

## *PresseInfo*

# Messen punkten mit Networking und Erlebnissen

## **AUMA fragte ausstellende Unternehmen nach Messevorteilen gegenüber digitalen Instrumenten**

Die deutschen ausstellenden Unternehmen sehen im Einsatz des Mediums Messe in der Business-to-Business-Kommunikation erhebliche Vorteile im Vergleich zu digitalen Instrumenten – wie etwa Social Media oder virtuelle Marktplätze. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von KANTAR TNS im Auftrag des AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft.

99 % der Aussteller betrachten den persönlichen Kontakt, die Möglichkeit zum direkten Networking als wesentliches Messe-Plus. 95 % sehen einen Vorteil darin, dass ihr Unternehmen auf Messen die – potentiellen – Kunden durch Mitarbeiter verschiedenster Kompetenzen unmittelbar beraten kann.

Die Möglichkeit, Produkte durch Ansprache aller Sinne authentisch zu präsentieren, sehen 82 % der befragten Unternehmen als wesentlichen Messe-Vorteil gegenüber digitalen Formaten. Eng damit verbunden: Fast 50 % der Aussteller halten es für wichtig, dass auf Messen Produkte ohne Kaufverpflichtung getestet werden können. Schließlich sehen 60 % eine nachhaltig positive Wirkung auf das eigene Unternehmen, wenn man auf Messen dem Besucher Erlebnisse bieten kann.

Nach Auffassung des AUMA zeigen die Befragungsergebnisse, dass die meisten Unternehmen klar erkannt haben, wie sie sich durch Messebeteiligungen gegenüber Wettbewerbern profilieren können, die vorrangig auf digitale Kommunikation setzen. Das heißt nicht, dass es hier um ein Entweder-Oder geht: 62 % der Aussteller setzen z. B. auch Social Media in der B2B-Kommunikation ein, 49 % Onlinewerbung.

...

## PresseInfo

17.01.2019

Basis der Studie „AUMA MesseTrend 2019“ ist eine Befragung von 500 repräsentativ ausgewählten deutschen Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen.

Die Studie umfasst darüber hinaus Ergebnisse zu Fragen nach der generellen Bedeutung von Messen im Kommunikations-Mix, nach der Entwicklung der Messe-Etats und den Zielen von Messebeteiligungen. Die komplette Untersuchung wird in der zweiten Februarhälfte 2019 veröffentlicht.

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

Bildmaterial: <https://www.auma.de/de/medien/meldungen/presse-2019-02>