

Intern

AUMA-Press-Information vom 25.05.2011

AUMA-Jahres-Pressekonferenz

- **Deutsche Messen wieder auf Wachstumskurs**
- **2010 war für Messen Jahr der Konsolidierung**
- **Zahl deutscher Auslandsmessen deutlich gestiegen**
- **2011 mehr Auslandsbeteiligungen mit Unterstützung des Bundes**

Nach den Rückgängen im Krisenjahr 2009 haben sich die Messen in Deutschland im letzten Jahr stabilisiert. Seit Anfang 2011 sind sie wieder deutlich auf Wachstumskurs. Dies betonte der Vorsitzende des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, Hans-Joachim Boekstegers, auf der Jahres-Pressekonferenz des Verbandes am 25. Mai 2011 in Berlin.

Die Industrie sei im Jahre 2010 die Konjunkturlokomotive für die deutsche Wirtschaft gewesen. Zahlreiche Industriesektoren seien stark gewachsen, auch im internationalen Vergleich. Dies habe positive Auswirkungen auf die deutsche Messewirtschaft gehabt. Einen Durchbruch in die Wachstumszone habe es jedoch noch nicht gegeben: Die Zahl der Aussteller auf den 157 überregionalen Messen sei im Vergleich zu den Vorveranstaltungen um 0,2 % gestiegen (2009: -4,3 %). Grund dafür sei auch, dass Messeentscheidungen in den ausstellenden Unternehmen eine erhebliche Vorlaufzeit benötigen und gerade Investitionsgütermessen oft nur alle zwei bis drei Jahre stattfinden.

Ein gutes Zeichen sei, so der AUMA-Vorsitzende, dass die Zahl der ausländischen Aussteller um 2,7 % gestiegen ist (2009: -5 %). Dies sei ein Vertrauensbeweis für die deutschen Messen und ihre Veranstalter, denn der Messeplatz Deutschland sei unverändert erste Wahl als internationaler Handels- und Informationsplatz. Besonders stark sei die Zahl der Beteiligungen aus Süd-Ost-Zentral-Asien und aus Lateinamerika gewachsen. Die Zahl der deutschen Aussteller sei jedoch um 2,6 % zurückgegangen. Dies seien offensichtlich noch

...

Intern

25.05.2011

Nachwirkungen der Wirtschaftskrise, denn der Aufschwung des Jahres 2010 habe nicht alle Branchen in gleichem Umfang erfasst.

Die vermieteten Flächen hätten 2010 um 3,2 % unter dem Niveau der Vorveranstaltungen gelegen, nach einem Rückgang um 6 % im Jahr 2009. Offensichtlich sind, so Boekstegers, manche Sparbeschlüsse der Aussteller im Jahr 2009 erst im letzten Jahr richtig wirksam geworden.

Die Zahl der Besucher habe sich stabilisiert mit einem minimalen Rückgang von 0,8 % gegenüber den Vorveranstaltungen (2009: -8,4 %). Der AUMA-Vorsitzende: „Mehr war nach diesem starken Rückgang nicht zu erwarten. Und es gibt kein Anzeichen für einen Bedeutungsverlust der Messen, denn die richtigen und wichtigen Besucher sind unverändert da.“

Insgesamt wurden auf den 157 überregionalen Messen des Jahres 2010 173.421 Aussteller gezählt, davon 92.254 aus dem Ausland. Die Standfläche umfasste 6.832.836 m². Es wurden 10.074.724 Besucher registriert, davon rund 2,5 Mio. aus dem Ausland.

Guter Start in das Jahr 2011

Im ersten Quartal des laufenden Jahres sind die Aussteller- und Besucherzahlen deutlich gewachsen, die Standflächen haben sich stabilisiert. Boekstegers: „Die Stimmung bei Ausstellern und Besuchern war gut. Für das gesamte Jahr 2011 rechnen wir mit rund 3 % mehr Ausstellern und Besuchern. Voraussichtlich legen auch die Standflächen leicht zu“. Auch die Rahmenbedingungen für 2012 seien gut, denn die deutsche Wirtschaft und die Weltwirtschaft wachsen weiter. Vor diesem Hintergrund blickten viele ausstellende Unternehmen optimistisch in die nähere Zukunft.

Die Entwicklung der Messewirtschaft in der Wirtschaftskrise und in der Zeit danach habe gezeigt, dass das vermeintlich alte Medium Messe im Vergleich zu anderen Instrumenten nicht an Bedeutung

...

Intern

25.05.2011

verloren habe. Die Messen gingen gut gerüstet in das digitale Zeitalter. Denn Messen, so der AUMA-Vorsitzende, beginnen dort, wo Online-Medien an ihre Grenzen stoßen: bei der persönlichen Kommunikation, der Präsentation in drei Dimensionen und der Ansprache aller Sinne. Insoweit sei ein Ersatz für Messen nicht absehbar.

Messeförderung für Existenzgründer stark genutzt

Boekstegers würdigte das Förderprogramm des Bundes für junge, innovative Unternehmen auf internationalen Messen in Deutschland als „Erfolgsgeschichte“. Seit dem ersten kompletten Geschäftsjahr 2008 sei die Zahl der Beteiligungen um über 50 % gestiegen. Im Jahr 2010 hätten sich rund 650 Aussteller an Gemeinschaftsständen auf 49 Messen beteiligt. Dieses Programm des Bundeswirtschaftsministeriums sei eine effiziente Unterstützung für junge Firmen, um schnell den Kundenkreis auszuweiten und in den Export einzusteigen. Für 2011 sind Gemeinschaftsstände auf rund 50 Messen geplant, die mit 2,5 Mio. Euro unterstützt werden (2012: 3 Mio. Euro).

Mehr Auslandsmessebeteiligungen mit Unterstützung des Bundes

Die Nachfrage nach Beteiligungen im Rahmen des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie zieht wieder an. Im Jahr 2011 sind 235 German Pavilions geplant, an denen sich deutsche Unternehmen zu günstigen Bedingungen beteiligen können (2010: 215). Voraussichtlich wird es rund 6.500 Teilnehmer geben, nach jeweils 6.200 in den beiden letzten Jahren. Der AUMA-Vorsitzende: „Die starke Präsenz im Ausland war und ist wichtig, um Geschäftskontakte, gerade in entfernten Märkten, zu halten und auszubauen“. Für 2011 ständen im Bundeshaushalt für dieses Programm 42,5 Mio. Euro zur Verfügung. Boekstegers: „Das ist ein gutes Signal an die Exportwirtschaft und

...

Intern

25.05.2011

vor allem an die mittelständischen Unternehmen. Denn 86 % der Teilnehmer haben unter 500 Mitarbeiter“.

Die Entwicklung des Auslandsmesse-Etats des Bundeswirtschaftsministeriums unterstreiche die hohe Wertschätzung des Exports in der Bundesregierung. So hätten 2001 erst 33,5 Mio. Euro zur Verfügung gestanden. In Zeiten knapper Staatshaushalte sei das jetzt erreichte Etatvolumen von 42,5 Mio. Euro nicht selbstverständlich. Das Ziel des AUMA, ein Etatvolumen von 45 Mio. Euro zu erreichen, sei damit deutlich näher gerückt.

Im Rahmen des Bundeshaushaltes sei das Auslandsmesseprogramm nun Teil der „Maßnahmen der Außenwirtschaftsförderung für den Mittelstand“ mit einem Gesamtetat von 80 Mio. Euro. Die Unterstützung von Auslandsmessebeteiligungen umfasse damit mehr als die Hälfte dieses Etats. Ziel des AUMA sei es, so Boeksteigers, das Auslandsmesseprogramm weiterhin als branchenübergreifendes Instrument zu positionieren. Mit einer gewissen Sorge betrachte er Tendenzen, den Export einzelner Branchen zu unterstützen, wobei die Auswahlkriterien nicht immer klar seien. Messen seien ganz generell ein besonders effizientes Instrument zur Stärkung des Exports. Insofern sei es sinnvoller, den Einsatz des Instrumentes zu unterstützen, als einzelnen Branchen einen besonderen Status zu verleihen. Soweit bei solchen Branchenförderungen Messen genutzt würden, solle aber jeweils der AUMA eingebunden werden.

Auslandsmessen deutscher Veranstalter wieder im Aufwind

Die Auslandsmessen deutscher Veranstalter haben die internationale Wirtschaftskrise schnell hinter sich gelassen. Bereits 2010 wurden wieder 226 Veranstaltungen in aller Welt durchgeführt, nachdem die Zahl der Messen im Jahr zuvor von 220 auf 211 zurückgegangen war. Dies betonte der Geschäftsführer des AUMA, Dr. Peter Neven.

...

Intern

25.05.2011

Die Marktkenntnis und die Zuverlässigkeit der deutschen Messeunternehmen würden von den internationalen Ausstellern und Besuchern hoch geschätzt. Die Messen des Jahres 2010 sind gegenüber ihren Vorveranstaltungen im Durchschnitt deutlich gewachsen. Sie verzeichneten 5 % mehr Aussteller und 11 % mehr Standfläche. Es wurden 7 % mehr Besucher registriert. Damit leisten die Auslandsmessen, so Dr. Neven, einen wichtigen Beitrag zum Umsatzwachstum der deutschen Veranstalter.

Rund 55 % dieser Auslandsveranstaltungen finden in Süd-Ost-Zentral-Asien statt, 23 % in den europäischen Ländern außerhalb der EU und jeweils 6,6 % im Nahen und Mittleren Osten und in Lateinamerika.

In dieser regionalen Struktur hätten sich in den letzten Jahren deutliche Verschiebungen ergeben. Das Engagement in Asien sei deutlich ausgeweitet worden, ebenso in Russland und der Türkei, während die Aktivitäten deutscher Veranstalter im Nahen Osten und Lateinamerika leicht zurückgegangen seien. Dies zeige, dass die Messegesellschaften ihr Engagement regelmäßig auf Effizienz überprüften.

Die Rangfolge der wichtigsten Zielländer im Jahr 2010 werde weiterhin von China angeführt mit 74 Messen, gefolgt von Russland und Indien. Stark aufgeholt habe die Türkei, die jetzt mit 14 Messen knapp vor den Vereinigten Arabischen Emiraten liege. Für 2011 seien rund 260 Messen geplant und damit erheblich mehr als im letzten Jahr. Vor allem in den Vereinigten Arabischen Emiraten, Brasilien und der Türkei werde das Engagement ausgeweitet.

Neue Forschungsprojekte des AUMA

Der AUMA hat in diesem Frühjahr zwei Forschungsprojekte an die Handelshochschule Leipzig vergeben. Zum einen wird die Szenario-Analyse Messen 2020 aktualisiert; die erste Fassung war 2007 fertig

...

Intern

25.05.2011

gestellt worden. Insbesondere werden neue Entwicklungen bei Online-Medien berücksichtigt. Auch sollen die Ergebnisse stärker nach Messetypen differenziert werden.

Darüber hinaus lässt der AUMA gemeinsam mit den Veranstalterverbänden IDFA und FAMA die künftige Position von Messen und Ausstellungen in der B-to-C-Kommunikation untersuchen. Beide Projekte sollen Anfang 2012 fertig gestellt werden.

Intensivieren wird der AUMA seine Zusammenarbeit mit Hochschulen. Bisher schon hält der AUMA, so Dr. Neven, mit seinem Institut der deutschen Messewirtschaft Kontakt zu mehr als 40 Hochschulen, in Form von Vorlesungen, Seminaren oder Betreuung von Studenten. Verstärkt werden soll vor allem die Kooperation mit Fachhochschulen. Außerdem will der AUMA allgemeinbildenden Schulen für ihren Wirtschaftsunterricht mehr Informationen über die Bedeutung von Messen für Wettbewerb und internationalen Handel anbieten.

Um Probleme bei der Vergabe von Visa an Messteilnehmer aus visapflichtigen Ländern zu reduzieren, steht der AUMA, so Dr. Neven, in regelmäßigem Kontakt mit dem Auswärtigen Amt. Zuletzt habe im April 2010 eine Gesprächsrunde mit allen involvierten Partnern stattgefunden, darunter Vertreter der großen und mittleren Messegesellschaften, des Auswärtigen Amtes, des Innen- und Wirtschaftsministeriums und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages. Alle Beteiligten wollten gemeinsam dazu beitragen, dass Abläufe transparenter werden, Wartezeiten für Termine verkürzt werden und die Visumsdauer verlängert wird. Ohnehin seien viele Probleme länderspezifisch und müssten vor Ort gelöst werden.

Verteiler: Vorstand, Mitglieder des AUMA
Mitglieder der Arbeitskreise, FAMA-Mitglieder