

FRUIT LOGISTICA 2011

AUSSTELLERBEFRAGUNG



2 AUSSTELLERBEFRAGUNG

2.1 AUSSTELLUNGSSCHWERPUNKTE

(Mehrfachnennungen, Auszug N > = 2,5%)

Frische Früchte	49,6%
Frisches Gemüse	38,2%
Kartoffeln	17,5%
Verpackung	12,0%
Technische Dienstleistungen	9,5%
Transport/Umschlag	9,2%
Verpackungsmaschinen	8,1%
Trockenfrüchte/Nüsse	6,1%
Verbände/Institutionen	5,9%
Convenience-Artikel	5,9%
Lagerung	4,4%
Marketing/Marktforschung	4,0%

2.2 ZIELSETZUNGEN UND

ZIELERREICHUNGSGRAD (Mehrfachnennungen)

Gewinnen von neuen Kunden	83,7%	78,4%
Pflege der Kundenbeziehungen	78,6%	84,3%
Darstellung des Unternehmens/Imagepflege	70,9%	95,5%
Informationen für das Fachpublikum	51,0%	95,3%
Vorstellungen von Neuheiten	37,2%	82,7%
Suche von Lieferanten	35,0%	80,8%
Aufträge/Abschlüsse	34,1%	68,7%
Vorbereitung von Abschlüssen	33,3%	80,4%
Sonstige Ziele	9,9%	76,9%

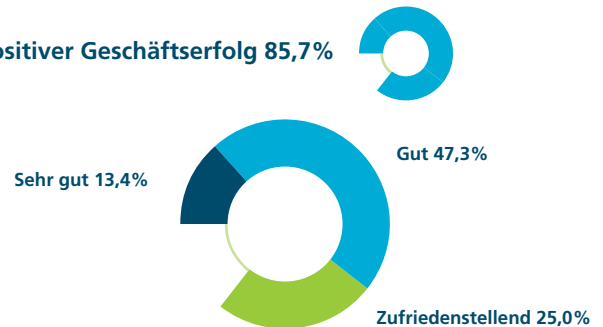
■ Ziele der Aussteller
■ Zielerreichungsgrad gut bzw. zufriedenstellend

Erhoben und ausgewertet von Hopp & Partner, Berlin

2.3 GESCHÄFTSERFOLG

Den geschäftlichen Erfolg ihrer Beteiligung an der diesjährigen FRUIT LOGISTICA beurteilen 85,7% der Aussteller positiv.

Positiver Geschäftserfolg 85,7%



2.4 PRÄSENTATION VON NEUHEITEN/INNOVATIONEN

Fast alle Aussteller (92,2%) sehen in der FRUIT LOGISTICA eine Plattform zur Präsentation von Neuheiten/Innovationen.

Sehr geeignet 44,8%

Gesamt 92,2%



2.5 NACHMESSEGESCHÄFT

80,6% der Unternehmensvertreter erwarten ein sehr gutes bis befriedigendes Geschäft nach der Messe.

2.6 GESAMTEINDRUCK UND AUSBLICK

Für eine erneute Beteiligung an der FRUIT LOGISTICA im Jahr 2012 sprachen sich zum Zeitpunkt der Befragung 85,9% der Teilnehmer aus.

Positiver Gesamteindruck	84,2%
Weiterempfehlung	85,8%
Wiederbeteiligungsabsicht	85,9%