

PresseInfo

AUMA-Jahres-Pressegespräch

- **Deutsche Messen sind krisenresistent**
- **Ausstellerzahlen und Standflächen legten 2012 weiter zu**
- **Deutsche Auslandsmessen mit starkem Wachstum**
- **AUMA: Etat für Auslandsmessebeteiligungen maßvoll erhöhen**

Trotz schwieriger gewordener Rahmenbedingungen sind die überregionalen Messen in Deutschland weiter auf Wachstumskurs. Das deutlich verringerte Wirtschaftswachstum und die fortdauernde Diskussion um die Euro-Entwicklung haben das Messegeschäft kaum beeinträchtigt. „Die Aussteller werden nicht so schnell nervös, denn sie wissen, dass Messen langfristig wirken“, betonte Hans-Joachim Boekstegers, der scheidende Vorsitzende des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, im Jahrespressegespräch des Verbandes am 5. Juni 2013 in Berlin.

Die internationale Wirtschaft setzt auf deutsche Messen

Im Vergleich zu ihren Vorveranstaltungen registrierten die 160 überregionalen Messen des letzten Jahres 2,0 % mehr Aussteller; ein kaum geringeres Wachstum als 2011 (3,1 %). Wachstumstreiber waren erneut die ausländischen Aussteller mit einem Zuwachs von 4,2 % (2011: +5 %). Boekstegers: „Das ist eine hohe Anerkennung für die Qualität deutscher Messen“. Gleichzeitig zeige diese Entwicklung, dass ausländische Anbieter das stabile Investitions- und Konsumklima in Deutschland zu schätzen wissen.

Die Staaten im Süden der EU, wie Italien, Portugal und Spanien, verzeichneten trotz starker Wirtschafts- und Finanzprobleme stabile Beteiligungen an deutschen Messen; 2011 gab es sogar noch größere Wachstumsraten. Die Ausstellerpräsenz aus Griechenland stieg 2012 um 20 %. Boekstegers: „Das ist einerseits erfreulich, anderer-

...

PresseInfo

05.06.2013

seits setzt die griechische Wirtschaft sehr spät auf offensiveres Exportmarketing“.

Stark haben die Beteiligungen aus den großen ostasiatischen Ländern zugelegt wie China (+11 %), Japan (+9 %) und Süd-Korea (+8 %). Die Ausstellerzahlen aus Indien, so Boekstegers, stagnieren jedoch; offensichtlich wächst das Spektrum exportfähiger Produkte nur begrenzt.

Die Standflächen auf den überregionalen Messen in Deutschland haben mit +4,1 % überraschend deutlich zugelegt (2011: 4,8 %). Grund dafür ist vor allem, dass einzelne Branchenmessen, etwa im Bereich Landwirtschaft, weit überdurchschnittlich gewachsen sind. Darüber hinaus haben viele Aussteller ihre Standflächen vergrößert, weil sie mit ihren Beteiligungen mehr Ziele verfolgen und deshalb auch mehr Kommunikationsflächen benötigen. „Die klassischen Messeziele wie Gewinnung neuer Kunden und Präsentation neuer Produkte bleiben natürlich wichtig“, so der scheidende AUMA-Vorsitzende. „Stark an Bedeutung gewinnt aber z. B. die Suche nach Kooperationspartnern und nach Personal.“

Die Besucherzahlen sind mit -0,6 % minimal zurückgegangen. Noch 2011 gab es ein Plus von 4,1 %. Hier kommen vor allem, so Boekstegers, Strukturveränderungen in einzelnen Konsumgüterbranchen zum Ausdruck. Einen durchgängigen Trend gebe es nicht. Auch seien kleine Veränderungen der Besucherzahlen nicht überzubewerten. Der Besuch sei nur einer von mehreren Indikatoren für den Erfolg einer Messe.

Insgesamt verzeichneten die 160 überregionalen Messen des letzten Jahres 180.823 Aussteller, 7.122.411 m² Standfläche und 10.071.036 Besucher.

...

PresseInfo

05.06.2013

2013 leichtes Wachstum der Messebeteiligungen

Für 2013 rechnet der AUMA erneut mit einem leichten Anstieg der Ausstellerzahlen und der Standfläche. Für ein deutlich stärkeres Wachstum müsse erst die Gesamtkonjunktur wieder mehr in Schwung kommen. Der Besuch der Messen dürfte knapp stabil bleiben. Aktuelle Akzeptanzprobleme hat das Kommunikationsinstrument Messe nicht, so Boekstegers.

Auf ständig wachsende Resonanz stößt das Förderprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums für Messebeteiligungen junger, innovativer Unternehmen. 2012 haben sich rund 700 Aussteller an den Gemeinschaftsständen auf 55 Messen beteiligt, zwei Drittel mehr als noch vor vier Jahren. Nicht zuletzt deshalb hat die Bundesregierung das Programm bis 2016 verlängert. Boekstegers: „Wir begrüßen die Verlängerung des Programms ausdrücklich; denn es ist besonders wichtig in einer Zeit, in der neue Unternehmen in einem harten Wettbewerb schnell Akzeptanz gewinnen müssen“.

Starke Nachfrage nach German Pavilions auf Auslandsmessen

Die Unterstützung deutscher Aussteller im Rahmen des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie wird weiter stark nachgefragt. 2012 beteiligten sich fast 7.300 Firmen auf 252 Auslandsmessen, über 10 % mehr als im Jahr davor. Für diese „German Pavilions“ stehen pro Jahr 42,5 Mio. € zur Verfügung. Der scheidende AUMA-Vorsitzende: „Das ist eine gute Basis für die Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen, aber eine maßvolle Erhöhung des Etats wäre wünschenswert, denn das Gestaltungsniveau muss im Wettbewerb mit anderen Ländern mithalten und man muss Preissteigerungen kurzfristig auffangen können“.

Das Programm sei in der Lage, unerfahrene Firmen an wichtige Auslandsmessen heranzuführen, und es führe zu direkten Geschäftserfolgen; drei Viertel der Aussteller könnten das Ziel

...

PresseInfo

05.06.2013

„Vertragsabschluss“ ganz oder teilweise erreichen. Das Programm unterstütze also direkt den deutschen Export in schwierige Märkte.

Der neu gewählte AUMA-Vorsitzende Walter Mennekes betonte, die Auslandsmessebeteiligungen der deutschen Wirtschaft seien hervorragend geeignet, das „Made in Germany“ als Qualitätssiegel deutscher Produkte zu transportieren, vor allem zur Unterstützung des Mittelstandes. Dazu gehörten auch überdurchschnittlich gut gestaltete Präsentationen, gerade bei Gemeinschaftsbeteiligungen. Auch deshalb sollte der Etat für das Auslandsmesseprogramm angemessen ausgestattet sein.

Deutsche Auslandsmessen legen weiter zu

Die eigenen Auslandsmessen der deutschen Veranstalter wachsen weiter mit hohem Tempo. Im Vergleich mit ihren Vorveranstaltungen verzeichneten die 266 Messen des Jahres 2012 einen Anstieg der Ausstellerzahl um 7,2 % auf jetzt 106.267, wie der Geschäftsführer des AUMA, Dr. Peter Neven, erläuterte. Außerdem seien 3,25 Mio. m² Standfläche (+6,8 %) und 6,4 Mio. Besucher (+5,9 %) registriert worden. Die deutschen Veranstalter nutzten hier die Chancen wichtiger Wachstumsmärkte in Europa, Asien und Lateinamerika. Die Zahl der Auslandsmessen wachse allerdings nicht mehr so stark wie noch vor fünf oder zehn Jahren. Grund dafür sei, dass die Märkte enger werden und die Veranstalter die langfristigen Erfolgchancen sehr sorgfältig bewerten. Das Segment Auslandsmessen habe sich aber so stark entwickelt, dass es heute rund 10 % des Umsatzes der deutschen Messeveranstalter stellt.

Die mit Abstand größte Nettofläche mit insgesamt 1.660.000 m² hatten die deutschen Auslandsmessen in China, gefolgt von Russland (499.000 m²) und der Türkei (330.000 m²). Die Wachstumsraten sind in Indien (+16,4 %) und Russland (+15,1 %) deutlich höher als in China (+5,1 %), allerdings von einem niedrigeren Niveau aus.

...

PresseInfo

05.06.2013

Mehr Kooperationen mit Hochschulen

Die deutsche Messewirtschaft verstärkt gegenwärtig ihre Kooperationen mit Hochschulen. So stand die jüngste BundesDekaneKonferenz der Wirtschaftsfakultäten von Fachhochschulen ganz im Zeichen der Messewirtschaft. Ziel ist es, so der AUMA-Geschäftsführer, das Thema Messe in verschiedensten Studiengängen zu etablieren. Es gebe aber auch Ansätze an einigen Hochschulen, ein Wahlfach Messewirtschaft zu schaffen. Gleichzeitig hätten sich mehrere Messegesellschaften bereit erklärt, in ihren Häusern Hochschulbeauftragte zu benennen, die sich um intensivere Kontakte zu Hochschulen kümmern. Zum einen gehe es darum, dass mehr Messepraktiker in den Hochschulen Vorträge halten, zum anderen darum, dass sich mehr Studenten auf Messen und Messeplätzen informieren. Schließlich gehe es darum, Messen an Universitäten stärker zum Forschungsgegenstand zu machen. Langfristiges Ziel sei es, den Begriff Messewissenschaft zu etablieren.

Pressekontakt: Harald Kötter, Telefon: 030 24000-140
Fax: 030 24000-340, E-Mail: h.koetter@auma.de