

PresseInfo

AUMA_MesseTrend 2014 erschienen

Alle Ergebnisse der Studie zum Ausstellerverhalten als Edition

Für die deutschen ausstellenden Unternehmen stehen Messen weiter im Mittelpunkt der B-to-B-Kommunikation. Fast 80 % der Firmen betrachten Messebeteiligungen im Rahmen ihrer Kommunikation als wichtig oder sehr wichtig. Zu diesem Ergebnis kommt der AUMA_MesseTrend 2014, eine Befragung deutscher Aussteller, die jetzt in der Schriftenreihe des Instituts der Deutschen Messewirtschaft im AUMA herausgegeben wurde.

Die Studie zeigt, dass unter den ersten fünf Instrumenten, die für ausstellende Unternehmen wichtig oder sehr wichtig sind, drei persönliche Kontaktmedien sind: So halten 73 % der befragten Aussteller den Außendienst neben Messen für wichtig und 39 % das Instrument Event. Die Bedeutung von Messen hat sich in den letzten fünf Jahren im Durchschnitt kaum verändert. Dagegen hat die Bedeutung von Werbung in der Fachpresse deutlich abgenommen. Führendes Instrument – quasi als Basiskommunikation – bleibt die eigene Website, die 89 % der Unternehmen für sehr wichtig oder wichtig halten.

Der Anteil des Messebudgets am gesamten Kommunikationsetat der Unternehmen bleibt sehr hoch und wird in den Jahren 2014 und 2015 42 % betragen. Über ein Viertel der Unternehmen planen höhere Ausgaben für Messen, nur 17 % wollen Einsparungen vornehmen. Das durchschnittliche Messebudget pro Unternehmen umfasst insgesamt 304.500 Euro für zwei Jahre. 42 % der deutschen ausstellenden Unternehmen wollen auch im Ausland präsent sein; Schwerpunkt bleibt Europa.

Die rund 30 Fragen des MesseTrends 2014 betrafen die Anzahl und die Entwicklung der Messebeteiligungen der Unternehmen im In- und Ausland sowie die Ausgaben dafür, jeweils im Vergleich 2014/2015 zu 2012/2013, die Ausgabenstruktur, den Anteil des

...

PresseInfo

10.03.2014

Messebudgets am gesamten Kommunikationsetat sowie den Einsatz und die Bedeutung von Kommunikations-Instrumenten im Marketing-Mix der Unternehmen. Neue Fragen in dieser jährlich durchgeführten Studie waren die nach dem Anteil des Exports und der Online-Verkäufe am Gesamtumsatz der ausstellenden Unternehmen.

Die Studie enthält außerdem aktuelle Angaben zu Zahl und Struktur der ausstellenden Unternehmen in Deutschland: Branchen, Beschäftigtenzahl und Umsatzgröße. Die Umfrage wurde im Herbst 2013 von TNS Emnid unter 500 repräsentativ ausgewählten deutschen Unternehmen durchgeführt, die auf Fachbesuchermessen in Deutschland ausstellen.

AUMA_MesseTrend 2014. Schriftenreihe Institut der Deutschen Messewirtschaft Edition 38. Berlin 2014, 38 Seiten. ISBN: 978-3-00-045144-7. Kostenlos erhältlich beim AUMA e.V., Littenstraße 9, 10179 Berlin, Telefon 030 24000-0, E-Mail: info@auma.de. Die Studie liegt auch als PDF-Datei vor: [www.auma.de /Downloads & Publikationen](http://www.auma.de/Downloads%20&%20Publikationen).

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