

PresseInfo

AUMA-Jahres-Pressegespräch

- **Messegeschäft 2012 von Eurokrise nicht beeinträchtigt**
- **Messen in Deutschland 2011 deutlich gewachsen**
- **10 % mehr Standfläche auf deutschen Auslandsmessen**
- **Auslandsmessebeteiligungen des BMWi sind wichtige „made in Germany“-Botschafter**

Nach einer zögernden Erholung im Jahr 2010 haben sich die internationalen Messen in Deutschland im letzten Jahr mit deutlichen Zuwachsraten zurückgemeldet. Im Jahr 2012 werden die Finanzprobleme in den südeuropäischen Staaten und die Diskussion um die Entwicklung des Euro voraussichtlich keine nennenswerten Auswirkungen auf die deutsche Messewirtschaft haben. Dies betonte Hans-Joachim Boekstegers, Vorsitzender des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, im Jahres-Pressegespräch des Verbandes am 24. Mai 2012 in Berlin.

Die Rahmenbedingungen für die deutschen Messen seien im Jahr 2011 erstaunlich gut gewesen. Denn die deutsche Wirtschaft sei 2011 um 3 % gewachsen, der Export sogar um 8 %. Das sei vor einem Jahr kaum zu erwarten gewesen. Entsprechend hätten auch die internationalen Messen in Deutschland deutlich zugelegt: Die Zahl der Aussteller sei gegenüber den Vorveranstaltungen um 3,1 % gewachsen. Dies sei der stärkste Zuwachs seit 2007 und dokumentiere das große Vertrauen der Unternehmen in den Nutzen von Messebeteiligungen. Das Wachstum sei im Wesentlichen von den ausländischen Ausstellern getragen worden; deren Zahl sei um 5 % gestiegen. Boekstegers: „Viele Firmen aus anderen Kontinenten gehen direkt auf deutsche Messen, wenn sie den europäischen Markt erschließen wollen. Denn hier ist die Wahrscheinlichkeit für erfolgreiche Messebeteiligungen am höchsten“.

...

Position im europäischen Wettbewerb verbessert

Der Messeplatz Deutschland habe seit der letzten Wirtschaftskrise seine Position im europäischen Messewettbewerb noch verbessert, denn vor allem in Südeuropa hätten noch viele Messen mit den Wirtschaftsproblemen in den jeweiligen Ländern zu kämpfen. Es sei sogar zu beobachten, dass aus diesen Ländern deutlich mehr Aussteller auf deutsche Messen kommen, da die dortigen Unternehmen angesichts des schwachen Binnenmarktes verstärkt auf den Export setzen. So seien aus Griechenland, Portugal und Spanien zwischen 5 und 10 % mehr Aussteller nach Deutschland gekommen. Aber auch europäische Länder außerhalb der EU nutzten immer stärker die deutschen Messen: So sei die Zahl der Aussteller aus Russland und der Türkei um 12 % bzw. 13 % gestiegen.

Die Zahl der deutschen Aussteller stagniere allerdings, wenn auch auf hohem Niveau. Zwar seien noch Potentiale vorhanden, aber sie seien immer schwerer mobilisierbar. Der Nutzen von Messebeteiligungen müsse im Detail noch stärker kommuniziert werden. Dieses Thema nehme auch der AUMA in seinem Dachmarketing Pro Messe auf.

Die Standflächen auf den überregionalen Messen hätten um 4,8 % zugelegt. Die Rückgänge von 2009 und 2010 seien zu einem erheblichen Teil aufgeholt worden. Bei den Ausstellern verstärke sich wieder die Auffassung, dass man sich auf einer Messe im Wettbewerbsumfeld angemessen präsentieren muss.

Die Messen des Jahres 2011 hatten 4,1 % mehr Besucher (2010: -0,8 %). Der AUMA-Vorsitzende: „Das ist ein wichtiges Zeichen für die Akzeptanz von Messen, aber die Besuchermenge sollte nicht überschätzt werden; vor allem muss die Besucherqualität stimmen und die Besucher müssen so zufrieden sein, dass sie beim nächsten Mal wiederkommen“.

Im Vergleich der Messetypen lagen Investitionsgütermessen deutlich im Plus, Konsumgütermessen für Fachbesucher sind eher un-

...

terdurchschnittlich gewachsen. Deutlich mehr Besucher und größere Standflächen verzeichneten Konsumgütermessen für das allgemeine Publikum. Vor allem der Automobilssektor hat sich deutlich erholt.

Insgesamt gab es auf den 134 überregionalen Messen 159.945 Aussteller, die 6.200.359 m² Standfläche gebucht haben. Es wurden 9.526.246 Besucher registriert.

Deutsche Messen bleiben auf Wachstumskurs

Das 1. Quartal 2012 verzeichnete, so Boekstegers, im Durchschnitt weiter positive Ausstellerzahlen und stabiles Besucherinteresse – trotz eingetrübter Konjunktur in mehreren europäischen Ländern. Die robuste Verfassung der deutschen Wirtschaft sorge hier für Ausgleich. Weder Unternehmen noch Verbraucher ließen sich von der Eurokrise nennenswert beeindrucken. Auch kämen politische Schwerpunktthemen wie erneuerbare Energien und Elektromobilität auch den Messen in Deutschland zugute. Für das gesamte Jahr 2012 rechnet der AUMA mit rund 3 % mehr Ausstellern und rund 1 % mehr Standflächen und Besuchern. Nach dem deutlichen Wachstum in 2011 kommt es hier wieder zu einer Konsolidierung.

Insgesamt werde die Akzeptanz von Messen, so der AUMA-Vorsitzende, eher noch etwas wachsen, denn Messen seien für die Aussteller unmittelbar geschäftsrelevant, während viele andere Marketinginstrumente, ob Werbung, Sponsoring oder verschiedenste Events, meistens nur indirekt auf das Geschäft wirken.

Effiziente Unterstützung der Aussteller durch das Wirtschaftsministerium

Das Förderprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums für junge innovative Unternehmen auf Messen in Deutschland habe weiter eine hohe Akzeptanz. 2011 seien 635 Aussteller auf 47 Messen unterstützt worden. Für das laufende Jahr seien Gemeinschaftsstände auf 55 Messen geplant, dafür stünden 3 Mio. Euro zur Verfügung. ...

Boekstegers: „Das ist eine effiziente Unterstützung für Existenzgründer, denn durch Messebeteiligungen kann man schnell seinen Kundenkreis erweitern und in den Export einsteigen“.

Im Rahmen des Auslandsmesseprogramms des Wirtschaftsministeriums wurden im Jahr 2011 deutsche Aussteller auf 229 Messen unterstützt. Dafür standen 42,5 Mio. Euro zur Verfügung; 2013 werden es nach einem minimalen Rückgang in 2012 wieder genauso viel sein. Boekstegers: „Dieses Programm ist ein wichtiges Instrument für die Stärkung des Exports von kleinen und mittleren Unternehmen. Nicht zuletzt der Export hat dafür gesorgt, dass Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern wirtschaftlich gut da steht“.

Die Effizienz des Programms werde auch durch eine aktuelle Untersuchung von TNS Emnid im Auftrag des AUMA unterstrichen. In einer repräsentativen Befragung unter den Teilnehmern des Programms hätten 46 % der Aussteller gesagt, dass sich ihre Exportquote durch Auslandsmessebeteiligungen erhöht habe. Bei weiteren 37 % sei dadurch der Export gesichert worden. Die Ausrichtung des Auslandsmesseprogramms auf schwierige Märkte außerhalb Europas sei offensichtlich richtig, denn 60 % der befragten Aussteller wollten neue Märkte außerhalb der EU erschließen und 84 % wollten für die Erschließung neuer Märkte Messen nutzen. Ziel des AUMA sei es insbesondere, durch eine angemessene Ausstattung des Auslandsmesse-Etats die Qualität der Beteiligungen zu sichern, etwa im Hinblick auf Gestaltung und Ressourcen für Sonderveranstaltungen ausgewählter Branchen. Auch seien diese Gemeinschaftsbeteiligungen ideal, um „made in Germany“ als zentrale Botschaft zu transportieren.

Starkes Wachstum der deutschen Auslandsmessen

Die Zahl der Auslandsmessen deutscher Veranstalter wächst weiter mit hohem Tempo. Dies betonte der Geschäftsführer des AUMA, Dr. Peter Neven. Im letzten Jahr seien 263 Messen unter dem Label

...

GTQ – German Trade Fair Quality Abroad durchgeführt worden. 2008 seien es erst 220 Messen, 2005 sogar nur 165 gewesen. Diese Entwicklung wirke sich zum einen positiv auf den Umsatz der deutschen Veranstalter aus, zum anderen steige auch deren Marktanteil am Messegeschäft in wichtigen Weltregionen. Die deutschen Auslandsmessen des Jahres 2011 hätten durchweg starke Zuwachsraten gehabt. Die Nettofläche sei um rund 10 % auf 2,8 Mio. m² gewachsen, die Zahl der Aussteller um fast 7 % auf fast 93.000 und die Zahl der Besucher um 4,4 % auf 6,3 Mio. Deutsche Messequalität sei offensichtlich international bei Ausstellern und Einkäufern stark gefragt.

Fast die Hälfte dieser Messen findet in Südost-Asien statt, außerdem ein gutes Viertel in den europäischen Nicht-EU-Staaten, insbesondere in Russland. Die meisten dieser Messen fanden 2011 in China statt (71 Veranstaltungen), gefolgt von Russland (41), Indien (29), der Türkei (20), den Vereinigten Arabischen Emiraten (17) und Brasilien (12). Das stärkste Wachstum seit dem „Vorkrisenjahr“ 2008 hatten die Türkei (+12 Messen), Russland (+10), Indien (+7) und Brasilien (+5).

Für 2012 planen 24 deutsche Veranstalter 275 Messen im Ausland. Sie finden in 37 Ländern statt und verteilen sich auf 78 Städte weltweit.

Zwei Forschungsprojekte vor dem Abschluss

Der AUMA hat, so Dr. Neven, zwei Forschungsprojekte in Auftrag gegeben, die kurz vor der Fertigstellung stehen. Zum einen wird die Szenarioanalyse Messen 2020 aus dem Jahre 2007 grundlegend aktualisiert. Sie wird die Zukunft der Messen unter verschiedensten ökonomischen, sozialen und politischen Einflussfaktoren beleuchten. Die Ergebnisse werden voraussichtlich im Juli vorliegen. Außerdem lässt der AUMA gemeinsam mit den Veranstalterverbänden FAMA und IDFA die Potentiale und Perspektiven von Messen in der B2C-Kommunikation untersuchen. Diese Studie wird Ende Juni

...

PresseInfo

24.05.2012

vorgestellt. Beide Untersuchungen werden von der Handelshochschule Leipzig durchgeführt.

Der AUMA verstärkt seine Informationen über das Instrument Messe für allgemeinbildende Schulen und Fachhochschulen. Das Institut für ökonomische Bildung in Oldenburg hat den ersten Teil von Unterrichtsmaterialien für Schulen fertiggestellt, die unter dem Motto Praxis-Kontakt Messen stehen. Sie sollen insbesondere im Wirtschaftsunterricht eingesetzt werden. Die übrigen Teile werden im Laufe des Jahres 2012 fertiggestellt.

Darüber hinaus intensiviert der AUMA seine Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsfakultäten der Fachhochschulen in Deutschland. Dazu hat er verstärkten Kontakt zur BundesDekaneKonferenz aufgebaut. Insbesondere soll diese Zusammenarbeit den Erfahrungsaustausch zum Thema Messe zwischen den Professoren fördern und Anregungen für Forschungsprojekte an einzelnen Fachhochschulen geben. Außerdem will der AUMA die Bereitschaft erhöhen, das Thema Messe stärker in den Lehrplänen zu verankern.

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