

PresseInfo

Messen behaupten starke Position im Marketing-Mix

AUMA MesseTrend 2020: Auslandsengagement deutscher Aussteller wächst

Messen haben weiterhin eine herausragende Position in der Business-to-Business-Kommunikation deutscher Aussteller. Die Unternehmen wollen in den Jahren 2020/2021 rund 48 % ihrer B-to-B-Budgets in Messebeteiligungen im In- und Ausland investieren – genauso viel wie vor einem Jahr für den Zeitraum 2019/2020 geplant. Das ist eines der Ergebnisse des AUMA MesseTrend 2020, einer repräsentativen Befragung von 500 deutschen ausstellenden Unternehmen durch das Marktforschungsinstitut KANTAR (TNS Emnid) im Auftrag des AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft.

Gleichzeitig bleiben die Messe-Etats stabil. Für 2020 und 2021 wollen die Firmen im Durchschnitt insgesamt 231.000 Euro ausgeben; für 2018/2019 haben sie 232.000 Euro investiert. 29 % der Aussteller wollen 2020/2021 sogar mehr Geld für Messebeteiligungen ausgeben, 53 % wollen etwa gleich viel investieren, nur 17 % planen geringere Ausgaben. Diejenigen, die mehr ausgeben wollen, sind allerdings überdurchschnittlich oft kleine Unternehmen. Größere Firmen mit über 125 Mio. Euro Umsatz planen dagegen häufiger als die kleinen Firmen leichte Etatkürzungen. Dementsprechend gibt es kaum Auswirkungen auf die Höhe des durchschnittlichen Messe-Etats.

Wer mehr Geld für Messen ausgibt, investiert in erster Linie in die Qualität der Beteiligungen, vor allem in Standbau und Standgröße. Firmen, die weniger in Messen investieren wollen, verzichten dagegen vorrangig auf einzelne Beteiligungen. Sie erhalten also im Wesentlichen die Qualität der bestehenden Präsentationen.

...

PresseInfo

21.02.2020

Auffällig ist, wie stark sich ausstellende Unternehmen auch außerhalb ihres Standes bei Messen engagieren: Immerhin 46 % haben im Rahmen der Befragung erklärt, dass sie bei begleitenden Kongressen, in Sonderschauen zu einzelnen Themen oder im sonstigen Rahmenprogramm präsent sind. Sie erhöhen damit deutlich den Nutzen der geplanten Aufwendungen für ihren Messestand.

Dazu der AUMA-Geschäftsführer Jörn Holtmeier: „Messen bleiben eine feste Größe in der Kommunikation fast aller Unternehmen mit Business-to-Business-Ausrichtung. Oft sind sie sogar das wichtigste Instrument, auch wenn hier und da der Messe-Etat überprüft wird. Denn gerade das immer komplexer werdende Exportgeschäft erfordert persönliche Kontakte und umfassende Produktinformation. Beides kann auf Messen perfekt realisiert werden“.

Immer mehr deutsche ausstellende Unternehmen sind außer auf dem Heimatmarkt auch auf Auslandsmessen präsent: Im Durchschnitt sind es 44 % in den Jahren 2020/2021, während es vor fünf Jahren erst 39 % waren. Von den Firmen mit mehr als 125 Mio. Euro Umsatz sind sogar rund drei Viertel auch auf Auslandsmessen aktiv (vor fünf Jahren 61 %).

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