



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Messen & Kongresse: Werbung auf Wachstumskurs



Das Werbevolumen für Messen, Kongresse und Tagungen steigt im Vorjahresvergleich um mehr als 40 Prozent. Mehr als einhundert Veranstalter werben mit einem Volumen von jeweils über 100.000 Euro pro Jahr. Die Top-Veranstaltungssparte ist ‚Freizeit‘.

Esslingen am Neckar, 24. Februar 2017 – Das Werbevolumen für Messen, Kongresse und Tagungen ist auf Wachstumskurs. Seit 2012 sind die Werbeausgaben kontinuierlich gestiegen, von 29 Millionen Euro auf zuletzt 61 Millionen. Zeitgleich hat die Anzahl der Werbetreibenden zugenommen von durchschnittlich 73 pro Monat auf derzeit 141. Im Vorjahr lag sie noch bei 103 Werbenden.

Der größte Anteil der Werbespendings wurde 2016 für die Veranstaltungssparte ‚Freizeit‘ ausgegeben. Darauf und auf ‚Bau & Handwerk‘ entfallen knapp jeweils 25 Prozent der Branchenwerbung. Veranstaltungen für ‚Job & Bildung‘ und ‚Technik & Computer‘ wurden mit jeweils zwischen sieben und acht Millionen Euro beworben. Das Werbevolumen von acht der neun untersuchten Veranstaltungssparten hat im Vorjahresvergleich zugelegt, einzig die Werbung der Sparte ‚Handel‘ ist zurückgegangen. Die Branche bevorzugt Werbung in Printmedien. Etwa 90 Prozent des Werbevolumens wird über Zeitschriften und Zeitungen publiziert.

Im Werbemarkt für Messen und Kongresse sind zahlreiche Veranstalter aktiv, darunter Messengesellschaften, Verlage und sonstige Messeveranstalter wie beispielsweise Frankfurter Buchmesse oder die TrauDich! Messe GmbH. Produktmarktübergreifend kommunizieren allein 106 Anbieter mit einem Volumen von über 100.000 Euro pro Jahr. Davon präsentieren sich 13 Marken besonders werbestark mit einem Werbevolumen von jeweils über einer Million Euro. Auf die zehn Top-Werber entfallen in dieser Branche deshalb besonders geringe 34 Prozent der gesamten Werbeausgaben. Die Veranstalter koelnmesse, Messe Düsseldorf und Messe Essen platzieren sich seit Jahren als Topwerber. Zwei Veranstalter zählen zu den Top-Aufsteigern nach absoluter Werbedynamik und verbuchen damit Ausgabenzuwächse in Millionenhöhe: die Messe Düsseldorf und ‚Eigentum & Wohnen‘.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Messen und Kongresse 2017“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Messen, Kongresse und Tagungen in Deutschland. Sie gibt auf 159 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in neun Teilmärkten darunter Bau & Handwerk, Freizeit, Job & Bildung, Technik und Computer. Für die Top 200 Werber werden Fünf-Jahres-Werbepending-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net