

2. AUSSTELLERBEFRAGUNG

2.1 AUSSTELLUNGSSCHWERPUNKTE

(Mehrfachnennungen, Auszug N > = 2,0%)

FrISChe Früchte	42,7%
FrISChe GemüSe	28,7%
TechnISChe AusrüStungen/Dienstleistungen	14,7%
Verpackung	13,7%
Kartoffeln	8,9%
Fresh-cut/Convenience-/Catering-Produkte	6,9%
Verpackungsmaschinen	6,6%
Transport/Umschlag	6,1%
Lagerung	4,6%
Trockenfrüchte/Nüsse	4,4%
Verbände/Institutionen	3,9%
Marketing/Marktforschung	2,1%
IT-Services und Computerdienste	2,0%

2.2 ZIELSETZUNGEN UND ZIELERREICHUNGSGRAD (Mehrfachnennungen)

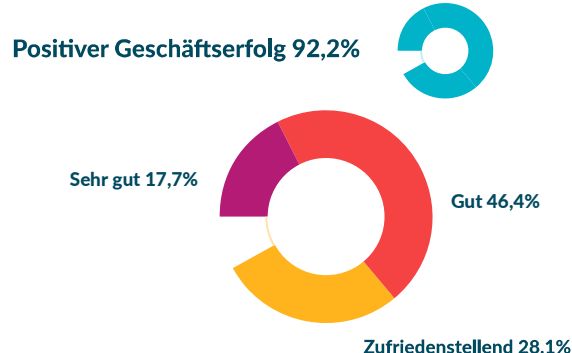
Gewinnen von neuen Kunden	79,1%	84,1%
Darstellung des Unternehmens / Imagepflege	78,4%	95,6%
Pflege der Kundenbeziehungen	77,0%	95,1%
Informationen für das Fachpublikum	53,8%	94,4%
Vorstellungen von Neuheiten	36,6%	91,8%
Aufträge/Abschlüsse	33,0%	79,1%
Suche von Lieferanten	30,9%	87,7%
Vorbereitung von Abschlüssen	26,8%	83,8%
Sonstige Ziele	10,4%	88,0%

■ Ziele der Aussteller
■ Zielerreichungsgrad gut bzw. zufriedenstellend

Erhoben und ausgewertet von Gelszus Messe-Marktforschung GmbH, Dortmund

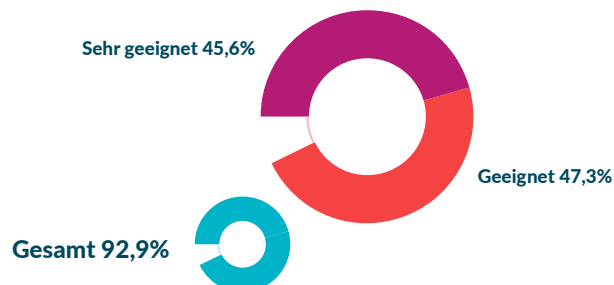
2.3 GESCHÄFTSERFOLG

Den geschäftlichen Erfolg ihrer Beteiligung an der diesjährigen FRUIT LOGISTICA beurteilen 92,2% der Aussteller positiv.



2.4 PRÄSENTATION VON NEUHEITEN/INNOVATIONEN

Fast alle Aussteller (92,9%) sehen in der FRUIT LOGISTICA eine Plattform zur Präsentation von Neuheiten/ Innovationen.



2.5 NACHMESSEGESCHÄFT

90,9% 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 2019 sprachen sich zum Zeitpunkt der Befragung 92,8% der Teilnehmer aus.

