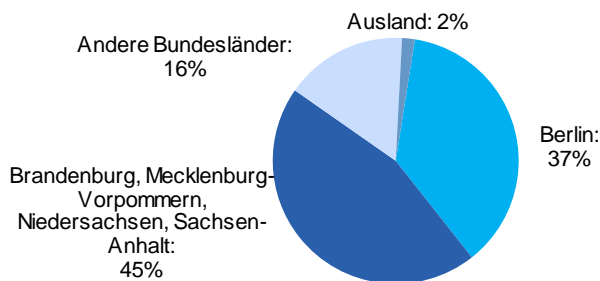


Besucherbefragung

Herkunft

98% der Besucher kommen aus **Deutschland**.

Alle **16 Bundesländer** sind dabei vertreten.



Erstbesucher:innen

(exkl. „keine Angabe“)

51% besuchten die Veranstaltung zum ersten Mal.

Haushaltsnettoeinkommen

(exkl. „keine Angabe“)

Rund **ein Drittel** der Befragten hat ein Haushalts-Nettoeinkommen von **mehr als 6.000 €** zur Verfügung.

Bis 3.000 €



Über 3.000 bis unter 6.000 €



Über 6.000 €



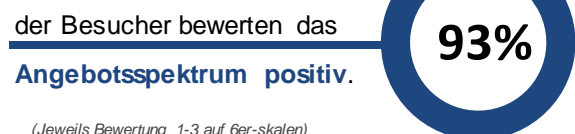
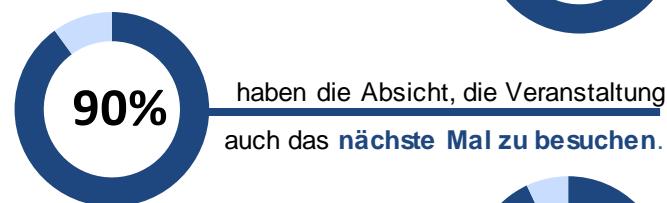
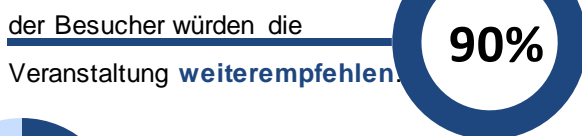
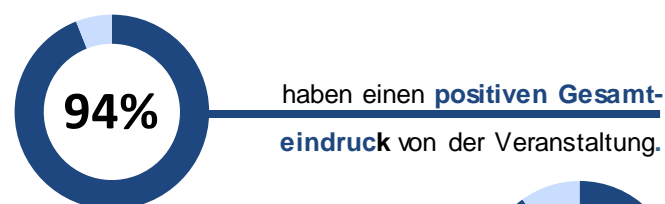
Besuchsdauer

(exkl. „keine Angabe“)

2 von 3 Besuchern verbringen **über 3 Stunden** auf der Veranstaltung,

Jeder 4. sogar **über 5 Stunden**.

Gesamtzufriedenheit und Ausblick



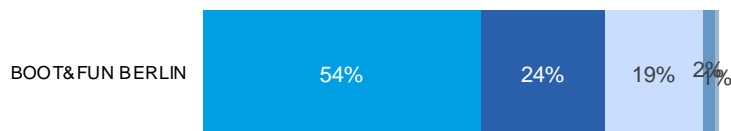
(Jeweils Bewertung 1-3 auf 6er-skalen)

Synergien durch Verbundveranstaltungen

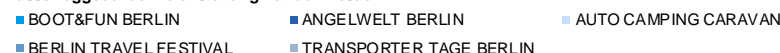
(Basis: Besucher der jeweiligen Veranstaltung)

46% der BOOT&FUN BERLIN-Besucher sind ursprünglich wegen einer der anderen Veranstaltungen gekommen, meist wegen der **AUTO CAMPING CARAVAN** oder der **ANGELWELT BERLIN**.

Besucherstruktur der:

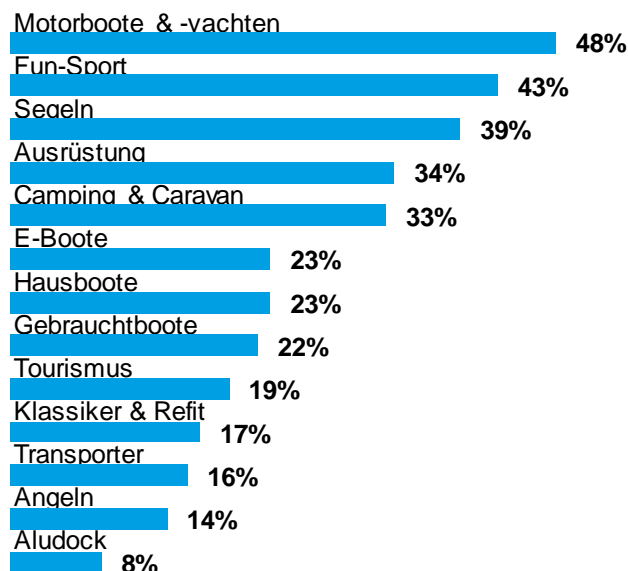


Ausschlaggebende Veranstaltung für den Besuch:



Interessengebiete der BOOT&FUN-Zielgruppe

(Basis: Besucher, die die BOOT&FUN BERLIN als ausschlaggebende Veranstaltung benennen; Mehrfachnennungen)



Kaufverhalten der BOOT&FUN-Zielgruppe

(Basis: Besucher, die die BOOT&FUN BERLIN als ausschlaggebende Veranstaltung benennen; exkl. „keine Angabe“)

Etwa jede:r 2. Besucher:in hat etwas **gekauft** bzw. äußerte die **Absicht**, etwas auf der Veranstaltung zu kaufen.

Jede:r 5. Käufer:in gab **mehr als 500 €** aus.

2 von 3 Besucher:innen planen, aufgrund der auf der BOOT&FUN BERLIN erhaltenen Informationen, zu einem **späteren Zeitpunkt Einkäufe zu tätigen**.