

## Ausstellerbefragung

Hannover, Februar 2009

Ausstellerbilanz

**didacta**  
die Bildungsmesse

Hannover 10.–14.2.2009

Alle angegebenen Werte in Prozent, fehlende Prozente zu 100 entsprechen „keine Angabe“

Quelle für Daten 2008: Messe Stuttgart

Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen	2009 (%)	2008 (%)	2006 (%)
1 bis 9 Beschäftigte	26,8	28,0	30,6
10 bis 49 Beschäftigte	32,6	28,0	27,2
50 bis 99 Beschäftigte	10,9	12,0	11,7
100 bis 199 Beschäftigte	7,5	9,0	6,9
200 bis 499 Beschäftigte	8,6	9,0	8,5
500 bis 999 Beschäftigte	4,0	5,0	3,5
1.000 bis 9.999 Beschäftigte	7,0	6,0	5,4
10.000 und mehr Beschäftigte	2,5	4,0	2,5

Ausstellungsbereich	2009 (%)
Weiterbildung / Beratung (Halle 14)	18,4
Ausbildung / Qualifikation (Halle 15)	25,0
Schule (Halle 16/17)	35,4
Kindergarten (Halle 17)	20,3

Wirtschaftsstufe	2009 (%)	2008 (%)
Herstellung	42,7	42,0
Vertriebsgesellschaft	20,9	13,0
Importeur	4,6	3,0
Großhandel	7,8	7,0
Einzelhandel	8,5	6,0
Handelsvertretung	1,1	0,0
Dienstleistung	21,2	22,0
Behörde, öffentliche Einrichtung	10,4	8,0
Verband/Institution	11,2	12,0
Sonstige	10,6	12,0

Exportanteil am Gesamtumsatz	2009 (%)
1-10%	31,3
11-20%	12,5
21-30%	7,2
31-40%	3,0
41-50%	3,0
51-60%	5,1
61-70%	2,1
71-80%	3,0
81-90%	0,6
91-100%	0,0

Entwicklung Exportanteil nächste 2 Jahre	2009 (%)	2008 (%)
Zunehmen	48,4	57,0
Gleich bleiben	49,7	42,0
Abnehmen	1,9	1,0

Wichtigste Absatzmärkte	2009 (%)	2008 (%)
Deutschland	95,3	77,0
Schweiz	33,7	5,0
Österreich	37,5	34,0
Westeuropa, sonstige	26,1	nicht vergleichbar
Osteuropa	12,7	6,0
Mittel-/Südamerika	4,4	3,0
Afrika	1,7	2,0
Naher/Mittlerer Osten	5,1	5,0
Australien/Neuseeland	1,3	2,0
Nordamerika	7,2	6,0
China	2,8	nicht vergleichbar
Indien	1,5	nicht vergleichbar
Asien, sonstige	5,5	nicht vergleichbar
Sonstige	3,4	nicht vergleichbar
Mehrfachnennungen		

Ausgestellte Produkte / Dienstleistungen	2009 (%)	2008 (%)	2006 (%)
Ausstattungen, Einrichtungen	16,7	16,0	13,5
E-Learning, Web-based Training	8,0	9,0	9,8
Lernmittel, Schulbücher	26,4	27,0	nicht vergleichbar
Blended Learning	3,6	4,0	6,3
Fort- und Weiterbildungsangebote	19,5	22,0	nicht vergleichbar
Multimedia, Medien	18,5	21,0	18,4
Dienstleistungen	23,3	22,0	16,4
Lehr- und Arbeitsmittel	32,5	35,0	37,8
Fachliteratur, Verlagserzeugnisse	23,6	30,0	21,1
Sonstige	26,9	20,0	nicht vergleichbar
Mehrfachnennungen			

Wie beurteilen Sie den Umfang und die Qualität des Angebotes auf der didacta?	2009 (%)	2008 (%)
Sehr gut	13,9	16,0
Gut	60,4	63,0
Mittel	23,1	18,0
Schlecht	1,8	2,0
Sehr schlecht	0,7	0,0

<b>Halten Sie die jetzige Zusammensetzung des Angebotes der didacta für richtig?</b>	<b>2009 (%)</b>	<b>2008 (%)</b>	<b>2006 (%)</b>
Ja	70,3	66,0	70,1
Nein	9,1	11,0	8,7
Weiß nicht	20,6	23,0	18,0

Erreichung Messeziele	2009 (%)
Stammkundenpflege	54,3
Neukundengewinnung	78,0
Gewinnung neuer Kooperationspartner	39,6
Imageverbesserung des Unternehmens	50,7
Marktforschung (Kundenverhalten, Trends, Produktakzeptanz)	24,1
Verkaufsabschlüsse während und nach der Messe	26,0
Erschließung neuer Märkte	12,0
Mehrfachnennungen	

Erreichung der Besucherzielgruppen (1)*	2009 (%)	2008 (%)
<b>Erzieher/in</b>		
Ja	58,9	57,0
Teilweise	32,1	28,0
Nein	8,9	15,0
<b>Leiter/in einer Kindertagesstätte</b>		
Ja	46,3	43,0
Teilweise	37,3	34,0
Nein	16,4	23,0
<b>Träger/in einer Kindertagesstätte</b>		
Ja	35,1	24,0
Teilweise	37,8	34,0
Nein	27,0	42,0
<b>Lehrer/in</b>		
Ja	70,5	64,0
Teilweise	23,9	31,0
Nein	5,6	5,0
<b>Schulleiter/in</b>		
Ja	49,5	38,0
Teilweise	35,8	45,0
Nein	14,7	17,0
* jeweils nur Gruppen, die für Aussteller wichtig sind		

Erreichung der Besucherzielgruppen (2)*	2009 (%)	2008 (%)
<b>Referendar/in</b>		
Ja	63,4	44,0
Teilweise	28,0	39,0
Nein	8,5	17,0
<b>Beamter/in oder Angestellte/r in Bildungsverwaltung oder Lehrerweiterbildung</b>		
Ja	31,8	36,0
Teilweise	41,1	41,0
Nein	27,1	22,0
<b>Ausbilder/in in der Industrie, Handwerk, Handel oder Dienstleistung</b>		
Ja	29,0	26,0
Teilweise	35,5	37,0
Nein	35,5	38,0
<b>Leiter/in einer (Fach-)Hochschule</b>		
Ja	28,2	29,0
Teilweise	43,7	38,0
Nein	28,2	33,0
* jeweils nur Gruppen, die für Aussteller wichtig sind		

Erreichung der Besucherzielgruppen (3)*	2009 (%)	2008 (%)
<b>Dozent/in oder Lehrkraft in einer Fachschule oder (Fach-) Hochschule</b>		
Ja	36,1	28,0
Teilweise	34,0	50,0
Nein	29,9	22,0
<b>Dozent/in in der Volkshochschule, Erwachsenenbildung</b>		
Ja	34,5	26,0
Teilweise	22,6	52,0
Nein	42,9	23,0
<b>Trainer/in, Weiterbildner/in</b>		
Ja	42,9	28,0
Teilweise	32,7	46,0
Nein	24,5	27,0
<b>Sonstige Besuchergruppen</b>		
Ja	44,9	42,0
Teilweise	43,8	46,0
Nein	11,2	12,0
* jeweils nur Gruppen, die für Aussteller wichtig sind		

Beurteilung der Qualität der Fachbesucher	2009 (%)
Sehr gut	9,0
Gut	52,1
Mittel	32,5
Schlecht	5,2
Sehr schlecht	1,2

<b>Beurteilung des geschäftlichen Erfolgs des Messeauftritts</b>	<b>2009 (%)</b>	<b>2008 (%)</b>
Sehr gut	9,4	9,0
Gut	45,2	43,0
Mittel	34,2	32,0
Schlecht	8,7	11,0
Sehr schlecht	2,5	5,0

Beurteilung Aussicht auf das Nachmessegeschäft	2009 (%)	2008 (%)
Sehr gut	11,0	9,0
Gut	42,1	39,0
Mittel	37,6	35,0
Schlecht	7,1	11,0
Sehr schlecht	2,1	5,0

Beurteilung der Bedeutung des Standortes Hannover	2009 (%)
Sehr gut	15,5
Gut	44,7
Mittel	31,8
Schlecht	6,8
Sehr schlecht	1,1

Besuchsaufkommen einzelne Tage (1)	2009 (%)	2008 (%)
<b>Dienstag</b>		
Sehr gut	9,7	6,0
Gut	25,1	26,0
Mittel	27,4	32,0
Schlecht	22,4	22,0
Sehr schlecht	15,4	14,0
<b>Mittwoch</b>		
Sehr gut	12,0	23,0
Gut	37,8	42,0
Mittel	29,8	24,0
Schlecht	13,2	7,0
Sehr schlecht	7,3	4,0
<b>Donnerstag</b>		
Sehr gut	21,6	16,0
Gut	41,6	42,0
Mittel	26,2	27,0
Schlecht	6,5	10,0
Sehr schlecht	4,2	6,0

Besuchsaufkommen einzelne Tage (2)	2009 (%)	2008 (%)
<b>Freitag</b>		
Sehr gut	17,3	10,0
Gut	37,2	36,0
Mittel	29,3	34,0
Schlecht	9,9	14,0
Sehr schlecht	6,3	5,0
<b>Samstag</b>		
Sehr gut	19,2	16,0
Gut	28,2	27,0
Mittel	17,9	30,0
Schlecht	14,1	15,0
Sehr schlecht	20,5	12,0

Besucherwerbung vor der Messe	2009 (%)	2008 (%)	2006 (%)
Rundschreiben, persönliche Einladung	58,6	59,0	53,1
Eintrittskartengutscheine	44,3	45,0	36,4
Online-Gutscheine	20,7	5,0	nicht vergleichbar
Streuung von Werbemitteln der Messegesellschaft	17,1	12,0	15,9
Anzeigen in der Tagespresse	8,9	2,0	3,1
Anzeigen in der Fachpresse	14,2	14,0	10,9
Ankündigung im Rahmen des Internetauftrittes	46,6	53,0	nicht vergleichbar
Mitteilungen an die Presse	15,6	15,0	18,0
Andere Maßnahmen	20,9	21,0	19,1
Keine Werbung vorab erfolgt	17,1	12,0	16,7
Mehrfachnennungen			

<b>Beurteilung eigener Messeauftritt im Vergleich zur Vorveranstaltung</b>	<b>2009 (%)</b>	<b>2008 (%)</b>
Erfolgreicher	18,0	19,0
Etwa gleich	46,0	40,0
Weniger erfolgreich	20,4	26,0
An Vorveranstaltung nicht teilgenommen	15,7	14,0

Gesamturteil über die didacta	2009 (%)	2008 (%)
Sehr gut	9,3	7,0
Gut	51,8	52,0
Mittel	30,2	27,0
Schlecht	7,7	8,0
Sehr schlecht	1,0	6,0

Teilnahme an anderen Veranstaltungen	2009 (%)	2008 (%)	2006 (%)
Keine andere Veranstaltung	23,9	11,0	26,0
BETT, London	2,9	3,0	nicht erfragt
CeBIT, Hannover	4,8	7,0	8,5
ChinaDidac/WORLDDIDAC, Peking	1,0	2,0	nicht erfragt
Educattec, Paris	3,1	2,0	nicht erfragt
Frankfurter Buchmesse	14,9	15,0	18,3
INTERPÄDAGOGICA (Österreich)	13,4	16,0	13,1
LEARNTEC, Karlsruhe	5,0	8,0	9,0
Leipziger Buchmesse	17,4	16,0	13,9
Spielwarenmesse, Nürnberg	8,8	7,0	11,5
WORLDDIDAC, Basel	13,6	13,0	24,9
Zukunft Personal, Köln	5,2	7,0	6,0
Andere Fachmessen	47,8	42,0	nicht vergleichbar
Mehrfachnennungen			

Beurteilung Wettbewerbsveranstaltungen im Vergleich zur didacta (1)*	2009 (%)
<b>Konzept</b>	
Besser	17,3
Gleich gut	72,4
Schlechter	10,3
<b>Qualität des Angebots</b>	
Besser	24,9
Gleich gut	57,4
Schlechter	17,8
<b>Internationalität</b>	
Besser	40,4
Gleich gut	30,8
Schlechter	28,8
<b>Anzahl neuer Geschäftsverbindungen</b>	
Besser	30,0
Gleich gut	43,7
Schlechter	26,3
*nur an Aussteller, die Wettbewerbsveranstaltungen beschicken; Mehrfachnennungen möglich	

Beurteilung Wettbewerbsveranstaltungen im Vergleich zur didacta (2)*	2009 (%)
<b>Ordervolumen</b>	
Besser	33,6
Gleich gut	42,9
Schlechter	23,6
<b>Standort / Messeumfeld</b>	
Besser	32,9
Gleich gut	47,0
Schlechter	20,1
<b>Präsentation von Produktneuheiten</b>	
Besser	13,4
Gleich gut	74,6
Schlechter	11,9
<b>Umfang des Angebotes</b>	
Besser	25,2
Gleich gut	50,4
Schlechter	24,5
*nur an Aussteller, die Wettbewerbsveranstaltungen beschicken; Mehrfachnennungen möglich	

Beurteilung Wettbewerbsveranstaltungen im Vergleich zur didacta (3)*	2009 (%)
<b>Preis-/Leistungsverhältnis</b>	
Besser	27,5
Gleich gut	57,3
Schlechter	15,3
<b>Besucherqualität</b>	
Besser	37,9
Gleich gut	45,5
Schlechter	16,7
<b>Pflege bestehender Geschäftsverbindungen</b>	
Besser	30,9
Gleich gut	50,9
Schlechter	18,2
<b>Übersichtlichkeit der Hallen</b>	
Besser	30,6
Gleich gut	49,2
Schlechter	20,2
*nur an Aussteller, die Wettbewerbsveranstaltungen beschicken; Mehrfachnennungen möglich	

Beurteilung Wettbewerbsveranstaltungen im Vergleich zur didacta (4)*	2009 (%)
<b>Medienwirksamkeit</b>	
Besser	30,6
Gleich gut	44,1
Schlechter	25,2
<b>Rahmenprogramm</b>	
Besser	25,0
Gleich gut	51,9
Schlechter	23,1
*nur an Aussteller, die Wettbewerbsveranstaltungen beschicken; Mehrfachnennungen möglich	