



ANUGA DAIRY
KÖLN, 08. – 12. 10. 2011



HIER FÜHREN WEISSE UND GELBE LINIE ZUM ERFOLG!

Alle Neuheiten, alle Trends: Die Anuga Dairy führt die Top-Entscheider aus Handel und Gastronomie/Außer-Haus-Markt zielgerichtet zu Ihrem Angebot. Gleichzeitig gibt sie Ihnen einen umfassenden Überblick über den globalen Wettbewerb in der innovationsfreudigen Mopro-Branche. Die eindrucksvollen Zahlen und Fakten aus 2009:

- rund 350 Aussteller aus 35 Ländern und annähernd 50.000 Besucher
- Rund 85 % der Besucher beeinflussen maßgeblich die Einkaufsentscheidungen in ihrem Unternehmen oder sind daran beteiligt – ca. 37 % der Entscheider sind Geschäftsführer. Damit stieg die Besucherqualität im Vergleich zu 2007 noch einmal deutlich an!

- Das internationale Get-Together „Dairy Unlimited“ war erneut inspirierender Branchentreff und intensiv genutzte Networking-Plattform.

Profitieren Sie auch 2011 von der hohen Qualität der Fachbesucher und vielfältigen Exportmöglichkeiten, wie sie Ihnen nur die Anuga bietet. Treiben Sie mit der einzigartigen Kraft der Messe Ihr Geschäft voran!

ANUGA: ALLES FÜR IHREN ERFOLG!

10 Fachmessen unter einem Dach. 9 inspirierende Trendthemen. Über 6.500 Aussteller und rund 150.000 Fachbesucher aus aller Welt. 287.000 qm voller

Inspirationen und Events. Kontakte und Geschäfte auf höchstem Niveau. Die weltweit wichtigste Ernährungsmesse gibt Ihrem Geschäft die besten Impulse!



DIE ZAHLEN SPRECHEN FÜR SICH: DIE ANUGA DAIRY 2009!

AUSSTELLER

Herkunft der Aussteller	
Inland	51
Ausland (aus 34 Ländern)	298

Herkunft der ausländischen Aussteller	
Europa (ohne D)	278
Amerika	10
Asien	5
Afrika	5

Stärkste Aussteller-Beteiligung (nur Ausland)	
Italien	63
Niederlande	34
Schweiz	26
Griechenland	15
Spanien	22
Polen	21
Belgien	21
Österreich	14
Frankreich	13
Großbritannien	10
Ungarn	8

Beurteilung der Besucherqualität	
sehr gut	10,6 %
gut	55,3 %
zufriedenstellend	29,8 %
ausreichend	3,7 %
sehr schlecht	0,6 %

Es gibt keine bessere Ernährungsmesse als die Anuga	
Zustimmung	97,4 %
Keine Zustimmung	2,6 %

Erneute Teilnahme an der Anuga 2011	
Ja, sicher	41,6 %
Ja, wahrscheinlich	41,6 %
noch nicht entschieden	16,8 %
nein	0 %

Beurteilung des Messeerfolges insgesamt	
sehr gut	16,3 %
gut	62,5 %
zufriedenstellend	17,5 %
ausreichend	3,1 %
sehr schlecht	0,6 %

BESUCHER

Herkunft der Besucher	
Inland	17.685
Ausland	32.868

Herkunft der Besucher aus Deutschland	
Norddeutschland	5,0 %
Westdeutschland	55,0 %
Südwestdeutschland	15,8 %
Süddeutschland	18,1 %
Ostdeutschland	5,9 %

Herkunft der Besucher aus dem Ausland	
Europa (ohne D)	18.506
Asien	7.888
Amerika	4.009
Afrika	1.479
Australien	986

Top 30 Herkunftsländer der Besucher		
1 Niederlande	16	Tschechische Rep.
2 Italien	17	Finnland
3 Frankreich	18	Japan
4 Belgien	19	Brasilien
5 Großbritannien	20	Ungarn
6 Spanien	21	Rumänien
7 Polen	22	Bulgarien
8 Österreich	23	Israel
9 Türkei	24	Kanada
10 Schweiz	25	Indien
11 Griechenland	26	Litauen
12 USA	27	Norwegen
13 Russland	28	VR China
14 Dänemark	29	Thailand
15 Schweden	30	Slowenien

Aufgabenbereiche (Mehrfachnennungen)	
Geschäfts-, Unternehmens-, Betriebsleitung	36,8 %
Einkauf, Beschaffung	31,1 %
Marketing, Vertrieb, Werbung, PR	34,0 %
Fertigung, Produktion	14,1 %
Forschung, Entwicklung, Konstruktion	11,8 %
Fertigungs-, Qualitätskontrolle	8,1 %
Planung, Arbeitsvorbereitung	11,3 %
Verwaltung, Organisation, Personal-, Sozialwesen, Aus- und Weiterbildung	7,4 %
Lagerhaltung, Materialwirtschaft, Logistik, Transport	8,6 %
Finanzen, Rechnungswesen, Controlling	7,0 %
Informations-, Kommunikationstechnik/EDV	3,7 %
Sonstige Fachbesucher	7,4 %

Wirtschaftsbereiche	
Handel	36,9 %
Gastronomie/Außer-Haus-Markt	20,0 %
Industrie	18,8 %
Import/Export	9,4 %
Dienstleister	7,3 %
Sonstige	7,6 %

Einfluss bei Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen	
Ausschlaggebend	36,5 %
Mitentscheidend	28,7 %
Beratend/einflussnehmend	19,4 %
Nicht beteiligt	8,0 %
Schüler/Student	7,1 %
Sonstige	0,3 %

Besucherinteressen (Mehrfachnennungen)	
Anuga Fine Food	75,3 %
Anuga Drinks	64,5 %
Anuga Chilled Food	54,1 %
Anuga Meat	59,9 %
Anuga Frozen Food	61,5 %
Anuga Dairy	100 %
Anuga Bread & Bakery, Hot Beverages	61,2 %
Anuga Organic	53,5 %
Anuga CateringTec	34,0 %
Anuga RetailTec	32,5 %

Beurteilung des Ausstellungsangebots	
sehr gut	27,2 %
gut	56,4 %
zufriedenstellend	15,1 %
ausreichend	1,3 %
sehr schlecht	0 %

Es gibt keine bessere Ernährungsmesse als die Anuga	
Zustimmung	95,3 %
keine Zustimmung	4,7 %

Gesamtbeurteilung	
sehr gut	23,9 %
gut	55,7 %
zufriedenstellend	18,5 %
ausreichend	1,5 %
sehr schlecht	0,4 %

