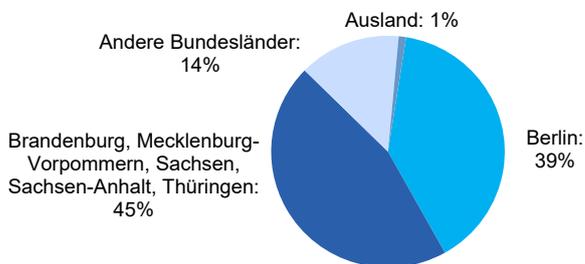


## Besucherbefragung

### Herkunft

99% der Besucher kommen aus **Deutschland**.

15 der 16 **Bundesländer** sind vertreten.



### Haushaltsnettoeinkommen

(exkl. „keine Angabe“)

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



### Besuchsdauer

**2 von 3** Besuchern verbringen **über 3 Stunden** auf der Veranstaltung, **jeder 5.** sogar **über 5 Stunden**.

### Gesamtzufriedenheit und Ausblick



### Synergien durch Verbundveranstaltungen

(Basis: Besucher der jeweiligen Veranstaltung)

**36% 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:

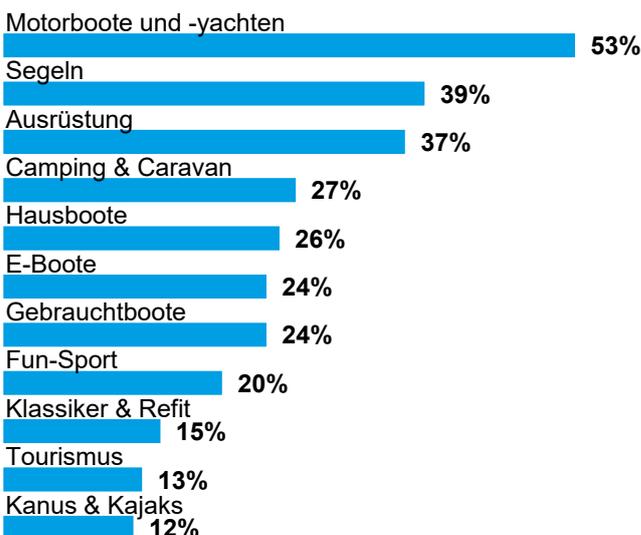


Ausschlaggebende Veranstaltung für den Besuch:



### Interessengebiete der BOOT&FUN-Zielgruppe

(Basis: Besucher, die die BOOT&FUN BERLIN als ausschlaggebende Veranstaltung benennen; Mehrfachnennungen; Auszug > 12 %)



### Kaufverhalten der BOOT&FUN-Zielgruppe

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

**Jeder 2.** Besucher hat etwas **gekauft** bzw. äußerte die **Absicht**, etwas auf der Veranstaltung zu kaufen.

**Jeder 5.** Käufer gab **mehr als 1.000 €** aus.

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