

AUMA veröffentlicht Studie zur Zukunft der Publikumsmessen

Handelshochschule Leipzig untersuchte Herausforderungen und Potentiale

Angesichts starker ökonomischer und demografischer Veränderungen und neuer Informationskanäle stehen Publikumsmessen vor erheblichen Herausforderungen; sie haben aber auch gute Chancen, sich im Wettbewerb um Zeit, Geld und Aufmerksamkeit des Konsumenten zu behaupten.

Welche Faktoren im Detail auf Publikumsmessen einwirken und wie die Messen sich künftig profilieren müssen, ist Gegenstand der jetzt veröffentlichten Studie „Perspektiven, Potentiale und Positionierung von Publikumsmessen“. Auftraggeber waren der AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft gemeinsam mit den Veranstalterverbänden FAMA – Fachverband Messen und Ausstellungen und IDFA – Interessengemeinschaft Deutscher Fachmessen und Ausstellungsstädte. Durchgeführt wurde die Studie vom Lehrstuhl für Marketingmanagement der Handelshochschule Leipzig unter Leitung von Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg.

Die 72-seitige Broschüre erläutert zunächst Ziele und Methodik der Untersuchung, die auf Sekundäranalysen sowie auf Aussteller-, Experten- und Bevölkerungsbefragungen basiert. Die Bestandsaufnahme erfolgt durch eine Analyse der Kennzahlen von Publikumsmessen im Zeitraum 2000 – 2010. Ebenso werden die wichtigsten Einflussfaktoren für die künftige Entwicklung von Business-to-Consumer-Messen aufgezeigt. Daraus haben die Forscher zehn Schlüsselrends entwickelt, die voraussichtlich die Zukunft der Publikumsmessen prägen werden. Stichworte sind u. a. Wohlfühlatmosphäre, Regionale Nähe, (Wieder-)Gewinnung jüngerer Besucher und veränderte Konsum- und Informationsgewohnheiten.

...

PresseInfo

10.10.2012

Die umfassende Analyse des relativ wenig erforschten Bereichs Publikumsmessen bietet Veranstaltern und Branchenexperten eine Vielzahl von Ansätzen für die individuelle Bewertung von B2C-Messen und ihren Zukunftschancen und daraus folgende Notwendigkeiten zu Veränderungen.

B2C-Trendstudie: Perspektiven, Potenziale und Positionierung von Publikumsmessen. Schriftenreihe Institut der deutschen Messewirtschaft Edition 35. Berlin 2012, 72 Seiten. 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%26%20Publikationen) erhältlich.

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