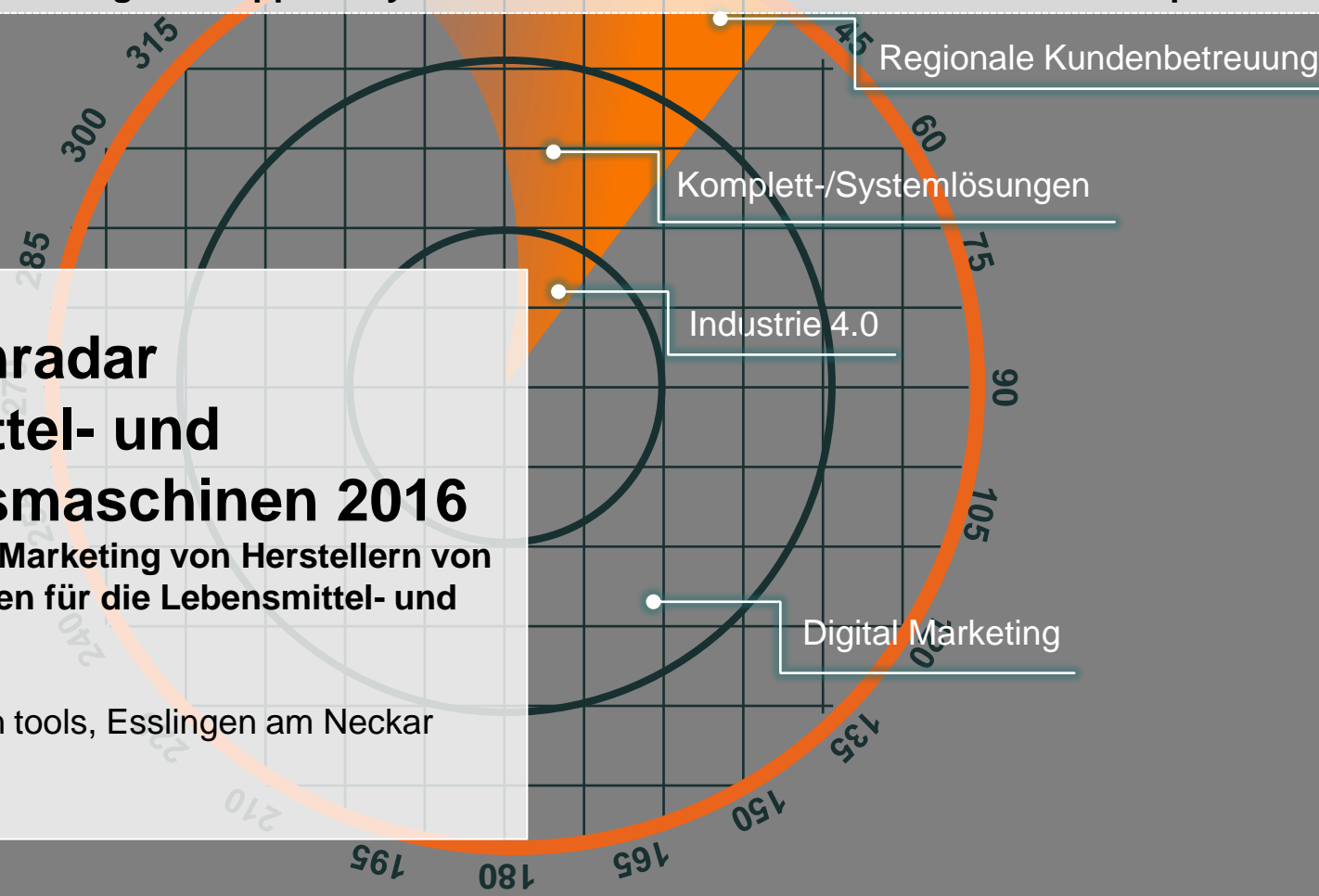


+++ AZO +++ Bizerba +++ Bühler +++ coperion +++ E+H +++ FrymaKoruma +++ Gerhard Schubert +++ Ishida
+++ KHS +++ Kuka +++ Krones +++ marel +++ Mettler Toldeo +++ Multivac +++ Netzsch +++ PWR Pack +++
Stephan +++ Tetra Pak +++ Vemag +++ Zeppelin Systems +++ AZO +++ Bizerba +++ Bühler +++ coperion +++



Studiensteckbrief

Marktthemenradar Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen 2016

Eine Studie zum B2B-Marketing von Herstellern von
Maschinen und Anlagen für die Lebensmittel- und
Getränkeindustrie

erarbeitet von: research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2016

Ausgewählte Ergebnisse

- Themen, die sich weitgehend mit der technologischen Weiterentwicklung der Produktion befassen dominieren die aktuelle Lage bei den Herstellern von Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen.
- Kundenorientierte Lösungen sind der aktuell wichtigste Themenbereich sowohl für Nahrungsmittelmaschinen- als auch für Verpackungsmaschinen-Hersteller.
- Das Thema Industrie 4.0 ist in der Branche angekommen, wenn auch ein Großteil der Unternehmen bisher nur über das Thema nachdenkt
- Beim Themenspecial Digitales Marketing zeigt sich, dass neben der eigenen Homepage weitere digitale Marketingmaßnahmen bei den Unternehmen unterschiedlich stark im Einsatz sind. Viele der Unternehmen sind heute bereits beim Suchmaschinenmarketing aktiv.

Studieninhalte

- **Aktuelle Themen**
Mit welchen Herausforderungen und Problemen beschäftigen sich die Unternehmen momentan?
- **Marktthemenranking**
Wie wichtig sind einzelne Themenbereiche in der Branche?
- **Themenspecial: Digitales Marketing**
Welche Aktivitäten werden heute eingesetzt, welche sind geplant?
- **Herausragende Marketingmaßnahmen**
Welche Marketingmaßnahmen welcher Unternehmen werden in der Branche als vorbildlich erachtet?
- **Marketingranking der Unternehmen**
Bekanntheit und Bewertung des Marketings führender Unternehmen der Branche aus Sicht der Marktteilnehmer

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Darstellung aktueller **Themen** und **Herausforderung**

Marktthemenranking, differenziert nach Teilbranchen
Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen

Herausragende **Marketingmaßnahmen** der Branche

Ranking **Marketing-Mix** großer Unternehmen der Branche

alle Informationen kompakt als PDF- und PPT-Datei **kurzfristig**
nach Studienabschluss verfügbar

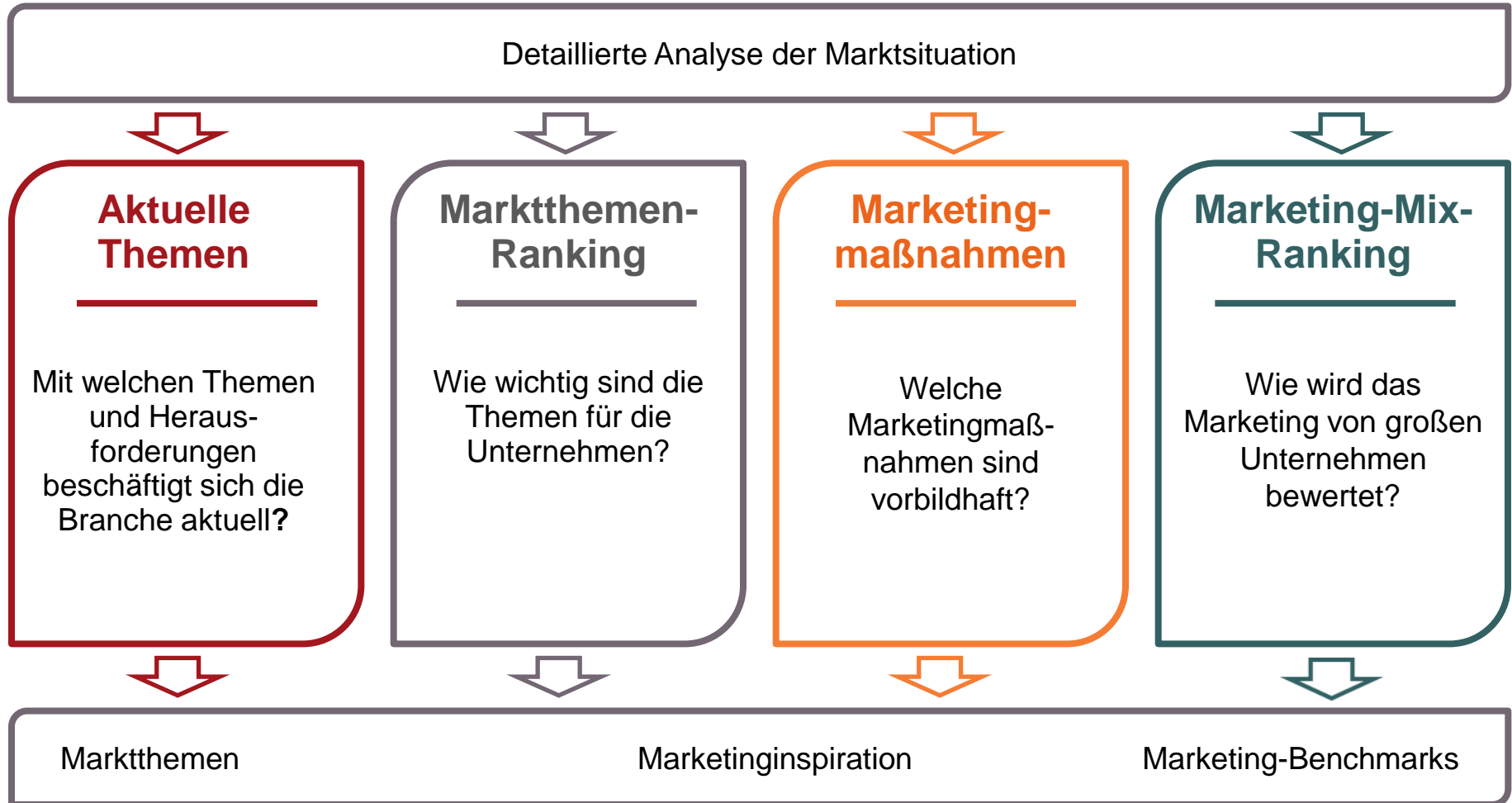
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Anregungen für die aktuelle Ausrichtung
im Markt und das eigene Marketing

20 Unternehmen im Marketing-Mix-Ranking

AZO, Bizerba,
Bühler,
coperion K-Tron,
Endress+Hauser,
FrymaKoruma,
Ishida, KHS, Krones,
KUKA, marel,
Mettler Toledo,
Multivac Sepp
Haggenmüller, Netzsch,
PWR Pack,
Gerhard Schubert,
Stephan Machinery,
Tetra Pak,
VEMAG,
Zeppelin Systems

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- aktuell wichtige Marktthemen und Herausforderungen der Branche Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen-Hersteller
- Grundstimmung der Branche durch wortgetreue Wiedergabe der Einzelnennungen
- Marktthemen-Ranking, differenziert nach Unternehmensgröße
- Herausragende Marketingmaßnahmen einzelner Unternehmen und ihre Zielrichtungen
- Marketing-Mix-Ranking großer Unternehmen der Branche
- Stand der Umsetzung Industrie 4.0
- Einsatz digitaler Marketingaktivitäten

Die 83 Seiten umfassende Studie kostet 680 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Die Studie in Zahlen:

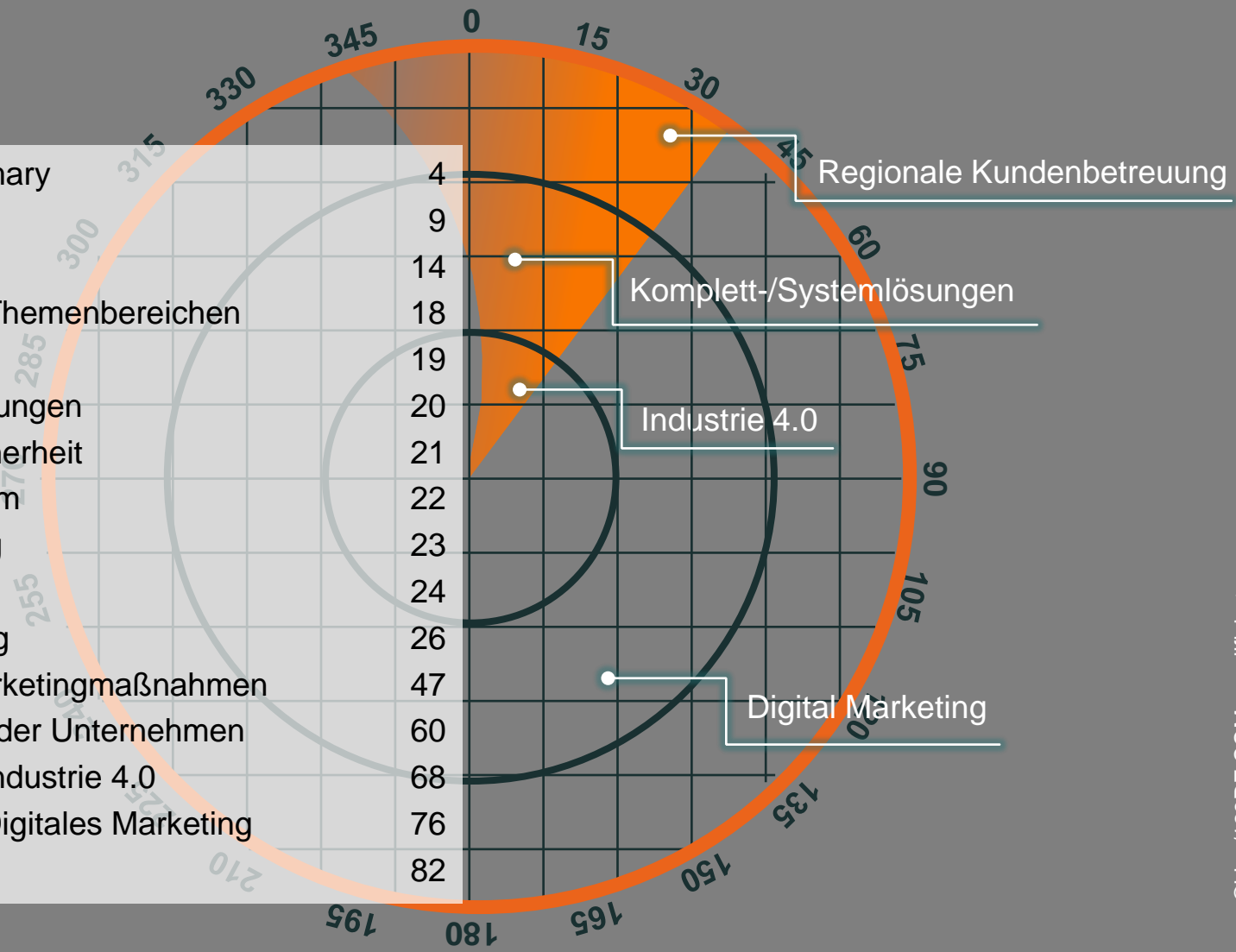
- Befragung von 50 Anbietern
- 15 Marktthemen im Ranking
- 6 Themenbereiche
- 8 Beispiele für herausragende Marketingmaßnahm.
- 20 Unternehmen im Marketing-Ranking
- 2 Themenspecials

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf einer telefonischen Befragung von 50 Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen-Hersteller. Beantwortet wurde der Fragebogen hauptsächlich von Geschäftsführern sowie Führungskräften und Mitarbeitern aus Marketing und Vertrieb. Im Durchschnitt waren die Befragten knapp 13 Jahre im jeweiligen Unternehmen beschäftigt. Dies lässt auf seriöse und substanzielle Ergebnisse schließen. Die Befragung fand im März 2016 statt. Die Studie wurde von research tools im Eigenauftrag durchgeführt und liefert deshalb objektive, unabhängige, neutrale Ergebnisse. Die Studie ist im Mai 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Aktuelle Themen
 - Key facts nach Themenbereichen
 - Technologien
 - Kundenanforderungen
 - Lebensmittelsicherheit
 - Produktprogramm
 - Marktetablierung
 - Energie
- Marktthemenranking
- Herausragende Marketingmaßnahmen
- Marketing-Ranking der Unternehmen
- Themenspecial 1: Industrie 4.0
- Themenspecial 2: Digitales Marketing
- Kontakt



Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Aktuelle Themen

Kundenanforderungen (Einzelnennungen im Wortlaut)

Der Kunde ist das Maß aller Dinge

Für jeden Kunden das richtige Produkt bieten. Heute muss man alles dem Kunden anpassen, zur Konkurrenz. Das ist eine wahnsinnige Herausforderung. Heutzutage muss man... Dies ist nicht immer einfach, da es Anforderungen gibt. Kurze Lieferzeiten (NM) Wartung (NM) Flexibles Reagieren auf Kundenwünsche Kundenbindung und das seit 40 Jahren (NM) Speziell für den einzelnen Kunden produzieren. Optimale Lösungen für jeden Kunden finden (VM) An jeden Kunden liefern, was gewünscht ist. Schulungen anbieten, um die Mitarbeiter unserer Maschinen zu unterstützen. Wir gewährleisten hohe Leistung bei unseren Maschinen. Das erfordert...
Frage: Welche Themen und Herausforderungen spielen derzeit in...
NM = Nahrungsmittelmaschinen-Hersteller, VM = Verpackungsmittelmaschinen-Hersteller

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Nahrungsmittel

Aktuelle Themen

Key Facts nach Themenbereichen (Angaben in % aller Nennungen)

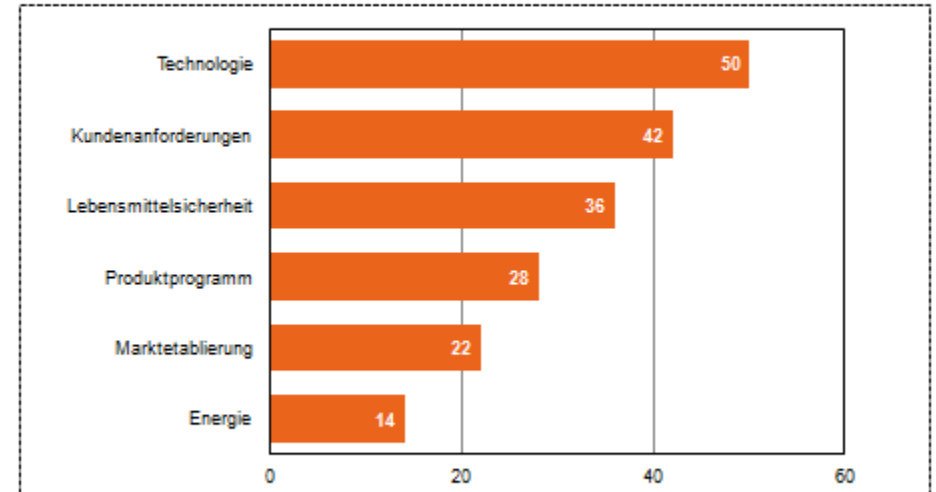
Themencluster	Key Facts
Technologien	Die Weiterentwicklung
Kundenanforderungen	Der Kunde ist König und
Lebensmittelsicherheit	Lebensmittelhygiene ist
Produktprogramm	Der Ausbau des Programm
Marktetablierung	Für über 20 % der Bra
Energie	Beim Thema Energie g

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Nahrungsmittel- i

Welche aktuellen Themenkomplexe stehen im Fokus?

Aktuelle Themen

Häufigkeit der Nennungen (Angaben in % der befragten Unternehmen, Mehrfachnennungen möglich)



Welche Herausforderungen bewegen die Branche?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten
Marktt Themenradar
Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen 2016

Exklusiver Medienpartner:
**LEBENSMITTEL
TECHNIK**

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

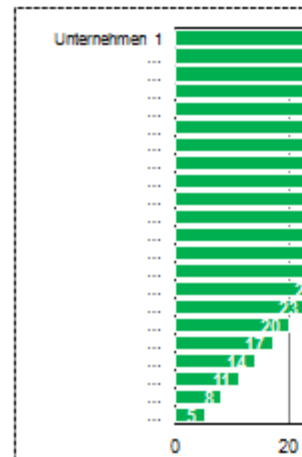
Marktthemenranking

Verteilung der Noten – Verpackungsmaschinen-Hersteller (Angaben in %)



Marketing-Ranking der Unternehmen

Awareness Marketing-Mix (Anteile in %)

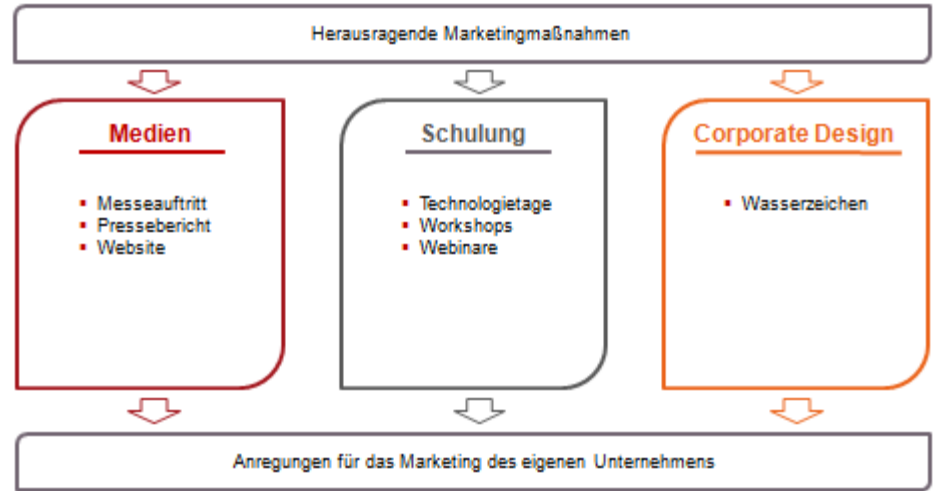


Frage: Bitte markieren Sie die Unternehmen, die

Welche Marketingmaßnahmen ragen heraus?

Herausragende Marketingmaßnahmen

Überblick vorbildliche Marketingmaßnahmen



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marktthemenradar
Nahrungsmittel- und Verpackungen

research tools

Welche Marktthemen sind in den beiden Teilbranchen relevant?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marktthemenradar Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen 2016

Exklusiver Medienpartner:
LEBENSMITTEL
TECHNIK

Bestellformular

E-Mail: rainer.dieringer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 680 EUR zzgl. MwSt. die Studie
Markthemenradar Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen 2016

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Wir sind Abonnent der Zeitschrift LEBENSMITTELTECHNIK

Unterschrift:

Datum/ Ort:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:

Rainer Dieringer



Diplom-Ökonom
Mobil +49 173 2437 469
E-Mail: rainer.dieringer@research-tools.net

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.