

PresseInfo

Inlandsmessen stärken deutschen Export

Vor allem kleine Exporteure setzen auf Messen made in Germany

Die meisten deutschen Exporteure starten ihr Auslandsmarketing bereits auf ihren Beteiligungen an Inlandsmessen. Von den deutschen ausstellenden Unternehmen, die exportieren, betrachten 70 % internationale Messen in Deutschland als sehr wichtig oder wichtig für die Stärkung ihres Auslandsgeschäftes. Das ist eines der Ergebnisse des AUMA_MesseTrend 2009, einer repräsentativen Befragung von 500 deutschen Ausstellern, davon rund 72 % Exporteure. Die Untersuchung wurde von TNS Emnid im Auftrag des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft durchgeführt.

Auslandsmessen sind dagegen nur für 57 % der exportierenden Aussteller von Relevanz. Vor allem kleinere Unternehmen mit unter 50 Mio. Euro Umsatz setzen bei ihrem Export vorrangig auf die internationalen Messen in Deutschland: Über 70 % halten Inlandsmessen, nur gut die Hälfte Auslandsmessen für exportrelevant.

Von den Unternehmen mit über 50 Mio. Euro Umsatz halten dagegen drei Viertel Auslandsmessen für sehr wichtig oder wichtig zur Stärkung des Exports. Aber gleichzeitig sehen auch 70 % dieser Gruppe Inlandsmessen als exportrelevant an. Selbst relativ große Exporteure betrachten also ihre inländischen Messebeteiligungen als wesentlichen Baustein für ihr Exportmarketing.

Nach Einschätzung des AUMA hatten die internationalen Leitmes- sen in Deutschland offensichtlich einen wesentlichen Anteil an den außergewöhnlichen Exporterfolgen der deutschen Wirtschaft in den letzten Jahren.

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