



MARKTTHEMENRADAR MESSEBAU

Enormer Marktdruck

Was bewegt die Akteure im Messebau, wo drückt der Schuh und welche Trends zeichnen sich ab? Diesen Fragen geht die gemeinsam von m+a report und Research Tools durchgeführte aktuelle Marktstudie ‚Marktthemenradar Messebau 2016‘ nach und analysiert die wichtigen Themen der Branche.





VON UWE MATZNER

Während Aussteller auf Messen zumeist Innovationen in den Vordergrund stellen, beschäftigen die Dienstleister, die die Bühnen für diese Auftritte gestalten und bauen, ganz andere Herausforderungen. Einschlägige Innovationsthemen haben zwar ihre Bedeutung, stehen aber nicht so sehr im Vordergrund, wie man meinen möchte. Vielmehr werden sie laut Befragungsteilnehmern durch restriktive Faktoren überlagert, allen voran der allgegenwärtige Preisdruck. Anteilig acht von zehn Unternehmen sehen

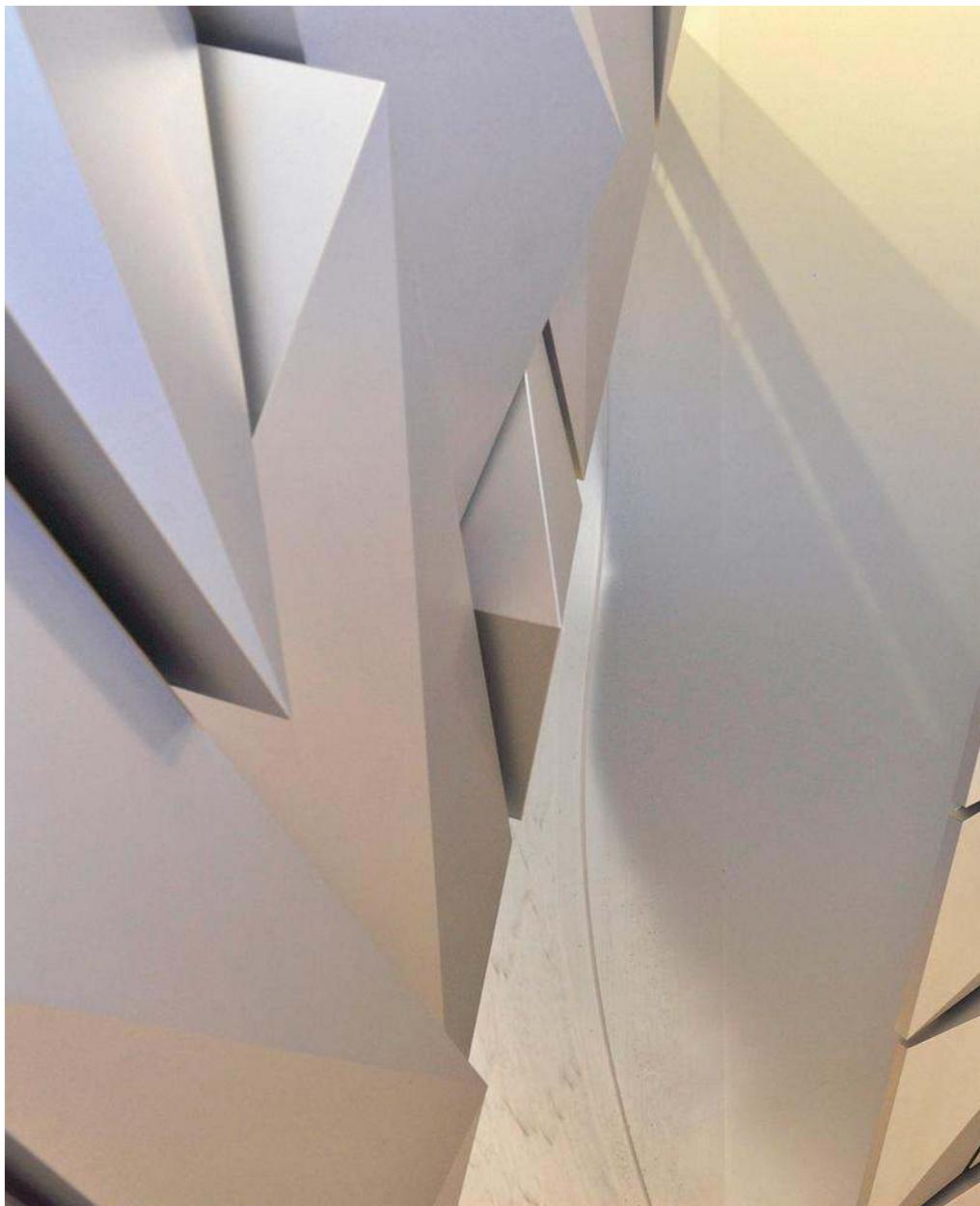
hier aktuell eine große Problematik, ausgelöst durch Billigangebote ausländischer (häufig osteuropäischer) Messebauunternehmen. Doch dies ist nicht das einzige Problem in der Branche. Zum Preisdruck kommt der Termindruck. Dieser Aspekt zieht sich durch alle Phasen der Leistungserstellung: Pitches werden kurzfristig ausgeschrieben, Aufträge erst knapp vor Messebeginn vergeben, Stauf- und abbaueiten verkürzt.

Diese Einschätzungen basieren auf den Antworten von 44 Messebauspezia-

DIE STUDIE

Alle in diesem Artikel zusammenge-
stellten Ergebnisse stammen aus der
Marktstudie ‚Marktthemenradar Mes-
sebau 2016‘. Fragestellungen der Unter-
suchung sind Marktthemenranking mit
Begründung der Themenbedeutung,
Branchenkonjunktur, Branchenstruktu-
ren, herausragende Messestände mit
Begründung. Die vollständige Studie
kann zum Preis von 600 Euro (zuzüglich
Mehrwertsteuer) bei der Redaktion
m+a report oder bei der Marktfor-
schungsberatung Research Tools
(www.research-tools.net), Esslingen
bestellt werden.

FOTOS S. 54 - 57: MESSE DÜSSELDORF, MESSE FRANKFURT, KÖLNMESSE, MESSE MÜNCHEN



listen, die sich an der Online-Umfrage im
Mai und Juni 2016 beteiligt haben.

Bei einer durchschnittlichen jährli-
chen Anzahl von 76 Messeständen reprä-
sentieren die befragten Unternehmen
insgesamt rund 3.300 Messestände im
In- und Ausland. Rund zwei Drittel der
Befragten sind Geschäftsführer von Mes-
sebauunternehmen, die Mehrzahl der
weiteren Befragten Marketing- und Ver-
triebsmanager. Die Umfrageteilnehmer

verteilen sich auf die verschiedenen Be-
schäftigtengrößenklassen, wobei mehr
als die Hälfte der Interviews auf Messe-
bauunternehmen mit mehr als zwanzig
Mitarbeitern entfallen.

Zwei branchenübergreifende The-
men haben für den Messebau derzeit
kaum Relevanz: Barrierefreiheit ist nur
für eine Minderheit der Messebauspezia-
listen wichtig. Das Thema ‚Standverstei-
gerung durch Online-Bidding‘ bewerten

die allermeisten Befragten als wenig re-
levant, unter den insgesamt 21 vorgeleg-
ten Themen belegt Online-Bidding den
letzten Rang.

Die Perspektiven sind im Messebau
durchaus positiv. So können 43 Pro-
zent der befragten Messebauspezialisten
für das Jahr 2015 von einer höheren An-
zahl an Projekten gemessen am Ver-
gleichsjahr 2013 berichten. Ebenso viele
konstatieren eine stagnierende Anzahl
der von ihnen gebauten Messestände.
Nur eine Minderheit von 14 Prozent der
Befragten geben eine rückläufige Anzahl
an Messeprojekten zu Protokoll. Die
Kundentreue ist dabei hoch: Mit 89 Pro-
zent aller Projekte, die auf Bestandskun-
den entfallen, dominiert die Kundenbin-
dung, nur elf Prozent der Projekte sind
Neukunden zuzurechnen. Ebenso gehen
ausstellende Firmen zumeist auf bereits
vertraute Messen: 81 Prozent der Pro-
jekte waren Messeständen auf Messen
zuzurechnen, auf denen der Anbieter be-
reits tätig war. Immerhin 19 Prozent der

Bedeutung Innovationsthemen im Messebau-Themenranking

Rang	Thema
6	Modulare Messestände
7	Nachhaltigkeit
13	Mediatektur
14	Mehrgeschossige Messestände
20	Barrierefreiheit

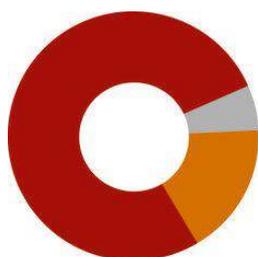


DER AUTOR

Uwe Matzner,
Diplom-Kaufmann, Markt-
forscher BVM,

Geschäftsführer der auf die
Analyse von Marketing-
maßnahmen spezialisier-
ten Marktforschungs-
beratung research tools,
Esslingen am Neckar.

➔ www.research-tools.net



Branchenkonjunktur der Unternehmen

Anteile der Projektarten

- 77 % Messen und Ausstellungen
- 6 % Firmenevents
- 17 % Tagungen und Kongresse

Messebauprojekte entfallen auf neue Messen, auf denen das Unternehmen bisher nicht aktiv war. Für Bewegung in der Branche ist demnach gesorgt.

Der weitaus größte Teil aller Branchenprojekte entfällt auf Stände von Messen und Ausstellungen, ihr Anteil beträgt 77 Prozent. Firmenevents stellen mit nur sechs Prozent eine Nische für die befragten Dienstleister dar. Tagungen und Kongresse hingegen sind mit 17 Prozent aller Projekte ein durchaus beträchtlicher Wirtschaftsfaktor für die Branche.

● **SUMMARY**

Market pressures in stand-building industry: What makes expo-stand builders tick, what are their concerns and what are current trends in that industry? Those are some of the questions asked in an analytic study titled "Markttrendsradar Messebau 2016" conducted recently by m+a report in conjunction with the research agency research tools. Relevant innovation issues do in fact play a role, but their significance is by far not what you would anticipate. According to survey respondents, the focus is much more on restrictive factors such as the ever-present price pressure. Then there's the deadline constraints in all phases of providing services. These estimations are based upon the answers given by 44 stand-building specialists who participated in the online survey conducted in May and June of this year. With an annual average of 76 expo stands each, the surveyed businesses represent a total of around 3,300 stands at fairs throughout the entire world.