

Branchenporträt | 19.05.2017 | Lesezeit 2 Min.

## Wirtschaftsfaktor Messe

*Obwohl sich heutzutage fast alle Geschäfte online abwickeln lassen, sind Messen mit ihren klassischen Begegnungen von Angesicht zu Angesicht für Unternehmen nach wie vor von zentraler Bedeutung. Und das wird auf absehbare Zeit auch so bleiben.*

---

Deutschland ist der Messestandort Nummer eins: Von den weltweit wichtigsten Branchenmessen finden rund 60 Prozent in der Bundesrepublik statt.

**Nach aktuellen Daten beteiligen sich etwa 59.000 deutsche Unternehmen an inländischen Fachmessen und knapp 27.000 an Messen im Ausland.**

An diesem hohen Engagement wird sich in naher Zukunft wenig ändern, wie eine Befragung des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses AUMA von Unternehmen, die an Messen teilnehmen, ergeben hat: Die Firmen wollen im laufenden Jahr und 2018 im Durchschnitt auf zehn Messen im In- und Ausland ausstellen. Obwohl Großkonzerne auf Messen wie der Internationalen Automobil-Ausstellung dominieren, sind generell die Mittelständler in der Überzahl (Grafik):

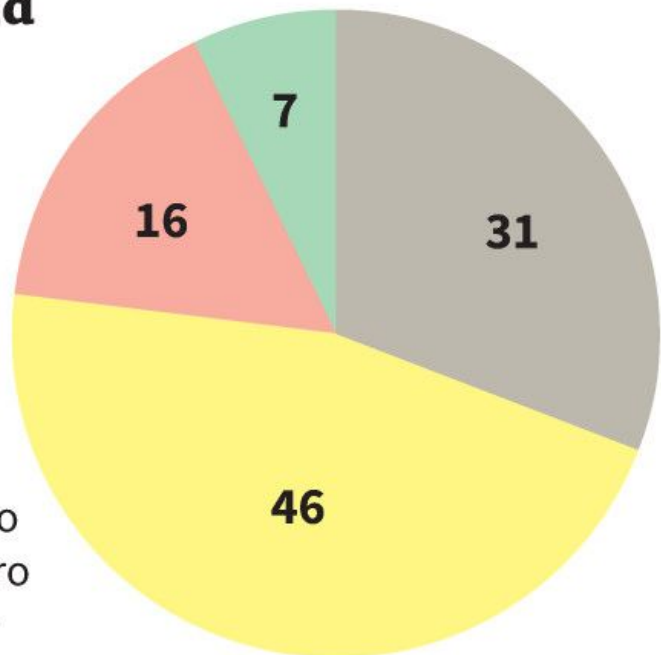
**Fast acht von zehn Messeausstellern erzielen einen Jahresumsatz von weniger als 50 Millionen Euro.**

## Kleinere Betriebe sind Messe-Meister

So viel Prozent der deutschen Messeaussteller haben einen Umsatz von ...


---

- unter 2,5 Millionen Euro
- 2,5 bis unter 50 Millionen Euro
- 50 bis unter 250 Millionen Euro
- 250 Millionen Euro und mehr



Befragung von 501 Unternehmen im November 2016

Quelle: Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA/TNS Emnid  
© 2017 IW Medien / iwd

 Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

Zentral sind Messen für Industriebetriebe – 57 Prozent der Aussteller kommen aus dem Verarbeitenden Gewerbe (Grafik) und fast drei Viertel exportieren.

---

Messen sind für die Unternehmen nach der eigenen Homepage das zweitwichtigste Marketinginstrument.

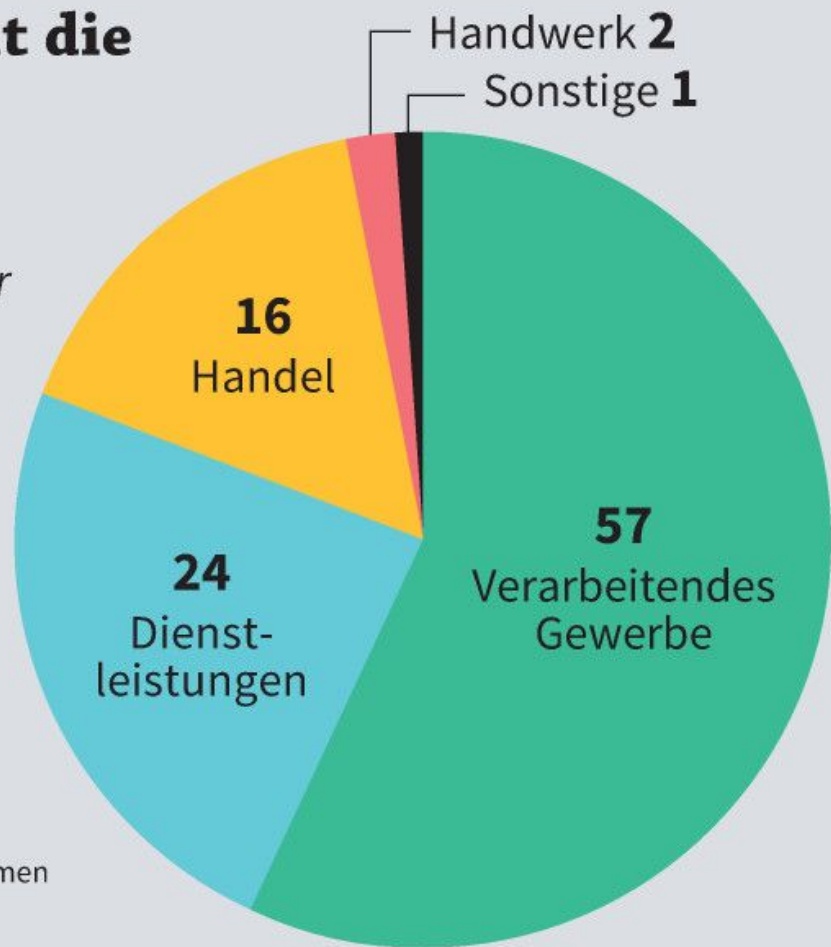
---

Deshalb überrascht es nicht, dass der Anteil der Firmen, die auf ausländischen Messen präsent sind, recht hoch ist: Etwa 45 Prozent der rund 500 befragten Unternehmen waren in den vergangenen zwei Jahren auf einer Auslandsmesse. Rund 40 Prozent der Befragten besuchten europäische Messen und etwa 25 Prozent (auch) Messen auf anderen Kontinenten. Von Unternehmen mit mindestens 50 Millionen Euro Umsatz

haben sogar zwei Drittel im Ausland ausgestellt.

## Industrie füllt die Messehallen

*So viel Prozent der deutschen Aussteller gehören zu diesem Wirtschaftszweig*



Befragung von 501 Unternehmen im November 2016

Quelle: Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA/  
TNS Emnid  
© 2017 IW Medien / iwd

**i7** Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

## Messen sind Marketing

Im Marketing-Mix der Firmen rangieren Messen auf Platz zwei. Nur die Firmen-Homepage finden die befragten Unternehmen noch wichtiger. Sie lassen sich den Auftritt auf Messen denn auch einiges kosten:

**Die Messebudgets lagen in den vergangenen zwei Jahren bei durchschnittlich**

## **281.000 Euro pro Jahr.**

Der Anteil der Messen am Marketingetat für die Business-to-Business-Kommunikation ist zuletzt auf 45 Prozent gestiegen; 2001 lag der Anteil bei einem Drittel. Ein Viertel der Firmen plant, das Budget 2017 und 2018 weiter zu erhöhen. Doch trotz der Bedeutung der Auslandsmessen fließen 83 Prozent der Mittel in innerdeutsche Engagements - aus zwei Gründen:

1. Auslandsmessen werden teilweise über ausländische Tochtergesellschaften abgewickelt und sind deshalb in hiesigen Marketingbudgets nicht erfasst.
2. Internationale Leitmessen wie die Cebit und die Hannover Messe finden in Deutschland statt, belasten also trotz weltweiter Relevanz die Inlandsbudgets.

Über mangelndes Interesse aus dem Ausland können sich die hiesigen Messen derweil nicht beschweren: Über die Hälfte der jährlich 160.000 bis 180.000 Aussteller und gut ein Viertel der circa zehn Millionen Besucher kommen aus dem Ausland.

### **Kernaussagen in Kürze:**

- Von den weltweit wichtigsten Branchenmessen finden 60 Prozent in Deutschland statt.
- Rund 80 Prozent der Messeaussteller zählen zu den kleineren und mittleren Unternehmen.
- Im Marketing-Mix der Firmen liegen Messen auf Platz zwei - nur die eigene Homepage wird als wichtiger eingestuft.