

21.12.2005 – 09:32 Uhr

CeBIT und HANNOVER MESSE sind die effektivsten Messen!

Hannover (ots) -

Die Leitmessen in Hannover bieten laut der aktuellen Untersuchung des Unternehmermagazins "impulse" zu Messekosten pro 1000 Entscheiderkontakten in 2005 bestes Preis-Leistungs-Verhältnis.

CeBIT und HANNOVER MESSE belegen mit weitem Abstand Spitzenpositionen in der deutschen Messelandschaft.

Leitmessen in Hannover sind hocheffiziente Marketinginstrumente. Die Abbildung ganzer Wertschöpfungsketten und die umfassende Präsenz des Weltmarktangebotes sind Garant für die internationale Attraktivität dieser Veranstaltungen. Nirgendwo werden internationale Entscheidergruppen kostengünstiger und damit effektiver erreicht. Dies untermauert eindrucksvoll die jüngste Erhebung der Zeitschrift "impulse" unter dem Titel "Messtrends 2006" (Januarausgabe "impulse" 2006).

In der zentralen Frage der Kosten pro erreichte Entscheider ist die Deutsche Messe AG in Hannover mit zwei ihrer Leitmessen jeweils mit deutlichem Abstand Spitzenreiter im Wettbewerbsumfeld: Die HANNOVER MESSE führt im Bereich "Industrie" mit 1,39 Euro pro 1 000 Entscheider (der Durchschnittswert der zwölf untersuchten Messen liegt bei 9,- Euro, der maximale Wert bei 20,66 Euro), absoluter Spitzenreiter über alle untersuchten Bereiche hinweg ist die CeBIT mit 0,79 Euro (Durchschnitt der sechs untersuchten Messen 2,88 Euro, Maximalwert 4,78 Euro), mit der DOMOTEX belegt die Deutsche Messe AG in der "Textilbranche" mit 3,67 Euro (Durchschnitt der sechs untersuchten Messen: 5,36 Euro, Maximalwert 8,57 Euro) den zweiten Rang - so die Ergebnisse der aktuellen Untersuchung der Zeitschrift "impulse" in ihrer Ausgabe Januar 2006.

"Dies ist für uns ein herausragend gutes Ergebnis und freut uns natürlich sehr. Es bestätigt die Effektivität unserer Messen als die jeweils Nr. 1 weltweit und unsere Strategie kostengünstig mit höchster Qualität Weltmarktplätze für Entscheider zu schaffen", so Sepp D. Heckmann, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe AG.

Die von "impulse" ermittelten Werte basieren auf den aktuellen Statistiken der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle der Messe- und Ausstellungszahlen (FKM), Berlin; sowie den Standmieten für den jeweils einfachsten Reihenstand auf den untersuchten Messen. Die Maßzahl "Euro pro 1 000 Entscheider" gibt in Bezug zur aktuell fälligen Standmiete die Kosten an, um 1 000 potenzielle Kunden an den Stand zu bekommen.

Weitere Infos:

Die ausführlichen Befragungsergebnisse sind in der Ausgabe Januar 2006 der Zeitschrift "impulse", S. 74-79, dargestellt.

Matthias Huckemann, Urs Seiler, Dieter S. ter Weiler: "Messen messbar machen - Mehr Intelligenz pro m²", vierte, überarbeitete und erweiterte Auflage, ISBN 3-540-23556-6 Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2005

www.auma-messen.de

www.fkm.de

Pressekontakt:

Ansprechpartnerin für die Redaktion:
Marion Sommerwerck

Leiterin der Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Deutsche Messe AG
Tel.: +49-(0)511 - 89-3 10 10
Fax: +49-(0)511 - 89-3 66 94
E-Mail: marion.sommerwerck@messe.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100502241> abgerufen werden.