

19.04.2005 – 16:30 Uhr

Zum Abschluss der "DailyFood-Business 2005" in Essen (17. bis 19. April) / Erfolgreiche Messepremiere: 6 000 Besucher auf der ersten "DailyFood-Business"

Hannover (ots) -

- Branchenübergreifendes Messekonzept wurde angenommen
- Fleischer, Bäcker und Konditoren profitieren vom breiten Angebot
- Attraktiver Standbau und neue Geschäftsideen

Die neue "DailyFood-Business" überzeugte auf Anhieb. Rund 6 000 Besucher informierten sich an den drei Messtagen über das aktuelle Angebot für das Bäcker-, Fleischer- und Konditorenhandwerk. 292 Unternehmen waren in die Hallen 1 und 2 des Essener Messegeländes gekommen, um ihre Produkte und Dienstleistungen auf insgesamt 7 060 Quadratmetern Netto-Ausstellungsfläche zu präsentieren. Organisiert wurde die branchenübergreifende Fachmesse von der Deutschen Messe AG in Hannover. Andreas Gruchow, Geschäftsbereichsleiter, zeigte sich zum Messeende positiv überrascht über die gute Resonanz dieser Premierenveranstaltung: "Unser Konzept einer neuen übergreifenden Fachmesse, die den Blick über den eigenen Tellerrand bietet, ist erfreulich gut aufgenommen worden. Aussteller und Besucher berichten von zahlreichen neuen Kontakten, die bisher auf anderen thematisch engen Einzelbranchenmessen in dieser Form so nicht möglich waren. Die 'DailyFood-Business' hat ihre Feuerprobe bestanden."

Auch die ideellen Partner ziehen eine positive Bilanz. Lutz Henning, Vorstand der BÄKO-ZENTRALE NORD eG mit Sitz in Duisburg: "Wir sind beeindruckt von der hohen Qualität der Besucher. Es waren die richtigen Leute am richtigen Ort. Aus allen unseren Gesprächen haben wir Folgendes mitgenommen: Es herrscht breiter Zuspruch für Kombi-Messen im handwerklichen Umfeld." Zusammenfassend stellte er fest: "Die Idee der 'DailyFood-Business' ist richtig und die Premiere ein erster Erfolg. Wir haben die feste Absicht, die Messe fortzuführen, und werden sie in der Realisierung weiter optimieren."

Für den Fleischerverband Nordrhein-Westfalen führte Hauptgeschäftsführer Dirk Haerten aus: "Die Präsenz des Fleischerverbandes Nordrhein-Westfalen auf dieser regionalen Messe hat sich als richtig und wichtig erwiesen. Von unseren handwerklichen Mitgliedsbetrieben ist dieses zukunftsweisende Messekonzept angenommen worden. Die überaus erfolgreich durchgeführten Qualitätswettbewerbe auf der 'DailyFood-Business' haben damit eine neue und geeignete Plattform gefunden."

Die drei Messtage in Essen haben deutlich gemacht, welche großen Synergiepotenziale zwischen dem Bäcker-/Konditorenhandwerk und dem Fleischerhandwerk existieren und wie sie mit dem neuen Messekonzept erschlossen werden können.

94 Prozent Fachbesucheranteil

Die positiven Eindrücke der Ausstellerschaft bezüglich der erreichten Zielgruppen werden durch zahlreiche Ergebnisse aus den Besucherbefragungen gestützt. So verzeichnete die "DailyFood-Business 2005" einen Fachbesucheranteil von 94 Prozent. Die hohe Qualität dieser Besucher resultiert aus ihrer beruflichen Stellung: 73 Prozent von ihnen sind Abteilungsleiter, Meister und Gruppenleiter bis hin zu Geschäftsführern und Vorständen oder sind selbstständige Unternehmer. Ihre Entscheidungskompetenz beschreiben folglich 73 Prozent der Fachbesucher als "ausschlaggebend" bzw. "mitentscheidend". Die überragende Zugehörigkeit zum Handwerk spiegelt die Befragung hinsichtlich der Beschäftigtenzahl im eigenen Betrieb: 74 Prozent stammen aus Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten.

Ziel der "DailyFood-Business 2005" war es u. a., Synergiepotenziale in den Zielgruppen zu erschließen. Die besuchten Ausstellungsbereiche zeigen, dass dies in erfreulichem Umfang gelungen ist. Jeweils rund 1 400 Fachleute besuchten z. B. die Ausstellungsbereiche "Ladenbau und Ladenausstattungen", "Kälte-, Kühl- und Klimatechnik" sowie "Lagerung, Verpackung, Reinigung, Transport".

Neben den sehr aufwändig und professionell gestalteten Präsentationen der Aussteller verzeichneten auch die Sonderschauen hohes Besucherinteresse. So nutzten über 50 Prozent aller Gäste das vielfältige Informationsangebot der Sonderschau "Snack'it", die neue Geschäftsideen zum Thema "Snack" vorstellte. Wie sehr neue Geschäftsideen und -felder interessierten, zeigt die Zahl von rund 2 600 Fachbesuchern, die die Bereiche "Ausstattung und Zubehör für Eis-Cafés und Kaffeehäuser" und "Partyservice und Catering" besuchten.

Das Gesamtkonzept der "DailyFood-Business" traf auf breite Zustimmung. 77,9 Prozent der Fachbesucher wollen "bestimmt" bzw. "wahrscheinlich" auch die nächste "DailyFood-Business" besuchen - ein hervorragender Wert für eine Premierenmesse.

Ausstellerstruktur

Stärkstes Bundesland auf der Ausstellerseite war Nordrhein-Westfalen mit 111 Unternehmen auf 3 661 Quadratmetern Ausstellungsfläche, gefolgt von Baden-Württemberg (46 Firmen auf 855 m²) und Niedersachsen (36 Firmen auf 497 m²). Fünf Aussteller kamen zur ersten "DailyFood-Business" aus dem Ausland (Dänemark, Niederlande, Österreich und Polen). Nach Produktgruppen führte das Thema "Services" mit 69 Ausstellern vor "Ladenbau und Betriebsausstattung" mit 61 Firmen und "Handelsware und Convenience" mit 42. Weitere Angebotsschwerpunkte waren:

- Bäckerei- und Konditoreitechnik,
- Fleischereitechnik und -bedarf,
- Rohstoffe und Zutaten,
- Partyservice und Catering,
- Lagerung und Verpackung,
- Reinigung und Hygiene sowie
- Transport und Mobiles Verkaufen.

Stimmen der Aussteller

Generell sprechen die Aussteller von einer hohen Qualität der Besucher an allen drei Messetagen. Neben dem großen geschäftlichen Potenzial, das hinter den einzelnen Gesprächspartnern stand, berichteten die Firmen von einem überraschend erfolgreichen Neukundengeschäft. "Wir haben hier auf der 'DailyFood-Business' zahlreiche neue Kunden erreicht, obwohl wir über ein sehr eng geknüpftes Vertriebsnetz verfügen", so ein Aussteller. Ein anderer ergänzt: "Hier haben wir Kunden wieder getroffen, zu denen wir auf anderen Messen seit mehreren Jahren keinen Kontakt mehr hatten."

Weitere Aussteller fühlten sich durch den positiven Messeverlauf in ihrer optimistischen Grundeinschätzung bestärkt, mit der sie nach Essen gekommen waren. "Unser Pioniergeist ist eindeutig belohnt worden", formulierte es ein Firmensprecher. Andere Unternehmen kamen zunächst nur als Besucher und Beobachter auf diese Messe und waren positiv überrascht. Ein namhafter Ladenbau-Anbieter sprach von einer "schönen Messe", auf der er selbstverständlich das nächste Mal als Aussteller dabei sein werde.

Positiv bewertet wurde weiterhin von allen befragten Ausstellern der branchenübergreifende Ansatz dieser neuen Messe, und viele stellten sich die Frage nach dem zukünftigen Sinn von branchenspezifischen Regionalmessen. Aussteller beschreiben ihre Messestrategie mit den Worten: "Unser Engagement wird sich künftig ausschließlich auf breit angelegte Messen für das gesamte Lebensmittelhandwerk richten. Die nachhaltige Verbreiterung der

Zielgruppe, wie wir sie hier in Essen erlebt haben, hat uns darin bestärkt."

Innovative Ideen und Trendthemen

Die "DailyFood-Business 2005" zeigte nicht nur ein breites Angebotsspektrum auf den Ständen der ausstellenden Firmen. Sie war auch eine intensiv genutzte Kommunikations- und Informationsplattform für neue Geschäftsideen und -konzepte. Im Vordergrund standen hier die Sonderschauen "Snack'it" und "BioFit", die zahlreiche Besucher und Aussteller anzogen.

"Snack'it" widmete sich innovativen Snack- und Imbiss-Ideen für unterschiedliche Verzehranlässe. Auf hervorragende Resonanz bei den Besuchern stießen die Live-Präsentationen zu den Themen "Frontsnacking" und "Frontcooking". Diese wurden auch zum intensiven fachlichen Dialog genutzt.

Die Organisatoren der Sonderschau "BioFit" hoben die zahlreichen Gespräche mit interessierten Besuchern und Unternehmen hervor. Nach ihrer Auffassung sei die Etablierung dieses Themas eine mutige und richtige Entscheidung gewesen. Das Konzept habe sich bewährt und müsse weiterentwickelt werden.

Die nächste "DailyFood-Business"

Die "DailyFood-Business" wird fortgesetzt. Austragungsort ist auch zukünftig das Messegelände in Essen. Nach umfassender Analyse der Premiere und gemeinsamer Abstimmung über die weitere Strategie werden die Deutsche Messe AG, die BÄKO-ZENTRALE NORD eG und der Fleischerverband Nordrhein-Westfalen den genauen Termin für die nächste "DailyFood-Business" veröffentlichen und unmittelbar mit den Vorbereitungen beginnen.

Pressekontakt:

Ansprechpartner für die Redaktion:

Detlev Rossa

Tel. 05 11/89-3 16 14

Fax 05 11/89-3 26 31

E-Mail: detlev.rossa@messe.de

Ausgewählte Presstexte im rtf-Format und Fotos finden Sie auch im Internet unter: www.messe.de/presse. Wünschen Sie darüber hinaus eine unserer Presseinformationen als Datei, senden wir Ihnen diese gern per E-Mail zu.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100489031> abgerufen werden.