

Messen und Events 2009 führendes Marketinginstrument vor Anzeigen und Direktwerbung

Ergebnisse der Studie Dialogmarketing der Deutschen Post

Deutsche Unternehmen investierten im vergangenen Jahr 15,2 Mrd. Euro in Messebeteiligungen und Events. Das ist ein Ergebnis der Studie Dialogmarketing Deutschland 2010 der Deutschen Post. Die Summe stellt ein Fünftel und damit den größten Posten der gesamten Marketingaufwendungen dar. Es folgen die Ausgaben für Anzeigen mit 13,4 Mrd. Euro und voll adressierte Werbesendungen mit 10,2 Mrd. Euro, die beide deutliche Einbußen von 12 % und 15 % im Vergleich zu 2008 verzeichneten.

Trotz insgesamt rückläufiger Marketingbudgets konnten bei Messen und Events sogar leichte Zuwächse verzeichnet werden, die vor allem darauf zurückzuführen sind, dass mehr Unternehmen diese Instrumente genutzt haben. Das Wachstum geht vor allem auf das Konto der Kleinst- und Kleinunternehmen mit weniger als 1 Mio. Euro Umsatz pro Jahr, während sich die Ausgaben bei den größeren Unternehmen kaum verändert haben – auch angesichts des schon erreichten hohen Niveaus.

Vor allem die Handels- und Dienstleistungsunternehmen haben ihre Budgets aufgestockt, während im produzierenden Gewerbe keine Steigerungen zu verzeichnen waren. Messebeteiligungen sind im produzierenden Gewerbe aber nach wie vor das mit Abstand dominierende Medium: Jeder dritte Euro, der in diesem Sektor für Marketing ausgegeben wird, fließt in Messen.

Nach Einschätzung des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft bestätigen diese Ergebnisse Analysen großer Industriebranchen über den Stellenwert einzelner Marketinginstrumente. So investieren die Unternehmen des Maschinenbaus und der Elektroindustrie jeweils rund 40 % ihrer Marketingbudgets in Messebeteiligungen. ...

PresseInfo

21.09.2010

Die Studie Dialogmarketing wird jährlich von der Deutschen Post durchgeführt. An der diesjährigen Befragung haben 2.800 Unternehmen teilgenommen. Die Studie repräsentiert damit die Grundgesamtheit aller deutschen Unternehmen.

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