

Wein- und Delikatessenmesse Starnberg 2006

Mehrfachnennungen möglich

1) Werbebezugang

Plakate	(4,30%)
Flyer	(10,75%)
Zeitungsinserat	(16,13%)
Radio / Fernsehen	(1,08%)
Internet	(4,30%)
Empfehlung	(59,14%)
Sonstiges	(8,60%)

geantwortet haben 93 %

2) Altersgruppe

18-30	(26,60%)
31-45	(29,79%)
46-60	(36,17%)
61 und älter	(9,57%)

geantwortet haben 94 %

3) beruflicher Status

nicht erwerbstätig	(7,53%)
Student / Schüler	(5,38%)
Arbeiter	(2,15%)
Angestellter	(51,61%)
leitender Angestellter	(12,90%)
Freiberufler	(10,75%)
Unternehmer	(9,68%)
Sonstige	(3,23%)

geantwortet haben 93 %

4) Bildungsabschluss

Hauptschule	(2,15%)
Realschule	(13,98%)
Gymnasium	(9,68%)
Ausbildung abgeschlossen	(36,56%)
Fachhochschule	(22,58%)
Akademieabschluss	(12,90%)
Universität	(21,51%)
geantwortet haben	93 %

5) Haushaltseinkommen

0-20.000 Euro	(14,63%)
21.000 - 35.000 Euro	(17,07%)
36.000 - 50.000 Euro	(34,15%)
51.000 - 70.000 Euro	(10,98%)
71.000 - 100.000 Euro	(7,32%)
101.000 und mehr	(15,85%)
geantwortet haben	82 %

6) Strukturmerkmal

Fachbesucher	(7,45%)
Endverbraucher	(95,74%)
geantwortet haben	94 %

7) Besuchsmotivation

Weine	(87,91%)
Sekt- Champagner	(7,69%)
Brände & Destillierprodukte	(10,99%)
Kaffee	(7,69%)
Delikatessen	(48,35%)
Rahmenprogramm z.B. Schuhbeck	(6,59%)
geantwortet haben	91 %

8) bevorzugte Weinanbauggebiete

Deutschland	(71,11%)
Österreich	(30,00%)
Italien	(31,11%)
Frankreich	(21,11%)
Ungarn	(6,67%)
neue Welt	(15,56%)
geantwortet haben	90 %

9) Anzahl der Besuche derartiger oder vergleichbarer Messe bisher?

1-3	(69,74%)
4-6	(15,79%)
7-10	(10,53%)
und mehr	(3,95%)
geantwortet haben	76 %

10) Einkaufsbudget in Euro

0-25	(21,74%)
26-50	(33,70%)
51-100	(23,91%)
101-150	(11,96%)
und mehr	(8,70%)

geantwortet haben 92 %

11) Wiederbesuch

ja	(93,55%)
nein	(6,45%)

geantwortet haben 93 %

12) Gesamtbeurteilung (Skala 1-10)

- (0,00%)
- (1,09%)
- (0,00%)
- (3,26%)
- (8,70%)
- (7,61%)
- (19,57%)
- (23,91%)
- (15,22%)
- (20,65%)

unzufrieden

sehr gut

Mittelwert	7,76
Median	8