

Niedersachsenhalle



Michael Marquardt und Laura del Moral
Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land-
und Ernährungswirtschaft e. V.
www.mg-niedersachsen.de



Key Facts 89. Grüne Woche 2025

- Die weltgrößte Messe für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau
- über 2.000 Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaften
- 17. Agrarminister-Konferenz mit Ministern aus 63 Ländern
- ca. 310.000 Besucher (+ 13 %) – 1.000 Reisebusse
- ca. 1.500 Aussteller
- 1.800 Medienschaaffende aus 26 Ländern

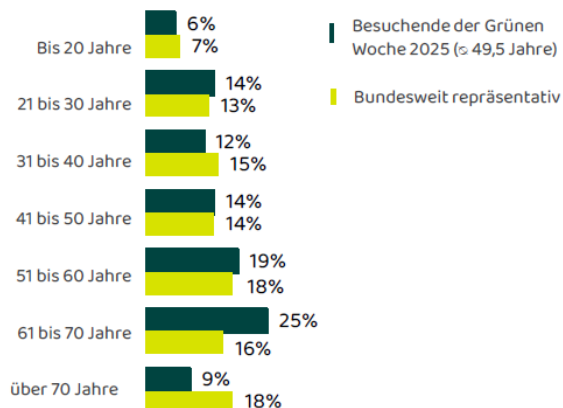


Kurzanalyse Grüne Woche: Endverbraucher

1. HERKUNFT DER PRIVATBESUCHENDEN



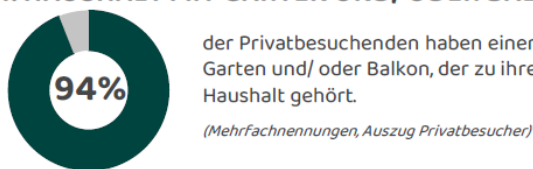
2. ALTERSSTRUKTUR



3. PRO-KOPF-AUSGABEN

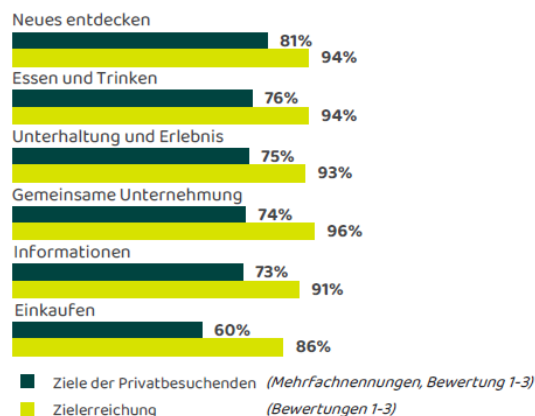
160 € gab jeder Privatbesuchende im Durchschnitt auf der Grünen Woche aus. Hochgerechnet haben alle Besuchenden für rund **41 Mio. Euro** Käufe getätigt.

4. HAUSHALT MIT GARTEN UND/ ODER BALKON



5. BESUCHSGRÜNDE

„Neues entdecken“ ist der wichtigste Grüne Woche Besuchsgrund für die Privatbesuchenden. 94% sehen diesen als erreicht.



6. PRODUKTINTERESSEN



94% der Privatbesuchenden sind mit dem **Angebotspektrum** der Grünen Woche **(sehr) zufrieden**.
(Bewertungen 1-3)

7. POSITIVER GESAMTEINDRUCK

93% der Privatbesuchenden sind mit ihrem Messebesuch **(sehr) zufrieden**.

93% der Privatbesuchenden würden eine Teilnahme an der Grünen Woche **empfehlen**.

89% der Privatbesuchenden möchten auch die **Grüne Woche 2026** besuchen.
(Bewertungen 1-3)

Kurzanalyse Grüne Woche: Fachbesucher

GRÜNE WOCHE 2025

BEFRAGUNG FACHPUBLIKUM

1. BRANCHEN

49.000 Fachbesuchende aus folgenden Branchen:



25% der Fachbesuchenden kommen aus dem Handel und der Ernährungs-industrie

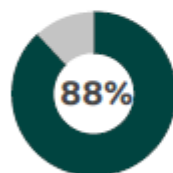
(Mehrfachnennungen, Auszug Fachbesucher)

2. ERSTBESUCHSANTEIL

41%

der Grünen Woche Fachbesuchende sind in 2025 zum ersten Mal auf der Veranstaltung.

3. ANGEBOTSBEWERTUNG

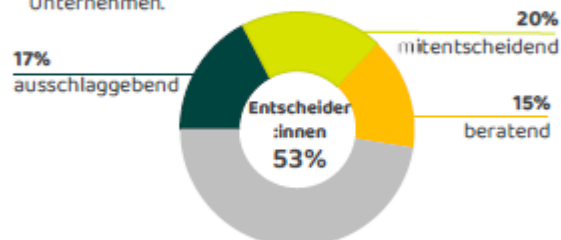


der Fachbesuchenden sind mit dem Angebotsspektrum der Grünen Woche (sehr) zufrieden.

(Bewertungen 1-3)

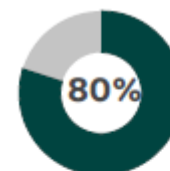
4. ENTSCHEIDUNGSKOMPETENZ

53% der berufstätigen Fachbesuchende haben Einfluss auf die Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen in ihrem Unternehmen.



Fast jeder vierte berufstätige Fachbesuchende ist in der Geschäfts-/ Unternehmens-/ Betriebsleitung bzw. im Verkauf/ Vertrieb tätig.

5. GESCHÄFTLICHES ERGEBNIS



der berufstätigen Fachbesucher sind mit dem geschäftlichen Ergebnis ihres Besuchs (sehr) zufrieden.

(Bewertungen 1-3)

6. KONTAKTPFLEGE/ GESCHÄFTSABSCHLÜSSE



Für mehr als die Hälfte der berufstätigen Fachbesuchenden, sind Kontaktpflege/ Geschäftsabschlüsse als Ziel auf der Grünen Woche (sehr) wichtig (54%).

(Bewertungen 1-3)

88%

bestätigen, dieses Ziel (sehr) gut erreicht zu haben.

(Bewertungen 1-3)

7. POSITIVER GESAMTEINDRUCK

88%

der Fachbesuchenden sind mit ihrem Messebesuch (sehr) zufrieden.

84%

der Fachbesuchenden würden eine Teilnahme an der Grünen Woche empfehlen.

82%

der Fachbesuchenden möchten auch die Grüne Woche 2026 besuchen.

(Bewertungen 1-3)

Kurzanalyse Grüne Woche: Aussteller

GRÜNE WOCHEN 2025

AUSSTELLERBEFRAGUNG

1. AUSSTELLUNGSSCHWERPUNKTE

1.500 Aussteller aus 53 Ländern.

Die meisten Aussteller haben ihren Ausstellungsschwerpunkt im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**.



(Auszug, Nennungen > 5%)

3. GRÜNE WOCHEN ALS TESTMARKT

86%

der Aussteller halten die **Grüne Woche** für **(sehr) geeignet**, um die **Akzeptanz** neuer Produkte bei Endverbraucher:innen zu testen.

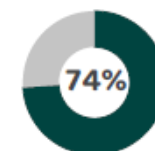
(Bewertungen 1-3)

2. ZIELSETZUNG UND ZIELERREICHUNG



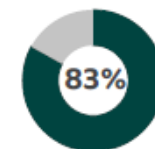
■ Ziele der Aussteller (Mehrfachnennungen)
■ Grad der Zielerreichung (Bewertungen 1-3)

4. ERFOLGREICHE AUSSTELLER



der Aussteller bewerten das **geschäftliche Ergebnis** ihrer Beteiligung an der Grünen Woche Berlin **positiv**.

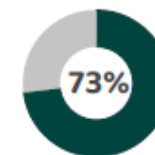
(Bewertungen 1-3)



der Aussteller schätzen den **Nutzen der Beteiligung** ihres Unternehmens an der Grünen Woche 2025 als **(sehr) hoch** ein.

(Bewertungen 1-3)

5. NACHMESSEGESCHÄFT



der Aussteller erwarten ein **positives Nachmessegeschäft**.

(Bewertungen 1-3)

6. POSITIVER GESAMTEINDRUCK

86%

der Aussteller sind mit ihrer Messteilnahme **(sehr) zufrieden**.

83%

der Aussteller würden eine Teilnahme an der Grünen Woche **empfehlen**.

91%

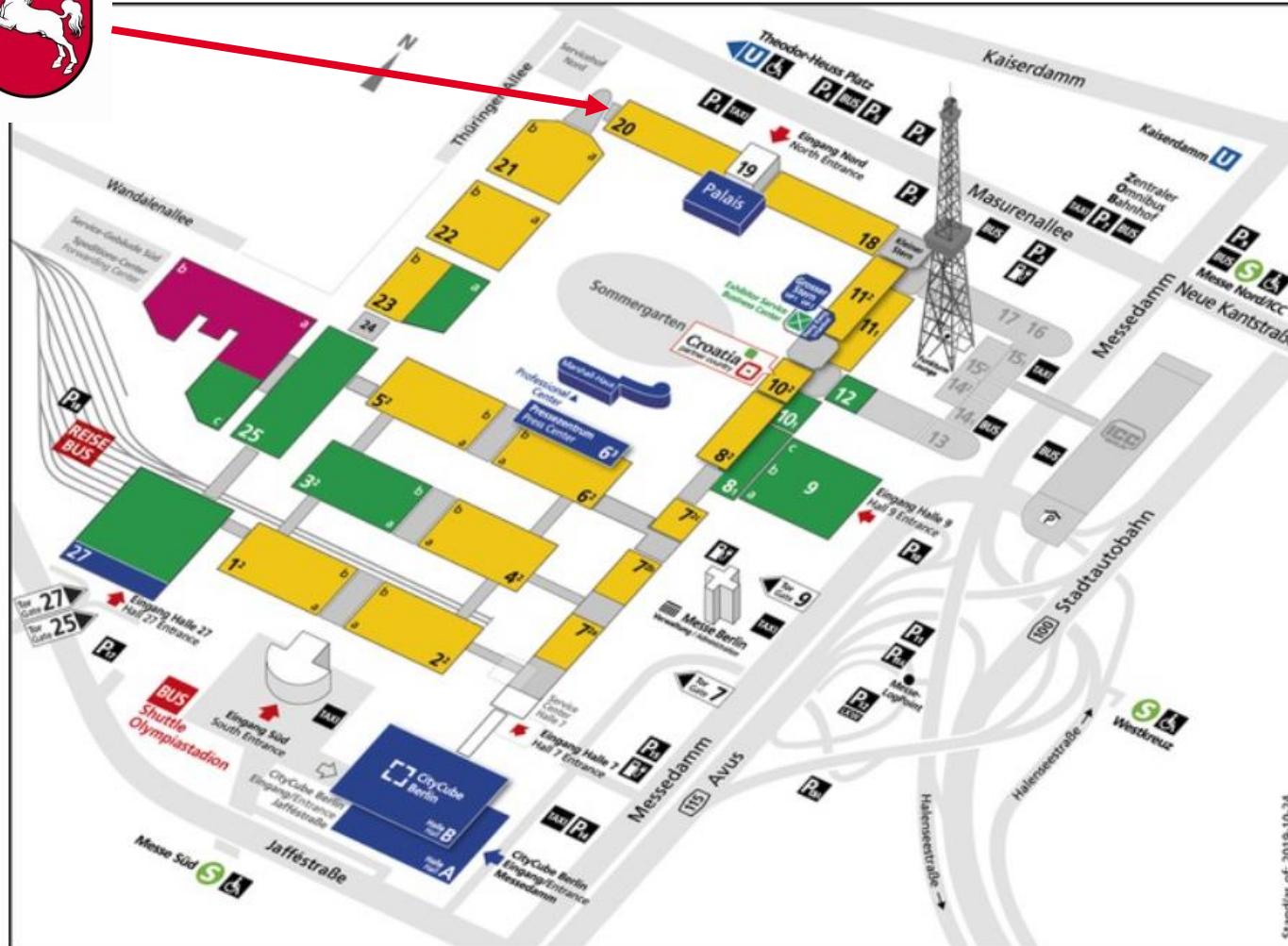
der Aussteller möchten auch an der **Grünen Woche 2026** teilnehmen.

(Bewertungen 1-3)

Die Marketinggesellschaft organisiert seit 1970 den niedersächsischen Auftritt auf der Grünen Woche



Die Lage der Halle 20 – „Niedersachsenhalle“



Die Ausstellungsschwerpunkte der Niedersachsenhalle

Die Grüne Woche ist Ihre Plattform für...

Ernährungswirtschaft und Handel

- Produktpräsentation & Inszenierung
- Verkauf von Produkten und Dienstleistungen direkt vor Ort
- Einführung und Tests neuer Produkte
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung
- Ansprache von Konsumenten, Meinungsführern, Fachbesuchern

Ländlicher Raum

- Präsentation der Projekte
- Steigerung der Zusammenarbeit in der Region
- Regionale Akteure: Verbände, Landfrauen, Köche, Initiativen, ...

Tourismusanbieter aus den Regionen

- Steigerung des Bekanntheitsgrades Ihrer Region
- Ansprache von potenziellen Urlaubsgästen




 Niedersächsisches Ministerium
 für Ernährung, Landwirtschaft
 und Verbraucherschutz



Niedersachsenhalle – Impressionen 2025



Die Niedersachsenhalle 2026 – Stand 09/25



Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e. V.

Niedersachsenhalle – Standbau 2026



Die Niedersachsenhalle

- ✓ Halle 20: die ehemalige CMA-Deutschlandhalle
- ✓ Top-Lage am Haupteingang (Eingang Nord)
- ✓ Auf einer Fläche von 2.000 qm
- ✓ In 2026 mit neuem Hallenkonzept
- ✓ Attraktive und stimmungsvolle Hallengestaltung
- ✓ Zentraler Marktplatz mit Sitzgelegenheiten
- ✓ Hallengastronomie & VIP-Lounge



Hohe Aufmerksamkeit und starke Besucher-Frequenz!



Offener Marktplatz als zentrales Gestaltungselement



Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e. V.

Niedersachsenabend: Der Höhepunkt der Messe



Erstklassiger Service

- Beschaffung der Fläche, Hallenkonzeption
- Beauftragung und Überwachung des Standbaus
- Beratung in allen Fragen des Messeauftritts (Funktionalität, Optik, Kosten, Partnerfindung)
- Bereitschaftsdienst für alle über uns organisierten Leistungen
- Hallenreinigung der gemeinschaftlichen Bereiche



Kostenlose Zusatzleistungen

- Professionell moderiertes Hallen-Entertainment
- Nutzung der gemeinschaftlichen Eventbühne, z. B. Interviews, Produktvorstellungen, Kochshows, Gewinnspiele, Theater und Musik
- Kartenkontingent für den Niedersachsenabend
- Einbindung in offizielle Anlässe und Rundgänge
- WLAN-Zugang für Aussteller
- Website www.niedersachseninberlin.de
- Kongress „Zukunftswerkstatt“



Ihr Komplettpreis für

- Organisation
- Miete der Standfläche inkl. AUMA- und GEMA-Gebühren
- Standbau & Ausstattung nach Absprache
- Ausstellerausweise (Anzahl nach Absprache und Standgröße)
- Grundeintrag in Ausstellerverzeichnis und Website
- Kartenkontingent für Niedersachsenabend



➤ Wird individuell je nach Größe und Ausstattung ermittelt

Ihr Nutzen: Sie erhalten mehr als nur einen Messestand!

1. Kostengünstiger als ein individueller Einzelauftritt
2. Deutlich weniger Arbeit
3. Einbindung in eine renommierte Messegemeinschaft