

BESØGSANALYSE

Agromek husdyr 2009

Dansk



Indholdsfortegnelse

<u>Beskrivelse</u>	<u>Side</u>
Metodebeskrivelse	4
Spørgsmål 1. "Hvilken branche kommer du fra?"	5
Spørgsmål 2. "Hvor stort et areal er opdyrket på bedriften?"	6
Spørgsmål 3. "Er bedriften heltids- eller deltids- landbrug?"	7
Spørgsmål 4. "Hvilket hovedformål havde du med at besøge Agromek husdyr 09?"	8
Spørgsmål 5. "Hvordan er bedriftens planlagte investeringer i 2010 forhold til 2009?"	9
Spørgsmål 6. "Har du til hensigt at købe produkter eller løsninger, som du så på messen inden for de kommende 12 måneder?"	10
Spørgsmål 7. "Hvilken af følgende typer virksomheder kommer du fra?"	11
Spørgsmål 8. "Hvilken stilling har du?"	12
Spørgsmål 9. "Hvor mange ansatte er der i den virksomhed, du kommer fra?"	13
Spørgsmål 14. "Postnummer?"	14
Spørgsmål 15. "Alder?"	15
Spørgsmål 16. "Køn?"	16
Spørgsmål 17. "Hvor meget føler du, at du har fået ud af at besøge Agromek husdyr 2009?"	17
Spørgsmål 19. "Hvad synes du om:"	18
Spørgsmål 20. "Hvor mange dage har du besøgt Agromek husdyr 2009?"	19
Spørgsmål 21. "Hvor mange gange har du tidligere besøgt Agromek messen?"	20
Spørgsmål 22. "Vil du besøge Agromek 2010?"	21

Beskrivelse	Side
Spørgsmål 24. "Havde du på forhånd planlagt hvilke stande/virksomheder, du ville besøge?"	22
Spørgsmål 25. "Fik du besøgt de planlagte stande/virksomheder?"	23
Spørgsmål 26. "Har du besøgt andre landbrugsmesser i Danmark eller Europa?"	24
Spørgsmål 27. "Hvilke andre messer har du besøgt i 2009?"	25
Spørgsmål 28. "Hvordan vurderer du Agromek husdyr 2009 i forhold til øvrige besøgte danske og udenlandske messer?"	26
Spørgsmål 30. "Hvilke produktgrupper har din primære interesse?"	27
Spørgsmål 31. "Hvilken karakter vil du give Messecenter Hernings restauranter med hensyn til?"	28
Spørgsmål 34. "På en skala fra 1 – 5, hvor 5 er bedst – hvorledes vil du vurdere messen som helhed?"	29

Metode

Formål

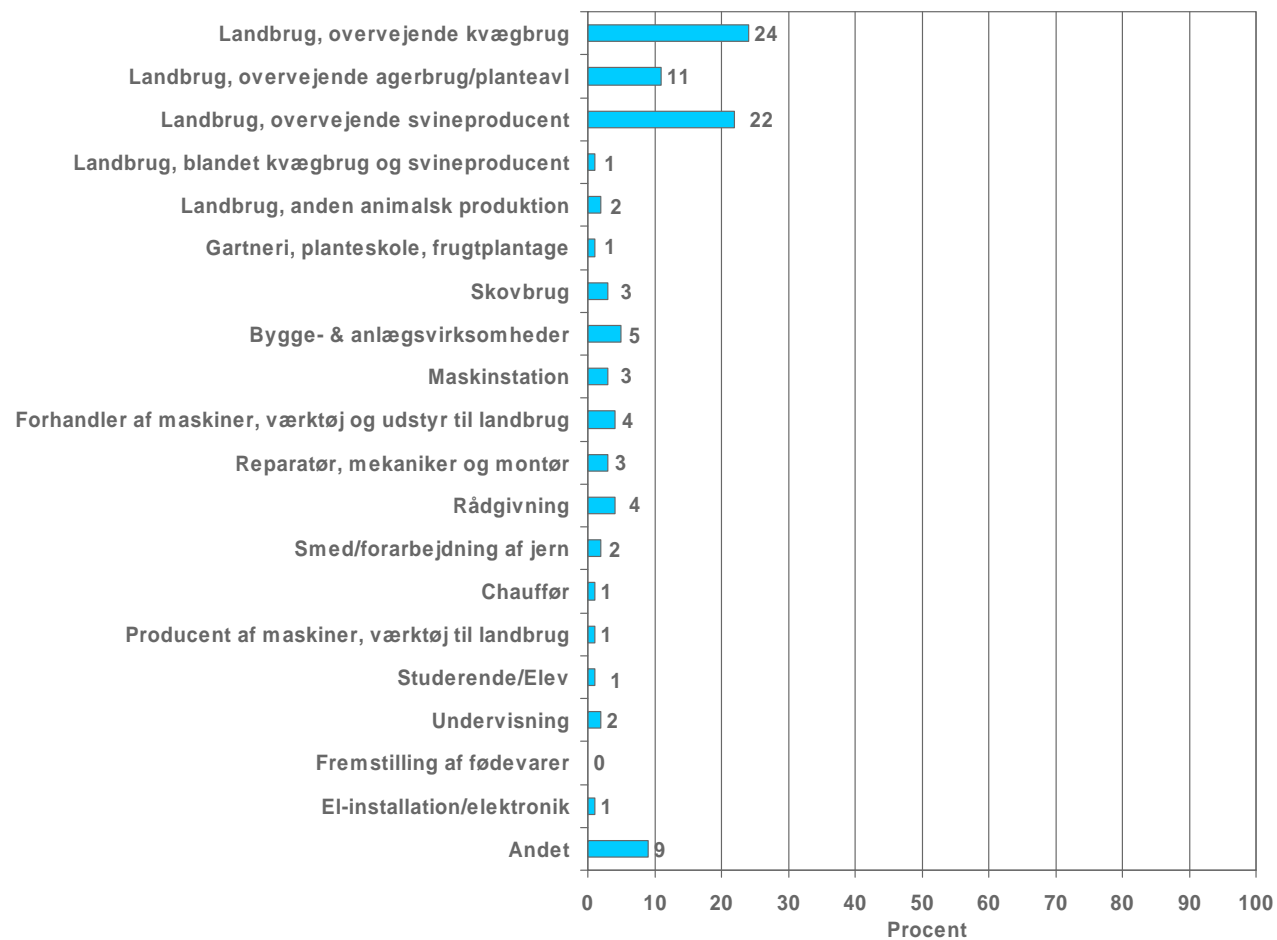
Formålet med undersøgelsen er:

1. At følge op på samt overvåge publikumssammensætningen samt de besøgendes holdning til messen.
2. At danne et grundlag for produktudvikling, reklame og medieomtale samt salgsargumenter overfor både besøgende og udstillere.

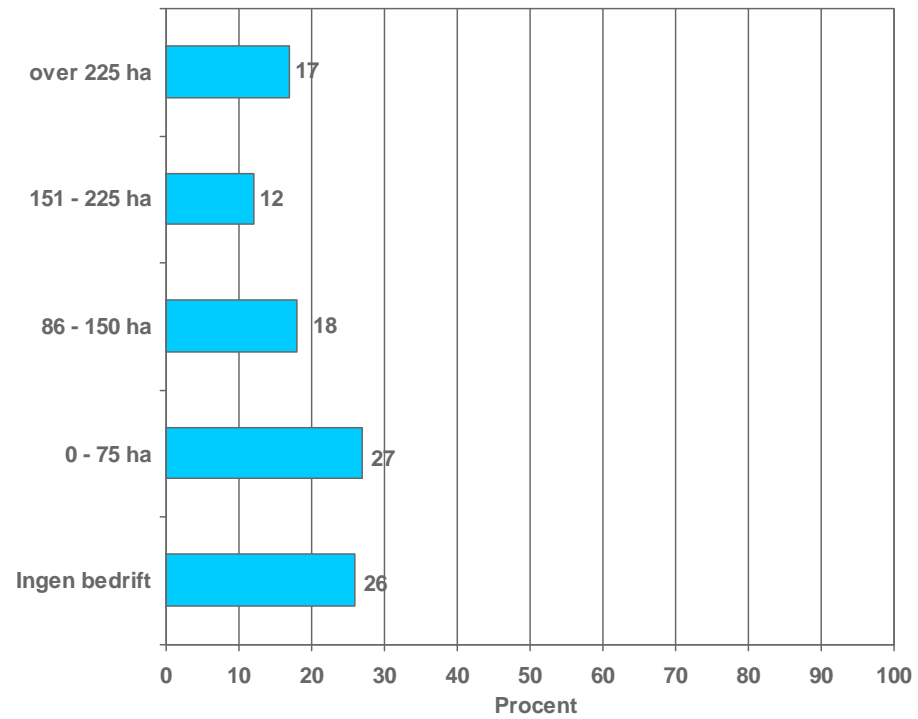
Tilgang

Medarbejdere fra MiBro & Andersen indsamlede e-mailadresser på de besøgende på messen. Vores udvælgelsesmetode var, at medarbejderne kontaktede hver 4. besøgende i de områder, medarbejderne var placeret i. Efter messen sendte Nordiska Undersökningsgruppen AB spørgeskemaer via e-mail til de besøgende. Efter indsamling af spørgeskemaerne behandlede Nordiska Undersökningsgruppen AB resultaterne til en samlet rapport.

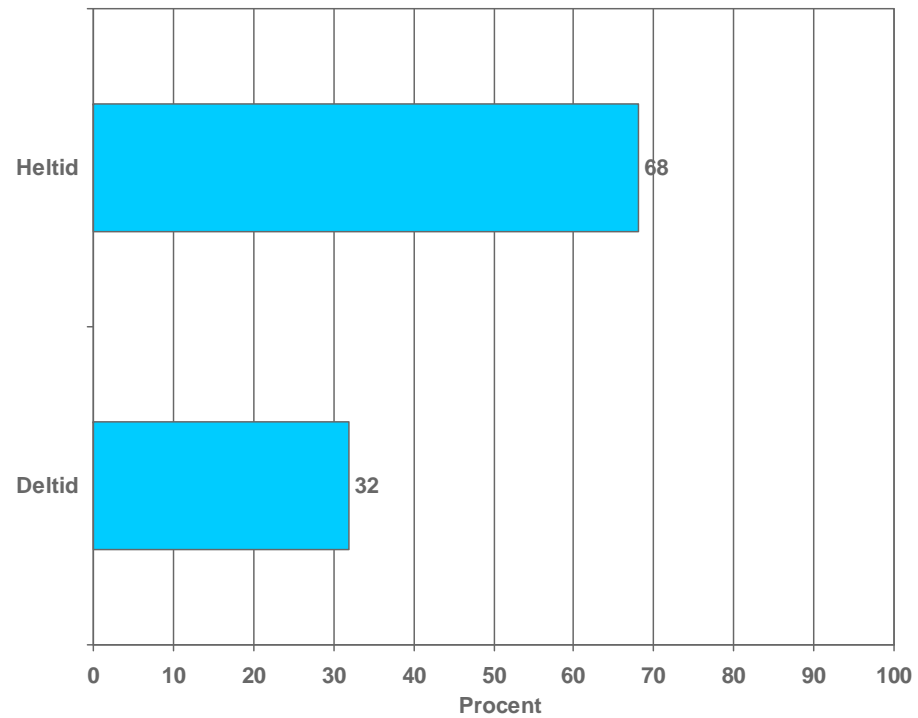
Totalt blev 950 interviews gennemført.



Spørgsmål 1 "Hvilken branche kommer du fra?"

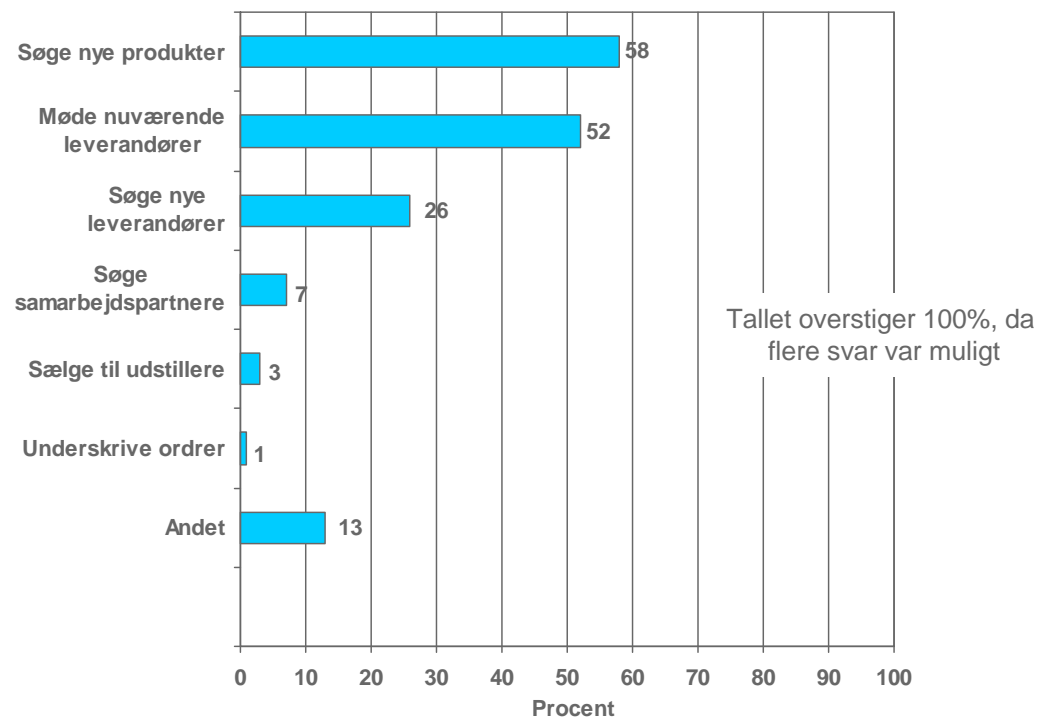


Spørgsmål 2 "Hvor stort et areal er opdyrket på bedriften?"

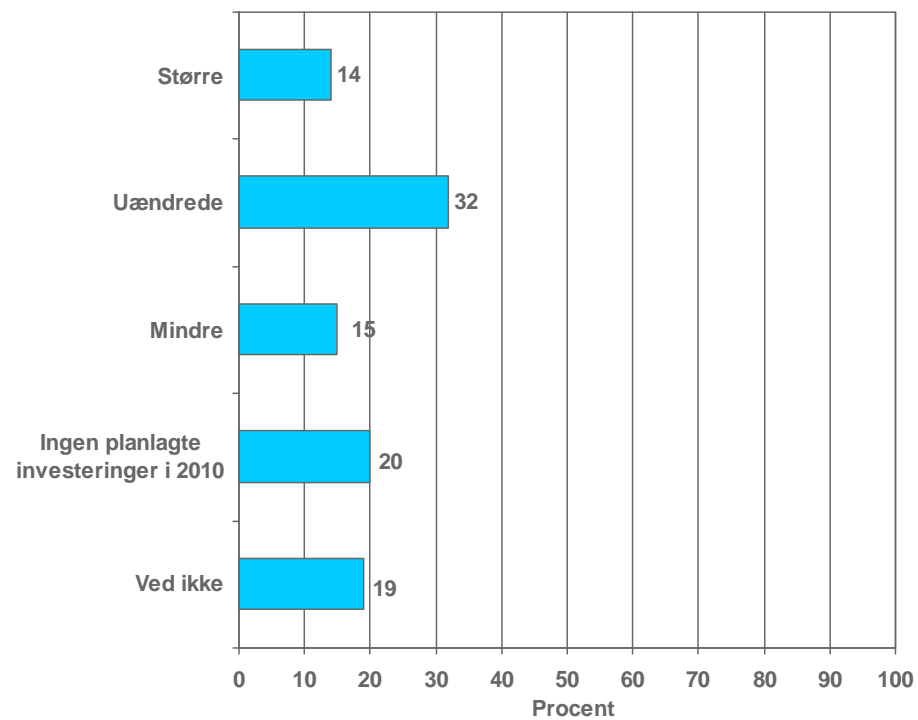


BASEN: De 74% som har bedrift

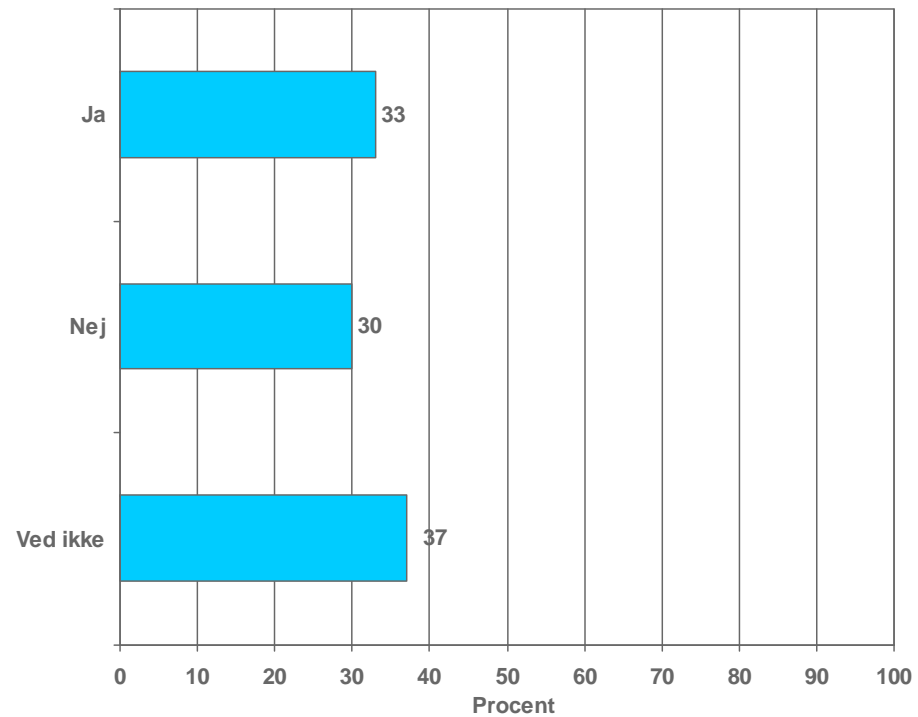
Spørgsmål 3 "Er bedriften heltids- eller deltidslandbrug?"



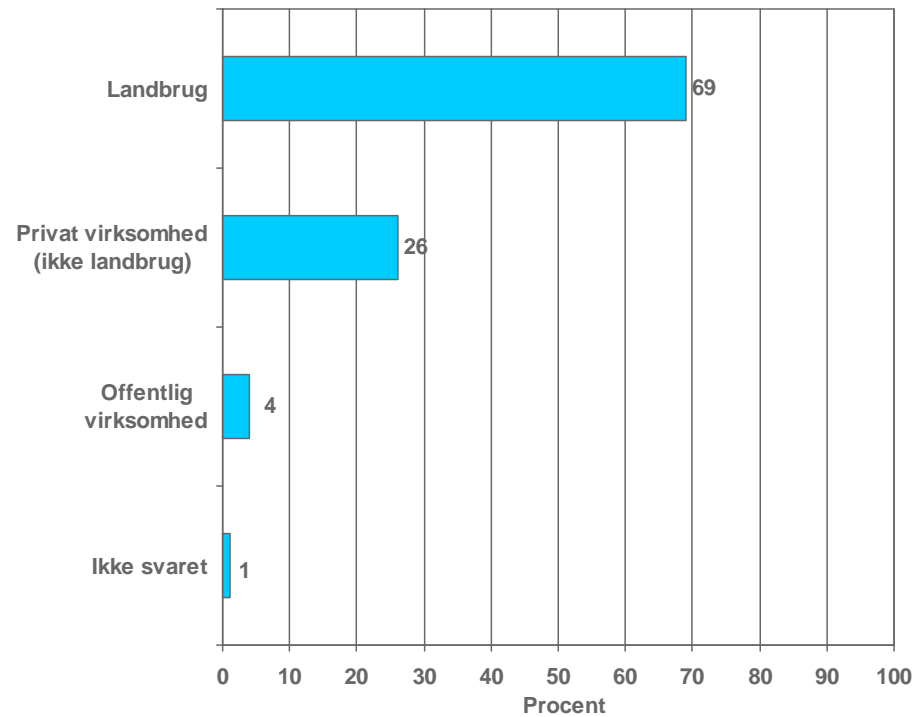
Spørgsmål 4 "Hvilke hovedformål havde du med at besøge Agromek husdyr 09?"



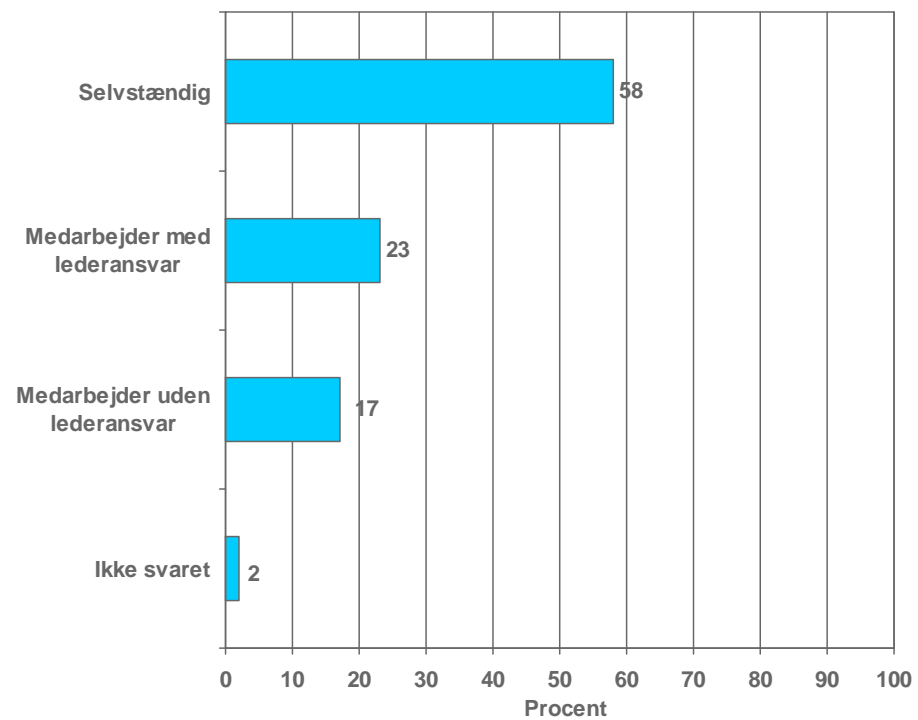
Spørgsmål 5 "Hvordan er bedriftens planlagte investeringer i 2010 i forhold til 2009?"



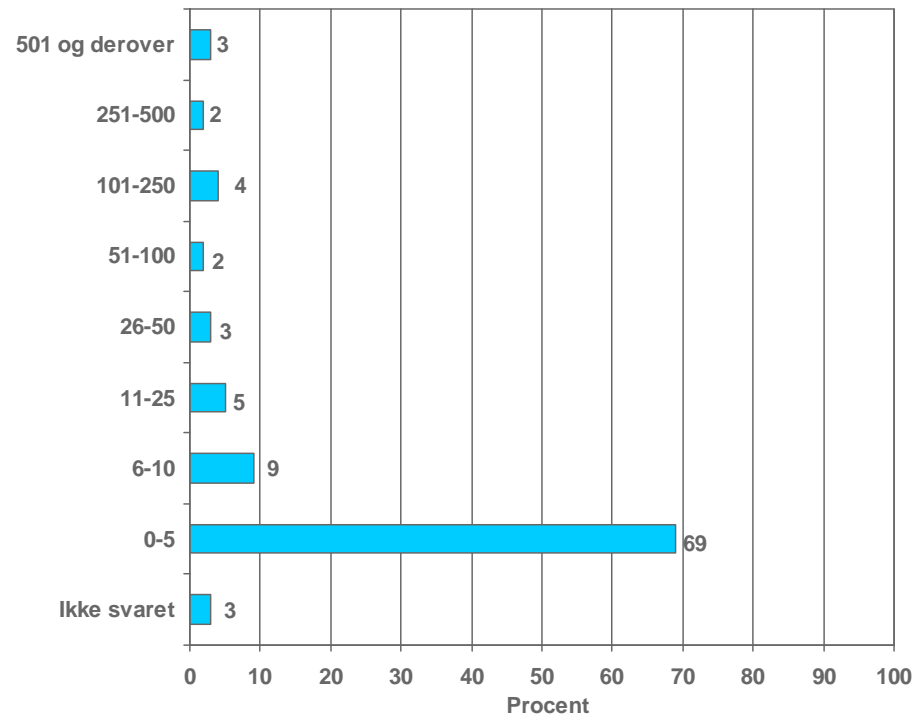
Spørgsmål 6 "Har du til hensigt at købe produkter eller løsninger, som du så på messen indenfor de kommende 12 måneder?"



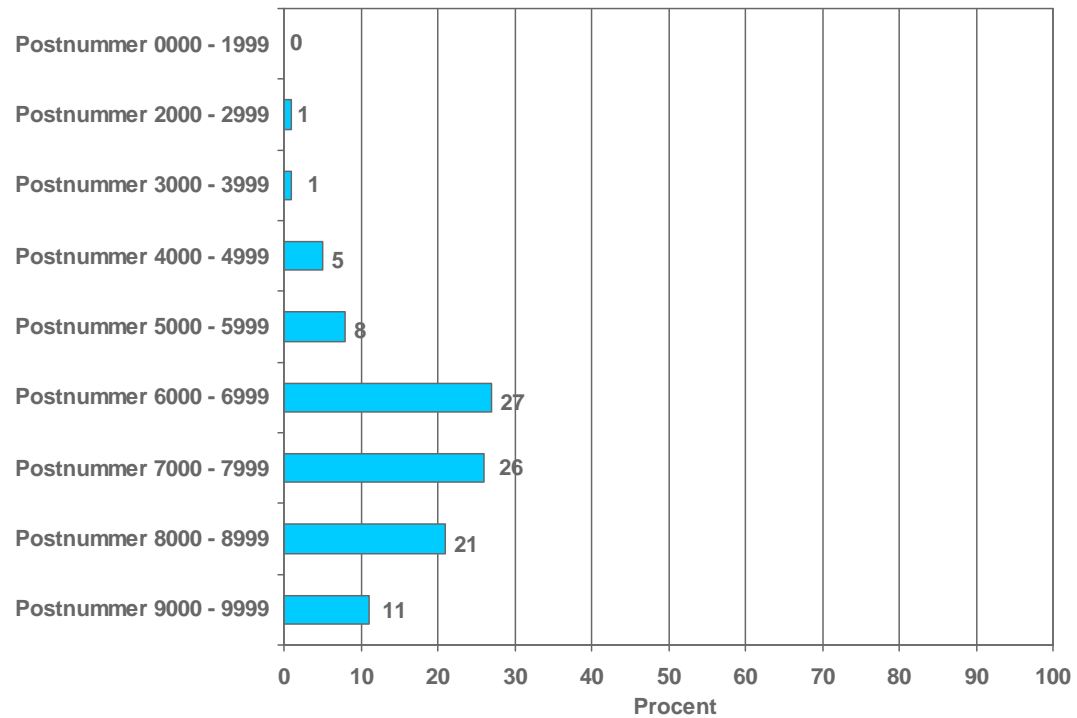
Spørgsmål 7 "Hvilken af følgende type virksomhed kommer du fra?"



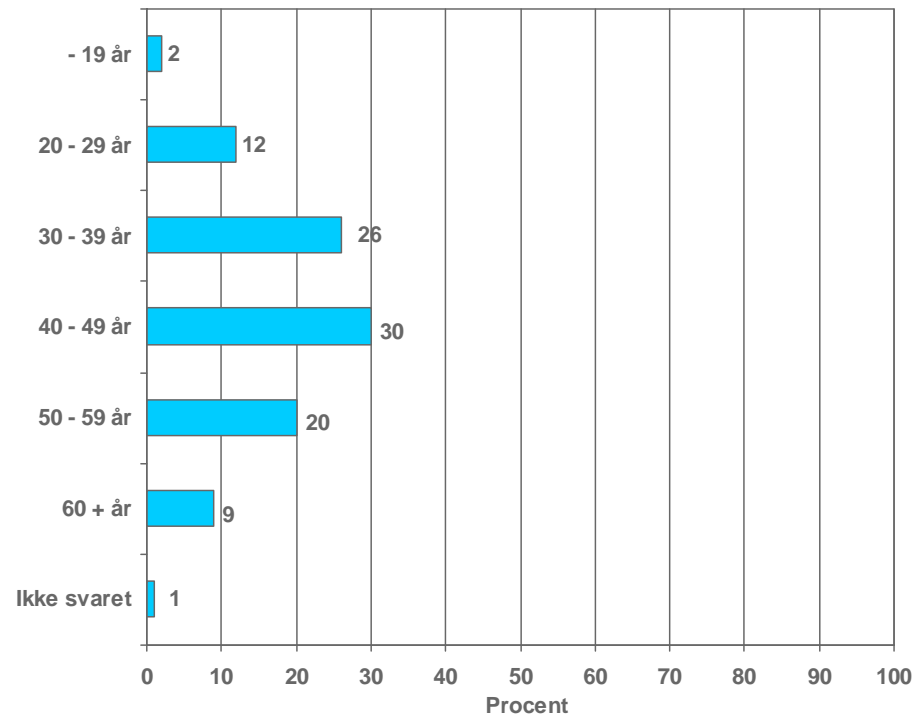
Spørgsmål 8 "Hvilken stilling har du?"



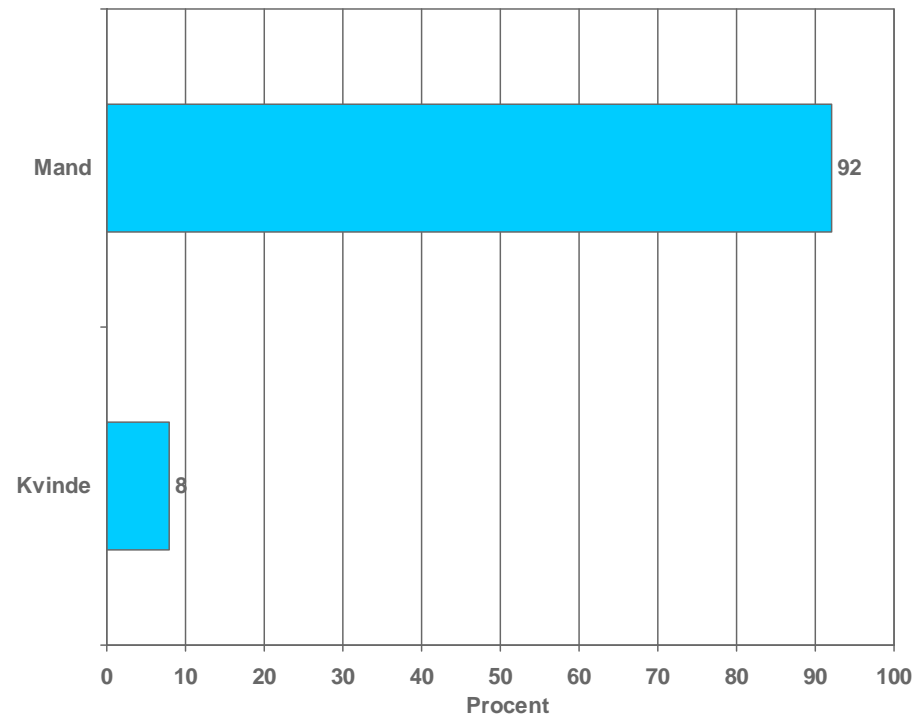
Spørgsmål 9 "Hvor mange ansatte er der i den virksomhed, du kommer fra?"



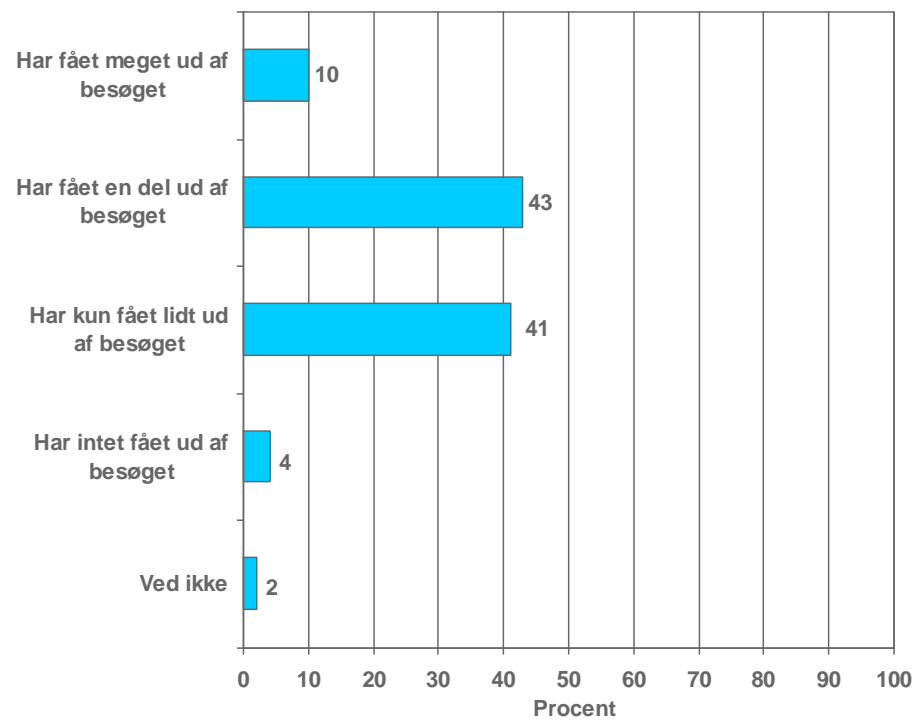
Spørgsmål 14 "Postnummer?"



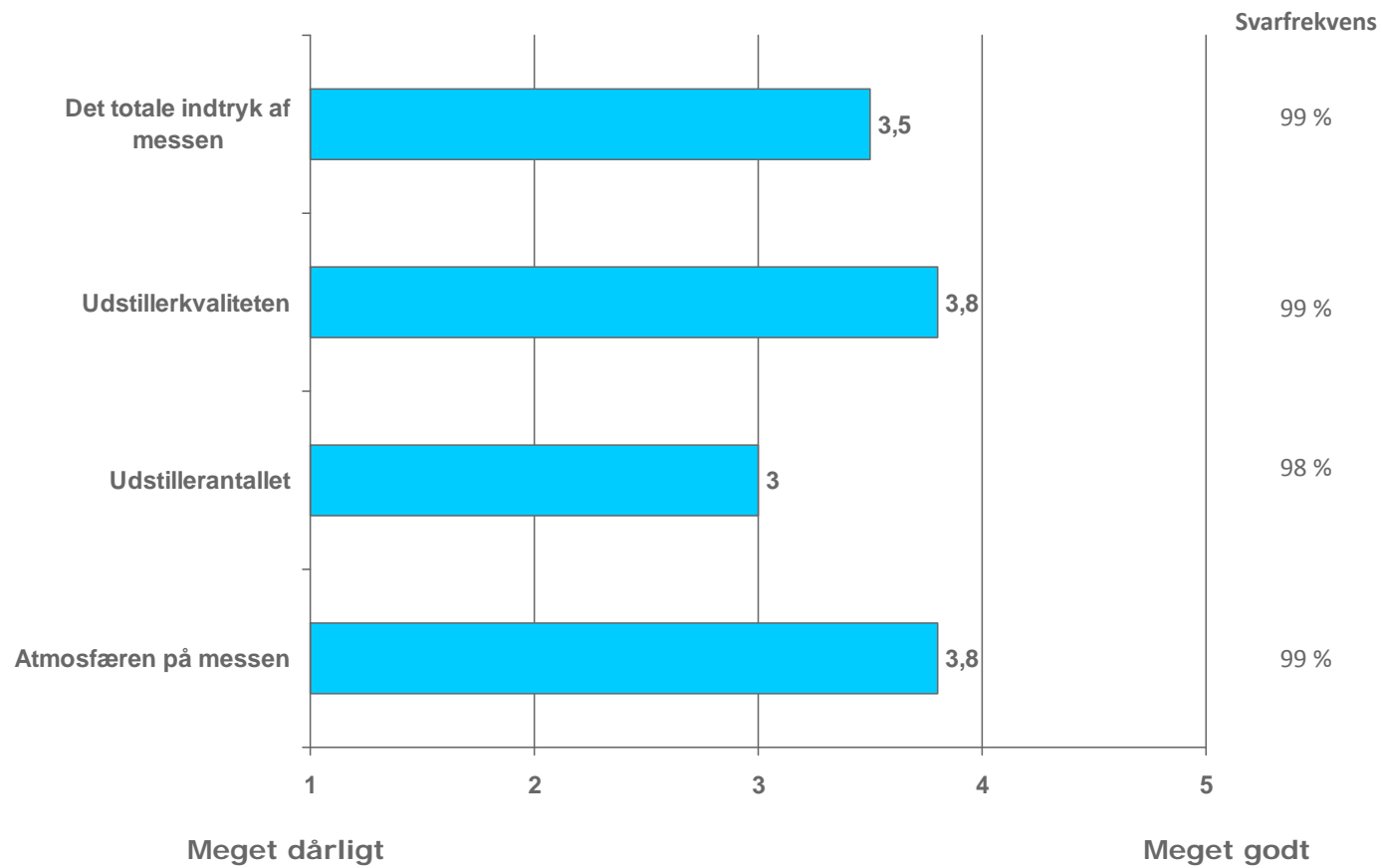
Spørgsmål 15 "Alder?"



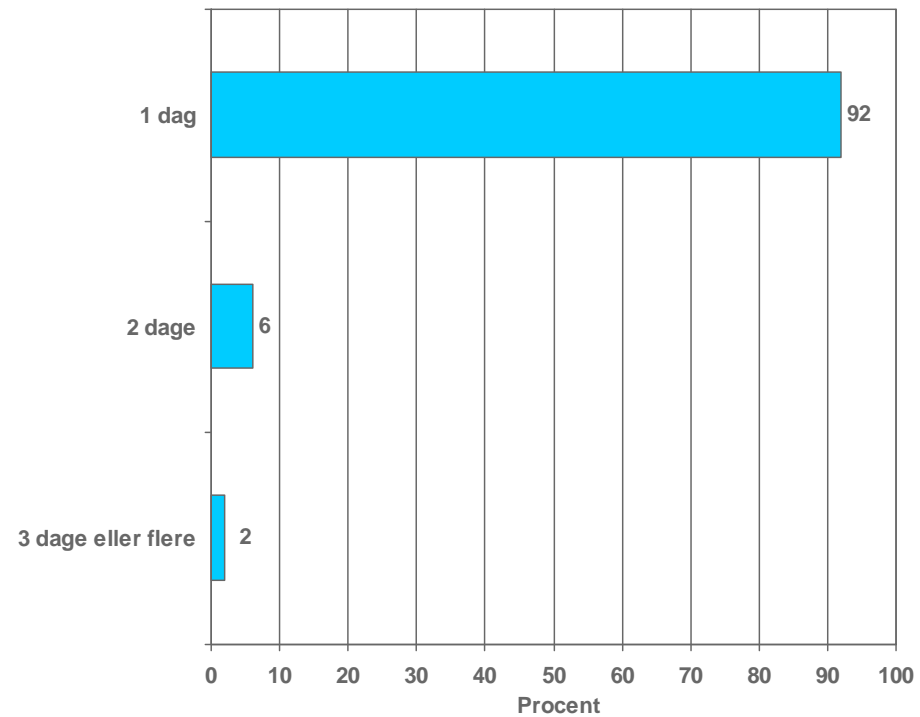
Spørgsmål 16 "Køn?"



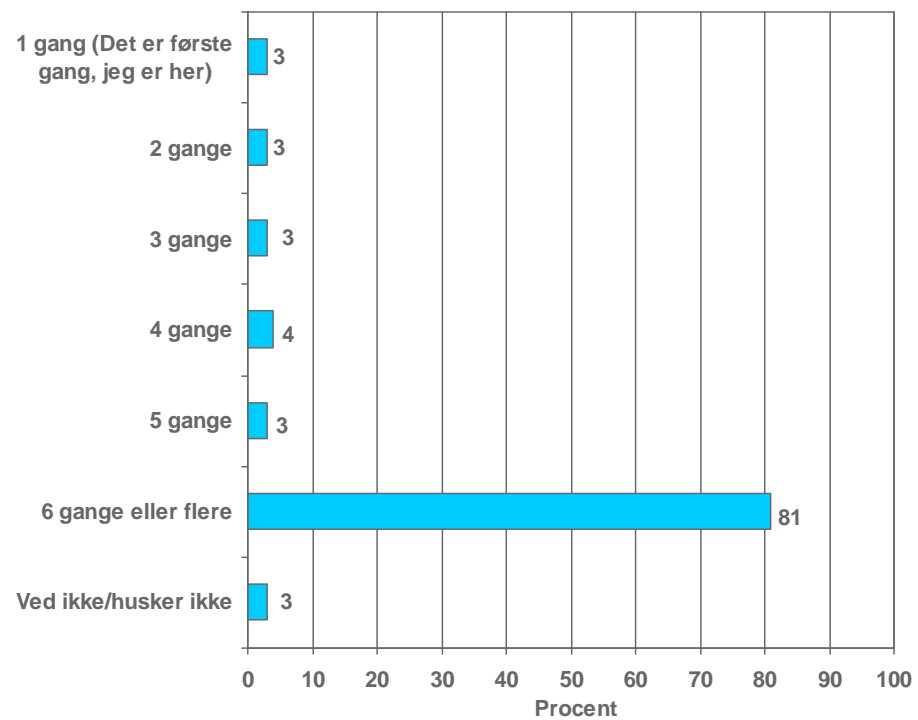
Spørgsmål 17 "Hvor meget føler du, at du har fået ud af at besøge Agromek husdyr 2009?"



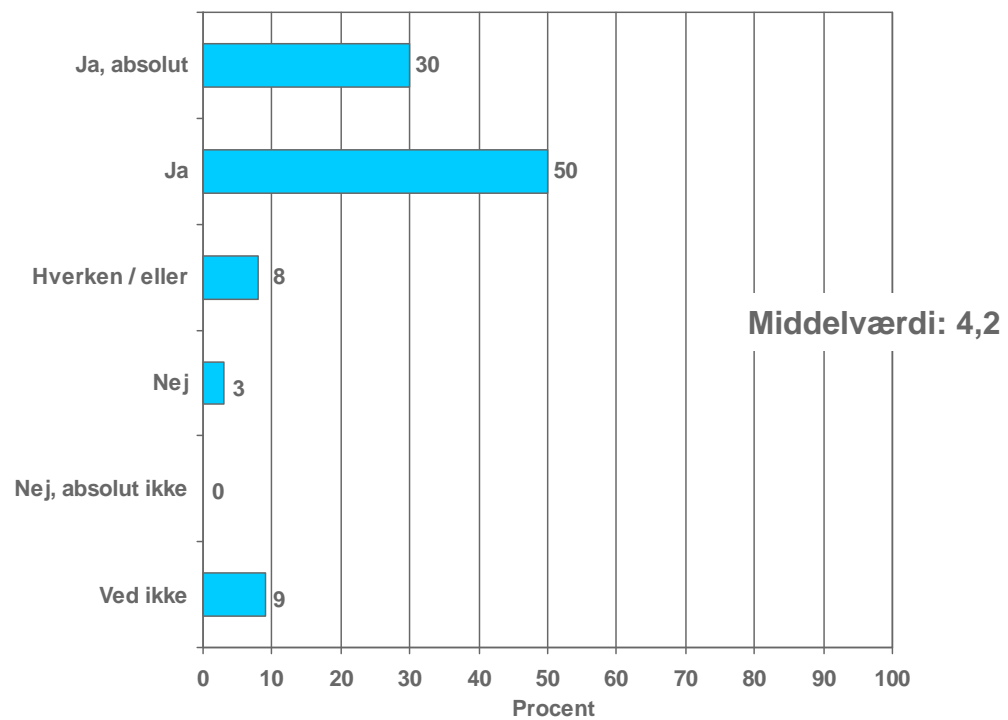
Spørgsmål 19 "Hvad synes du om (1 – 5, hvor 5 er bedst):"



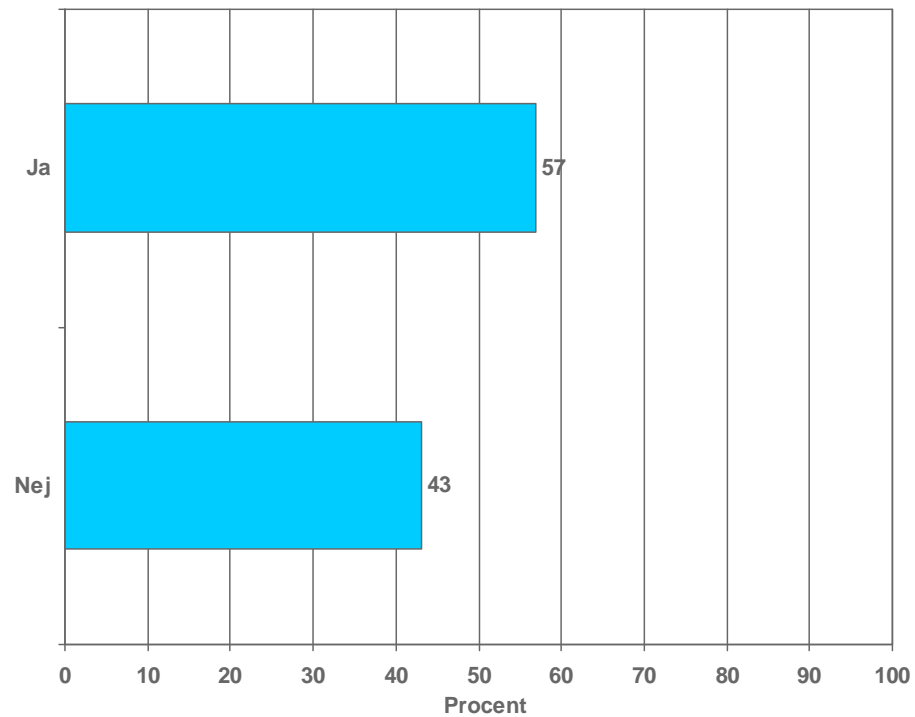
Spørgsmål 20 "Hvor mange dage har du besøgt Agromek husdyr 2009?"



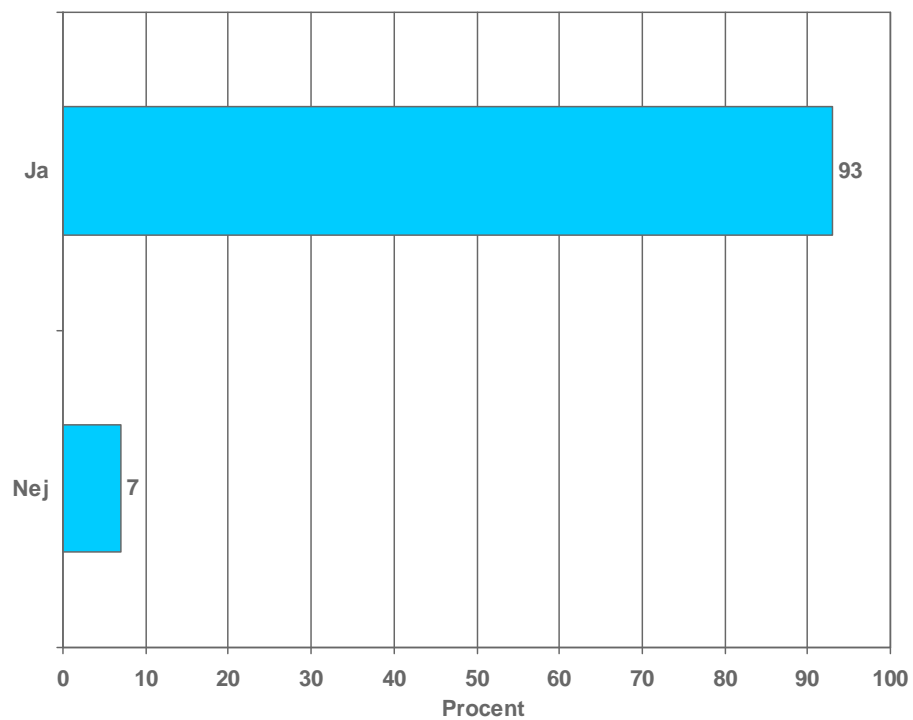
Spørgsmål 21 "Hvor mange gange har du tidligere besøgt Agromek messen?"



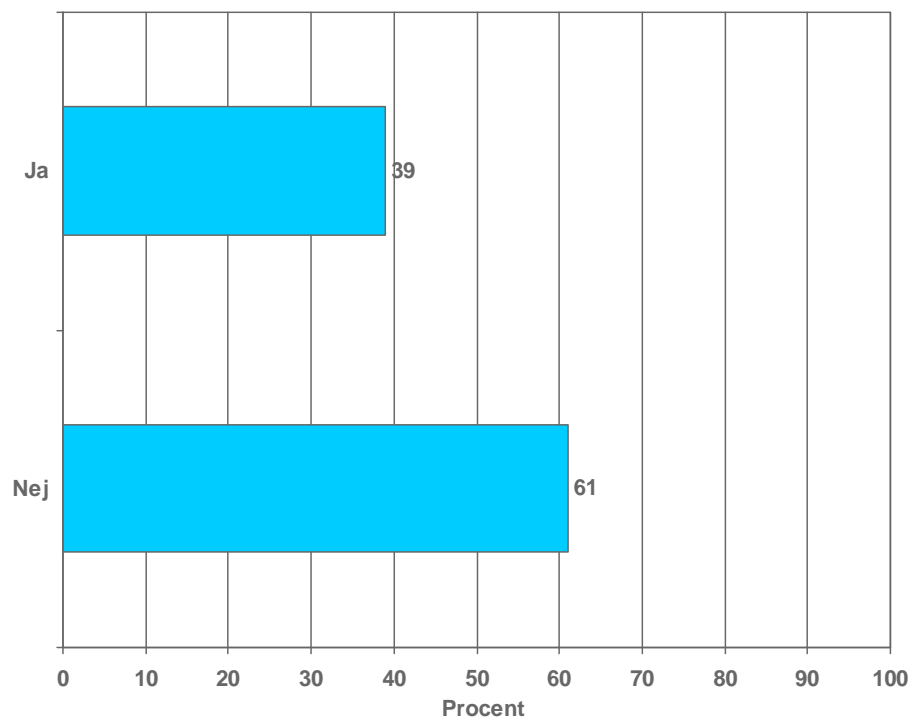
Spørgsmål 22 "Vil du besøge Agromek 2010?"



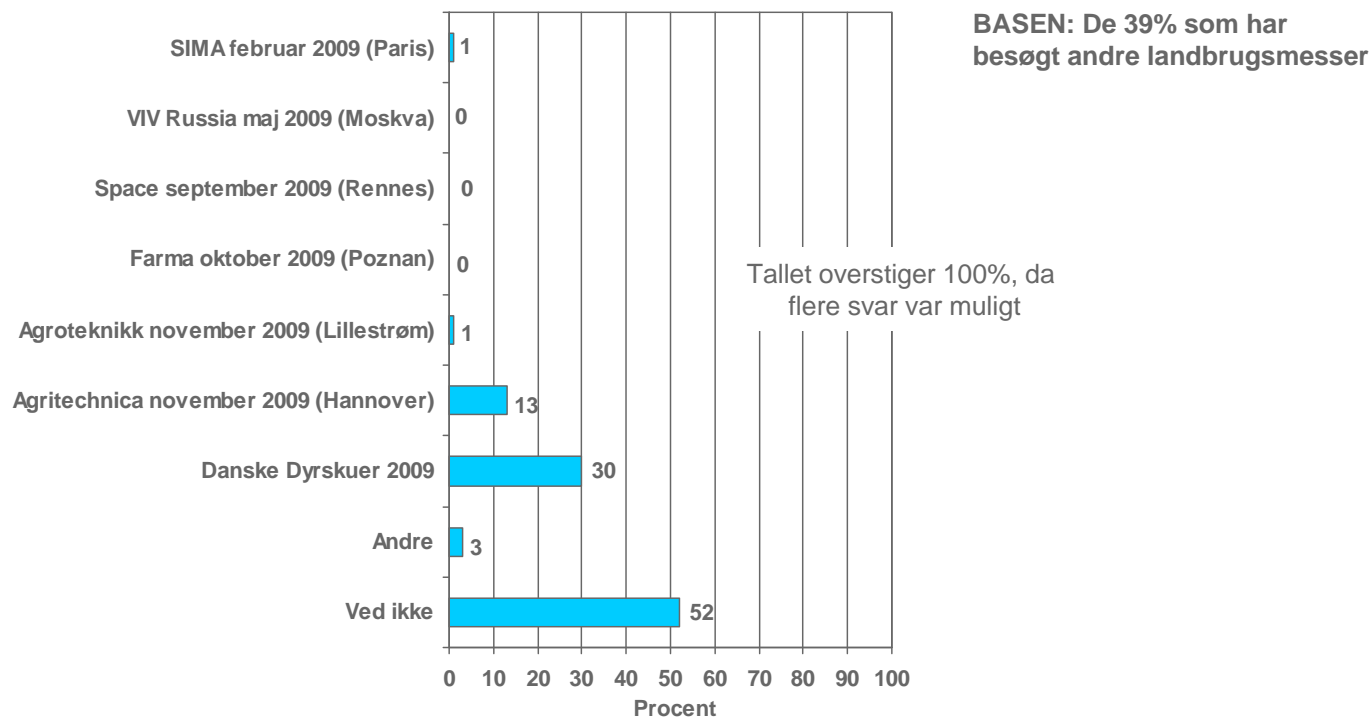
Spørgsmål 24 "Havde du på forhånd planlagt hvilke stande/virksomheder, du ville besøge?"



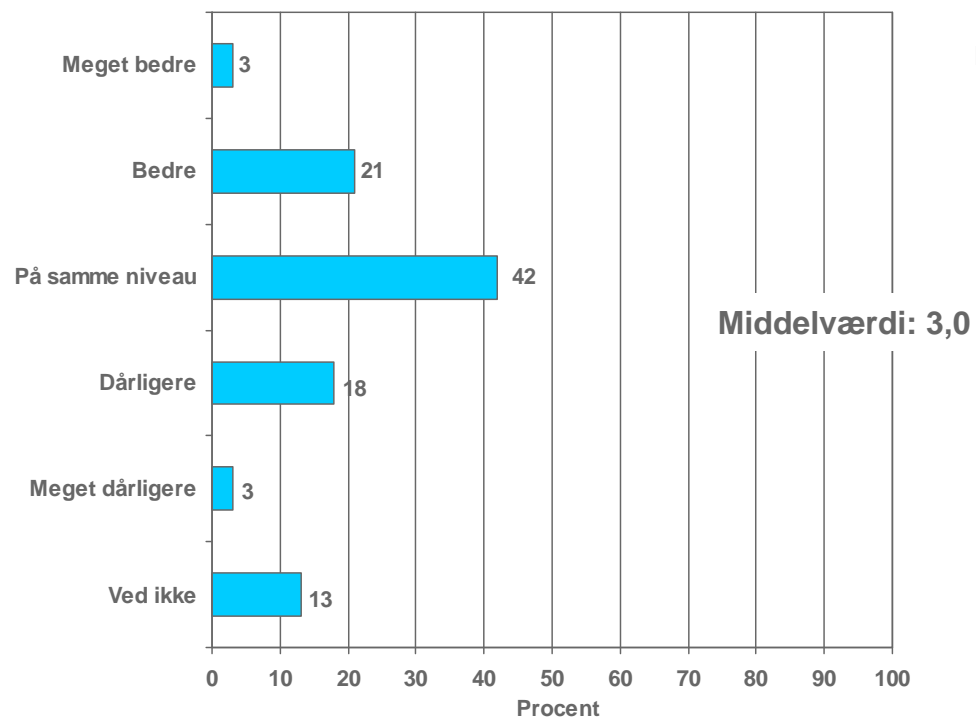
Spørgsmål 25 "Fik du besøgt de planlagte stande/virksomheder?"



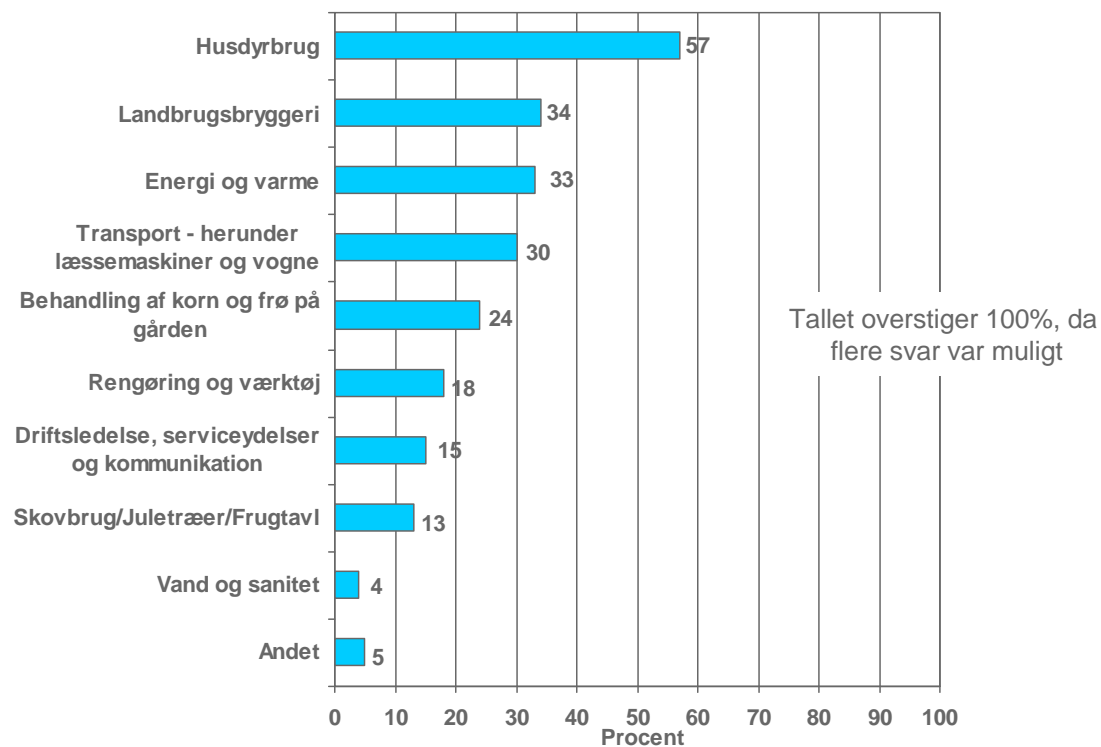
Spørgsmål 26 "Har du besøgt andre landbrugsmesser i Danmark eller Europa?"



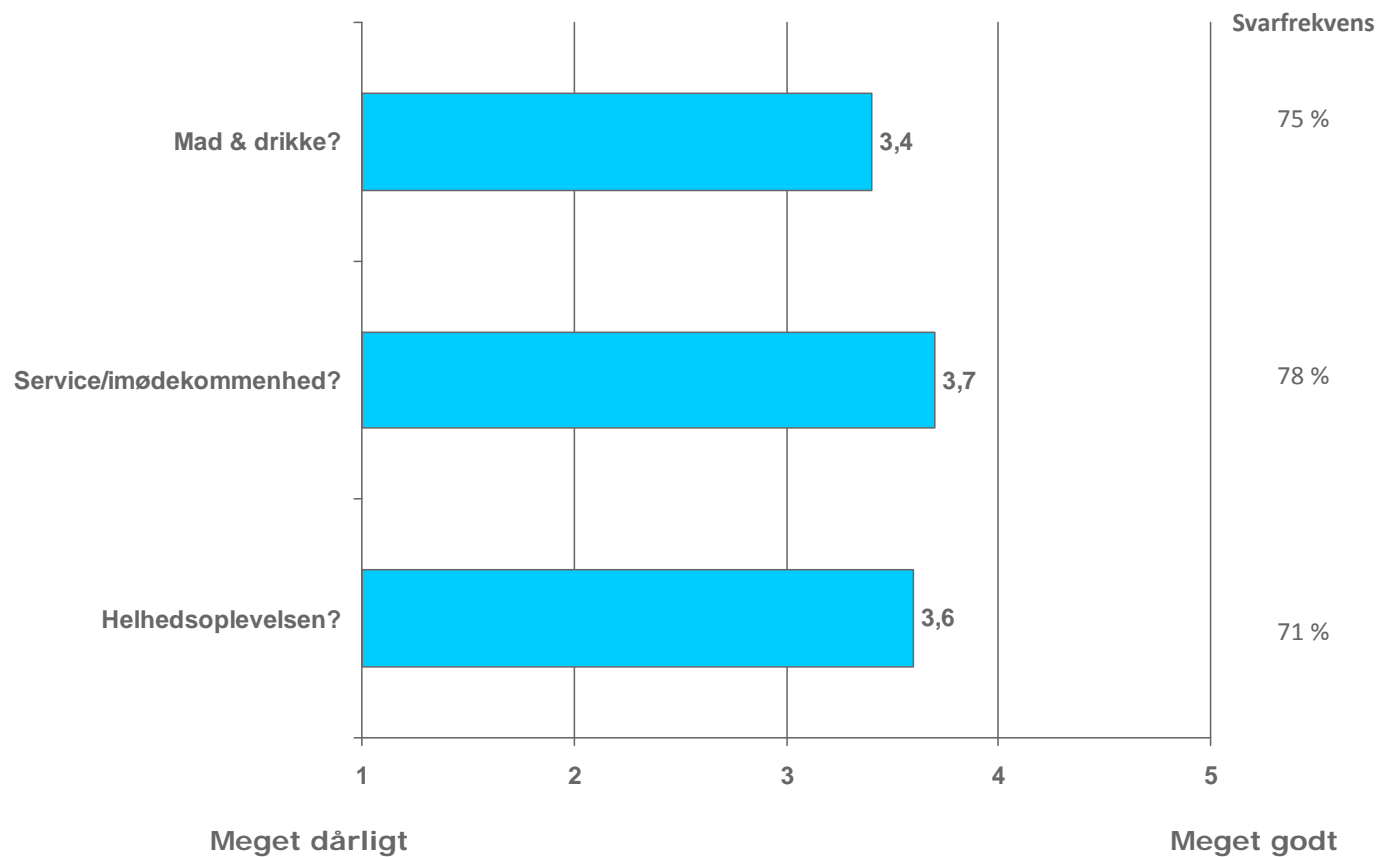
Spørgsmål 27 "Hvilke andre messer har du besøgt i 2009?"



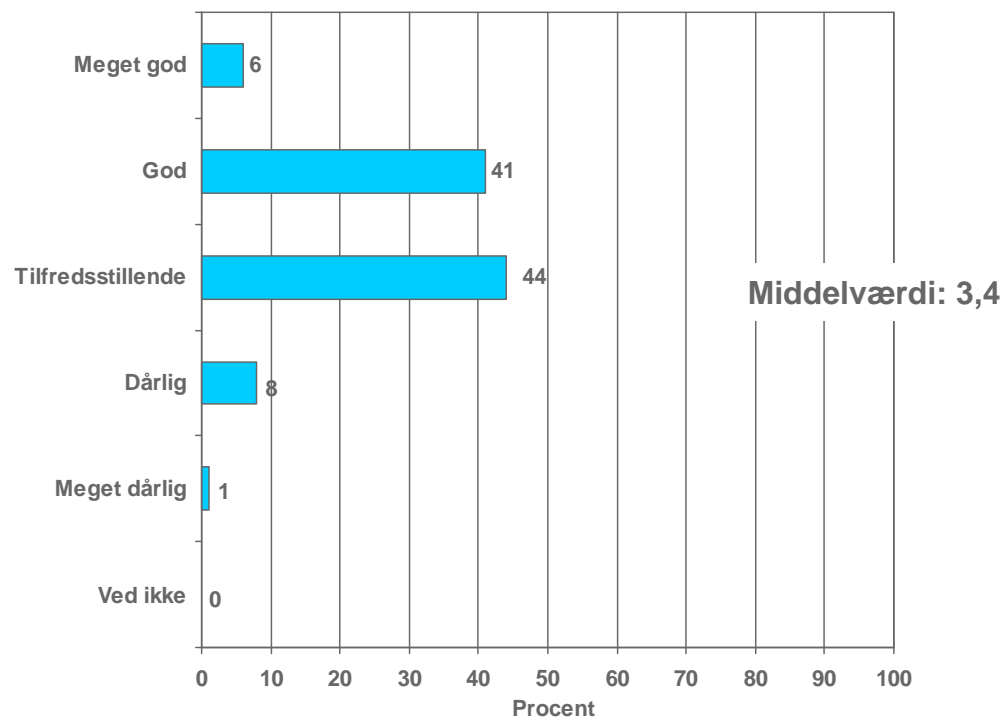
Spørgsmål 28 "Hvordan vurderer du Agromek husdyr 2009 i forhold til øvrige besøgte danske og udenlandske messer?"



Spørgsmål 30 "Hvilke produktgrupper har din primære interesse?"



Spørgsmål 31 "Hvilken karakter (1 – 5, hvor 5 er bedst) vil du give Messecenter Hernings restauranter med hensyn til?"



Spørgsmål 34 "På en skala fra 1 – 5, hvor 5 er bedst – hvorledes vil du vurdere messen som helhed?"

Markedsleder inden for messeevaluering og messestrategi



MiBro & Andersen ApS
Søren Nymarks Vej 4, st. – 8270 Højbjerg
mail@mibro.dk - www.mibro.dk
Telefon: +45 8768 0330

Projektleder på analysen: Mikkel Brohus



**Nordiska
Undersökningsgruppen**

Tlf: +46 36 34 62 30
E-post: info@nugruppen.se
Internet: www.nugruppen.se