



„Messen sind rund um die Welt eine hervorragende Möglichkeit, um einem interessierten Publikum unsere Produkte in ihrer gesamten Bandbreite vorzustellen. So haben wir die Möglichkeit, unsere Technologie zum Anfassen zu präsentieren.“

Interview mit AUMA-Vorstand Philip Harting, verantwortlich für Connectivity & Networks der HARTING Technologiegruppe
Seite 2

Emnid-Studie: Aussteller ausgesprochen kommunikationsstark

Unternehmen, die auf Fachbesuchermessen ausstellen, ergänzen ihr Marketing mit einer Vielzahl anderer Instrumente wie Direct Mailing, Werbung in Fachzeitschriften und Außendienst, ergab eine Befragung von 500 repräsentativen ausstellenden Unternehmen durch Emnid im Auftrag des AUMA. **Seite 3**

Termine regionaler Messen in Deutschland im Februar 2009

Seite 5

Neue Perspektive: Messedesign Jahrbuch 2008/2009

Über 40 Präsentationen auf internationalen Messen weltweit klassifiziert der britische Autor Conway Lloyd Morgan mit Begriffen aus der Literaturtheorie und umgeht bisher übliche Kategorien wie Größe, Budget und Branche. **Seite 8**

Inhalt

Messewirtschaft	2
Messen und Märkte	4
Inlandsmessen	4
Auslandsmessen	6
Recht	7
Personalien	7
Service	7

Fachmessen wichtigstes Medium
**Aussteller setzen auf breites
 Spektrum von Marketinginstru-
 menten**

Unternehmen, die auf Fachbesuchermessen ausstellen, ergänzen ihr Marketing mit einer Vielzahl anderer Instrumente: 83 % setzen auch auf Direct Mailing, 76 % schalten zusätzlich Werbung in Fachzeitschriften und 75 % setzen auch auf Außendienst oder Vertreter. Messebeteiligungen nehmen jedoch durchschnittlich 40 % des Marketingetats ein und sind damit im B-to-B-Sektor das wichtigste Instrument. Das ergab eine Befragung von 500 repräsentativ ausgewählten ausstellenden Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen präsent sind. Die Untersuchung hatte der AUMA bei TNS Emnid in Auftrag gegeben.

Investitionsgüteraussteller sind über die Messebeteiligungen hinaus besonders kommunikationsstark. Nahezu alle Firmen dieses Sektors setzen mehrere Instrumente gleichzeitig ein: fast 90 % nutzen neben Messen den Außendienst, 86 % Direct Mailing und ebenfalls 86 % Anzeigen in Fachzeitschriften. Präsentationen auf Kongressen veranstalten 63 %, jedoch setzen nur 38 % auf Verkauf und Vertrieb per Internet.

Bei Konsumgüterausstellern ist das Spektrum der Instrumente im Durchschnitt deutlich schmaler. Zwar nutzen 80 % Direct Mailing, aber nur 68 % den Außendienst und 64 % Werbung in Fachzeitschriften und immerhin 58 % Verkauf und Vertrieb über das Internet. Messen haben also bei Konsumgüterausstellern relativ häufig nahezu eine Alleinstellung. Insgesamt zeigt sich aber, dass Unternehmenserfolg meistens auf einem optimalen Mix der Marketinginstrumente basiert.

**Neu im Hochschulnetzwerk des
 AUMA: Hochschule Zürich**

Messen haben zwar im Marketing der Unternehmen eine enorme Bedeutung, finden jedoch in den Studienplänen der Studiengänge nicht immer ausreichend Beachtung. Der AUMA unterstützt daher Hochschulen, an denen zu Messethemen gelehrt und geforscht wird, und bietet Vorlesungen und Seminare an. Neu im Hochschulnetzwerk des AUMA ist die Hochschule für Wirtschaft Zürich, an der Hendrik Hochheim, Referent im Institut der Deutschen Messewirtschaft beim AUMA, am 30. Januar 2009 eine ganztägige Vorlesung hielt. Themen waren die wirtschaftlichen Auswirkungen von Messen auf die regionale Wirtschaft und die Bedeutung von Messen in Unternehmen für Marketing, Vertrieb und Export.

Weitere Vorlesungen und Seminare zur Messewirtschaft standen in den letzten Wochen an der Fachhochschule Düsseldorf, der Internationalen Fachhochschule Karlsruhe und der Hochschule Wismar auf dem Programm.

► Kontakt: Institut der Deutschen Messewirtschaft beim AUMA, Hendrik Hochheim, h.hochheim@auma.de

AUMA_Compact
 Der Infodienst für die Messewirtschaft
 Nr. 3 – 12. Februar 2009

Herausgeber:
AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der
 Deutschen Wirtschaft e.V.
 Littenstraße 9, 10179 Berlin
 Telefon: (0 30) 24 000-0, Fax: (0 30) 24 000-340
 E-Mail: info@auma.de, www.auma.de

Redaktion:
 Dipl.-Volksw. Harald Kötter
 Anne Böhl, M.A.

Druck und Versand
 Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach
 G 43801

Bestellen als E-Mail-Version:
http://www.auma.de/Presse/AUMA_Compact

Messen und Märkte

MARKETS-Barometer

Maschinenbau und Chemie bleiben in Russland und China interessant

Die Branchen Maschinenbau und Chemie bieten in den nächsten zwölf Monaten fast ausschließlich in Russland und der VR China noch Wachstumspotential, gab die Germany Trade and Invest im aktuellen MARKETS-Barometer jetzt bekannt. Untersucht wurde das Marktpotenzial der Branchen Kfz, Maschinenbau, Chemie und Bau sowie die Wirtschaftsentwicklung in den nächsten zwölf Monaten in ausgewählten Regionen.

Laut MARKETS geht das BIP in den USA um 1,6 % zurück, in den meisten untersuchten Branchen wird Rückgang erwartet, nur der Bausektor bleibt stabil. Japans BIP sinkt wie im Vorjahr um 0,5 %, hier zeigt der Chemiesektor Stagnation, die anderen Branchen gehen zurück. In Großbritannien sehen die Experten kein Potential in den untersuchten Sektoren, die Wirtschaftsentwicklung geht um 2 % zurück. Auch in Frankreich geht der Markt in den ausgewählten Branchen zurück, Kfz, Chemie und Bau sogar stark; das Bruttosozialprodukt stagniert.

Stärkeres Wachstum - wenn auch niedriger als noch im Vorjahr - weisen vor allem die Länder Russland, VR China und Malaysia auf. Insbesondere die Wirtschaftsleistung in den Vereinigten Arabischen Emiraten sinkt, erwartet wird ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr um sechs Prozentpunkte. Auch in den VAE bleibt nur der Sektor Chemie auf dem bisherigen Niveau, die anderen Branchen gehen zurück. Griechenlands Wirtschaft hingegen geht im Plusbereich geringfügig zurück; Marktpotential hier besteht insbesondere im Maschinenbau und im Chemiesektor; diese Branchen wachsen.

► www.gtai.de

Inlandsmessen

GHM alleiniger Veranstalter der DACH+HOLZ International

Die Gesellschaft für Handwerksmessen (GHM) ist bis zum Jahr 2018 alleiniger Veranstalter der DACH+HOLZ International. Hierauf verständigten sich die beiden Hauptträgerverbände der Messe, der Bund Deutscher Zimmermeister (BDZ) und der Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks (ZVDH), mit der GHM. Bisheriger Mitveranstalter bei der Erstveranstaltung im März 2008 war die Messe Friedrichshafen.

Die DACH+HOLZ International bietet Produkte und Dienstleistungen für das Gebäude an: Holzbau und Ausbau, Dach-, Wand- und Abdichtungs- sowie Klempnerertechnik. Sie spricht in erster Linie Zimmerer, Dachdecker, Bauklempner, Architekten, Planer und Ingenieure an. Turnusmäßig findet diese Fachmesse alle zwei Jahre statt im Wechsel zwischen Messeplätzen im Süden und im Norden.

► Nächster Termin: 24.-27.02.2010, Köln

Vorschau auf überregionale Messen im Februar 2009

BioFach auf rund 45 000 m² Standfläche

In Nürnberg startet am Donnerstag, den 19. Februar 2009 die BioFach - Weltleitmesse für Bio-Produkte mit Vivaness-Weltleitmesse für Naturkosmetik und Wellness. 2 900 Aussteller aus rund 70 Ländern beteiligen sich bis zum Sonntag, den 22. Februar. Der Auslandsanteil liegt bei 65 %; vermietet wurde 45 000 m² Nettofläche.

► Details: www.auma.de

Regionale Messen und Ausstellungen im Februar 2009

- 01.02.-02.02. Frankfurt/Main
HAIR and BEAUTY - Internationale Fachmesse für das Friseurhandwerk und die Haarkosmetikindustrie
- 02.02.-05.02. Freiburg
Internationale Kulturbörse Freiburg - Fachmesse für Bühnenproduktion und Musik
- 04.02.-06.02. Berlin
FRESHCONEX - Internationale Messe und Kongress für Fresh-Cut Convenience
- 04.02.-08.02. Hamburg
REISEN HAMBURG - Internationale Ausstellung Tourismus & Caravaning
- 06.02.-08.02. Sinsheim
Faszination Motorrad - Motorcycle exhibition
- 06.02.-08.02. Bremen
Bremen Classic Motorshow - Ausstellung und Markt für klassische Fahrzeuge
- 07.02.-15.02. Leipzig
Haus-Garten-Freizeit - Die große Verbraucherausstellung für die ganze Familie/ mitteldeutsche handwerksmesse/ Immobilienmesse (13.-15.02.2009)
- 07.02.-09.02. Hofheim-Wallau
InNaTex - Internationale Naturtextil-Messe (Frühjahr)
- 08.02.-10.02. Hamburg
hop (Hamburger Orderpremiere) - Nord-Dessous / Braut & Abend Hamburg
- 11.02.-15.02. Essen
HAUS + GARTEN - Die Frühlingmesse für die ganze Familie
- 12.02.-15.02. Karlsruhe
GiardinaKARLSRUHE - Garten & Lifestyle
- 12.02.-15.02. Karlsruhe
INVENTA - Art of Living
- 13.02.-15.02. Freiburg
AUTOMOBIL - Neuwagen-Verkaufs- und Informationsausstellung
- 13.02.-15.02. Saarbrücken
Freizeit - Reisemarkt Saarbrücken - Messe für Ferien, Camping und Boote mit Autofrühling Saar
- 14.02.-17.02. Karlsruhe
HOGATRENDS - Ideen, Innovationen und Lösungen für die Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung
- 16.02.-17.02. Husum
NORD GASTRO & HOTEL - Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie

- 18.02.-22.02. Rostock
OstseeMesse - Größte Verbraucherschau des Nordens
- 25.02.-01.03. Essen
Reise / Camping - Internationale Messe
Reise & Touristik - Camping & Caravaning
- 26.02.-02.03. München
f.re.e - Die neue C-B-R - freizeit.reisen.erholung - Die Erlebnismesse
- 26.02.-02.03. München
Reise pavillon - Internationale Messe für anderes Reisen
- 26.02.-01.03. Münster
Kunst- und Antiquitäten-Tage - Antiques Exhibition
- 27.02.-01.03. Bremen
BOATFIT - BOOTE ERLEBEN & WERTE ERHALTEN
- 28.02.-08.03. Nürnberg
FREIZEIT, TOURISTIK + Garten - Urlaub, Lifestyle, Wassersport, Camping, Caravans
- 28.02.-02.03. Leipzig
CADEAUX Leipzig (Frühjahr) - Fachmesse für Geschenk- und Wohntrends
- 28.02.-08.03. Erfurt
Thüringen-Ausstellung Erfurt - mit Thüringen feiert - Hochzeit & Feste 28.02.-01.03.2009

► [in Outlook speichern](#)

Inhorgenta europe mit Ausstellern aus 46 Ländern

In München findet von Freitag, den 20. bis Montag, den 23. Februar 2009 die inhorgenta europe statt, die Internationale Fachmesse für Uhren, Schmuck, Edelsteine, Perlen und Technologie. Auf einer Nettofläche von rund 30 000 m² beteiligen sich 1 181 Aussteller, darunter 411 aus dem Ausland. Insgesamt sind 46 Länder beteiligt.

► Details: www.auma.de

Messe [ˈrɛçnə]

Ausgesprochen richtig gerechnet.
Gute Argumente für die deutschen Messen
finden Sie unter: www.erfolgmessen.de





AUMA Die deutsche
Messewirtschaft

Auslandsmessen

ITE Group überspringt 100 Millionen-Marke

Die britische ITE Group schloss das Geschäftsjahr 2007/2008 mit einem Umsatzrekord: 123,3 Mio. Euro Jahresumsatz bedeuten einen Anstieg um 11 % gegenüber dem Vorjahr. Der Gewinn erhöhte sich um 9 % auf 32,6 Mio. Euro. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erzielte ITE in Russland. Erfolgreichste Veranstaltungen waren dort die Baumesse Mosbuil“ und die Tourismusmesse Moscow International Travel and Tourism Exhibition. Den zweitwichtigsten Markt bildeten die GUS-Staaten Zentralasiens. Hier war ITE vor allem mit Baumesen, aber auch Erdöl- und Erdgas-Messen vertreten. Insgesamt organisierte ITE 2008 knapp 160 Messen, für die rund 500 000 m² Fläche vermietet wurden.

► www.ite-exhibitions.com

Knapp ein Viertel mehr Umsatz bei dem britischen Veranstalter dmg world media

Im Geschäftsjahr 2007/2008 stieg der Umsatz von dmg world media, Teil des britischen Medienkonzerns Daily Mail and General Trust (DMGT), auf 226,2 Mio. Euro, 23 % mehr als im Vorjahr. Der operative Gewinn erhöhte sich um 40 % auf 42,5 Mio. Euro. Das Geschäftsjahr war durch die vollständige Übernahme von George Little Management und den Verkauf von 38 Publikums-messen (Home Shows) in Nordamerika an das neu gegründete Unternehmen Marketplace Events geprägt.

► www.dmgworldmedia.com

Neuer Termin für DOMOTEX Middle East

Die DOMOTEX Middle East findet vom 17. bis 19. Mai 2009 im Dubai International Convention and Exhibition Center statt. Ursprünglich war die Veranstaltung von 12. bis 14. Mai 2009 im Dubai Airport Expo Centre geplant.

► www.domotex-middle-east.com/

Vorschau auf Auslandsmessen der AUMA-Mitglieder im Februar 2009

Rund 235 Aussteller auf der WoodMac China

Von Dienstag, den 17. bis Freitag, den 20. Februar 2009 veranstaltet die Deutsche Messe AG in Shanghai die WoodMac China. Aus elf Ländern beteiligen sich 234 Aussteller, darunter 21 aus Deutschland. Die vermietete Nettofläche umfasst 15 000 m².

► Details: www.auma.de

Ispo china winter auf 6 000 m² Standfläche

In Peking treffen sich von Donnerstag, den 19. bis Samstag, den 21. Februar 2009 auf der ispo china winter 300 Aussteller aus 21 Ländern, darunter zwei aus Deutschland. Vermietet wurden 6 000 m² Nettofläche; Veranstalter ist die Messe München.

► Details: www.auma.de

CPM in Moskau mit über 150 deutschen Ausstellern

In Moskau findet von Dienstag, den 24. bis Freitag, den 27. Februar 2009 die CPM Collection Première Moscow statt. 800 Aussteller aus 36 Ländern haben sich angemeldet, darunter 154 aus Deutschland. Sie haben eine Nettofläche von 22 000 m² gemietet. Veranstalter ist die IGEDO Company.

► Details: www.auma.de

Recht

Weitere Entscheidungen zur AdWord-Werbung

Der BGH hat am 21. Januar 2009 in drei Fällen zu der Adword-Werbung bei der Suchmaschine Google entschieden. Google-Adwords sind Textannoncen, die bei Eingabe eines Suchwortes in einer Spalte rechts neben, teilweise auch über den Suchergebnissen eingeblendet werden. Innerhalb der Google-Suchergebnisse sind die Adwords-Textanzeigen durch die Spaltenüberschrift „Anzeigen“ von den nichtkommerziellen Suchergebnissen abgegrenzt.

In dem ersten Fall hat der Beklagte die Abkürzung für Leiterplatten, „PCB“, als Adword verwendet. Dem Kläger gehört die Marke „PCB-Pool“. Da es sich bei „PCB“ aber um eine rein beschreibende Angabe handelt, scheidet laut BGH eine Markenrechtsverletzung aus.

Die Klägerin in dem zweiten Fall firmiert unter „Beta Layout GmbH“. Die Beklagte hatte „Beta Layout“ als Schlüsselwort verwendet. Eine Verletzung der Unternehmensbezeichnung konnte jedoch nicht festgestellt werden, da der Auftritt der Unternehmen so unterschiedlich gestaltet war, dass eine Verwechslungsgefahr nicht bestand.

Die dritte Sache hat der BGH ausgesetzt und dem EuGH vorgelegt. Hier hatte der Beklagte ein Adword verwendet, welches mit dem Namen der Klägerin gänzlich identisch war. Auch die angebotenen Waren und Dienstleistungen waren identisch. Der EuGH soll nun klären, ob die Verwendung des Markennamens als Schlüsselwort eine Benutzung der Marke im Sinne des Markenrechts darstelle.

Personalien

Thorsten Oestreich neuer Leiter Marketing bei der Messe Frankfurt



Thorsten Oestreich (42) hat zu Jahresbeginn die Leitung der Abteilung Marketing innerhalb der Unternehmenskommunikation der Messe Frankfurt übernommen. Oestreich arbeitete zuletzt als EMEA Marketing Manager für Microsoft und leitete zuvor das

Eventmarketing für die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck. Dem internationalen Messegeschäft ist Oestreich über die Frankfurter Buchmesse verbunden, für die er vier Jahre mit den Schwerpunkten Marketingkommunikation und PR tätig war.

In seiner neuen Funktion betreut Oestreich die Themen Unternehmens-Werbung und -sponsoring sowie die Unternehmensmarkenführung.

Service

T:B Experten-Forum Ticketmanagement 2009

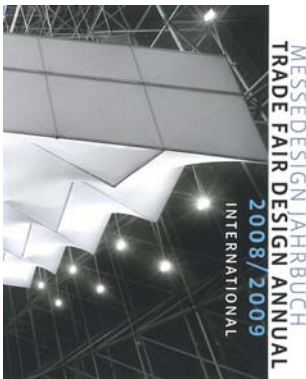
Um Trends und Umsetzungsstrategien im Ticketing geht es auf dem diesjährigen T:B Experten-Forum Ticketmanagement vom 26. bis 27. März in Neuss. Ticketing, Einlasskontrolle und Besuchermanagement sind mit Technologien verbunden und erfordern daher ein zeitgemäßes Know how der Nutzer. Auf dem Programm des Seminars stehen daher vor allem praxisorientierte Fragen, etwa, wie man die Effizienz im Ticketmanagement erhöht und wie Webmarketing funktioniert. Damit verbunden

ist ein Überblick über Vermarktungstrends in sogenannten SocialNetworks, etwa StudiVZ. Auf dem Programm stehen aber auch Best-Practice-Beispiele, etwa zur Vermarktung von Event- und Hoteldienstleistungen, Kartenverkauf für Museen, Mobile und eTicketing.

Die Teilnahmegebühr beträgt für Ticketing-Anwender 590 Euro und für Ticketing-Anbieter 1 190 Euro (Preise zzgl. Mehrwertsteuer). AUMA-Mitglieder zahlen eine rabattierte Gebühr in Höhe von 490 Euro. Bei Buchungen bitte den AUMA angeben.

► Informationen und Anmeldung:
www.Trippe-Beratung.de

Messedesign Jahrbuch 2008/2009



Von Conway Lloyd Morgan. avedition, Ludwigsburg 2009. 224 S.; 69,90 Euro. ISBN 978-3-89986-101-3

Messedesign hat sich mittlerweile zu einer eigenständigen Disziplin in der Architektur entwickelt. Eine

Beurteilung von Messedesigns nur nach architektonischen Kriterien greift laut Autor zu kurz, weil auch Markenpolitik, Corporate Identity und Unternehmenskommunikation auf die Gestaltung Einfluss nehmen. Mit einer konzeptionellen Neugestaltung wartet deshalb diese Ausgabe des Jahrbuchs 2008/2009 auf: Über 40 Messestände klassifiziert Conway Lloyd Morgan mit Begriffen aus der Literaturtheorie und umgeht die üblichen Kriterien wie Größe, Budget und Branche. So ergibt sich eine neue, ungewöhnliche Perspektive für den Betrachter.

Turnusgemäß werden zwei Jahre Messedesign weltweit vorgestellt, im Gegensatz zu dem im Vorjahr veröffentlichten Jahrbuch, das Trends im deutschsprachigen Raum zum Inhalt hatte.

Neu in der AUMA-Datenbank

In den letzten zwei Wochen hat der AUMA zu folgenden Messen und Ausstellungen aktuelle Statistiken und Berichte ergänzt:

Inlandsmessen 2008 FKM geprüft

AIR, Magdeburg
 ALLGÄUER FESTWOCHE, Kempten
 AMERICANA, Augsburg
 ANIMAL, Stuttgart
 belekro, Berlin
 Boulevard.DORTMUNDER HERBST
 Bremen Classic Motorshow, Bremen
 CADEAUX (Herbst), Leipzig
 CARAVAN, Bremen
 CONSUMENTA, Nürnberg
 DU UND DEINE WELT, Hamburg
 EnergieSparTage, Hannover
 FACHDENTAL, Leipzig
 FACHDENTAL Südwest, Stuttgart
 Facility Management, Frankfurt
 FAHOBA.kreativ, Dortmund
 FLEIFA, Leipzig
 GC – GAMES CONVENTION, Leipzig
 GET Nord, Hamburg
 hanseboot, Hamburg

Nicht FKM geprüft

Chemnitzer Frühling, Chemnitz
 CRM-expo, Nürnberg
 dental informa, Hannover
 FASZINATION MODELLBAU, Sinsheim
 GastRo, Rostock
 hair & style management, Stuttgart
 HAM RADIO, Friedrichshafen

Auslandsmessen 2008 mit offizieller Beteiligung

Automechanika Middle East, Dubai
 Beautyworld Middle East, Dubai
 CeBIT Bilisim Eurasia, Istanbul
 CONMEX Middle East, Sharjah
 electronicIndia, Bangalore
 Inter Airport India, New Delhi
 Interbuild, Birmingham
 International PackTech India, Mumbai
 MDA INDIA International Trade Fair for Motion, Drive and Automation inkl. CeMAT India, Bangalore
 Saudi Build, Riad
 SWISSTECH, Basel

► www.auma.de