

Zukunftsaussichten für die deutsche Messebaubranche - eine Studie der IG Messewesen e.V.i.G.

Köln, 13. April 2021

Dr. Stefan Terkatz
1. Vorsitzender



Eckpunkte der Umfrage

Fragestellung:

Auf welches Szenario muss sich die Branche nach dem Restart einstellen?

Zielgruppe:

Messeaussteller aus Deutschland und weltweit.

Methodik:

Online-Befragung mittels standardisiertem Fragebogen

Stichprobe: 419

Unternehmen

Prognosezeitraum:

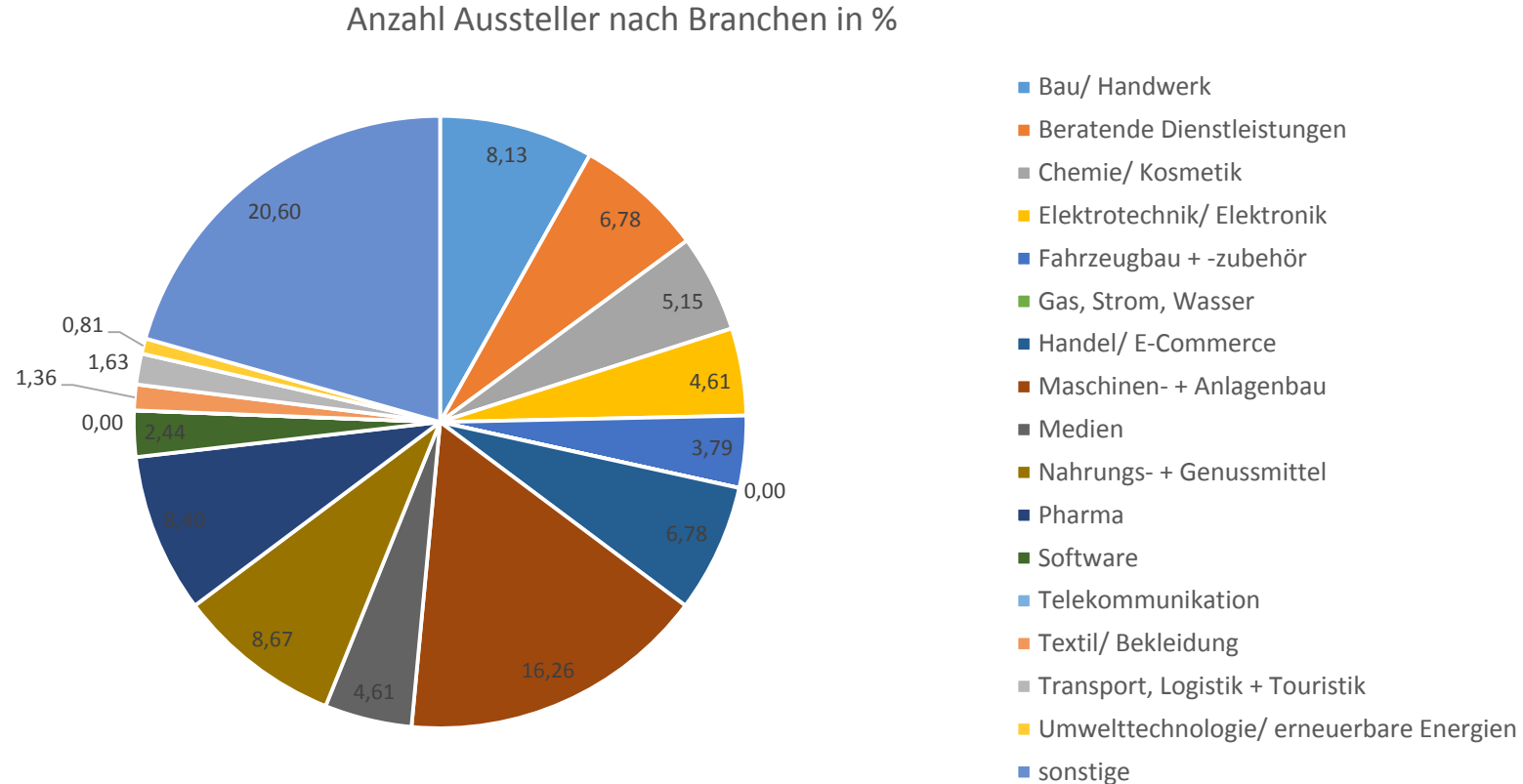
2021 -2023

Erhebungszeitraum:

03.03.2021 - 31.03.2021

Unsere Kunden kommen aus vielen Branchen

419 Unternehmen aus 17 Branchen haben an der Studie teilgenommen.



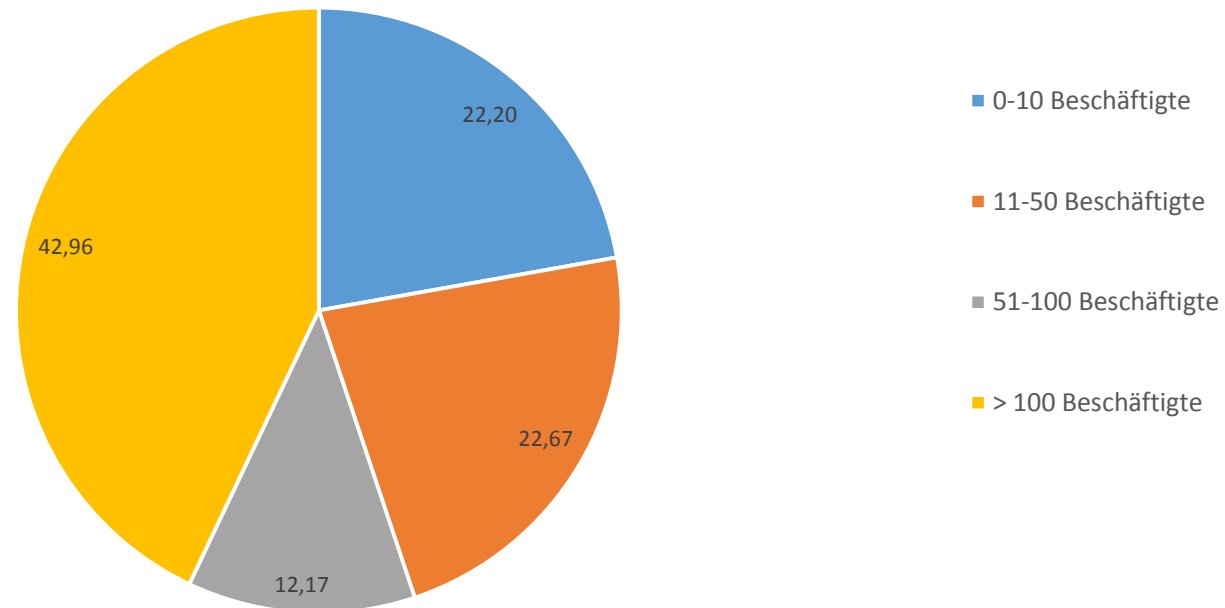
Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 1: Angabe der Branche

Die meisten Kunden kommen aus dem Mittelstand

Ca. 80 % der Kunden beschäftigen bis zu 500 Mitarbeiter

Unternehmen nach Beschäftigungsgrößenklassen in %

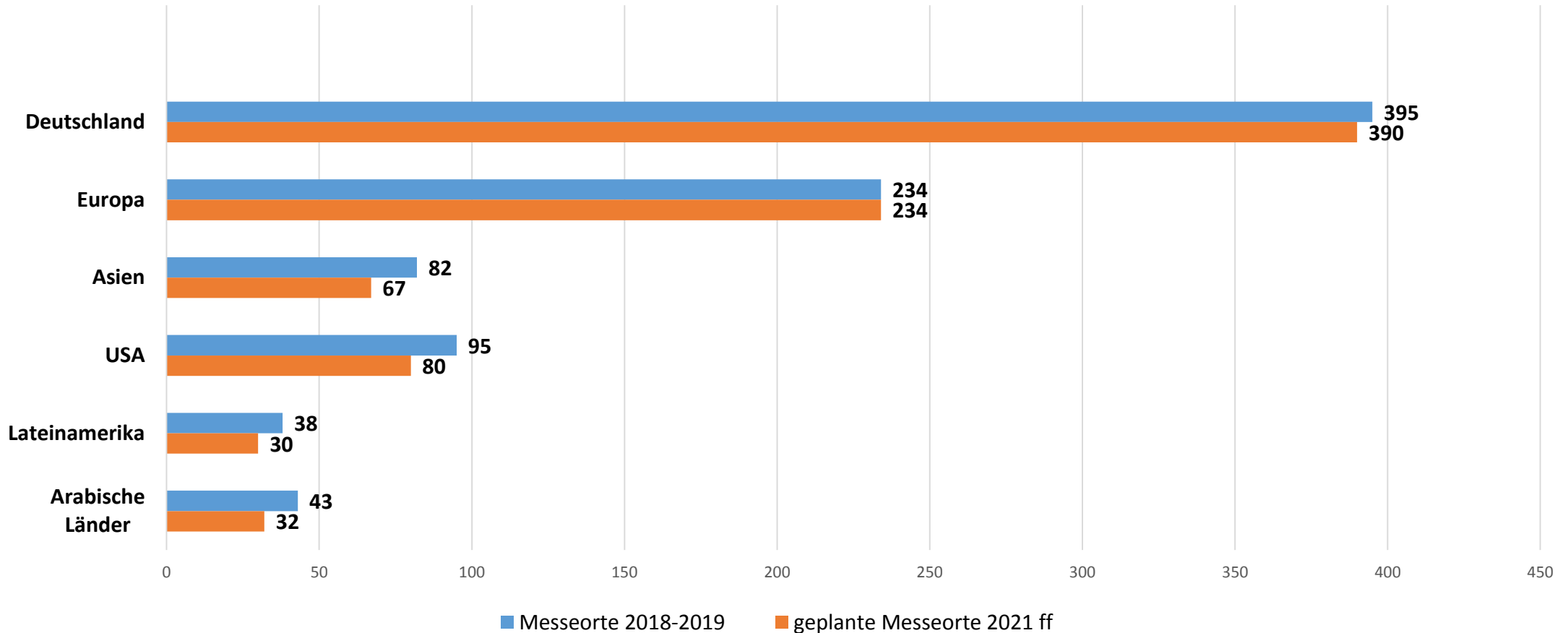


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419
Frage 2: Unternehmensgröße

Deutschland war vor Corona wichtigster Messeplatz

Pandemie ändert Messeschwerpunkt nicht.

Vergleich Messeorte vor und nach der Pandemie

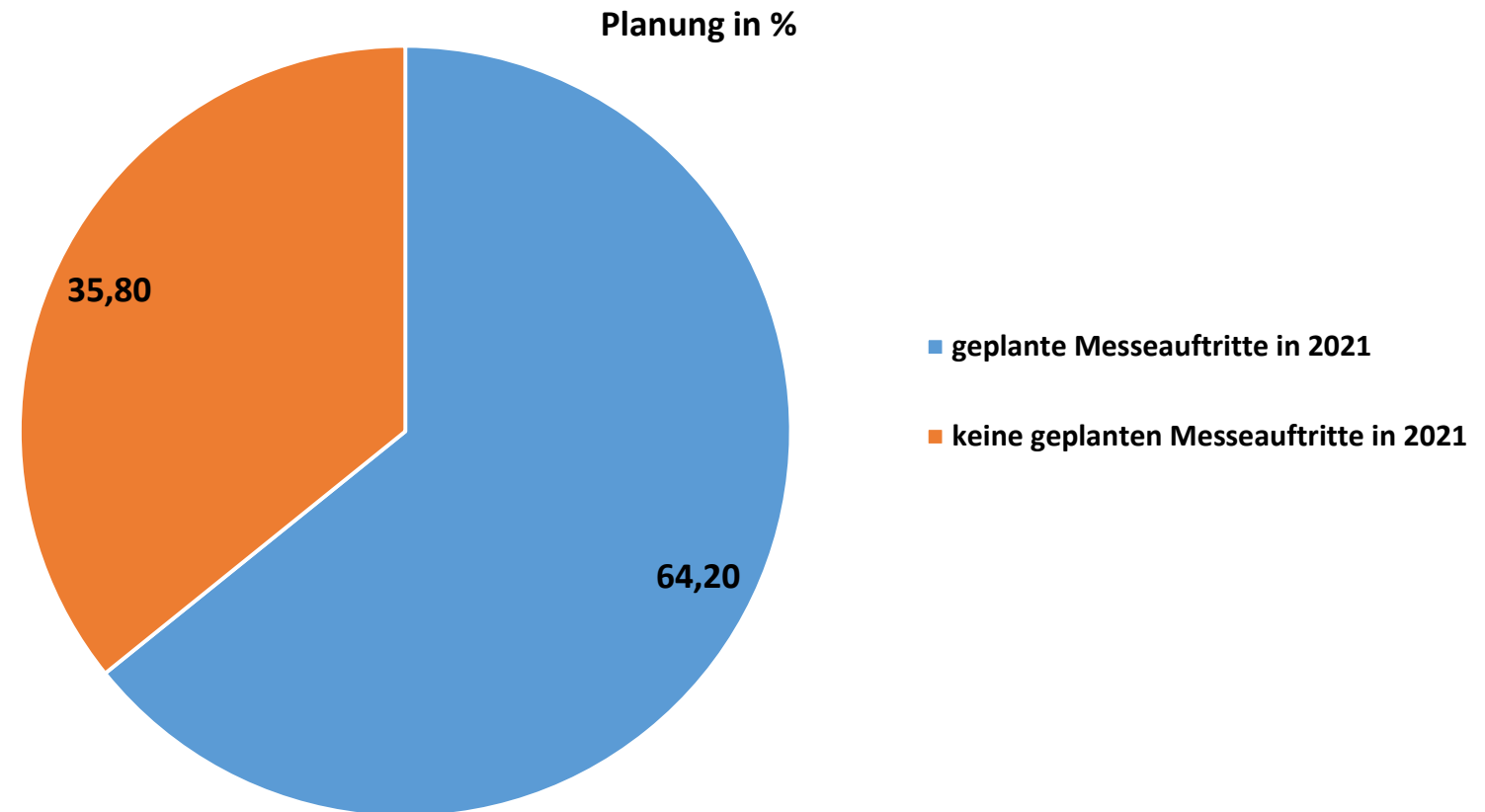


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 4: Wo fanden Ihre Messen, Kongresse und Events statt? (Mehrfachnennung) Frage 7: Wo wird in Zukunft der Schwerpunkt Ihrer Messen, Kongresse und Events liegen? (Mehrfachnennung)

Planung 2021

Die meisten Kunden wünschen sich einen schnellen Neustart. Knapp 65% möchten schon 2021 starten.

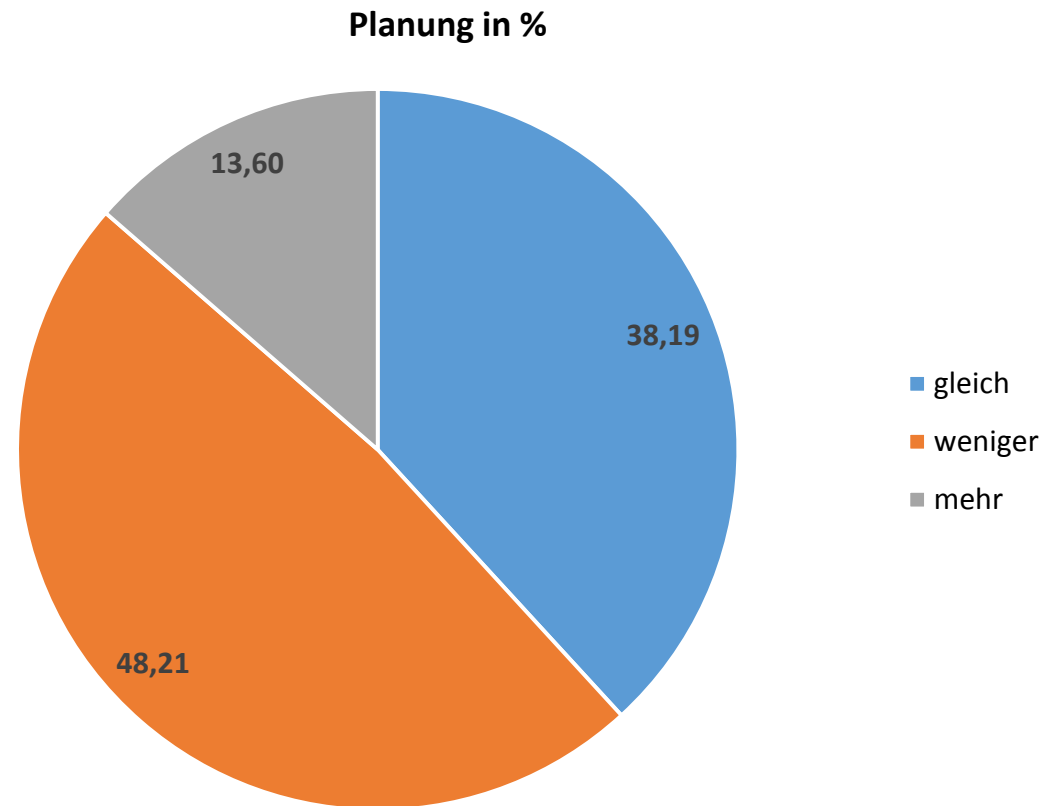


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 5: Planen Sie Messen, Kongresse und Events für das Jahr 2021?

Erwartete Messeauftritte für 2022-2023

Knapp 50% der Teilnehmer reduzieren die Anzahl der Messeauftritte.

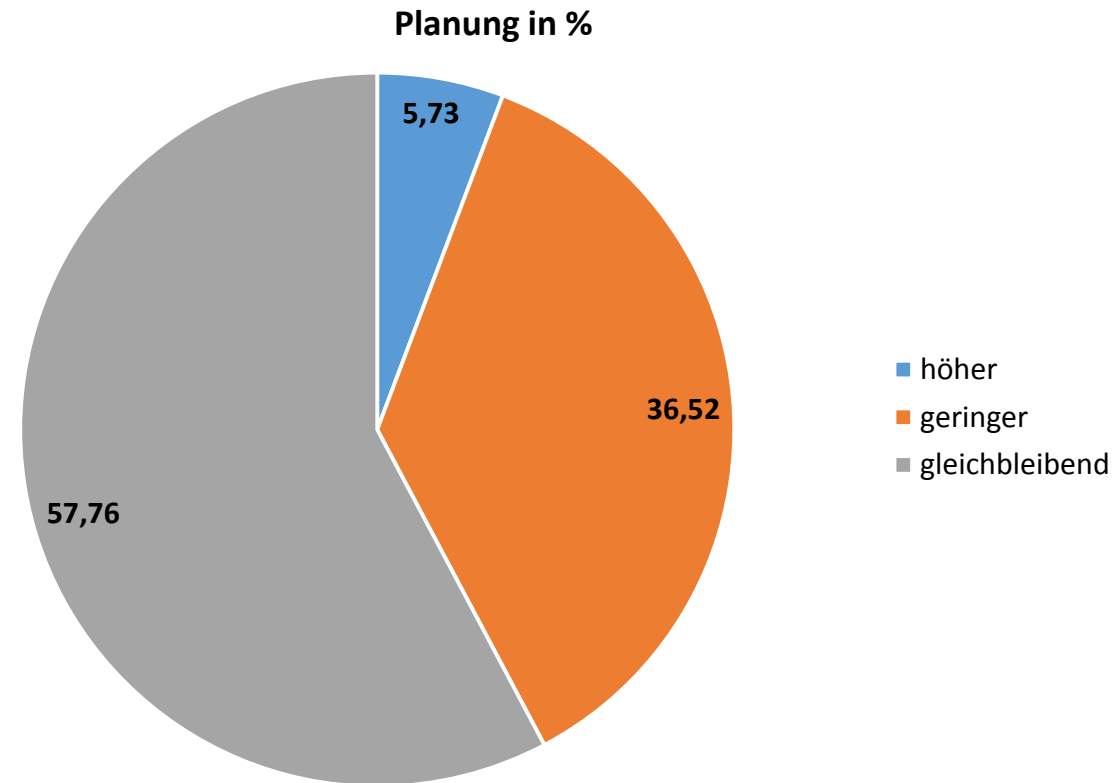


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 6: Planen Sie die gleiche Anzahl an Messen, Kongresse und Events wie vor Corona in 2022-2023

Messebudget für 2022-2023

Die teilnehmenden Kunden planen in 2022-2023 weniger Geld für Messen auszugeben. Nur 6% sind zu höheren Ausgaben bereit.

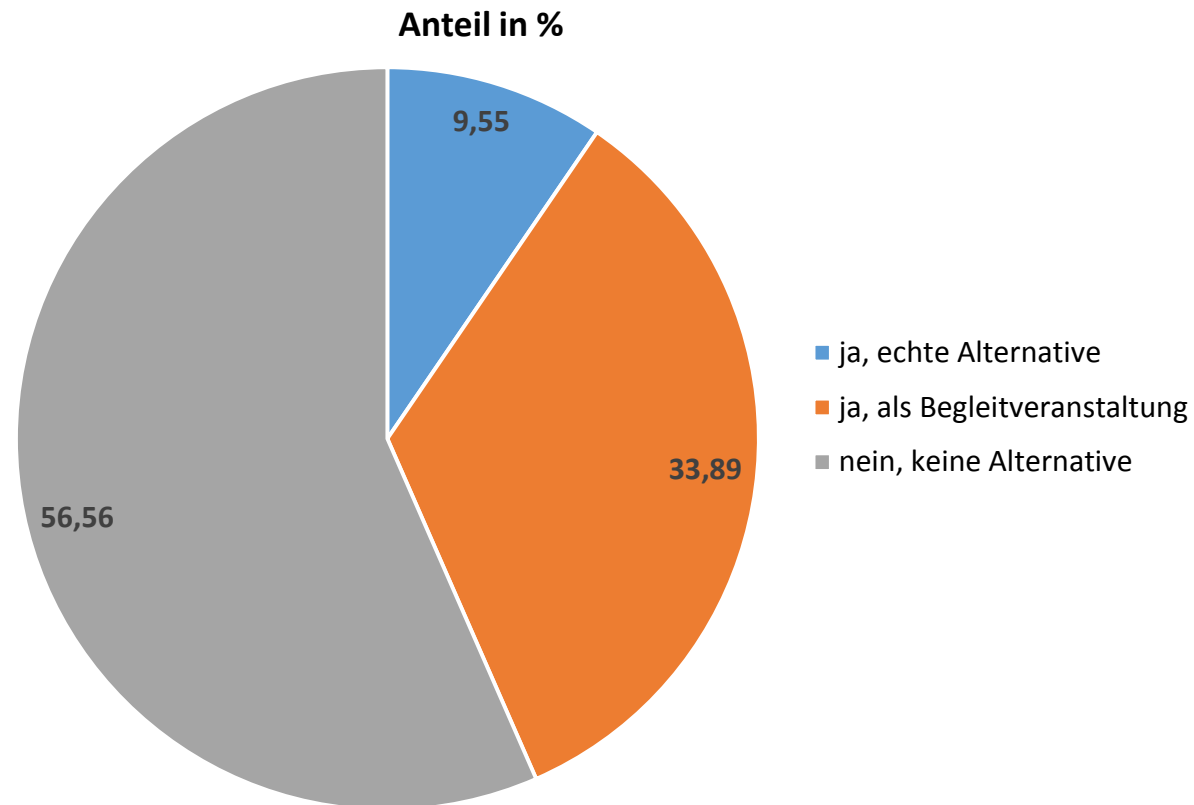


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 8: Wie wird Ihr Messebudget in 2022-2023 sein?

Virtuelle Messen als Alternative

Die Bedeutung der virtuellen Messen steigt stark. Bereits 44% der Kunden denken über veränderte Formate nach.

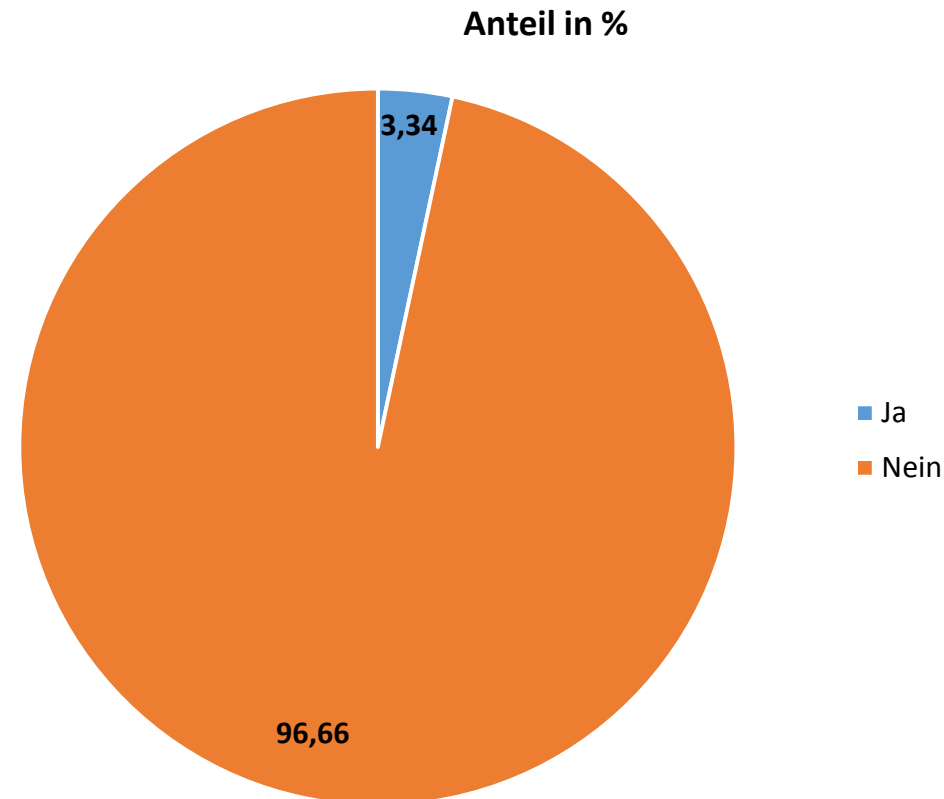


Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 9: Ist eine virtuelle Messe für Sie eine Alternative zur Präsenzmesse? Wie ist Ihre Bereitschaft, an virtuellen Messen teilzunehmen?

Virtuelle Messen - Budgetplanung

Budgets bestimmen die Wachstumsgeschwindigkeit virtueller Messen. 97% der Kunden möchten für virtuelle Messen nicht mehr Geld auszugeben.



Quelle: IG Messewesen Studie 2021, n = 419

Frage 10: Sind Sie bereit, für virtuelle/ hybride Messeauftritte mehr Geld auszugeben als für Präsenzmessen?

Zwischenfazit

Geringere Messeausgaben und Auftritte bedrohen unseren Erfolg.

Positiv für die Branche Messebau	Negativ für die Branche Messebau
Hohe Bereitschaft zum Neustart	Mehr als 1/3 reduzieren Messeausgaben
Messestandort Deutschland ist weiter gefragt	Virtuelle Formate bedrohen altes Geschäftsmodell
Kunden kommen aus vielen Branchen	Mehr als 50% reduzieren Anzahl Messeauftritte in 2022 - 2023

ZUSAMMEN FÜR UNS



www.igmessewesen.de