

PresseInfo

AUMA-Herbst-Pressegespräch

- **Deutsche Messen mit höchsten Zuwächsen seit 2000**
- **Messe-Etats der Aussteller steigen 2008/2009 um 6 %**
- **Mehr Unterstützung für Auslandsbeteiligungen deutscher Aussteller**
- **AUMA-Vorsitzender Hagen: Messewirtschaft hat Grund zum Optimismus**

Die internationalen Messen in Deutschland konnten in diesem Jahr das beste Ergebnis seit dem Jahr 2000 verzeichnen, seit dem Höhepunkt des New-Economy-Booms. Die Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen der 141 Messen des Jahres 2007 sind nach vorläufigen Berechnungen des AUMA um 2,5 – 3 % gewachsen. Auch für die beiden nächsten Jahre bestehe Grund zum Optimismus: Die deutschen Aussteller wollen ihre Messeinvestitionen für 2008 und 2009 um 6 % steigern. Dies betonte Thomas H. Hagen, Vorsitzender des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, im Herbst-Pressegespräch des Verbandes am 11.12.2007 in Düsseldorf.

Vermietete Standfläche deutlich gewachsen

Die Ergebnisse im Einzelnen: Die Zahl der Aussteller ist gegenüber den Vorveranstaltungen um rund 3 % gewachsen. Noch vor einem Jahr lag das Plus nur bei 1,3 %. Das Wachstum werde, so Hagen, ganz deutlich vom Ausland getragen. Das zeige, dass Deutschland und Europa offensichtlich weiterhin wichtige Absatzmärkte sind, und dass die deutschen Messen stärker als andere Länder dafür die richtige Plattform bieten. Bemerkenswert sei, dass auch die vermieteten Flächen um 3 % gewachsen sind (2006: +0,7 %).

Der AUMA-Vorsitzende: „Ein Unternehmen braucht eine angemessene Standfläche. Hier geht es gar nicht um Repräsentation, sondern um eine angemessene Behandlung der Kunden. Wenn man nicht nur Prospekte verteilen will, sondern eine Atmosphäre für Gespräche und Geschäftsabschlüsse schaffen will, sollte das in entsprechendem Rahmen stattfinden.“

In den nächsten Jahren werde die Nachfrage nach Hallenflächen voraussichtlich über dem Kapazitätszuwachs liegen, der nur noch 1 % pro Jahr erreichen werde. Bei den Besucherzahlen rechnet der AUMA für 2007 mit einem Zuwachs von 2,5 % gegenüber den Vorveranstaltungen. Es gibt ein breites Spektrum von positiven Besucherzahlen, gerade auch bei Investitionsgütermessen. Die Maschinenbaumessen waren ohnehin die Gewinner des Messejahres 2007, sicherlich auch ein Signal der außergewöhnlich guten Konjunktur in diesem Sektor. Hagen: „Auch der Bereich Erneuerbare Energien hatte starke Aussteller- und Besucherzuwächse, von Wind- bis Solarenergie. Insofern profitiert die Messewirtschaft sogar von den hohen Öl- und Gaspreisen.“

Messen sind, so Hagen, nicht durch virtuelle Welten bedroht. Plattformen wie Second Life seien vor allem im Business-to-Business-Sektor nicht relevant. Messen seien eben „Real Life“. Sie bewegten sich in einer Welt, in der mit harten Euros gezahlt werde.

Insgesamt rechnet der AUMA auf den internationalen Messen dieses Jahres mit 164.000 Ausstellern, mehr als 6,6 Mio. m² vermieteter Fläche und über 10,4 Mio. Besuchern.

Fast 40 % der Aussteller investieren mehr Geld in Messen

Nach den Ergebnissen des AUMA-MesseTrend, der jährlichen repräsentativen Befragung von 500 deutschen Ausstellern durch TNS Emnid, gebe es weiter Grund zum Optimismus. Die ausstellende Wirtschaft blicke recht zuversichtlich in die nähere Zukunft.

PresseInfo

Nr. 21 • 11.12.2007

Sie wolle in den beiden nächsten Jahren 6 % mehr für Messebeteiligungen ausgeben als noch 2006 und 2007.

Von allen befragten Ausstellern wollten 38 % mehr Geld ausgeben und nur 14 % weniger. Vor allem größere Unternehmen investierten mehr in Messebeteiligungen.

Der AUMA-Vorsitzende: „Im Vergleich der Branchen planen vor allem Investitionsgüterhersteller höhere Messeausgaben. Hier wollen 46 % mehr Geld einsetzen, nur 13 % weniger. Das ist sicherlich auch ein Spiegel der guten Konjunktur im Maschinenbau. Von den Konsumgüterausstellern planen 30 % höhere Messeaufwendungen und gut die Hälfte konstante Ausgaben.“ Im Durchschnitt aller Aussteller gelte: Wer mehr für Messen ausgibt, investiert vor allem mehr in den Standbau und in die Vergrößerung des Standes.

Rückgang der Inlandsbeteiligungen gestoppt

Der durchschnittliche Messeetat wird für 2008 und 2009 bei 399.000 Euro liegen. Damit wollen die Firmen 10 Beteiligungen bestreiten, davon 6 im Inland und 4 im Ausland, gleichviel wie 2006 und 2007. Hagen: „Dass die Inlandsbeteiligungen deutscher Aussteller stabil bleiben, ist durchaus bemerkenswert, denn wir hatten über viele Jahre Rückgänge. Jeweils 18 % der Firmen planen im Inland mehr bzw. weniger Beteiligungen. Im letzten Jahr wollten sich nur 14 % an mehr Messen in Deutschland beteiligen, 19 % an weniger.“ Das lasse hoffen, dass auch die Inlandsbeteiligungen bald wieder auf den Wachstumspfad zurückkehrten. Vor allem Firmen, die jetzt schon häufig ausstellten, wollten ihr Engagement in Deutschland noch ausweiten.

Auch gebe es keine Umschichtungen von Inlands- auf Auslandsbeteiligungen. Die Aussteller wissen eben, so der AUMA-Vorsitzende, was sie an deutschen Messen haben: internationale Besucher mit hoher Entscheidungskompetenz bei vergleichsweise moderatem Beteiligungspreis und hoher Messequalität.

Die Bedeutung von Messen im Kommunikations-Mix der deutschen Aussteller ist nochmals gestiegen. 82 % betrachten Messen als wichtig oder sehr wichtig in ihrer Business-to-Business-Kommunikation (2006: 79 %). Der Vorsprung der Messen gegenüber dem Außendienst ist nochmals gewachsen. Er verlor einen Prozentpunkt und liegt jetzt recht deutlich an zweiter Stelle mit 77 %. Es folgen Direct-Mailing und Werbung in Fachzeitschriften, jeweils mit leichten Zuwächsen. Events haben dagegen offensichtlich an Faszination verloren, nur noch 39 % halten sie für wichtig (bisher 42 %).

Mehr Geld für Auslandsmesseprogramm der Bundesregierung

Für das Jahr 2008 plant das Bundeswirtschaftsministerium 268 Exportplattformen auf Auslandsmessen. Daran können sich deutsche Aussteller zu günstigen Konditionen und mit organisatorischer Unterstützung beteiligen. Hagen: „Das Interesse an diesem Programm wächst und wächst. Deshalb ist es sehr erfreulich, dass der Bundestag den Auslandsmesse-Etat um 1 Mio. Euro auf jetzt 37 Mio. Euro aufgestockt hat.“ Das erlaube mehr Beteiligungen, aber auch Qualitätssicherung bei Gestaltung und Organisation der Gemeinschaftsstände.

Die wichtigste Zielregion des Programms ist mit Abstand Asien mit fast 60 % aller Beteiligungen. Vor allem das Interesse an Indien wächst explosionsartig. Noch im Jahr 2005 gab es gerade 6 Beteiligungen, 2008 sind es 15. Der Vorsitzende appellierte an Regierung und Parlament, dieses Instrument auch für die Folgejahre mindestens ebenso gut auszustatten. Denn angesichts des sehr schwachen Dollarkurses werde der Wettbewerb in manchen Weltregionen extrem hart. Gerade die mittelständischen Aussteller brauchten bei ihren Auslandsbeteiligungen organisatorische Unterstützung, damit sie sich auf ihr Geschäft konzentrieren könnten.

Auslandsmessen deutscher Veranstalter wachsen zweistellig

Die deutschen Veranstalter planen für das nächste Jahr 232 Auslandsmessen, 14 % mehr als für 2007; dies betonte der Geschäftsführer des AUMA, Dr. Peter Neven. Insgesamt sind die deutschen Veranstalter in 31 Ländern mit eigenen Messen präsent. Im Zentrum stehen jedoch China, Russland, Indien und die Vereinigten Arabischen Emirate. Allein in Shanghai gibt es 41 Messen made in Germany, in Moskau 28. Gerade in China und Russland, aber auch in den Emiraten und in Indien haben sich die deutschen Veranstalter inzwischen einen erheblichen Marktanteil an den internationalen Messen gesichert. Und es wächst nicht nur die Zahl der Messen, auch die bestehenden Messen legen von Jahr zu Jahr kräftig zu.

Dr. Neven: „Von 2005 auf 2006 sind die Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen insgesamt um 40 – 50 % gestiegen. Das wird sich wohl nicht so fortsetzen, aber ein Zuwachs von einem Drittel dürfte für 2007 realistisch sein.“ Immerhin hatten die Auslandsmessen deutscher Veranstalter 2006 rund 1,8 Mio. m² Standfläche, 71.000 Aussteller und 4,7 Mio. Besucher.

Förderprogramm für junge Unternehmen gut gestartet

Der AUMA-Geschäftsführer erläuterte außerdem das Messeförderprogramm des Bundes für junge, innovative Unternehmen, das im Juni 2007 an den Start gegangen ist. Auf 14 Messen haben die Veranstalter Gemeinschaftsstände organisiert, auf denen 165 Unternehmen ausgestellt haben. Ziel dieses Programms ist es, junge Unternehmen frühzeitig an Exportmärkte heranzuführen. Deshalb werden auch nur Messen ausgewählt, die Mindestanteile an ausländischen Besuchern haben. Für 2008 hat das Bundeswirtschaftsministerium 48 Messen ausgewählt, eine Fortsetzung bis 2009 hat der Bund fest eingeplant.

PresseInfo

Nr. 21 • 11.12.2007

Dr. Neven: „Wir hoffen, dass der Erfolg der beteiligten Firmen auch andere Neulinge motivieren wird, frühzeitig auf die großen Branchenplattformen zu setzen. Denn die Vermarktung neuer Produkte nur aus einer Nische heraus kann sehr lange dauern – und vielleicht zu lange für das Überleben eines Unternehmens.“

Der AUMA hat seine Forschungsaktivitäten deutlich verstärkt. Gerade fertig gestellt wurde eine Studie zur Zukunft der Messewirtschaft. Die Handelshochschule Leipzig hat drei Szenarien entwickelt, die zeigen, wie sich unter Berücksichtigung unterschiedlicher Rahmenbedingungen die Messewirtschaft 2020 darstellen könnte.

Außerdem lässt der AUMA gegenwärtig untersuchen, ob und wie Entscheider die Messe als Informations- und Beschaffungsinstrument nutzen. Dazu wurden Messebesucher befragt, aber auch Nicht-Besucher. Schwerpunkte sind das Informationsverhalten, die Nutzung von Messen und anderen Instrumenten im Rahmen des Entscheidungsprozesses und die Zufriedenheit mit den Angeboten von Ausstellern und Veranstaltern. Die Studie wird im 1. Quartal 2008 fertig gestellt.

Der AUMA wird ab 2008 seine Forschungs- und Bildungsaktivitäten in einem eigenen Geschäftsbereich bündeln, im Institut der deutschen Messewirtschaft.

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