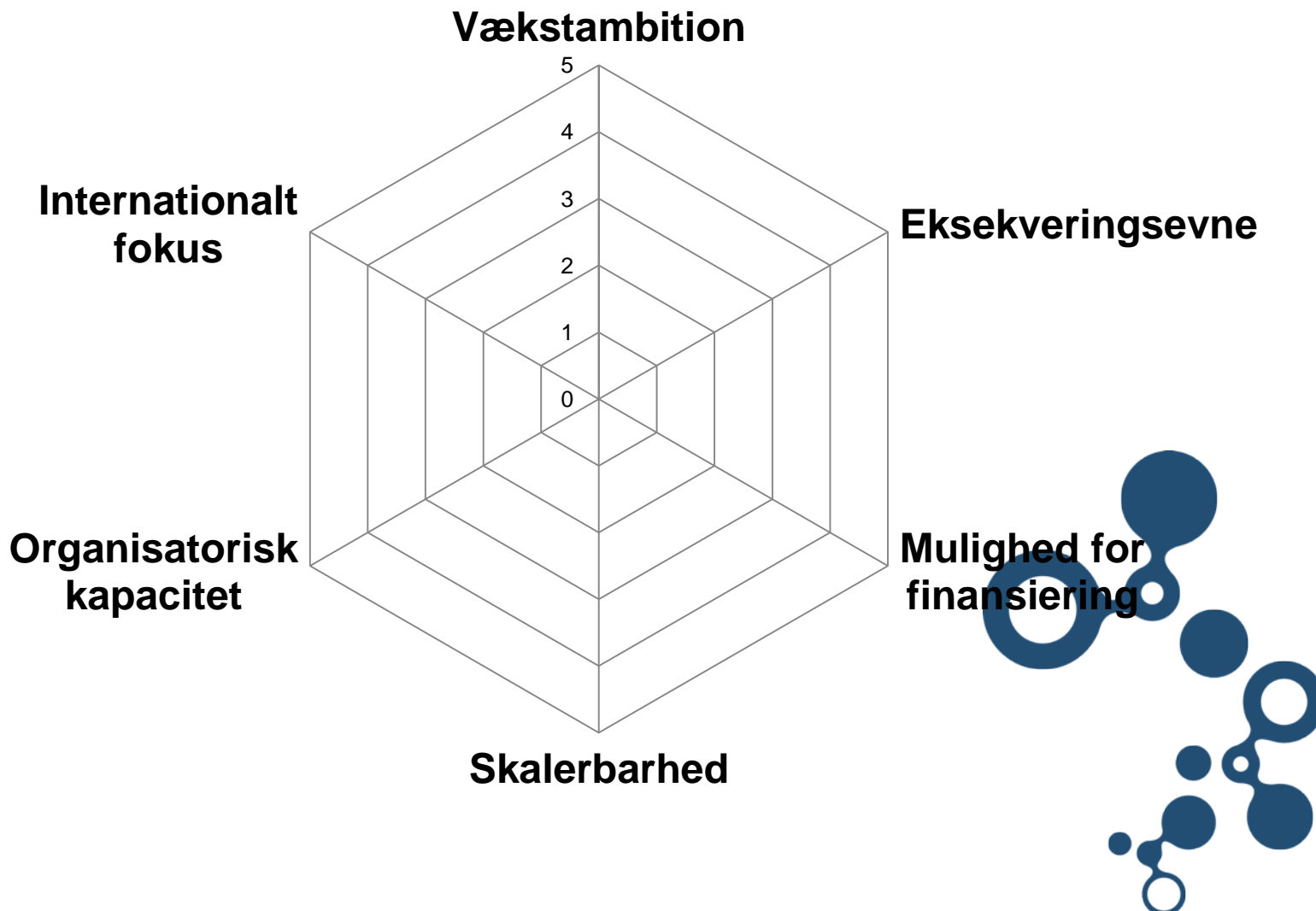
Bornholmske fødevarer skal være tilgængelige + stor kendskabsgrad

Behov professionalisere og internationalisere - små og mellemstore bornholmske fødevarevirksomheder

Gode muligheder ved fælles indsatser = Bornholms Madkulturhus + innovation + viden & vækst + erhvervsfremme og behov for vækst via salg og internationalisering "Bornholm ud i verden"



SCREENING virksomheder med potentiale – eksempel fokus på



BORNHOLM UD I VERDEN – vækst via salg og internationalisering

Råskitse – "Bornholm ud i verden" – vækst via salg og internationalisering
 Der arbejdes i 2 spor – digital forretningsudvikling (digitale salgsplatforme) og fysisk eksport

Overordnet proces

