

Festakt zum 100-jährigen Bestehen des AUMA

**Bundespräsident Köhler: Wirtschaftsaufschwung zur
Fortsetzung der Reformpolitik nutzen**

Messen haben zur Weltoffenheit Deutschlands beigetragen

**Messeverband feierte am 7. Mai 2007 mit rund 650 Gästen im
Theater des Westens in Berlin**

Der starke Wirtschaftsaufschwung bietet die Chance, die Position Deutschlands im internationalen Wettbewerb um Arbeitsplätze und hohe Wertschöpfung dauerhaft zu stärken. Das verlangt eine Fortsetzung der Reformpolitik.

Dies erklärte Bundespräsident Horst Köhler auf dem Festakt zum einhundertjährigen Bestehen des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft am 7. Mai 2007 in Berlin.

Dabei gehe es um drei Hauptziele: Deutschland müsse die Investitionen in Bildung, Ausbildung, lebenslanges Lernen und in Forschung und Entwicklung deutlich steigern. Es geht um eine kluge Tarif- und Arbeitsmarktpolitik, die die Arbeitnehmer am Erfolg teilhaben lässt und zugleich den weiteren Abbau der Arbeitslosigkeit nachhaltig voranbringt. Schließlich sollte die günstige Finanzentwicklung bei Bund, Ländern und Gemeinden genutzt werden, zuverlässig die Weichen dafür zu stellen, dass auch die Rückführung der Staatsverschuldung wieder möglich wird.

Die Globalisierung habe, so Köhler, unserem Land deutliche Wohlstandsgewinne beschert, nicht nur durch verstärkte Exporte; denn durch günstige Importe bekämen die Verbraucher auch mehr für ihr Geld. Die positiven Wirkungen der Globalisierung ließen sich durchaus noch steigern, z. B. durch einen erfolgreichen Abschluss der Verhandlungen, die im Rahmen der Welthandelsorganisation seit der Konferenz der Wirtschafts- und Handelsminister in Doha 2001 anhängig seien. Ein Erfolg würde allen nützen – den

PresseInfo

Nr. 06 • 08.05.2007

Entwicklungs- und Schwellenländern gebe er bessere Absatzchancen ihrer Agrarprodukte, den Industriestaaten mehr Rechtssicherheit für ihre Produktideen und von einer ordentlichen Reduzierung der vielen Handelshemmnisse würden alle profitieren.

Messen stärken deutschen Export

Die Messen hätten nicht nur einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg Deutschlands als Exportweltmeister beigetragen, sondern auch zur Weltoffenheit unseres Landes. Der Erfolg der Messen beweise, dass Deutschland ein hervorragender Gastgeber sein könne und einen international vorbildlichen Service biete. Köhler betonte, Deutschland sei unverändert der weltweit führende Standort für internationale Messen.

Deutsche Messen seien aber auch selbst Exportschlager geworden. Die Messeveranstalter führen mit großem Erfolg bereits über 200 eigene Messen im Ausland durch.

Messen müssten jedoch Orte bleiben, an denen man in Vertrauen investieren kann. Deshalb sei es wichtig, für Vertrauensschutz zu sorgen, für Schutz z. B. vor Produktfälschern, die die Präsentationen der Konkurrenz nur nutzten, um deren Ideen abzukupfern und später als Kopien selbst anzubieten.

An die Messegesellschaften richtete der Bundespräsident die Bitte, in Schulen und Hochschulen, aber auch auf Veranstaltungen der Politik und gesellschaftlicher Gruppen mehr über die Bedeutung und Erfolge der Messewirtschaft zu berichten, denn Messen zeigten unmittelbar, welche Möglichkeiten der technische Fortschritt biete und wie international die Position der deutschen Wirtschaft sei.

Dem AUMA dankte der Bundespräsident für seinen nunmehr hundertjährigen Einsatz um Markttransparenz und Fairness im Wettbewerb der Branche. Er habe damit einen wesentlichen Beitrag zum weltweiten Erfolg der deutschen Messewirtschaft beigetragen.

Messen bleiben auch im Online-Zeitalter einzigartig

Der Vorsitzende des AUMA, Thomas H. Hagen, begrüßte rund 650 Gäste aus Politik, Diplomatischem Korps, ausstellender und besuchender Wirtschaft, Messegesellschaften, Serviceunternehmen und Medien.

Er betonte, dass Messen trotz der starken Verbreitung des Internet eine stabile und führende Position in der Business-to-Business-Kommunikation der deutschen Unternehmen haben. Denn Messen ermöglichen direkte, persönliche Kommunikation, sie vermitteln Emotionen und sprechen alle Sinne an. Das mache Messen auch im Online-Zeitalter einzigartig.

Die deutsche Messewirtschaft ist, so Hagen, ein ganz wesentlicher gesamtwirtschaftlicher Faktor: Aussteller und Besucher investieren jährlich rund 10 Mrd. Euro in ihre Messebeteiligungen. Die gesamten Produktionseffekte für die deutsche Wirtschaft erreichen rund 23 Mrd. Euro. 250.000 Arbeitsplätze werden durch Messen gesichert. Messen sind darüber hinaus Motoren des deutschen Exports. Denn pro Jahr besuchen über 2 Millionen internationale Einkäufer die deutschen Messen.

Kooperation und Wettbewerb sind Schlüsselbegriffe der Branche

Der AUMA-Vorsitzende: „Die entscheidenden Begriffe für Messe-Erfolg heißen für mich Kooperation und Wettbewerb zur Steigerung der Kundenzufriedenheit. Kooperation der Messegesellschaften mit der beteiligten Wirtschaft, auch mit anderen Veranstaltern im In- und Ausland, aber eben auch Wettbewerb um das beste Konzept, die beste Technik, den besten Service“. Wer aber den Wettbewerb bejahet, müsse wissen, dass funktionierender Wettbewerb immer auch den Willen zu produktiver Auseinandersetzung und Anpassungsbereitschaft voraussetze.

Dem AUMA sei es über 100 Jahre gelungen, im Spannungsfeld von Kooperation und Wettbewerb eine Moderatorenrolle einzunehmen – zunächst, nach seiner Gründung am 1.1.1907, als Vertretung der industriellen Aussteller, später als Repräsentant aller Messekunden

PresseInfo

Nr. 06 • 08.05.2007

und ab 1956 als Dachverband der Branche einschließlich der Messeveranstalter und später auch der Dienstleistungsunternehmen.

Rahmenbedingungen für künftigen Messe-Erfolg

Damit auch künftig der Erfolg der deutschen Messewirtschaft sichergestellt werden könne, appellierte Hagen an die Branche, im Wettbewerb untereinander zu berücksichtigen, dass die wichtigsten Wettbewerber der internationalen Messen in Deutschland oft nicht 100 km weiter, sondern in anderen Ländern oder Kontinenten sitzen. Die eigentlichen Wettbewerber seien oft sogar andere Kommunikationsplattformen oder Marketinginstrumente.

Aussteller und Besucher sollten einen weiterhin kritischen Blick dafür behalten, wer auf Dauer die beste Leistung bietet, ob im Vergleich der Messen untereinander oder im Wettbewerb mit anderen Kanälen der Kundenansprache. Hagen: „Heute zählen ja oft der schnelle Erfolg und der schnelle Preisvorteil. Ob man damit immer perspektivisch gut fährt, wage ich zu bezweifeln“.

An das Bundeswirtschaftsministerium richtete er den Wunsch, dass die deutsche Messewirtschaft weiter frei von gesetzlichen Regelungen bleibe. Denn die damit verbundene Handlungsfreiheit habe wesentlich zum Erfolg der Branche beigetragen.

Auch appellierte er an die Politik, die Auslandsmessebeteiligungen der deutschen Wirtschaft noch mehr zu unterstützen. Das Auslandsmesseprogramm der Bundesregierung sei ein höchst wirksames Instrument. Hier könne die Politik mit geringem zusätzlichem Aufwand eine Menge tun, um den Export des deutschen Mittelstandes zu stärken und das Image Deutschlands im Ausland zu prägen.

Hagen betonte, auch für künftigen Messe-Erfolg brauche man Kooperation und Wettbewerb: „Wer erfolgreiche Messen machen will, braucht die Herausforderung durch den Wettbewerb, aber er braucht auch einen Grundkonsens verschiedenster Partner. Und wenn ein Messeland als Ganzes erfolgreich sein will, braucht es ebenfalls einen Grundkonsens aller Akteure“.

PresseInfo

Zum AUMA gehören gegenwärtig 41 Messeveranstalter und 41 Verbände, die die ausstellende und besuchende Wirtschaft sowie die Serviceunternehmen repräsentieren.

Wichtigste Aufgaben des AUMA sind die Interessenvertretung der gesamten Branche gegenüber Regierung und Parlament, Marketing für deutsche Messen im In- und Ausland, die Koordinierung des Auslandsmesseprogramms des Bundeswirtschaftsministeriums, die Bereitstellung von Informationen für Aussteller und Besucher aus dem In- und Ausland sowie Forschung und Unterstützung von Aus- und Weiterbildung.

Der AUMA ist einer der ältesten deutschen Verbände der Dienstleistungswirtschaft. Am 1.1.1907 nahm die damalige Ständige Ausstellungenkommission für die deutsche Industrie in Berlin ihre Tätigkeit auf als Interessenvertretung der industriellen Aussteller. 1927 wurde die Organisation in das – privatwirtschaftliche – Deutsche Ausstellungs- und Messe-Amt umgewandelt und auf alle Messekunden erweitert, also auch auf Aussteller außerhalb der Industrie und auf die Einkäuferseite. Seit 1934 besteht die Bezeichnung Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft.

1949 wurde der AUMA in der Struktur von 1927 wieder gegründet, also als Interessenvertretung der Aussteller und Besucher. Ab 1956 wurden auch die Messegesellschaften Mitglieder. Damit ist der AUMA heute der Dachverband der gesamten Branche.

Pressekontakt: Harald Kötter; Telefon: 030/24 000-140,
Fax: 030/24 000-340, E-Mail: h.koetter@auma.de

Druckfähige Fotos zum Download finden Sie unter
www.auma-messen.de/presse100.