

PresseInfo

Messen: Für viele Firmen im Zentrum der Kommunikation

Fast 60.000 Unternehmen gibt es in Deutschland, die im Rahmen ihrer Business-to-Business-Kommunikation auf Messen ausstellen. Für ein Viertel dieser Firmen stehen Messebeteiligungen im Zentrum ihrer Marketing-Kommunikation. Für weitere knapp 50 % sind Messen immerhin gleich wichtig wie andere zentrale Instrumente. Damit gehören Messebeteiligungen für fast drei Viertel der Firmen zu den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten. Nur gut 25 % der Befragten sehen Messen als Ergänzung für andere Kommunikationsmaßnahmen. Das ist eines der Ergebnisse des AUMA_MesseTrend 2015, einer repräsentativen Befragung von 500 ausstellenden Firmen durch TNS Emnid im Auftrag des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft.

Nach Einschätzung des AUMA zeigen diese Ergebnisse, dass die meisten ausstellenden Unternehmen sich nicht „nebenbei“ an Messen beteiligen, sondern nach einer Entscheidung pro Messe in erheblichem Umfang auf dieses Instrument setzen, um das breite Spektrum von Funktionen zu nutzen. Das gilt offensichtlich überproportional für kleine Unternehmen: Für 27 % der Firmen unter 50 Mio. Euro Jahresumsatz stehen Messen im Zentrum der B-to-B-Kommunikation, für größere Unternehmen sind es aber immerhin noch 19 %.

Die gesamte Studie AUMA_MesseTrend 2015 mit zahlreichen weiteren Ergebnissen zum Verhalten deutscher Aussteller wird in der ersten Februarhälfte 2015 erscheinen.

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