

[Download pdf ebook] Begriff, Ziele und Erfolgskontrolle des Messe-Marketings dargestellt an der Firma global words AG (German Edition)

# Begriff, Ziele und Erfolgskontrolle des Messe-Marketings dargestellt an der Firma global words AG (German Edition)

*Mandy Kunert*

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub

Mandy Kunert

---

**Begriff, Ziele und Erfolgskontrolle des Messe-Marketings  
dargestellt an der Firma global words AG**

Studienarbeit



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#4362127 in eBooks 2002-12-19 2002-12-19 File Name: B007NQ6ENG | File size: 52.Mb

**Mandy Kunert : Begriff, Ziele und Erfolgskontrolle des Messe-Marketings dargestellt an der Firma global words AG (German Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Begriff, Ziele und Erfolgskontrolle des Messe-Marketings dargestellt an der Firma global words AG (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 2002 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM,

Marktforschung, Social Media, Note: 2,0, HAWK Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst - Fachhochschule Hildesheim, Holzminden, Göttingen (Fachbereich Betriebswirtschaft), Sprache: Deutsch, Abstract: 1. Halbjahres-Bilanz Messeplatz Deutschland - Wachsendes Auslandsinteresse stabilisiert Messewirtschaft Die internationalen Messen in Deutschland konnten sich im ersten Halbjahr 2002 in einem insgesamt schrumpfenden Kommunikationsmarkt relativ gut behaupten. Die von Ausstellern gemietete Standfläche reduzierte sich auf den 78 Veranstaltungen (Gesamtjahr 2002: 147) im Durchschnitt nur um 1,4% gegenüber den jeweiligen Vorveranstaltungen (Gesamtjahr 2001: +0,0%). Das ergaben vorläufige Berechnungen des AUMA - Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, Berlin. Das knapp gehaltene Flächenvolumen zeigt, dass die wirtschaftliche Lage der Messeveranstalter stabil ist; denn der weitaus größte Teil des Messeumsatzes wird durch Flächenvermietung erzielt. Die Entwicklung der Ausstellerzahlen macht jedoch deutlich, dass sich auch die Messewirtschaft den verschlechterten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht entziehen konnte. Es wurden 2,1% weniger Aussteller registriert; (Gesamtjahr 2001: +0,7%); die Zahl der deutschen Aussteller sank sogar um 5,5% (2001: -3,3%). Nur dank 1,5% mehr Auslandsbeteiligungen (2001: +4,0%) hielt sich das Aussteller-Minus in Grenzen. Auswirkungen auf die Messebranche hatten, so der AUMA, insbesondere die andauernde Krise im IT-Sektor, die dazu führt, dass viele in den letzten Jahren neu gewonnene Aussteller nicht mehr existieren. Darüber hinaus hat die allgemeine Nachfrageflaute gerade in Konsumgüterbranchen zu zahlreichen Insolvenzen von bisher ausstellenden Unternehmen geführt. Auch werden quer über alle Branchen die Kommunikationsetats auf den Prüfstand gestellt, was jedoch für zahlreiche andere Bereiche dieses Sektors, etwa die Tages- und Fachpresse, deutlich stärkere Folgen hat als für die Messebranche. Die Tatsache, dass die Zahl der Aussteller stärker zurückgegangen ist als die vermietete Fläche, zeigt außerdem, dass die nicht mehr vertretenen Firmen weit überwiegend geringe Standflächen hatten. Die Zahl der Besucher ging im 1. Halbjahr um 4,9% zurück. Betroffen waren hier neben dem IT-Sektor vor allem Bau- und handwerksorientierte Messen und einige großpublikumsorientierte Messen. Der Großteil der Veranstaltungen meldete knapp gehaltene Besucherergebnisse; in Einzelfällen wurden jedoch auch deutliche Zuwachsraten registriert.