

2020: Stabiles Geschäft in einer turbulenten Zeit



RAU | FOOD RECRUITMENT ist mit gutem Schwung in das Jahr 2020 gestartet. Beim Lockdown im Frühjahr wurden einige Besetzungsprojekte ausgesetzt oder gestoppt. Je höher das Level der zu besetzenden Position, desto eher wurden die Besetzungsmandate weitergeführt bzw. beauftragt. Unsere Such-, Auswahl und Besetzungsprozesse wurden stark digitalisiert, was einen Effizienzgewinn brachte. Jedoch ersetzt nichts das persönliche Gespräch. Insgesamt freuen wir uns, dass wir mit der Lebensmittelindustrie eine robuste Kundenbranche betreuen. Das Ergebnis wird voraussichtlich ungefähr Vorjahresniveau erreichen. Der Anteil der Milchindustrie lag bei ca. 20 Prozent. Das Geschäft von RAU | EXECUTIVE SEARCH mit Top Level Positionen ab 200T EUR p.a. sowie Beirats-, Aufsichtsrats- und Verwaltungsratsmandaten war von der Covid-19-Krise weitgehend unbetroffen, da diese Stellenbesetzungen eine hohe Bedeutung für Unternehmen und strategische Wirkung haben. Für RAU | INTERIM war das vergangene Jahr ein turbulentes, aber äußerst erfolgreiches. In der Hochphase der Krise wurden viele Manager auf Zeit dringend nachgefragt, die Experten in der Gestaltung und Effizienzsteigerung von Wertschöpfungsprozessen sind. Zusätzlich wurden manche Positionen nicht wie ursprünglich geplant permanent, sondern erst einmal auf Zeit besetzt. Der Anteil der Milchbranche war hier signifikant. foodjobs in Düsseldorf musste, wie fast alle Jobbörsen, zu Beginn der Pandemie einen Rückgang von 30 Prozent hinnehmen. Der Anzeigenmarkt erholt sich seitdem stetig, aber nur langsam. foodjobs.de ist weiterhin mit Abstand die führende Stellenbörse für die Lebensmittelindustrie. Seit Juni bietet foodjobs aufgrund der großen Nachfrage im Markt Active Sourcing mit Erfolgshonorar für Positionen bis 80T EUR p.a. an. Das Angebot wird sehr gut angenommen, insbesondere von der Milchbranche.

■ Dr. Tim Rau und Matthias Hennig, Geschäftsführung



Neue Dynamik - passende Lösungen

2020 - ein Jahr voller neuer, aber auch bekannter Herausforderungen, mit denen die Milchbranche und wir als System- und Lösungsanbieter für nachhaltige aseptische Verpackungen konfrontiert waren. COVID-19 ist ein Wendepunkt in der Geschichte. Die Pandemie brachte eine neue Dynamik in die Anforderung an die Supply Chain. Es kam im März und April zu einer Rekordnachfrage nach unseren Verpackungen für haltbare Milch- und Saftprodukte. Seitdem verzeichnen wir eine kontinuierlich starke Nachfrage. Bemerkenswert war die Verschiebung von vormals stark gefragten kleinformatischen Packungen hin zum Mittelformat und von einem vormals starken Einsatz unserer

Verpackungen im HoReCa-Bereich hin zu einem gesteigerten Absatz von Verpackungen für den Hausgebrauch. Alles bedingt durch zeitweise Lockdowns und teilweise einhergehenden Schließungen von Schulen und Kitas.

Die Nachfrage nach nachhaltigeren Verpackungslösungen ist ungebremst. Kartonpackungen mit unserem SIG-NATURE-Verpackungsmaterial, dem weltweit ersten, das bis zu 100% in Verbindung zu erneuerbaren Materi-

alien steht, kommen beispielsweise sehr gut an. Zudem sehen wir eine starke und weiter wachsende Bedeutung des Exportgeschäftes von deutschen Milchprodukten nach China und Fernost. Besonders stolz sind wir auch auf die Großprojekte mit Sachsenmilch und Hochwald, die wir bereits realisiert bzw. in diesem Jahr weiter vorangetrieben haben.

■ Robert Kummer, Head of Market Area Germany bei SIG



Rückblick 2020

Zum Glück wurde die Milchwirtschaft 2020 von Covid-19 nicht so existenziell getroffen wie andere Industriezweige. Die Krise hat auch gezeigt: Je digitaler und automatisierter Molkereien aufgestellt sind, umso einfacher und flexibler können sie die mit der Pandemie verbundenen Hürden überwinden – zum Beispiel in der nun nicht mehr persönlichen, aber dennoch weiter laufenden Kommunikation mit Kunden, Partnern und Lieferanten. Ein Beispiel ist das Rohstoffmanagement: Hier fragen Molkereien ganz unabhängig von der Pandemie immer stärker sogenannte Selfservice-Funktionen nach. Diese ermöglichen es, dass Milchzeuger/Landwirte wesentliche Informationen ganz einfach per Tablet oder Smartphone in die IT-Systeme der Molkereien eingeben können.

Ein weiteres Thema ist das Qualitätsmanagement: Hier müssen Landwirte zahlreiche Informationen wie etwa zu Haltungsform, Herdenmanagement, Tierwohl oder Nachhaltigkeit nachweisen. Wenn solche Meldungen in digitaler Form erfolgen, spart dies allen Beteiligten Aufwände und die Informationen liegen zeitnah im zentralen ERP-System vor. Auch können die Molkereien solche Selfservice-Meldungen mit finanziellen Anreizen verknüpfen: Je mehr ein Landwirt eigenständig Angaben einpflegt, umso besser fallen seine Abnahme- und Zahlungskonditionen aus. Die Molkereien wiederum profitieren von Daten, die auf Knopfdruck zur Verfügung stehen. Für die Auditierung im Rahmen des Qualitätsmanagements zum Beispiel senkt dies den Aufwand erheblich. Die Nachfrage nach einer solchen Digitalisierung bis hin zum einzelnen Landwirt hat deshalb in diesem Jahr deutlich angezogen.

■ Peter Scheurer, Geschäftsführer der Sopra System GmbH, ein Unternehmen der GUS Group

