

12. February 2019

## Beste Geschäfte auf der FRUIT LOGISTICA 2019

**Über 78.000 hochkarätige Fachbesucher aus 135 Ländern – 3.200 Aussteller aus 90 Ländern zeigten komplette Marktübersicht der Frischfruchtbranche**

**Berlin, 12. Februar 2019** – Die FRUIT LOGISTICA 2019 hat mit einer gestiegenen Zahl von Ausstellern und Fachbesuchern, mehr Innovationen und einer stärkeren Internationalisierung ihren Status als führende globale Business Plattform für den Fruchthandel unterstrichen.

„Unsere Mission ist es, Ausstellern und Fachbesuchern beste Geschäftsmöglichkeiten zu bieten. Ich freue mich, dass die FRUIT LOGISTICA die hohen Erwartungen voll erfüllt hat: Rund 90 Prozent der Aussteller und 98 Prozent der Fachbesucher bewerten den geschäftlichen Erfolg ihrer Messebeteiligung beziehungsweise ihres Messebesuchs positiv.“ sagt Madlen Miserius, Senior Product Manager der FRUIT LOGISTICA.

Vom 6. bis 8. Februar informierten sich über 78.000 Fachbesucher aus 135 Ländern bei 3.200 Ausstellern aus 90 Ländern.

### Zahlreiche Geschäftsabschlüsse erzielt

Von Ausstellern wie Fachbesuchern erhält die FRUIT LOGISTICA Bestnoten: Sie nutzten die ausgezeichneten Kontakte zum Groß- und Einzelhandel, zu den Obst- und Gemüseerzeugern und zum Im- und Export. Nahezu jeder zweite Aussteller hat bereits während der diesjährigen FRUIT LOGISTICA Geschäftsabschlüsse erzielt. Rund 90 Prozent der Aussteller zeigen sich mit dem geschäftlichen Ergebnis ihrer Messebeteiligung zufrieden.

Zu den wichtigsten Zielsetzungen der Fachbesucher gehörten neue Kontakte herzustellen, neue Lieferanten zu finden und Neuheiten kennenzulernen. Diese Ziele wurden in hohem Maße erreicht. Fachbesucher bewerten insbesondere das Angebotsspektrum der FRUIT LOGISTICA 2019 mit Höchstwerten. Im Nachgang der Messe erwarten 77 Prozent der Fachbesucher, dass die zu Ausstellern hergestellten Kontakte zu Geschäftsabschlüssen führen werden. 98 Prozent der Fachbesucher beurteilen den geschäftlichen Erfolg ihres Besuchs der FRUIT LOGISTICA 2019 positiv.

### Highlights am Messesfreitag

Der FRUIT LOGISTICA Innovation Award 2019, der am Messesfreitag verliehen wurde, hat in den Kategorien Gold, Silber und Bronze Gewinner aus den Bereichen Frucht („Oriental Red® – Red Kiwifruit“) Maschine (Softripe® Ripening Technology) und Verpackung (Top-sealable compostable, recyclable strawberry punnet) ausgezeichnet. Die von den Fachbesuchern gewählten Erst- bis Drittplatzierten repräsentieren wichtige Bereiche der Fachmesse. Ebenfalls am Messesfreitag verwandelte sich die FRUIT LOGISTICA in einen Networking Hub für Start-ups. Dieses neue Format brachte junge, innovative Unternehmen mit etablierten Unternehmen aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette zusammen und stieß auf großes Interesse.

Einen vielbeachteten Akzent setzte die Premiere des Global Women's Network mit Teilnehmerinnen aus allen Kontinenten. Sie unterstrichen die Bedeutung von Frauen in der Frischfruchtbranche, tauschten Erfahrungen aus und diskutierten Ziele zukünftiger Veranstaltungen.

### Die nächsten Messetermine



### Pressekontakt

**Messe Berlin GmbH**  
**Emanuel Höger**  
Pressesprecher  
Geschäftsbereichsleiter Corporate  
Communication  
Unternehmensgruppe Messe  
Berlin  
[www.messe-berlin.de](http://www.messe-berlin.de)  
[twitter.com/MesseBerlin](https://twitter.com/MesseBerlin)

**Susanne Tschensch**  
Global PR Manager  
Tel.: +49 30 3038-2295  
[tschensch@messe-berlin.de](mailto:tschensch@messe-berlin.de)  
[www.fruitlogistica.de](http://www.fruitlogistica.de)

Vom 29. bis 31. Mai öffnet die **CHINA FRUIT LOGISTICA** in Shanghai ihre Tore. Sie versteht sich als Plattform für die Beschaffung von Obst und Gemüse für den Frischfruchtbedarf innerhalb Chinas. 1,3 Milliarden Verbraucher umfasst der Markt in China – und er wächst rasant. Seit 2018 gibt es für China eine eigene FRUIT LOGISTICA. Nach der erfolgreichen Premiere werden in diesem Jahr erstmals über 300 Facheinkäufer aus ganz China gezielt im Rahmen eines Buyer-Programms eingeladen. [www.chinafruitlogistica.cn](http://www.chinafruitlogistica.cn)

Vor mehr als zehn Jahren gestartet, ist die **ASIA FRUIT LOGISTICA** heute die wichtigste Messe für die Obst- und Gemüsebranche in Asien. Vom 4. bis zum 6. September gibt sie einen Überblick über den gesamten Markt und zeigt Neuheiten und Produkte aus über 20 Ländern. 2019 wird es zwei neue Segmente geben: tiefgefrorenes Obst und Gemüse sowie Technik für Gewächshäuser. Für alle, die noch auf der Messe in Hongkong präsent sein wollen, gilt die gleiche Anmeldefrist wie bei der CHINA FRUIT LOGISTICA: Ende Februar. [www.asiafruitlogistica.com](http://www.asiafruitlogistica.com)

Jetzt schon vormerken: Der Termin für die **FRUIT LOGISTICA 2020** in Berlin ist der 5. bis 7. Februar. [www.fruitlogistica.de](http://www.fruitlogistica.de)

### **Statements von Ausstellern zur FRUIT LOGISTICA 2019**

#### **Bianca Bonifacio, Internationalization & Exhibitions Manager, CSO Italy**

„Wir sind seit der Gründung der FRUIT LOGISTICA dabei und seitdem ständig gewachsen. Es ist ein großes Meeting, das man nicht verpassen darf. Die Messe bietet ein sehr gutes Instrumentarium, wie etwa den Innovationspreis, die ‚Organic‘ oder ‚Convenience Route‘.“

#### **Sophy Cui, Marketing Manager, Goodfarmer Foods Holding (China)**

„Wir kommen schon seit 15 Jahren auf die FRUIT LOGISTICA. Es ist die professionellste Messe in der Welt. Sie zieht viele Fachleute an. Wir treffen bestehende und neue Kunden. Die Messe wird immer populärer, wir haben viele Geschäfte gemacht.“

#### **Christopher Lazaro, Global Marketing Manager, Chiquita Brands International (Schweiz)**

„Die FRUIT LOGISTICA ist ein sehr dynamischer Ort für Aussteller und potenzielle Kunden. Es ist eine einmalige Chance, Menschen aus der ganzen Welt zu treffen, über den Tellerrand zu schauen und einen größeren Eindruck von unserem Markt als Ganzes zu bekommen.“

#### **Victor Sarabia Molina, Manager, Agribusiness Department, Promperu (Peru)**

„Die FRUIT LOGISTICA ist für uns die ideale Plattform, um der Welt zu zeigen, was Peru den Konsumenten zu bieten hat hinsichtlich seines Klimas, seiner Produkte und der Professionalität seiner Firmen. Auf der Messe haben wir unsere neue Marke Superfoods Peru präsentiert und konnten internationale Entscheider erreichen.“

#### **Mario Slunitschek, Geschäftsbereichsleiter Fruchtkontor/Import Konserven/Trockenfrüchte, EDEKA (Deutschland)**

„Die FRUIT LOGISTICA ist für EDEKA vor allem deshalb wichtig, weil wir mit Produzenten aus aller Welt zusammen arbeiten. In den letzten Jahren waren es mehr als 1.000 aus 83 Ländern. Dank der Messe brauchen wir nicht um die Welt reisen, sondern können an einer zentralen Stelle mit vielen Menschen sprechen.“

#### **Björn Weyts, Global Marketing Director, TOMRA Sorting (Belgien)**

„Wir bewegen uns mit verschiedenen Marken in vielen Märkten. Auf der FRUIT LOGISTICA sind alle Kunden, die wir erreichen möchten. Und wir lernen jedes Jahr neue Leute kennen. Die Messe ist eine der wichtigsten Ausstellungen für unser Unternehmen.“

**Ingrid Vanstreels, Key Account Manager Shippers & Forwarders, Port of Antwerp (Belgien)**

„Ich bin begeistert von der Internationalität und Größe der Messe. Die FRUIT LOGISTICA ist eine der wenigen Gelegenheiten im Jahr, um unsere Kunden aus aller Welt zu treffen. Außerdem können wir uns hier mit anderen Häfen vernetzen, was für unser Geschäft sehr wichtig ist.“

**Marie Cambon, Export Project Manager, Agri Food Sector, Business France**

„Wir sind sehr glücklich mit den Rückmeldungen, die unsere Händler uns gegeben haben. Unser Plan, durch Veranstaltungen wie eine große French Party am ersten Messetag oder Kochshows Menschen an unsere Stände zu locken, ging auf. Es fällt leicht, hier Kontakte zu knüpfen.“

**Clare Dyble, Strategic Business Development Manager, Redpack Packaging Machinery (Großbritannien)**

„Die Menschen auf der Messe kommen aus der ganzen Welt, von Amerika bis Australien. Halle 9 hat ein großes Technik-Angebot gebündelt, man konnte gut netzwerken. Wir haben viele Kunden und neue Partner getroffen.“

**Xavier Lazo Guerrero, Minister für Land- und Viehwirtschaft (Ecuador)**

„Mehr als 70 Prozent der landwirtschaftlichen Produkte in Ecuador kommen aus kleinen und mittleren Betrieben. Der Handel mit unseren Produkten ein wichtiger Faktor, um Jobs zu schaffen und ländliche Armut zu bekämpfen. Wir konnten auf der FRUIT LOGISTICA viele Einkäufer und Händler davon überzeugen, dass unsere Landwirtschaft ein riesiges Potenzial hat.“

**Ger van Burik, Exhibition Coordinator, Stichting Holland Fresh Group (Niederlande)**

„Ich bin auf fünf großen Messen im Jahr. Die FRUIT LOGISTICA ist die wichtigste Messe weltweit. Insbesondere für uns Holländer, denn Deutschland ist unser größter Partner. 40 Prozent unseres Exports gehen hierhin.“

**Monica Bratuti, President - International Business, Turners International Marketing (New Zealand) und Mit-Initiatorin des Global Women's Network**

„Die Messe wird von Jahr zu Jahr besser. Ich bin seit acht Jahren dabei und habe gesehen, wie die Rolle der Frauen wächst und die weibliche Perspektive an Bedeutung gewinnt. Für mich müssen Früchte zum Beispiel nicht perfekt aussehen. Der Geschmack ist wichtiger als die Form.“

**Vinita Sudhanshu, Deputy General Manager, Agricultural and Processed Food, Products Export Department Authority (APEDA), Ministry of Commerce & Industry (Indien)**

„Die FRUIT LOGISTICA ist eine wundervolle Plattform, um Händler und Exporteure zusammenzubringen. Alle meine Exporteure sind sehr zufrieden. Für einige haben sich neue Kontakte ergeben, vorhandene Partnerschaften konnten ausgebaut werden.“

**Dang Phuc Nguyen, Secretary General, Vietnam Fruit & Vegetable Association**

„Die FRUIT LOGISTICA ermöglicht unseren Mitgliedern, neue Märkte zu erschließen. Zum ersten Mal haben wir sieben Stände auf der Messe. Damit ist es für uns die größte Ausstellung für gefrorene Früchte weltweit. Wie 2018 werden wir auch auf der ASIA FRUIT LOGISTICA vertreten sein.“

**Dr. Gregorio Padula, Managing Director, TOKITA SEED (Japan)**

„Vor elf Jahren machten wir mit der Tomatoberry den dritten Platz beim FRUIT

LOGISTICA Innovation Award. Die Messe ist eine gute Gelegenheit, um Neuheiten zu präsentieren. Wir nehmen viele neue Kontakte mit, mit denen es nach der Messe weitergeht.“

**Nnaemeka Ikegwuonu, Geschäftsführer ColdHubs, Nigeria**

„Als ich erfuhr, dass ich für die Start-up Area ausgewählt worden bin, habe ich mich wirklich gefreut. Die FRUIT LOGISTICA gibt mir die Möglichkeit, mein Unternehmen vorzustellen und mich mit bereits etablierten Firmen zu vernetzen. Jeder, der in der Obst- und Gemüsebranche eine Rolle spielt, ist auf der Messe vertreten. Wenn Sie die richtigen Kontakte knüpfen möchten, müssen Sie einfach hier sein.“

[Zur Browseransicht mit Fotos](#)