

Kurzanalyse WASSER BERLIN INTERNATIONAL 2015

(Erhoben und ausgewertet von Hopp & Partner Kommunikationsforschung, Berlin)



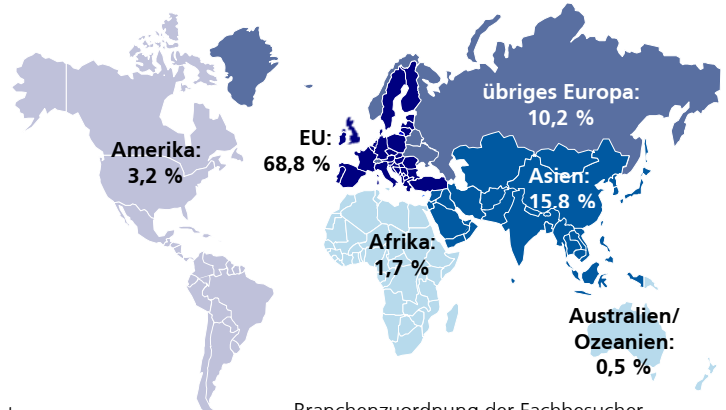
1 Fachbesucherbefragung

22.686 Fachbesucher, davon 24% ausländische Fachbesucher aus 104 Ländern

1.1 Herkunft

(Basis: Besuchervollregistrierung)

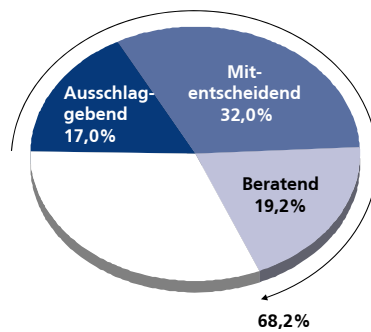
Deutschland 75,6%
Ausland 24,4%
davon:



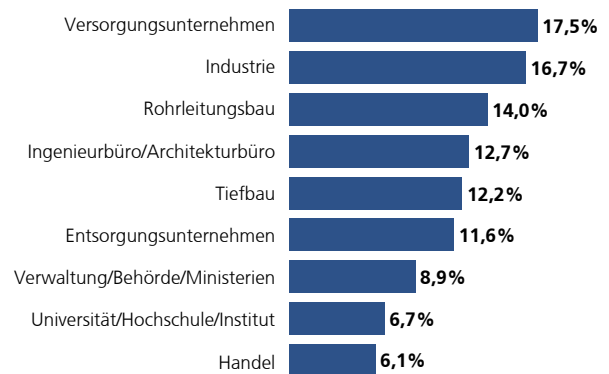
1.2 Kompetenz und Branche

(Mehrfachnennungen/Auszug/p > 5%)

Entscheidungskompetenz

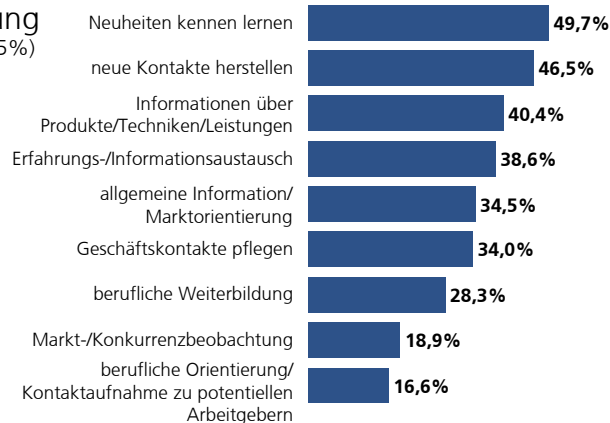


Branchenzuordnung der Fachbesucher

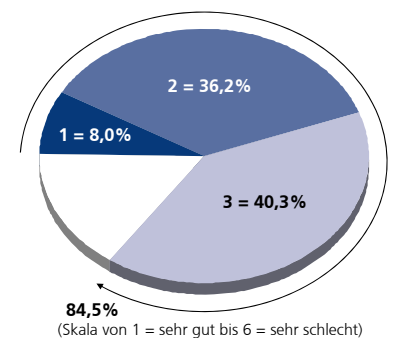


1.3 Besuchsziele/Zielerreichung

(Mehrfachnennungen/Auszug/p > 15%)



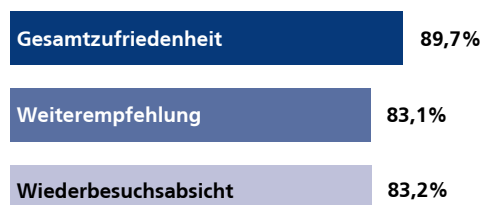
Die Hälfte des Fachpublikums besuchte WASSER BERLIN INTERNATIONAL um Neuheiten kennen zu lernen. Neue Kontakte herzustellen nahmen sich 46,5% der Fachbesucher vor. Etwa neun von zehn Fachbesuchern konnten die Ziele, mit denen sie zur Fachmesse kamen, auch erreichen.



1.4 Geschäftserfolg

In diesem Jahr beurteilen 84,5% das geschäftliche Ergebnis ihres Besuchs positiv.

1.5 Gesamteindruck und Ausblick



Einen positiven Gesamteindruck haben 89,7% der Fachbesucher von der Messe gewonnen. Etwa 83% würden WBI erneut besuchen und einen Besuch weiterempfehlen.

Kurzanalyse WASSER BERLIN INTERNATIONAL 2015

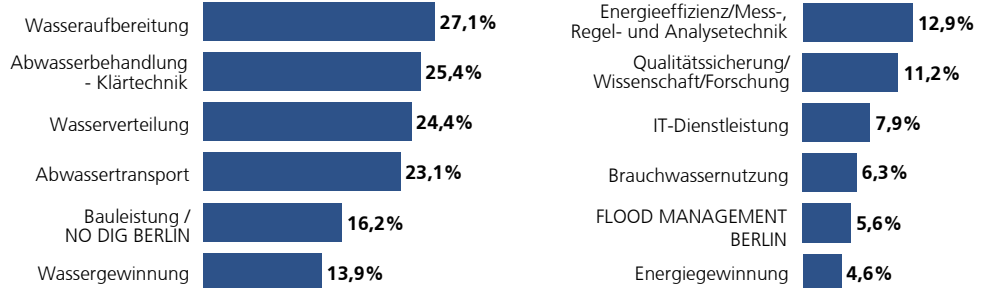
(Erhoben und ausgewertet von Hopp & Partner Kommunikationsforschung, Berlin)



2 Ausstellerbefragung

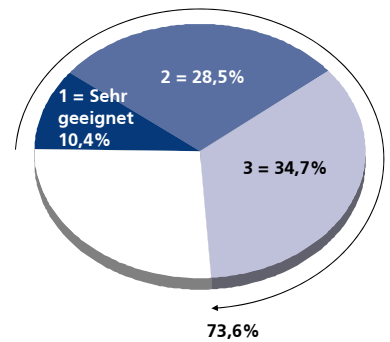
557 Aussteller aus 26 Ländern

2.1 Ausstellungsschwerpunkte (Mehrfachnennungen)



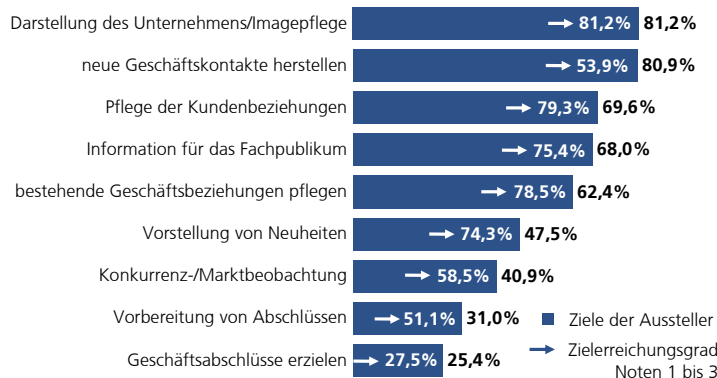
2.2 Innovationen

In der Teilnahme an WBI 2015 sehen 73,6% der Aussteller eine geeignete Ebene, um Neuheiten und Innovationen zu präsentieren.



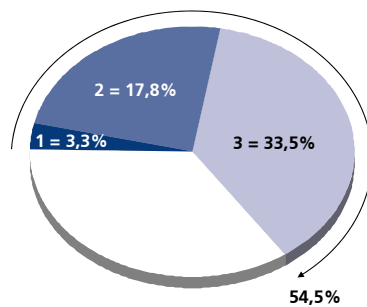
(Skala von 1 = sehr geeignet bis 6 = ungeeignet)

2.3 Ziele/Zielerreichung



Für die Aussteller war die „Darstellung des Unternehmens/ Imagepflege“ das wichtigste Ziel ihres WBI-Auftritts. Dieses Ziel wurde von 81,2% der Teilnehmer in sehr gutem bis zufriedenstellendem Ausmaß erreicht.

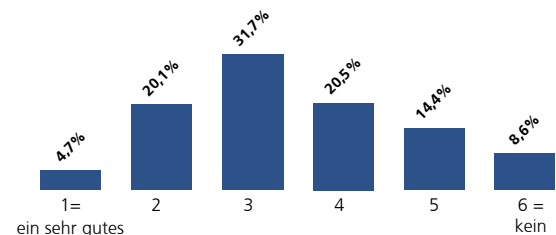
2.4 Geschäftserfolg/ Nachmessegeschäft



(Skala von 1 = sehr gut bis 6 = sehr schlecht)

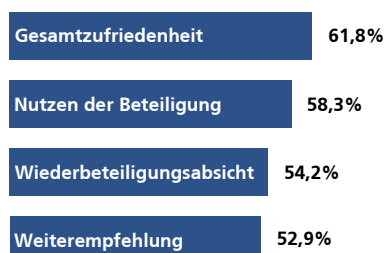
Überwiegend zufrieden zeigten sich die Aussteller mit dem geschäftlichen Erfolg ihrer Beteiligung.

„Wir erwarten ... Nachmessegeschäft“



Bereits zum Zeitpunkt der Befragung gingen 56,5% der Unternehmensvertreter aufgrund ihrer Messekontakte von einem erfolgreichen Nachmessegeschäft aus.

2.5 Gesamteindruck, Nutzen, Ausblick



Einen positiven Gesamteindruck hinterließ WBI 2015 bei rund zwei Drittel der Aussteller.