

PresseInfo

AUMA-Herbst-Pressegespräch

- **Deutsche Messen 2010: nur zögernde Erholung**
- **AUMA rechnet für 2011 mit leichtem Messewachstum**
- **Messeposition im Medienwettbewerb stabil**
- **Wachsendes Interesse an Auslandsmessebeteiligungen**

Die Rahmenbedingungen für die deutsche Messewirtschaft haben sich nach dem Krisenjahr 2009 erheblich verbessert. Die deutlich positive Grundstimmung in der Wirtschaft, vor allem in der Investitionsgüterindustrie, und hohe Auftragszuwächse, gerade auch aus dem Ausland, geben den Messen Impulse. So wollen nach dem AUMA_MesseTrend, einer repräsentativen Umfrage von TNS Emnid, 27 % der deutschen Aussteller in den beiden nächsten Jahren ihre Messebudgets erhöhen und nur 16 % senken. Dies erklärte Hans-Joachim Boekstegers, Vorsitzender des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, im Herbst-Pressegespräch des Verbandes am 30. November 2010 in Düsseldorf.

Wie der AUMA_MesseTrend 2011 weiter ergab, konzentrieren sich die Etat-Erhöhlungen eher auf größere Firmen: Ein Drittel der Firmen mit über 50 Mio. € Umsatz wollen mehr Geld für Messen ausgeben, bei kleineren ist es nur ein Viertel. Außerdem wollen deutlich mehr Investitionsgüteraussteller ihre Messe-Etats erhöhen (32 %) als Konsumgüteraussteller (23 %). Gleichzeitig wollen 17 % der kleineren Firmen ihre Messe-Etats um über ein Zehntel senken. Der AUMA-Vorsitzende: „Es gibt unverändert eine hohe Sensibilität bei den Messekosten. Die Aussteller achten sehr streng darauf, welche Messe für sie wirklich effizient ist. Und sie wollen die Kosten im Griff halten, wenn die Umsätze nach der Durststrecke in der letzten Krise wieder steigen.“

...

PresseInfo

30.11.2010

Von den Ausstellern, die ihre Messe-Budgets erhöhen wollen, planen fast 50 % größere Standflächen, 42 % wollen mehr in den Standbau investieren, 26 % planen zusätzliche Messebeteiligungen. Boekstegers: „Die zusätzlichen Ausgaben kommen dem Kern des Messegeschäfts, also den Messeveranstaltern und dem Messebau, zugute.“ Höhere Aufwendungen für Hotel- und Transportkosten planen nur relativ wenige Aussteller.

Von denjenigen Ausstellern, die ihre Messe-Budgets senken wollen, wollen fast zwei Drittel einzelne Beteiligungen streichen. Außerdem planen Aussteller mit einem breiten Messeportfolio, an der Standfläche zu sparen. Die Qualität des Standes, geprägt durch Standbau und Personalausstattung, steht dagegen weniger infrage.

Stabile Beteiligungspläne für Inlandsmessen

Jeweils 18 % der deutschen Aussteller wollen in den beiden nächsten Jahren mehr bzw. weniger Beteiligungen im Inland durchführen. Das deutet, so Boekstegers, nicht auf einen Wachstumsschub hin, aber die Beteiligungen deutscher Aussteller seien in der Krise relativ wenig zurückgegangen. Es werde deutlich, dass Konsumgüteraussteller in hohem Maße eine stabile Beteiligungsstrategie verfolgen: Rund drei Viertel wollen die Zahl ihrer Messeauftritte im Inland konstant halten. Im Ausland seien es sogar 83 %. Dies hänge sicherlich auch mit den relativ kurzen Innovations- und Messerhythmen zusammen. Von den Investitionsgüterausstellern planten nur 60 % konstante Inlandsbeteiligungen, 70 % halten am Umfang ihrer Auslandspräsenz fest. Der AUMA-Vorsitzende: „Offensichtlich testet man im Inland eher einmal neue Messeangebote. Denn das Risiko ist überschaubar.“ Im Ausland setze man eher auf bewährte Beteiligungen.

Insgesamt planen drei Viertel der deutschen Aussteller im Ausland konstante Messebeteiligungen. Je 12 % wollen mehr bzw. weniger Messen nutzen. Noch vor einem Jahr plante eine deutliche Mehr-

...

PresseInfo

30.11.2010

heit, ihr Auslandsengagement zu reduzieren. Das stark wachsende Exportgeschäft ermutige viele Firmen, wieder stärker auf Auslandsmessen zu setzen.

Die Position des Instruments Messe im Kommunikations-Mix ist stabil bis steigend. Für 84 % der Aussteller (vor einem Jahr 83 %, vor zwei Jahren 81 %) sind Messen wichtig oder sehr wichtig. Der AUMA-Vorsitzende: „Die Bedeutung der Messe ist offensichtlich weder durch die Wirtschaftskrise noch durch andere Medien beeinträchtigt worden.“ Vor dem Instrument Messe steht nur die im Grunde selbstverständliche Präsenz im Internet (89 %), nach den Messen folgt der Außendienst, den 79 % der Aussteller für wichtig oder sehr wichtig halten; 54 % erreicht das Direct Mailing. Vor diesem Hintergrund erwartet der AUMA für 2011 eine positive Entwicklung der Aussteller- und Besucherzahlen in Deutschland.

Auch die mittelfristige Position des Instruments Messe ist offensichtlich stabil, so der AUMA-Vorsitzende. Für gut zwei Drittel der Aussteller haben Messen in fünf Jahren die gleiche Bedeutung wie heute, 13 % erwarten eine höhere Bedeutung, 15 % eine geringere. Je nach Branchen gibt es hier aber deutliche Unterschiede. Investitionsgüteraussteller sehen die Bedeutung von Messen per Saldo optimistisch, während von den Konsumgüterausstellern zwar 15 % eine steigende Bedeutung sehen, aber ein Viertel eine geringere. Hier sei es, so Boekstegers, eine zentrale Aufgabe für die Messeveranstalter, mit ihren Kunden an neuen Konzepten zu feilen und die Bindung der Aussteller an das Medium Messe zu stärken.

Deutsche Messen 2010: nur zögernde Erholung

Nach einer ersten Einschätzung des AUMA für das Messejahr 2010 werden sich fast 174.000 Aussteller an 159 überregionalen Messen beteiligen. Das ist knapp 1 % mehr als bei den Vorveranstaltungen. Noch 2009 hatte es einen Rückgang von 4 % gegeben. Während die Beteiligungen aus dem Ausland sich im Durchschnitt deutlich

...

PresseInfo

30.11.2010

erholt haben (+2 % gegen -5 % im Vorjahr), sind die Inlandsbeteiligungen mit -1 % nochmals leicht zurückgegangen (2009: -3,5 %).

Der AUMA-Vorsitzende: „Die Richtung stimmt, aber von einer durchgreifenden Besserung können wir für 2010 noch nicht sprechen.“ Die Standfläche erreicht 2010 rund 6,9 Mio. m² und liegt damit rund 3 % niedriger als bei den Vorveranstaltungen (2009: -6 %). Hier wirken offensichtlich Sparmaßnahmen, die 2009 beschlossen wurden, noch deutlich nach.

Die Besucherzahlen sind nochmals leicht zurückgegangen (-2 % gegenüber -8 % im Jahr 2009). Rund 10 Mio. Interessenten wurden registriert. Das ist, so Boekstegers, ein wesentlich besseres, aber noch kein gutes Ergebnis. Von Rückgängen betroffen waren mit Schwerpunkt erstes Halbjahr insbesondere Investitionsgütermessen als Spätwirkungen der Wirtschaftskrise.

Der AUMA-Vorsitzende: „Trotz nur zögernder Erholung der Messen im Jahr 2010 gab es vielfach hohe Zufriedenheit bei Ausstellern und Besuchern.“ Die vielfach gute Stimmung auf durchschnittlich kleineren Standflächen sei für die Messeveranstalter eine nicht zu unterschätzende Herausforderung. Wenn die Umsätze aus vermieteter Fläche stagnierten oder zurückgingen, könne zusätzliches Geschäft nur durch neue Geschäftsfelder entstehen. Viele Veranstalter seien bereits dabei, stärker auf den Feldern Service, Beratung, Catering und Kongress aktiv zu werden.

Mehr Geld für die Unterstützung von Auslandsbeteiligungen

Das Auslandsmesseprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums hatte trotz Nachwirkungen des Krisenjahres 2009 in diesem Jahr eine solide Entwicklung: Es wurden 215 Beteiligungen durchgeführt. Bemerkenswert sei, dass rund 90 % der ursprünglich geplanten Beteiligungen tatsächlich durchgeführt wurden. Dies sei der höchste Realisierungsgrad seit Jahren; Teilnehmermangel habe es also kaum gegeben. Im beginnenden Aufschwung hätten viele Firmen

...

PresseInfo

30.11.2010

die Unterstützung des Bundes genutzt, um auf ihren Exportmärkten wieder Flagge zu zeigen.

Für 2011 sind mehr als 240 Beteiligungen geplant. Dies zeigt, dass die Wirtschaft auf breiter Front auf wachsende Exportgeschäfte vertraut. Für diese Beteiligungen stehen voraussichtlich 42,5 Mio. € zur Verfügung, nach 40 Mio. € in diesem Jahr. Dies ist, so Boekstegers, ein positives Signal der Regierung an die Exportwirtschaft. Die Außenwirtschaftsoffensive des Bundeswirtschaftsministers habe hier sicherlich geholfen, aber dies sei keine Garantie für eine stabile oder wachsende Entwicklung des Etats auf mittlerer Sicht. Der AUMA fordere deshalb unverändert eine Summe von 45 Mio. € pro Jahr für die Unterstützung insbesondere der mittelständischen Wirtschaft auf Auslandsmessebeteiligungen. Denn Messebeteiligungen hätten eine unmittelbare Wirkung auf das Exportvolumen, außerdem sollten Präsentationen unter der Marke „made in Germany“ mit einer entsprechenden Wertigkeit verbunden sein. Auch steige der Organisationsaufwand bei Beteiligungen in entfernten Märkten.

Der Bundeswirtschaftsminister habe zu Recht deutlich gemacht, dass die Industrie Deutschland wieder aus der Krise zieht. Und andere Länder hätten nach der Krise bemerkt, dass ihnen eine exportstarke Industrie fehle, die jetzt wieder für Wachstum und Beschäftigung Sorge. Es gebe also, so der AUMA-Vorsitzende, gute Gründe für eine dauerhafte Exportunterstützung durch den Bund.

Wieder mehr Auslandsmessen deutscher Veranstalter

Das Auslandsengagement der deutschen Messeveranstalter hat sich nach der Wirtschaftskrise relativ schnell wieder erholt. Während die Zahl der Auslandsmessen deutscher Veranstalter von 2008 auf 2009 um 5 % auf 211 zurückging, wurden im Jahr 2010 bereits wieder 231 Messen durchgeführt. Für 2011 sind sogar 260 Messen geplant. Dies betonte der Geschäftsführer des AUMA, Dr. Peter Neven. Über 50 % dieser Veranstaltungen seien in Süd-Ost-Zentral-

...

PresseInfo

30.11.2010

Asien geplant. Die zweitwichtigste Region seien die Europäischen Staaten außerhalb der EU, insbesondere Russland, gefolgt vom Nahen und Mittleren Osten und Lateinamerika. Bei der Betrachtung nach Messestädten liege Shanghai mit 32 Veranstaltungen in Führung, gefolgt von Moskau (30).

Die Weltausstellung in Shanghai von Mai bis Oktober 2010 sei gerade auch für die deutsche Seite sehr erfolgreich zu Ende gegangen. Der deutsche Pavillon sei für seine Gestaltung mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet worden und habe auch unter den Expo-Besuchern eine sehr hohe Popularität gehabt. Die deutsche Beteiligung habe nicht nur die oft zitierte deutsche Organisationsqualität unter Beweis gestellt, sondern auch die führende Rolle deutscher Designer im Messe- und Eventgeschäft. Der AUMA habe die Beteiligung genutzt, um Fachbesucher im deutschen Pavillon auf die Qualität von Messen made in Germany hinzuweisen.

Förderung für junge, innovative Aussteller stärker genutzt

Innerhalb Deutschlands sei das Förderprogramm des Wirtschaftsministeriums für junge innovative Aussteller eine Erfolgsgeschichte. Im Jahr 2010 haben sich bereits 650 Firmen an den finanziell und organisatorisch unterstützten Gemeinschaftsständen beteiligt. Das sind, so Dr. Neven, über 100 mehr als im Jahr 2009. Gerade im beginnenden Aufschwung seien konkrete verkaufsfördernde Instrumente bei Existenzgründern besonders gefragt. Im Jahr 2010 gab es solche Gemeinschaftsbeteiligungen bei 49 Messen (2009: 41). Der AUMA unterstütze dieses Programm insbesondere durch ein Exportberatungsprogramm für die jungen Unternehmen in Kooperation mit den Messeveranstaltern.

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