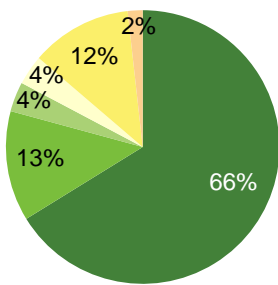


1. Ausstellungsschwerpunkt

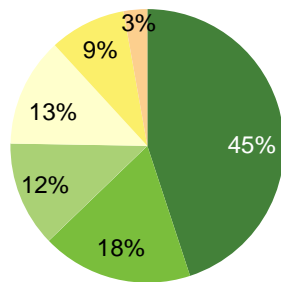
Sowohl Aussteller mit als auch ohne offizieller Länderbeteiligung haben ihren Ausstellungsschwerpunkt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

Aussteller aus 65 Ländern, davon 31 offizielle Länderbeteiligungen.

Länderbeteiligung



Individuelle Aussteller



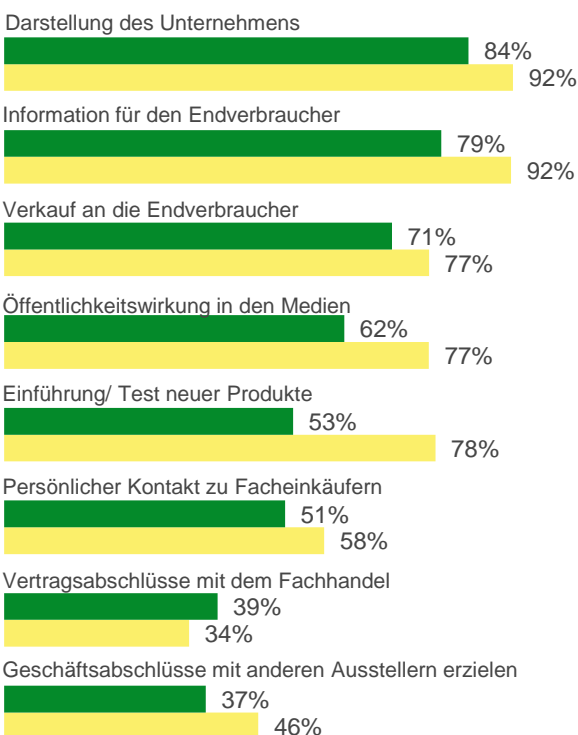
■ Nahrungs-/Genussmittel
■ Garten
■ Tourismus

■ Landwirtschaft
■ Haustechnik
■ Sonstiges

2. Zielsetzung und Zielerreichung

(Mehrfachnennungen)

„Imagepflege/ Darstellung des Unternehmens“ und „Information für den Endverbraucher“ sind die wichtigsten Zielsetzungen der Aussteller.



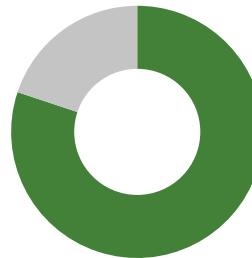
■ Ziele der Aussteller ■ Zielerreichung (Bewertungen 1-3)

3. Akzeptanztest für Neue Produkte

86%

der Aussteller sind davon überzeugt, dass die IGW als Testmarkt für den Verkauf neuer Produkte beim Endverbraucher geeignet ist. (Bewertungen 1-3)

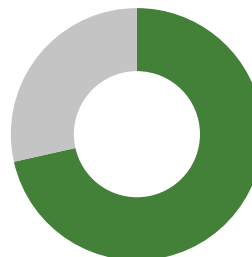
4. Geschäftserfolg der Messebeteiligung



80%

der ausstellenden Unternehmen bewerten das geschäftliche Ergebnis ihrer Beteiligung an der IGW Berlin positiv. (Bewertungen 1-3)

5. Nachmessegeschäft



71%

der Aussteller erwarten ein positives Nachmessegeschäft. (Bewertungen 1-3)

6. Professional Center

Präsentation von 200 ausgesuchten Produkten der Aussteller.



73%

sind mit der Teilnahme am Professional Center zufrieden. (Bewertung 1-3)

7. Gesamteindruck und Ausblick

85%

positiver Gesamteindruck

(Bewertungen 1-3)

83%

Weiterempfehlungsbereitschaft

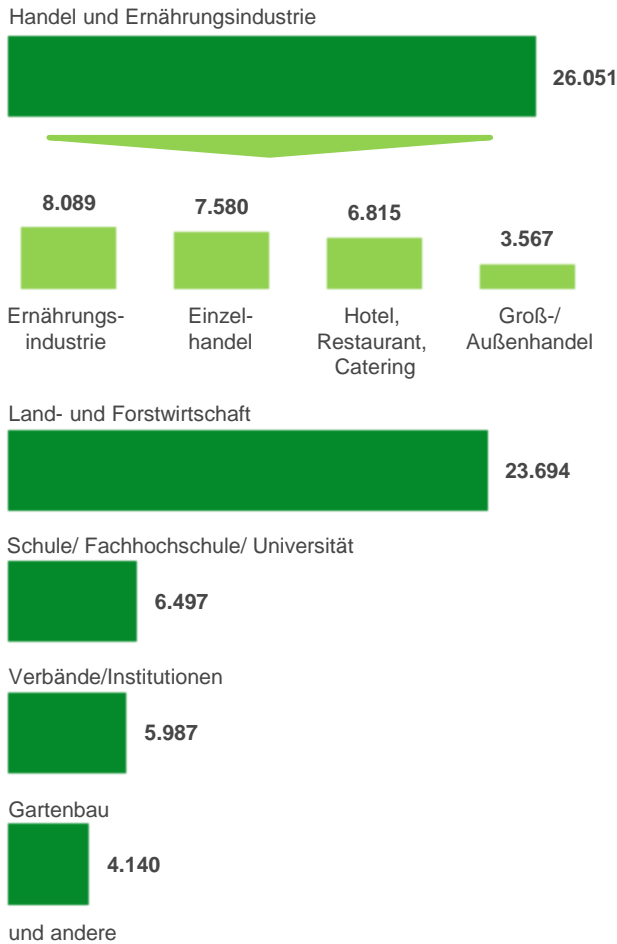
86%

Wiederbesuchsabsicht

1. Branchenzugehörigkeit

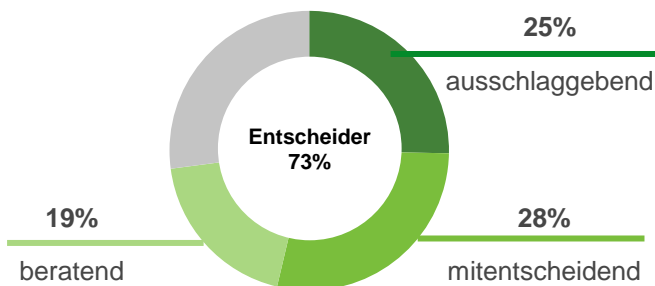
(Mehrfachnennungen, Auszug berufstätige Fachbesucher)

94.023 Fachbesucher aus folgenden Branchen:



2. Entscheidungskompetenz

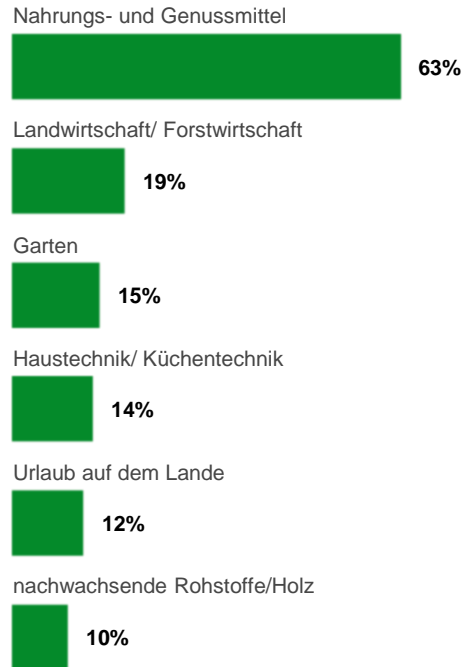
Der Anteil berufstätiger Fachbesucher, mit Einfluss auf Einkaufs- / Beschaffungsentscheidungen, liegt bei 73%.



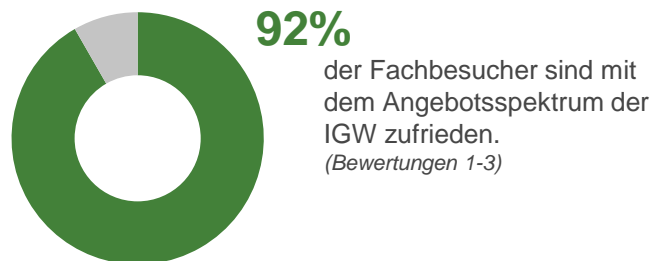
Die Fachbesucher sind überwiegend in der Geschäfts-/ Unternehmens-/ Betriebsleitung, im Verkauf/ Vertrieb bzw. der Fertigung/Produktion/Qualitätskontrolle tätig.

3. Angebotsinteresse Handel und Ernährungsindustrie

(Mehrfachnennungen, Auszug Fachbesucher aus den Bereichen Handel und Ernährungsindustrie)

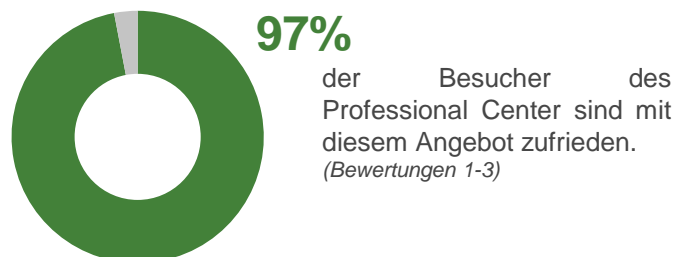


4. Angebotsbewertung



5. Professional Center

Präsentation von 200 ausgesuchten Produkten der Aussteller.

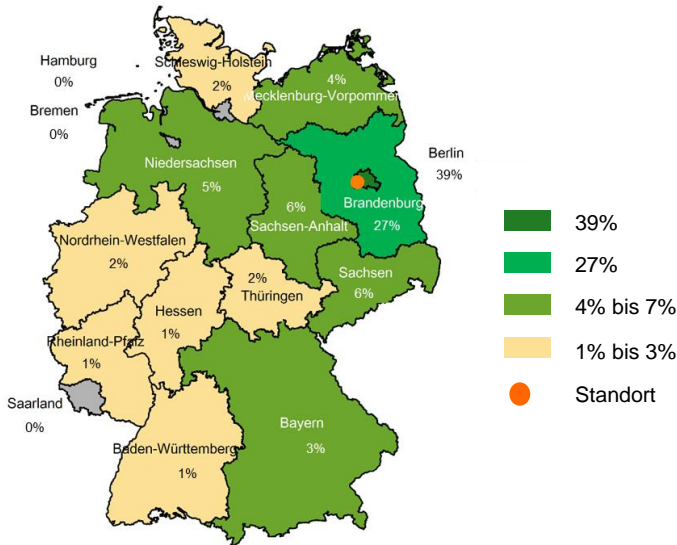


6. Gesamteindruck und Ausblick

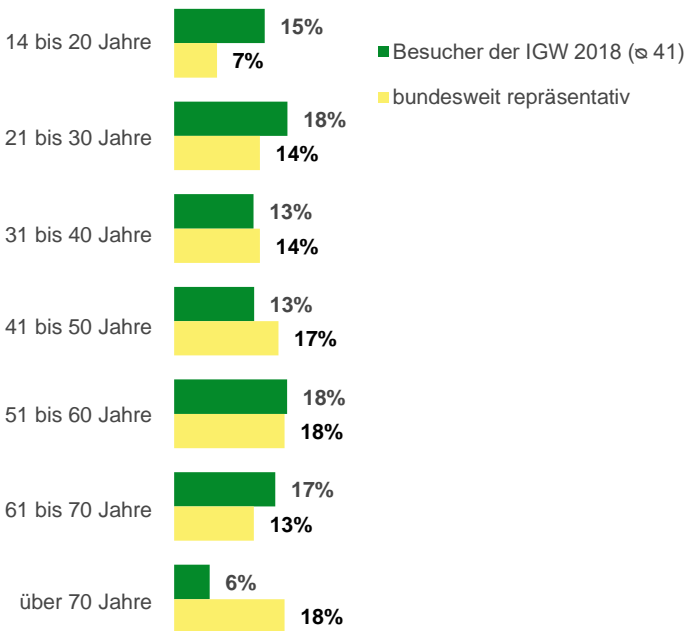


(Bewertungen 1-3)

1. Herkunft der Privatbesucher



2. Altersstruktur



3. Pro-Kopf-Ausgaben

125€

Im Durchschnitt gab jeder Besucher 125 Euro auf der IGW aus. Hochgerechnet haben die Besucher für mehr als 50 Mio. Euro Käufe getätigt.

4. Angebotsbewertung

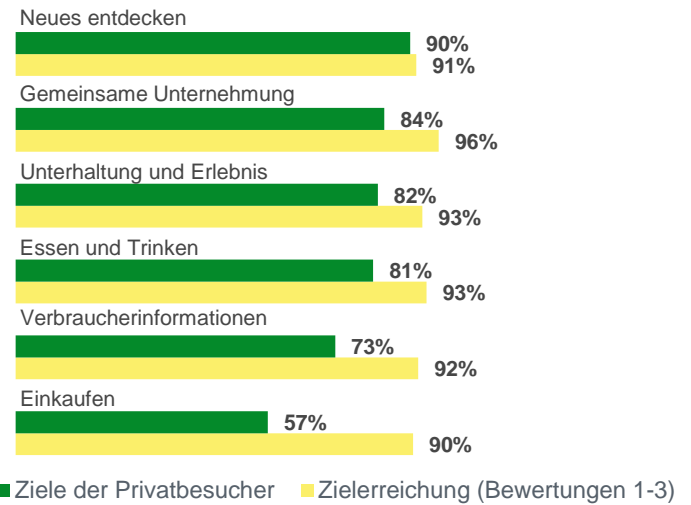
96% der Privatbesucher sind mit dem Angebotsspektrum der IGW zufrieden.
(Bewertungen 1-3)

96%

5. Zielsetzung und Zielerreichung

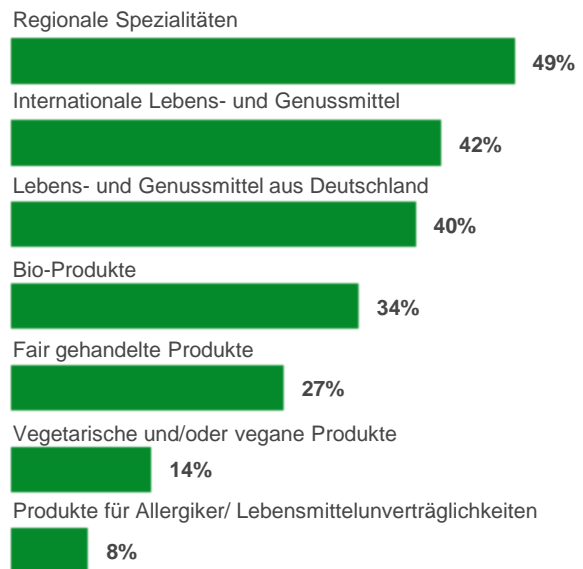
(Mehrfachnennungen)

„Neues entdecken“, „Gemeinsame Unternehmung“ und „Unterhaltung und Erlebnis“ stellen die wichtigsten Besuchsziele der Privatbesucher dar. Alle diese Ziele wurden zu mindestens 90% erfüllt.



6. Produktinteresse aus dem Bereich Ernährung

(Mehrfachnennungen, Auszug Privatbesucher)



7. Gesamteindruck und Ausblick

95%

positiver Gesamteindruck

(Bewertungen 1-3)

93%

Weiterempfehlungsbereitschaft

90%

Wiederbesuchsabsicht