

## **MesseTrend 2010 jetzt als Edition**

### **Studie von TNS Emnid zur Messeplanung deutscher Aussteller**

Auch bei deutlich verschlechterter Konjunkturlage in zahlreichen Branchen und entsprechenden Sparmaßnahmen bleiben Messen das führende B-to-B-Kommunikations-Instrument: In diesem und im kommenden Jahr wollen die deutschen ausstellenden Unternehmen 43% ihrer Kommunikationsetats in Messen investieren, fast soviel wie in den beiden letzten Jahren realisiert wurde (44%). Zu diesem Ergebnis kommt der AUMA\_MesseTrend 2010, der jetzt in der Schriftenreihe des Instituts der deutschen Messewirtschaft herausgegeben wurde.

83% der Messebudgets bleiben wie bisher in Deutschland, kleine und mittlere Unternehmen investieren sogar 87% im Inland. Insgesamt geht die Zahl der Beteiligungen nur leicht zurück von 5,7 in der Vorjahresbefragung auf aktuell 5,5. Gemessen an der Zahl der Beteiligungen wird die Auslandspräsenz stärker zurückgefahren, von 3,2 auf 2,8. Insbesondere werden die europäischen Messeplätze eher einbüßen, während die außereuropäischen stabil bleiben.

Neu in der aktuellen Studie waren Fragen zum Einfluss der aktuellen Wirtschaftslage auf Entscheidungen, die bezüglich der Messebeteiligungen getroffen werden. Insgesamt sind jedoch eher Verschiebungen und Verzögerungen der Messeaktivitäten festzustellen, als dass die Unternehmen den Einsatz des Marketing-Instruments Messe aufgrund der Krise in Zweifel ziehen.

Weitere Fragen des MesseTrends betrafen die Höhe und Entwicklung der Messe-Etats und den Einsatz alternativer Instrumente im Marketing-Mix der Unternehmen. Die Studie enthält außerdem aktuelle Angaben zu Zahl und Struktur der ausstellenden Unternehmen in Deutschland: Branchen, Beschäftigtenzahl, Umsatzgrößenklassen und Funktionen der Befragten im Unternehmen.

...

## *PresseInfo*

8.3.2010

Die Umfrage wurde im Herbst 2009 durch TNS Emnid unter 500 repräsentativen deutschen Unternehmen in Deutschland durchgeführt.

AUMA\_MesseTrend 2010. Schriftenreihe Institut der deutschen Messewirtschaft Edition 31. Berlin 2010, 40 Seiten. ISBN: 978-3-937480-96-1. Kostenlos erhältlich beim AUMA e.V., Littenstraße 9, 10179 Berlin, Tel: (030) 24 000-0, E-Mail: [info@auma.de](mailto:info@auma.de) oder als pdf-Datei auf [www.auma.de /Downloads & Publikationen](http://www.auma.de/Downloads%20%26%20Publikationen).

Pressekontakt: Harald Kötter, Telefon: 030/24 000-140  
Fax: 030/24 000-340, E-Mail: [h.koetter@auma.de](mailto:h.koetter@auma.de)