

Nürnberg, Germany

29.9. – 1.10.2009



# FachPack 2009

Fachmesse für Verpackungslösungen

Im Verbund mit



PrintPack 2009



LogIntern 2009

# 1. Strukturdaten der FachPack/PrintPack/LogIntern

(In Klammern die Werte der FachPack/PrintPack/LogIntern 2007)

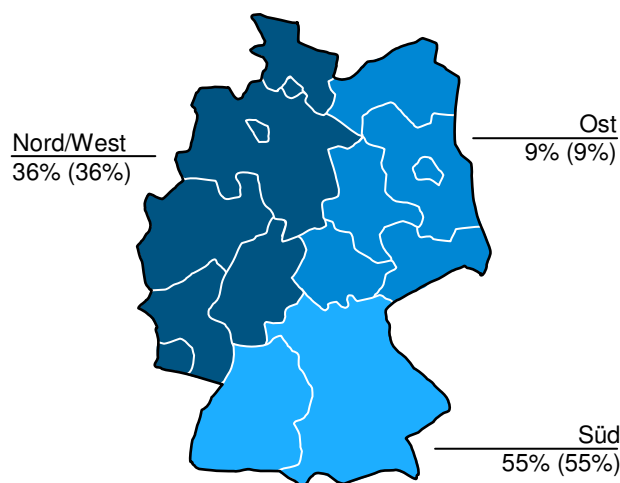
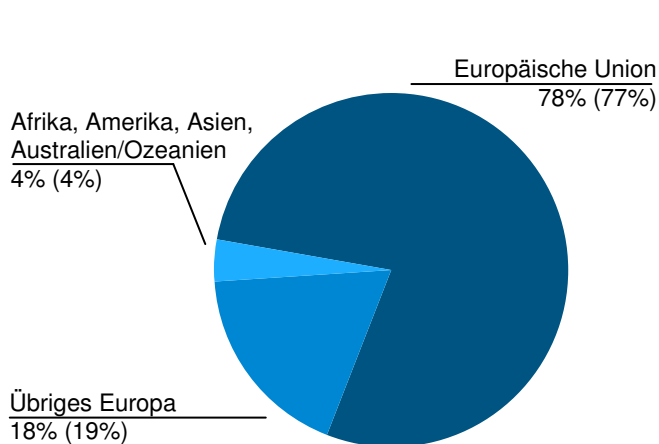
	Gesamt		Deutschland		International	
Aussteller	1.338	(1.328)	1.076	(1.076)	262	(252)
Ausstellungsfläche Brutto in m <sup>2</sup>	89.000	(88.490)	40.668	(41.738)	6.754	(6.060)
Ausstellungsfläche vermietet in m <sup>2</sup>	47.422	(47.798)	40.668	(41.738)	6.754	(6.060)
Sonderschaufläche in m <sup>2</sup>	675	(457)	675	(457)	-	(-)
Besucher*	33.846	(33.975)	28.260	(28.033)	5.586	(5.942)

\* durch Besucherregistrierung ermittelt

# 2. Herkunft der Besucher

(durch Besucherregistrierung ermittelt. In Klammern die Werte der FachPack/PrintPack/LogIntern 2007)

Deutschland	83%	(83%)
International	17%	(17%)
	100%	(100%)



Zusammensetzung International

Zusammensetzung Deutschland

Die Besucher kamen aus 79 (80) Ländern zur FachPack/PrintPack/LogIntern 2009 nach Nürnberg.

### 3. Ausgewählte Ergebnisse der Besucherbefragung

(In Klammern die Werte der FachPack/PrintPack/LogIntern 2007)

#### 3.1 Wirtschaftsbereiche

Industrie	66%	(68%)	Versandhandel	3%	(1%)
Handwerk	3%	(3%)	Werbewirtschaft	2%	(2%)
Einzelhandel	2%	(2%)	Sonstige Dienstleistungen	9%	(9%)
Großhandel	11%	(9%)	Sonstiger Bereich	4%	(6%)
<hr/>					
				100%	(100%)

#### 3.2 Stellung der Besucher im Betrieb

Selbstständiger Unternehmer, Teilhaber, freier Beruf	15%	(10%)	Angestellter	27%	(21%)
Geschäftsführer, Vorstandsmitglied			Meister	3%	(4%)
Behördenleiter, o.ä.	5%	(8%)	Facharbeiter	5%	(5%)
Hauptabteilungsleiter, Prokurist	7%	(8%)	Schüler, Student	4%	(6%)
Abteilungsleiter, Gruppenleiter	24%	(29%)	Sonstige	10%	(9%)
<hr/>					
				100%	(100%)

#### 3.3 Beschaffungskompetenz

87% (91%) der Besucher sind in Beschaffungsentscheidungen ihres Betriebes einbezogen.

#### 3.4 Besuchsgrund (Mehrfachnennungen)

Allgemeine Marktorientierung	36%	(32%)	Weiterbildung, Wissenserweiterung	28%	(27%)
Vorbereitung für Investitions- und Einkaufsentscheidungen	16%	(19%)	Erfahrung/Informationsaustausch	29%	(25%)
Geschäftskontakte pflegen	35%	(27%)	Konkurrenzbeobachtung	14%	(12%)
Geschäftskontakte anbahnen	29%	(24%)	Einfluss auf Produktenwicklung	14%	(12%)
Informationen über Neuheiten	53%	(48%)	Vertragsabschluss/Kauf	2%	(4%)
			Sonstige Gründe	5%	(2%)

### 3.5a Hauptinteresse an folgenden Angebotssegmenten der FachPack/PrintPack (Mehrfachnennungen)

Packstoffe und Packmittel	62%	(50%)	Verpackungsrecycling	10%	(7%)
Packhilfsmittel	26%	(27%)	Dienstleistungen für Verpackungs- und Kennzeichnungstechnik	10%	(10%)
Verpackungsmaschinen	43%	(46%)	Arbeits- und Umweltschutztechniken	6%	(5%)
Kennzeichnungs- und Markierungstechnik	14%	(19%)	PrintPack	13%	(15%)
Kontroll- und Prüfgeräte	8%	(9%)			

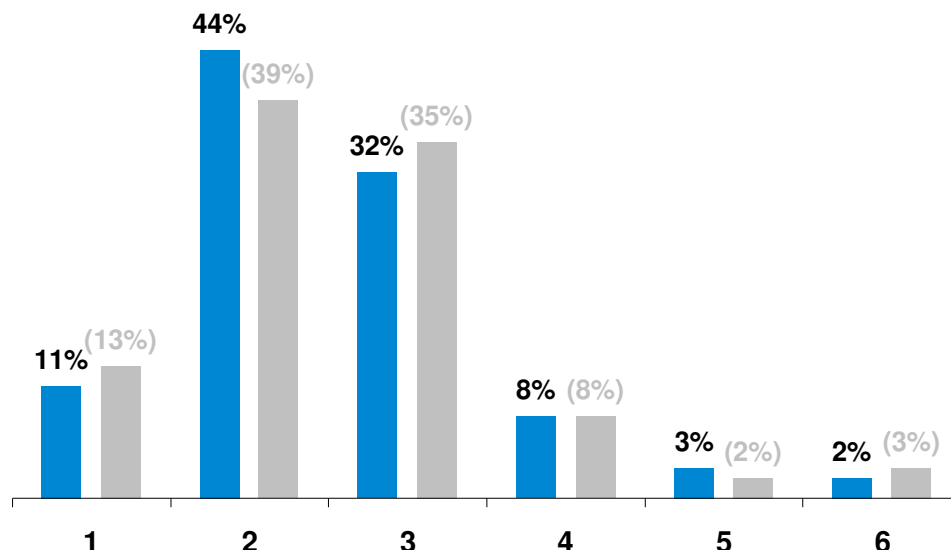
### 3.5b Hauptinteresse an folgenden Angebotssegmenten der LogIntern (Mehrfachnennungen)

Fördersysteme	40%	(37%)	Steuerungs- und Informationssysteme, sowie Software für die Intra-logistik	18%	(26%)
Lager- und Kommissioniersysteme	51%	(31%)	Identifikations-, Codier-, Warensicherungssysteme	27%	(*)
Verladesysteme	16%	(16%)	Dienstleistungen für die innerbetriebliche Logistik	14%	(18%)
Lade-, Transport- und Lagerhilfsmittel	44%	(31%)			

\* wurde 2007 nicht abgefragt

### 3.6 Zufriedenheit der Besucher mit dem Angebot

(1 sehr zufrieden ... 6 sehr unzufrieden)

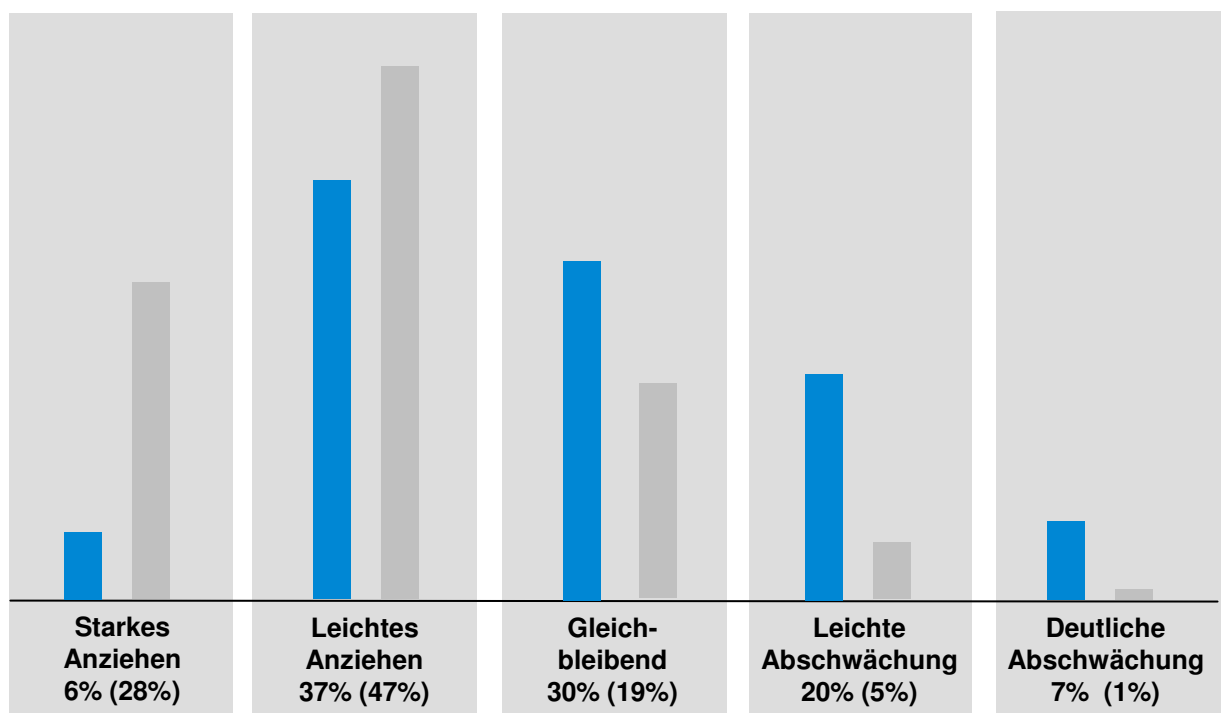


### 3.7 Informations- und Kontaktmöglichkeiten auf den Messeständen

97% (95%) der Besucher waren sehr zufrieden/zufrieden.

### 3.8 Beurteilung der aktuellen Branchenkonjunktur

(Zum Messezeitpunkt September 2009 vs. 2007)



## 4. Ausgewählte Ergebnisse der Ausstellerbefragung

(In Klammern die Werte der FachPack/PrintPack/LogIntern 2007)

### 4.1a Zugehörigkeit zu folgenden Angebotssegmenten der FachPack und PrintPack (Mehrfachnennungen)

Packstoffe und Packmittel	40%	(40%)	Verpackungsrecycling	2%	(2%)
Packhilfsmittel	9%	(10%)	Dienstleistungen	10%	(10%)
Verpackungsmaschinen	32%	(31%)	Arbeits- und Umwelt-Technik	1%	(1)
Kennzeichnungs- und Markierungstechnik	6%	(7%)	PrintPack	4%	(4%)
Kontroll- und Prüfgeräte	3%	(4%)			

### 4.1b Zugehörigkeit zu folgenden Angebotssegmenten der LogIntern (Mehrfachnennungen)

Transport- und Fördersysteme	25%	(31%)	Steuerungs- und Informationssysteme, sowie Software für die Intralogistik	18%	(42%)
Lager- und Kommissioniersysteme	26%	(22%)	Identifikations-, Codier-, Warensicherungssysteme	17%	(*)
Verladesysteme	6%	(4%)	Dienstleistungen für die Intralogistik	16%	(22%)
Lade-, Transport- und Lagerhilfsmittel	19%	(14%)			

\* wurde 2007 nicht abgefragt

## 4.2 Ziele der Messebeteiligung (Mehrfachnennungen)

Allgemeine Information über das Angebot	86%	(87%)	Kundenpflege	82%	(80%)
Information über Neuheiten	73%	(71%)	Gewinnung neuer Kunden	93%	(92%)
Imagepflege, Repräsentation	84%	(82%)	Direktabschlüsse	47%	(46%)
Erfahrungsaustausch	62%	(60%)	Beobachtung der Mitbewerber	61%	(60%)

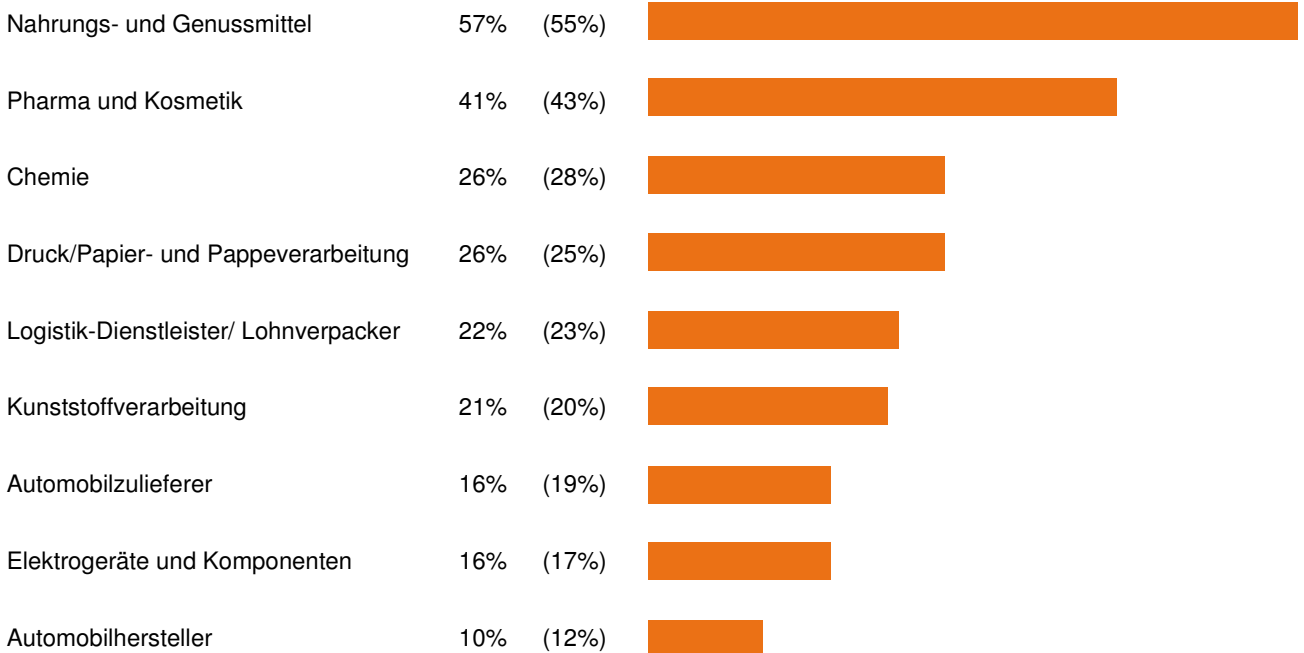
## 4.3 Gesamterfolg der Messebeteiligung

92% (94%) der Aussteller beurteilen ihre Messebeteiligung positiv.

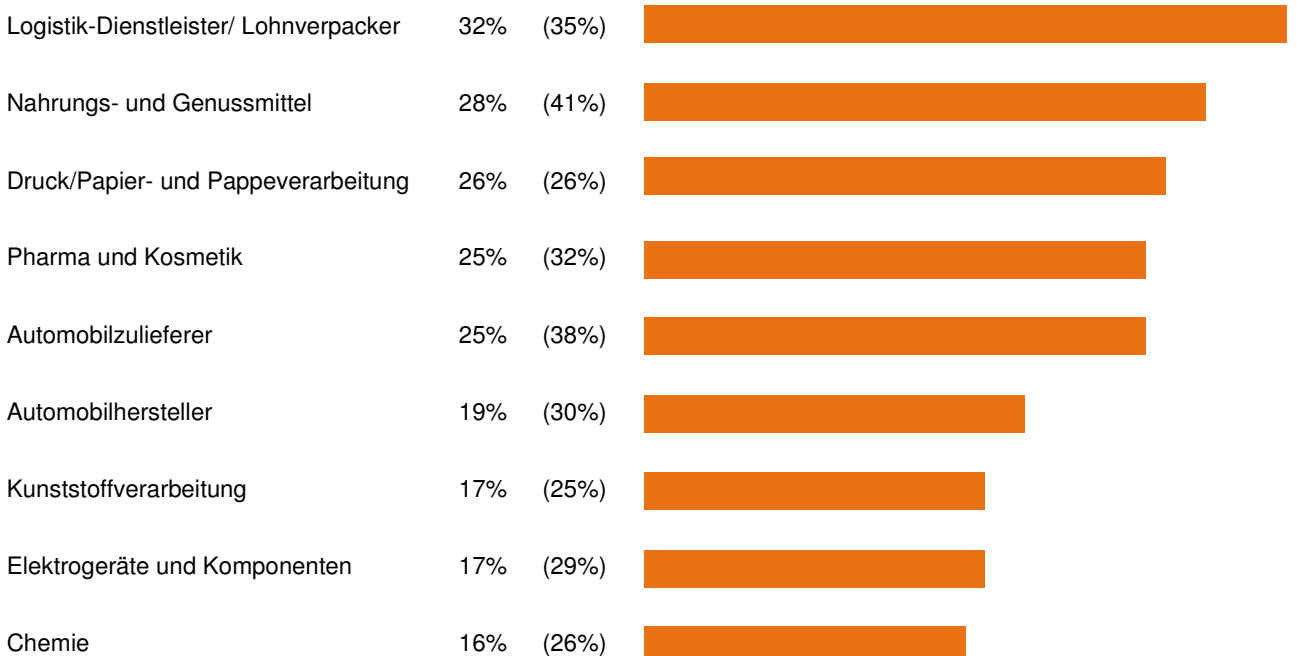
## 4.4 Zufriedenheit mit Organisation und Service

92% (94%) der Aussteller waren mit der Organisation und den Serviceleistungen sehr zufrieden/zufrieden.

### 4.5a Die Aussteller der FachPack und PrintPack hatten Besucher aus folgenden Branchen (Mehrfachnennungen)



### 4.5b Die Aussteller der LogIntern hatten Besucher aus folgenden Branchen (Mehrfachnennungen)



## 4.6 Zielgruppengenaugkeit

96% (95%) der Aussteller konnten ihre wichtigsten Zielgruppen während der FachPack/PrintPack/LogIntern 2009 erreichen.

## 4.7 Neue Geschäftsverbindungen

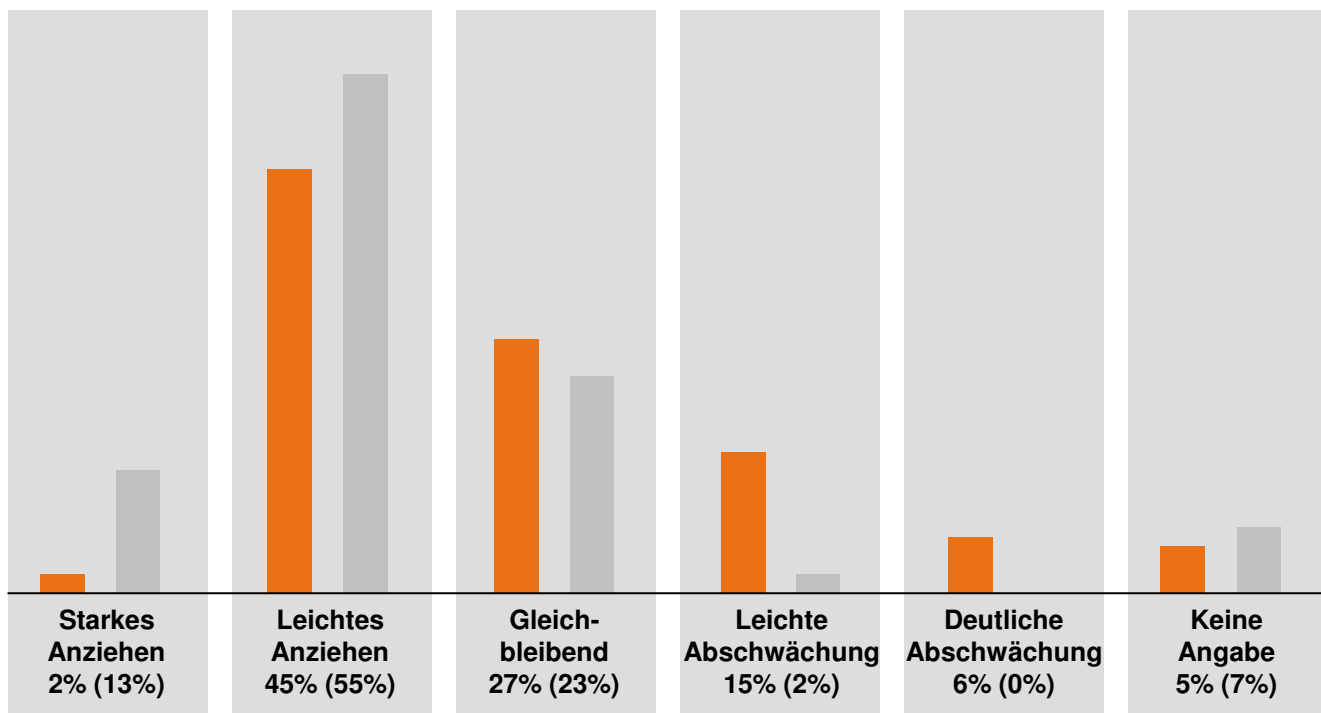
93% (93%) der Aussteller konnten neue Geschäftsverbindungen knüpfen.

## 4.8 Nachmessegeschäft

92% (88%) der Aussteller erwarten aufgrund ihrer Kontakte während der Veranstaltung ein spürbares Nachmessegeschäft.

## 4.9 Beurteilung der aktuellen Branchenkonjunktur

(Zum Messezeitpunkt September 2009 vs. 2007)



## 5. Sonstiges

Die repräsentativen Befragungen wurden durch ein neutrales Marktforschungsinstitut durchgeführt.

Die Strukturdaten werden von der FKM , Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen, Berlin, geprüft und testiert. Informationen zur FKM finden Sie unter [www.fkm.de](http://www.fkm.de).

Die Kurzanalyse liegt auch in Englisch vor.

Weitere Detailergebnisse der Befragungen sind über NürnbergMesse, Abteilung Marktforschung, Tel +49(0)911.8606-0, Fax +49(0)911.8606-8228, [info@nuernbergmesse.de](mailto:info@nuernbergmesse.de) erhältlich.

23.10.2009

NürnbergMesse GmbH  
- Marktforschung -

**Termin vormerken!  
Note the date!**

Nürnberg, Germany  
**28. – 30.9.2010**



**FachPack 2010**



**PrintPack 2010**



**LogIntern 2010**

**Verpassen Sie nicht  
den nächsten DreierPack!**

**Don't miss  
the next TriplePack!**

NÜRNBERG / MESSE