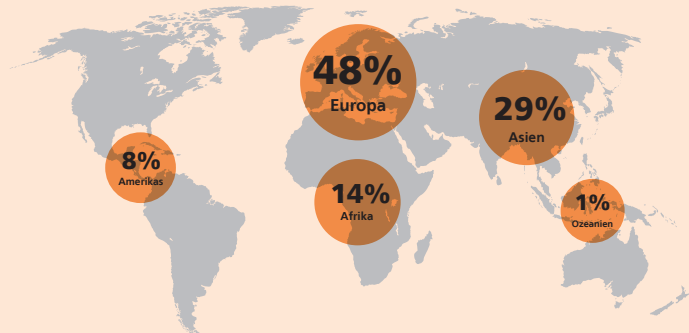




HERKUNFT DER AUSSTELLER

(Quelle: Registrierungsdaten)



QUALITÄT DER FACHBESUCHER:INNEN

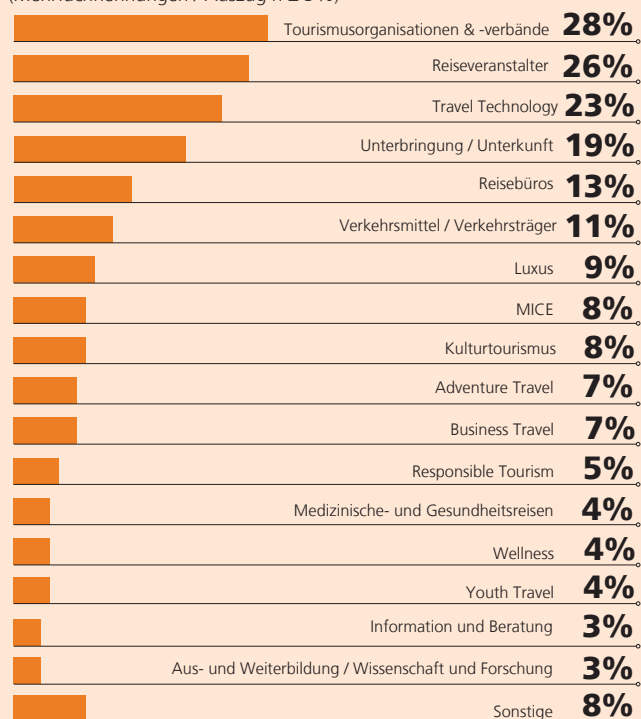
83%

der diesjährigen Aussteller sind mit der **Qualität der Fachbesucher:innen** an ihrem Stand (**voll und ganz**) zufrieden.

(TOP3 auf 6er Skala)

BRANCHENZUGEHÖRIGKEIT

(Mehrfachnennungen / Auszug n ≥ 3%)



BETEILIGUNGSZIELE

„NEUE KONTAKTE /
PARTNERSCHAFTEN
HERSTELLEN“



„GESCHÄFTS-
BEZIEHUNGEN
PFLEGEN“

bilden die wichtigsten **Beteiligungsziele** der Ausstellerschaft. Diese Ziele wurden von **76%** bzw. **81%** (TOP3) in sehr gutem bis zufriedenstellendem Ausmaß erreicht.

(Auszug ≥ 56%,

Mehrfachnennungen)

	Ziel für % der Aussteller wichtig	Ziel wurde zu % erreicht
Neue Kontakte / Partnerschaften herstellen	96%	76%
Geschäftsbeziehungen pflegen	90%	81%
Vernetzung innerhalb der Branche	72%	82%
Produkte bewerben / Verkauf	64%	78%
Vorbereitung von Geschäftsabschlüssen	61%	76%
Markt- / Konkurrenzbeobachtung	60%	74%
Geschäftsabschlüsse erzielen	56%	65%

(TOP3 auf 6er Skala)

ANGEBOTSBEWERTUNG

97%

der Aussteller beurteilen das **Produkt- und Dienstleistungsangebot** der ausstellenden Unternehmen auf der ITB Berlin 2026 als (**weitgehend**) **vollständig**.
(Summe: Das Angebot ist umfassend, Das Angebot ist weitgehend vollständig)

RELEVANZ

95%

der Aussteller beurteilen ihre **Beteiligung** an der ITB Berlin als (**sehr**) **wichtig** im Vergleich zu Beteiligungen an anderen Tourismus-Fachmessen.
(Summe: sehr wichtig, wichtig)

NACHMESSEGESCHÄFT

84%

der ausstellenden Unternehmen erwarten ein **positives Nachmessegeschäft**.
(TOP3 auf 6er Skala)

GESAMTEINDRUCK & AUSBLICK



85%

der Aussteller schätzen den **Nutzen** der Beteiligung ihres Unternehmens an der ITB Berlin als (**sehr**) **hoch** ein.



86%

der Aussteller würden eine Beteiligung an der ITB Berlin **weiterempfehlen**.



90%

der Aussteller sind bereit, auch an der **nächsten ITB Berlin teilzunehmen**.

(TOP3 auf 6er Skala)