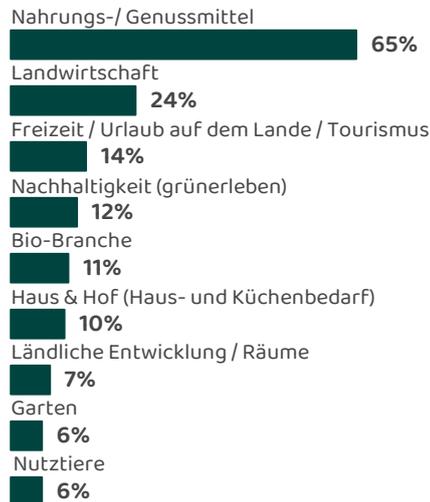


## AUSSTELLERBEFRAGUNG

### 1. AUSSTELLUNGSSCHWERPUNKTE

**1.500 Aussteller** aus **53 Ländern**.

Die meisten Aussteller haben ihren Ausstellungsschwerpunkt im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**.



(Auszug, Nennungen > 5%)

### 2. ZIELSETZUNG UND ZIELERREICHUNG



■ Ziele der Aussteller (Mehrfachnennungen)

■ Grad der Zielerreichung (Bewertungen 1-3)

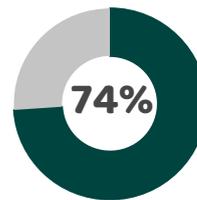
### 3. GRÜNE WOCHEN ALS TESTMARKT

**86%**

der Aussteller halten die **Grüne Woche** für **(sehr) geeignet**, um die **Akzeptanz** neuer Produkte bei Endverbraucher:innen zu testen.

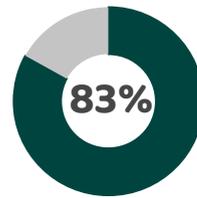
(Bewertungen 1-3)

### 4. ERFOLGREICHE AUSSTELLER



der Aussteller bewerten das **geschäftliche Ergebnis** ihrer Beteiligung an der Grünen Woche Berlin **positiv**.

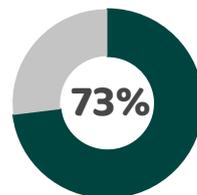
(Bewertungen 1-3)



der Aussteller schätzen den **Nutzen der Beteiligung** Ihres Unternehmens an der Grünen Woche 2025 als **(sehr) hoch** ein.

(Bewertungen 1-3)

### 5. NACHMESSEGESCHÄFT



der Aussteller erwarten ein **positives Nachmessegeschäft**.

(Bewertungen 1-3)

### 6. POSITIVER GESAMTEINDRUCK

**86%**

der Aussteller sind mit ihrer Messeteilnahme **(sehr) zufrieden**.

**83%**

der Aussteller würden eine Teilnahme an der Grünen Woche **empfehlen**.

**91%**

der Aussteller möchten auch an der **Grünen Woche 2026** teilnehmen.

(Bewertungen 1-3)

(Basis: exkl. „keine Angaben“; exkl. „keine Beurteilung möglich“ wenn vorhanden)