

AUMA_MesseTrend 2013 veröffentlicht

Studie von TNS Emnid zum künftigen Messe-Engagement deutscher Aussteller liegt jetzt als Edition vor

Die Bedeutung des Instruments Messe im Kommunikations-Mix der Unternehmen ist unverändert stark. 83 % der ausstellenden Unternehmen betrachten ihre Messebeteiligungen im Rahmen ihrer Kommunikation als wichtig oder sehr wichtig, etwa genauso viel wie vor fünf Jahren. Damit liegen Messen im Ranking der Instrumente weiter an zweiter Stelle, nach der eigenen Website. Zu diesem Ergebnis kommt der AUMA MesseTrend 2013 – eine Befragung deutscher Aussteller, die jetzt in der Schriftenreihe des Instituts der Deutschen Messewirtschaft im AUMA herausgegeben wurde.

Ein weiteres Ergebnis ist, dass insbesondere größere Firmen mit über 50 Mio. Euro Umsatz mehr für ihre Messebeteiligungen ausgeben als früher: Bei ihnen liegt der Anteil für Messen am Marketing-Kommunikationsbudget für 2013/2014 bei 38 % - vor sechs Jahren waren dies erst 31 %. Kleinere Unternehmen mit weniger als 50 Mio. Euro Umsatz geben relativ gesehen mehr für ihre Messebeteiligungen aus: Sie investieren aktuell 45 % ihrer Budgets. Bei Ausstellern aus dem Investitionsgüterbereich liegt der Anteil mit 48% sowohl über dem Durchschnitt (44 %) als auch über dem der Konsumgüteraussteller (40%). Das durchschnittliche Messebudget pro Unternehmen umfasst für die Jahre 2013 und 2014 insgesamt 365.400 Euro.

Weitere der rund 30 Fragen des MesseTrends betrafen die Anzahl und die Entwicklung der Messebeteiligungen der Unternehmen im In- und Ausland sowie die Ausgaben dafür, jeweils im Vergleich 2013/2014 zu 2011/2012, die Ausgabenstruktur, den Einsatz alternativer Instrumente im Marketing-Mix der Unternehmen und die Definition und Quantifizierung von Zielen und Erfolgskontrolle.

...

PresseInfo

04.03.2013

Die Studie enthält außerdem aktuelle Angaben zu Zahl und Struktur der ausstellenden Unternehmen in Deutschland: Branchen, Beschäftigtenzahl und Umsatzgröße sowie zum Anteil des Exports am Gesamtumsatz der ausstellenden Unternehmen. Die Umfrage wurde im Herbst 2012 von TNS Emnid unter 500 repräsentativ ausgewählten deutschen Unternehmen durchgeführt, die auf Fachbesuchermessen in Deutschland ausstellen.

AUMA_MesseTrend 2013. Schriftenreihe Institut der Deutschen Messewirtschaft Edition 37. Berlin 2013, 38 Seiten. ISBN: 978-3-00-041015-4. Kostenlos erhältlich beim AUMA e.V., Littenstraße 9, 10179 Berlin, Telefon 030 24000-0, E-Mail: info@auma.de. Diese Publikation ist auch als pdf-Datei auf [www.auma.de /Downloads & Publikationen](http://www.auma.de/Downloads%20&%20Publikationen) erhältlich.

Pressekontakt: Harald Kötter, Telefon: 030 24000-140
Fax: 030 24000-340, E-Mail: h.koetter@auma.de