

„Der Wettbewerb im Ausland ist nicht per se das Problem, sondern seine schnelle Lernkurve. Wir müssen in Deutschland auch in Zukunft flexibler, innovativer und näher am Kunden sein als der Rest der Welt“.

**AUMA-Vorstand
Gerald Böse, Chef
der Koelnmesse, im
Interview. ► Seite 2**



Fachforum AUMA RAVE geplant

Das AUMA_FachForum am 28. April 2009 in Berlin bietet Networking und Erfahrungsaustausch für Absolventen der RAVensburger Berufsakademie, die in der Eventbranche tätig sind. Programmschwerpunkt ist die „Turbo Open Space Conference“ **Messewirtschaft**

► Seite 3

Agenturen konzentrieren sich auf weniger Werbekanäle

Messen und Märkte ► Seite 6

Werbekampagne angelaufen

Seit März 2009 wirbt der AUMA erneut für Messen als Medium für hocheffiziente Business-Kommunikation. Aktualisiert: Imagefilm für Messen in Deutschland

Messewirtschaft ► Seite 4

Inhalt

| | |
|-------------------|----|
| Messewirtschaft | 2 |
| Messen und Märkte | 6 |
| Inlandsmessen | 6 |
| Auslandsmessen | 8 |
| Recht | 10 |
| Personalien | 11 |
| Service | 11 |

__Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Messewirtschaft

AUMA-Vorstand im Profil

Vier Fragen an Gerald Böse

Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH

1. Regelmäßig wird der wachsende weltweite Messewettbewerb beschworen. Welche Chancen geben Sie mittelfristig dem Messestandort Deutschland?

Böse: Der Messestandort Deutschland ist für mich keine Frage der Geografie, sondern der Qualität. Ginge es nur um Hallenkapazität und Nähe zu Produktionsstandorten und zu neuen Absatzmärkten, dann wäre die Karawane in mancher Branche mit ihren Leitmessen längst weiter gezogen, beispielsweise in die supermodernen Gelände Asiens.

Ich glaube fest an eine gute Zukunft des Messestandorts Deutschland innerhalb Europas, einem Markt mit bald 500 Millionen Konsumenten, ohne nennenswerte Handelsbeschränkungen und mit einer Währung. Erfahrung, globale Marktkenntnis und Know-how haben den deutschen Messen einen Vorsprung in der globalen Messewirtschaft verschafft. Wir haben es verstanden, uns zu einem der wichtigsten Marketingpartner und Kommunikationsdienstleister unserer Kunden zu entwickeln. Der Wettbewerb im Ausland ist nicht per se das Problem, sondern seine schnelle Lernkurve. Wir müssen in Deutschland auch in Zukunft flexibler, innovativer und näher am Kunden sein als der Rest der Welt. Wir müssen wachsam bleiben.

2. Wie positioniert sich Ihr Unternehmen im nationalen und internationalen Messewettbewerb?

Böse: In der zunehmend globalisierten und digitalisierten Welt verändern sich die Anforderungen an die Live-Kommunikation und damit die Plattformen, auf denen sich die Wirtschaftspartner treffen. Messen sind dann attraktiv, wenn der Nutzen im richtigen Verhältnis zum Aufwand steht.

Gerald Böse (47) ist seit März 2008 Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH. Nach dem Studienabschluss als Diplom-Betriebswirt startete Böse 1989 seine Messelaufbahn bei der Münchner Messe- und Ausstellungsgesellschaft, wo er bis 1992 tätig war. Von 1992 bis 2005 war Böse bei der IGEDO Düsseldorf tätig, zunächst als Assistent der Geschäftsleitung, später als Prokurist und Geschäftsführer. Von 2005 bis 2008 war Böse Sprecher der Geschäftsführung der Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH. Dem Vorstand des AUMA gehört er seit 2008 an. Im Oktober 2008 wurde er zum stellvertretenden Vorsitzenden des European Chapter der UFI gewählt.

Die Koelnmesse GmbH hat mit 284 000 m² das viertgrößte Messegelände der Welt. Das Unternehmen veranstaltet rund 70 Messen, die das Angebot von rund 45 000 Ausstellern aus 120 Ländern rund 2,3 Mio. Besuchern präsentieren. Hinzu kommen zahlreiche Gastveranstaltungen und bis zu 2 000 Tagungen.

Die Messeteilnehmer erwarten über Kontakte und Innovationen hinaus neue Ideen als Inspiration für ihr Geschäft.

Das wollen wir leisten. Wir wollen Themenführer für die Branchen sein, die uns ihre Kommunikation und ihren Markt anvertrauen. Kommunikationsqualität in Verbindung mit qualifizierten Kundenkontakten ist das wesentliche Merkmal, das in Zukunft im Messegeschäft die Spreu vom Weizen trennt. Wir wollen optimale Kommunikationsqualität bieten. Das müssen wir auf den Leitmessen der Branchen, die der Koelnmesse seit Jahrzehnten vertrauen, permanent weiterentwickeln. Und wir müssen es auf neue Veranstaltungen wie z.B. die Premiere der gamescom in diesem Jahr übertragen.

3. Welche Kommunikationsinstrumente werden künftig die schärfsten Konkurrenten der Messe sein?

Böse: Dies ist nicht allein die Frage von Internet, Direktmarketing oder klassischer Werbung. Da steht die Messe seit Jahren

bestens da, wie der AUMA ja immer wieder nachweist. Ich sehe mit Sorge die Tendenz einzelner großer Hersteller zu Hausmessen, zu Roadshows, zu eigenen Events mit den wichtigsten Kunden, aber auch die zunehmende Macht der Einkaufsverbände mit eigenen Messen und Musterungen. Diese Entwicklung folgt in aller Regel kurzfristigen betriebswirtschaftlichen Kriterien, und es ist nicht an mir, dies zu kritisieren.

Ich appelliere aber gerade an die deutschen Marktführer, in langfristigen Branchendimensionen zu denken und das Beziehungsgeflecht Zulieferer, Abnehmer, Handel, Verbände und Medien, das sich auf einer Messe manifestiert - und zwar auf globaler Ebene - aufrecht zu erhalten. Auch sie profitieren von dem, was das Instrument Messe auszeichnet: neue Produkte, große öffentliche Wirkung, Top-Einkäufer.

4. Was sind für Sie die wichtigsten Funktionen des AUMA? Was wünschen Sie dem AUMA für die Zukunft?

Böse: Kommunikation braucht Vernetzung. Was wir als Messesgesellschaften in den einzelnen Branchen, am jeweiligen Messeplatz und auch an den von uns bespielten ausländischen Standorten leisten, das leistet der AUMA für die Messewirtschaft und für die Reputation des Marketinginstruments Messe insgesamt.

Bei aller Wertschätzung durch die ausstellenden Unternehmen bleibt der Stellenwert von Messen in der Politik, in der öffentlichen Wahrnehmung, aber beispielsweise auch in der Marketingausbildung an den Universitäten noch deutlich ausbaufähig. An dieser Front brauchen wir den AUMA auch in der Zukunft. Ich wünsche allen Aktiven die nötige Kraft und eine starke Unterstützung für die gemeinsame Sache durch ihre Partner und Mitglieder aus allen Bereichen.

Fachforum für Absolventen geplant **AUMA RAVE für RAVensburger Messe-Experten am 28. April 2009**

Mit dem AUMA RAVE bietet der AUMA eine Plattform für die Absolventen der BA Ravensburg, die in ihrem Beruf weiterhin mit der Messewirtschaft verbunden sind. Auf dem Programm des Fachforums am 28. April 2009 im Berliner Tagungszentrum Neue Mälzerei stehen insbesondere Erfahrungsaustausch und Networking. Im Anschluss an die Vorträge von Dr. Peter Neven, AUMA-Geschäftsführer, und Prof. Dr. Jörg Beier, Berufsakademie Ravensburg, können die Teilnehmer daher in der „Turbo Open Space Conference“ unter Moderation von Gabriela Dannenberg ihre Themen einbringen und in Gruppen diskutieren. Die Ergebnisse der einzelnen Workshops werden am Ende zusammengefasst und präsentiert.

Die Teilnahmegebühr für Absolventen des Studienganges Messe-, Kongress- und Eventmanagement der Berufsakademie Ravensburg beträgt 50 Euro zzgl. MwSt. Dieser Betrag umfasst Tagungsunterlagen sowie Speisen und Getränke während der Tages- und Abendveranstaltung. Anmeldeabschluss ist der 31. März 2009.

► Programm, Hotelliste, Anmeldung:
www.auma.de

Chinesische Studiengruppe „Expo Shanghai“ beim AUMA

Am 25. Februar besuchte die chinesische Studiengruppe „Expo Shanghai“ unter Leitung von Dai Liangde, Director of the Department of Shanghai Human Resource Service Center, den AUMA in Berlin. Vom AUMA waren RA Marco Spinger, Geschäftsbereichsleiter Globale Märkte, Natacha Wings, Referentin Globale Märkte, und Bettina Rosenbach, Referentin Aus- und Weiterbildung, anwesend. Sie informierten die Gäste über das Auslandsmesseprogramm des BMWi, die deutsche Betei-

ligung an der Expo 2010 in Shanghai sowie über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Eventbranche in Deutschland.

Die Veranstaltung fand im Rahmen einer Studienreise der chinesischen Delegation durch Deutschland statt. Mitglieder der Delegation waren Repräsentanten verschiedener staatlicher und kommunaler Behörden aus den Bereichen Personalentwicklung, Tourismus, Messeorganisation, aber auch Vertreter der World Expo Group China, der World Expo of Shanghai International Trade Exhibition und des Shanghai Intellectual Property Bureau.

Werbekampagne „Erfolg durch Messen“ erneut angelaufen

Warum lohnt es sich, auf Messen Flagge zu zeigen? Wie können Unternehmen auf Messen mehr Erfolg einfahren und ihre Innovationen präsentieren? Mit Antworten auf diese Fragen wirbt der AUMA seit März 2009 wie schon im Vorjahr für Messen als Medium für hocheffiziente Business-Kommunikation mit weltweiten Absatzchancen.



Die Werbekampagne „Erfolg durch Messen“ umfasst gemeinsam mit Messeveranstaltern gestaltete Werbeplakate in ICE-Zügen und erstmals eine begleitende Broschüre, die in Zügen ausgehängt wird. Die Außenwerbung ist bis

November 2009 zu sehen.

Zum Einsatz kommen im Frühjahr 2009 außerdem TV-Ticker, Kurzeinspielungen vor den Nachrichten und Videotext auf N24. Die Teletextseite unter der Nummer 158 meldet wöchentlich wechselnde Nachrichten zur Messecwirtschaft und aktuelle Messtermine der internationalen und überregionalen Messen in Deutschland. Im Frühjahr und Herbst 2009 sind darüber hinaus

Online-Banner auf knapp 30 Portalen für kleine und mittelständische Unternehmen geschaltet. Die Kampagne umfasst außerdem Textstopper-Anzeigen in überregionalen Tages- und Wirtschaftszeitungen. Parallel dazu kann die Werbe-Kampagne über die Website www.erfolgmessen.de eingesehen werden.

► Kontakt: AUMA, Telefon (030) 24 000-0, Telefax (030) 24 000-330, erfolgmessen@auma.de

AUMA aktualisiert Imagefilm „Messen made in Germany“

Deutschland ist weltweit führender Messeplatz im Herzen Europas mit bester Infrastruktur und idealen Voraussetzungen für die Präsentation von Innovationen. Auf Messen, wo Menschen sich begegnen und miteinander sprechen, entstehen neue Ideen, erhalten Wirtschaftsbranchen entscheidende Impulse. Das sind die Botschaften des jetzt aktualisierten Imagefilmes „Messen made in Germany“.

Die DVD hat eine Länge von zwei Minuten und dreißig Sekunden und enthält neun Sprachfassungen: deutsch, englisch, französisch, spanisch, russisch, chinesisch, japanisch sowie portugiesisch (brasilianische und europäische Fassung). Die neue Version ist im Aufbau gleich geblieben, jedoch wurden die Fotos durch Filmsequenzen ersetzt und Inhalte aktualisiert. Der Werbefilm steht als DVD vorrangig den Informationsstellen für deutsche Messen im Ausland zur Verfügung, darunter den deutschen Auslandshandelskammern, den Auslandsrepräsentanten der deutschen Messeveranstalter und den deutschen diplomatischen Vertretungen.

Mit DVD, Broschüren sowie Anzeigen und Plakaten unterstützt der AUMA das weltweite Marketing der deutschen Veranstalter für Messen in Deutschland.

► Die DVD ist kostenlos zu beziehen über den AUMA; eine Kurzversion steht online zur Verfügung: ► www.auma.de

Erstes Jugend forscht-Projekt mit Unterstützung des AUMA auf einer Messe

Die TerraTec/enertec 2009 in Leipzig war die erste Fachmesse, auf der Preisträger des Nachwuchswettbewerbs der Stiftung Jugend forscht e.V. ihre Forschungsergebnisse mit Unterstützung des AUMA präsentiert haben. So waren die Sieger des Landeswettbewerbs Sachsen 2008, Paul Sprenger und Ralf Meyer, mit ihrem Projekt „Biotreibstoffgewinnung durch Hydrothermale Karbonisierung“ vor Ort und stellten sich den Fragen der Fachbesucher.



Bild: Jugend forscht-Präsentation auf der TerraTec/enertec 2009 in Leipzig

Darüber hinaus wurden die zwei Nachwuchswissenschaftler mit dem Sonderpreis des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft ausgezeichnet. Die jungen Forscher waren sehr zufrieden mit der Lage des Messestandes und der Betreuung: „Insgesamt hat der Besucheransturm am zweiten Messetag unsere Erwartungen bei weitem übertroffen. Wir haben fast 100 Zusammenfassungen an interessierte Leute herausgegeben“.

Über den Zeitraum von drei Jahren ist der AUMA einer der offiziellen Förderer der Initiative Jugend forscht. Dazu lobt der Verband jährlich auf acht Landeswettbewerben von Jugend forscht eine Messepräsentation oder einen Messebesuch für ein Team bis zu drei Forschern in Deutschland aus.

► www.auma.de

AUMA war Hauptsponsor Studierende organisierten zum zweiten Mal Berliner Veranstaltungskongress

„Events create Trends“ war das Motto des Berliner Veranstaltungskongress am 6. März 2009, der zum zweiten Mal von Auszubildenden der Medienakademie cimdata organisiert wurde. Unter den 450 Teilnehmern waren Azubis und Studenten sowie Agenturen, Dienstleister und Lehrer der Eventbranche. Hauptsponsor in diesem Jahr war der AUMA. Dr. Peter Neven, Geschäftsführer des AUMA, eröffnete als Schirmherr die Veranstaltung. Gemeinsam mit Bettina Rosenbach, Referentin Aus- und Weiterbildung im AUMA, hielt er einen Impulsvortrag zum Thema „Messeauftritt – Event im Event“. Außerdem war der AUMA mit einem Informationsstand vertreten.

Auf dem Programm standen weiterhin Vorträge von Spezialisten aus der Veranstaltungspraxis, darunter Ole Hertel, Anschutz Entertainment Group und Mike de Vries, Geschäftsführer der Marketing für Deutschland GmbH. Abgerundet wurde der Kongress durch begleitende Workshops wie z.B. zum Thema „Nachhaltigkeit“ und eine abschließende Podiumsdiskussion.

AUMA_Compact
Der Infodienst für die Messewirtschaft
Nr.5 – 13. März 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@uma.de, www.uma.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.uma.de/Presse/AUMA_Compact

Messen und Märkte

Umfrage des GWA

Agenturen konzentrieren sich auf weniger Werbekanäle

Laut einer aktuellen Umfrage des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen GWA unter seinen Mitgliedern suchen die deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen nach günstigeren Kampagnenlösungen und konzentrieren sich auf eine geringere Anzahl von Kommunikationsdisziplinen. Mit effizienteren Kampagnen und mehr Kreativität wolle man dieses Jahr meistern, meinten 94 % der befragten Agenturen. Zwei Drittel investieren stärker in Kreation und in den Ausbau neuer Geschäftsfelder.

Zu den Haupt-Werbekanälen in diesem Jahr werden laut Befragung die Neuen Medien gehören: 79 % der Agenturchefs sehen hier Wachstum. Weiter verstärkt werden Verkaufsförderung (59 %) und Dialogmarketing (56 %). Dagegen meinen 82 %, dass Werbe-Investitionen als Sponsor reduziert werden, außerdem Event-Marketing (61 %) und klassische Werbung (49). PR hingegen bleibt relativ stabil: 63 % sehen hier gleich bleibende Investitionen, 25 % steigende.

Werbung treibende Branchen in diesem Jahr werden Pharma-Unternehmen sein: Über ein Drittel der Agenturen sieht hier Wachstum, außerdem die Branchen Nahrungs-Genussmittel (28 %) und Energiewirtschaft (28 %). Geringe bis keine Wachstumsimpulse gehen hingegen von den Branchen Automobil-Zulieferer, Medien und Computer/Software aus.

Insgesamt erwartet der GWA, dass sich die Umsätze der Werbebranche 2009 auf Vorjahresniveau bewegen werden; 2008 wurde ein Plus von 5,5 % erwirtschaftet.

Inlandsmessen

NEWCAST findet in diesem Jahr nicht statt

Die Messe Düsseldorf führt in diesem Jahr die turnusmäßig alle zwei Jahre stattfindende NEWCAST – Internationale Fachmesse für Gussprodukte – nicht durch. Als Grund gab der Veranstalter an, dass derzeit viele der ausstellenden Betriebe der Gießereibranche durch Insolvenz bedroht seien. Geplant ist, die NEWCAST 2011 turnusgemäß zu veranstalten.

► www.messe-duesseldorf.de

Vorschau auf überregionale Messen in Deutschland im März 2009

INTERNORGA auf rund 51 000 m² Standfläche

Von Freitag, den 13. bis Mittwoch, den 18. März 2009 findet in Hamburg die INTERNORGA - Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien statt. 1 064 Aussteller aus 26 Ländern beteiligen sich an der Messe, darunter 147 ausländische. Die vermietete Nettofläche umfasst 51 200 m².

► Details: www.auma.de

Rund 215 Aussteller auf der Internationalen Lederwarenmesse

In Offenbach findet von Freitag, den 20. bis Sonntag, den 22. März 2009 die I.L.M. - Internationale Lederwaren Messe - Winter Styles statt. 215 Aussteller präsentieren sich auf 11 300 m² Nettofläche, darunter 78 aus dem Ausland.

► Details: www.auma.de

Regionale Messen und Ausstellungen im März 2009

- 04.03.-08.03. Heidenheim
KONTAKTA – Informations- und Verkaufsausstellung
- 05.03.-08.03. Karlsruhe
art KARLSRUHE – Internationale Messe für Klassische Moderne und Gegenwartskunst
- 06.03.-08.03. Magdeburg
LBA – LANDES-BAU-AUSSTELLUNG Sachsen-Anhalt
- 06.03.-08.03. Dresden
Dresdner auto mobil – Die Messe für Tempo, Trends & Tuning
- 07.03.-08.03. Bremen
outdoor, fahrrad.markt.zukunft.
- 07.03.-08.03. Saarbrücken
INTERMOTO – Die Aktion-Messe für Motorräder und Quads
- 10.03.-12.03. Stuttgart
EMV Stuttgart – Intern. Fachmesse für elektromagnetische Verträglichkeit
- 11.03.-17.03. München
GARTEN MÜNCHEN – Ausstellung für Gartenkultur und Pflanzen
- 11.03.-14.03. München
metall München – Europäische Fachmesse für Metallbearbeitung in Industrie und Handwerk
- 12.03.-15.03. Husum
new energy husum – Internationale Messe zur Nutzung der erneuerbaren Energien
- 12.03.-15.03. Stuttgart
RETRO CLASSICS – Die ganze Welt automobiler Klassik
- 12.03.-15.03. Sinsheim
FASZINATION MODELLBAU SINSHEIM – Ausst. für Modellbahnen und Modellsport
- 13.03.-15.03. Dresden
aktiv + vital – Die Gesundheits- und Wohlfühlmesse
- 13.03.-15.03. Chemnitz
Chemnitzer Frühling
- 13.03.-22.03. Lörrach
REGIO – Drei Länder – eine Ausstellung
- 13.03.-15.03. Magdeburg
MAGDEBOOT – Messe für neue u. gebrachte Boote, Zubehör und Wassersport
- 13.03.-15.03. Stuttgart
Blickfang – Designmesse für Möbel, Schmuck, Mode
- 14.03.-22.03. Mainz
Rheinland-Pfalz-Ausstellung – Mainz – Regional Consumer Goods Exhibition
- 14.03.-22.03. Freiburg
CFT- Camping Freizeit Touristik – mit bike aktiv + Ferienmesse + FIT FOR LIFE
- 18.03.-22.03. Friedrichshafen
IBO – Die große Frühjahrsmesse am Bodensee
- 19.03.-21.03. Leipzig
therapie Leipzig – Fachmesse und Kongress für Therapie, Medizinische Rehabilitation und Prävention
- 19.03.-22.03. Nürnberg
Werkstätten:Messe – Produkt- und Leistungsschau: Werkstätten für behinderte Menschen zeigen Leistung – Vielfalt – Qualität
- 20.03.-22.03. Dresden
Jagen, Fischen, Reiten – Forst & Holz – Die Messe für Tierfreunde und Naturliebhaber und Fachmesse der modernen Forst- und Holzwirtschaft
- 21.03.-29.03. Ingolstadt
miba – Mittelbayerische Ausstellung
- 21.03.-22.03. Karlsruhe
fahrrad.markt.zukunft. – Publikumsmesse rund um Fahrrad, Fitness und Tourismus
- 24.03.-25.03. Pirmasens
plw – leather and more – Internationale Messe für Leder und Schuhzubehör
- 25.03.-29.03. Dortmund
CREATIVA – Ausstellung für kreatives Gestalten
- 25.03.-27.03. Stuttgart
eltefa – Fachmesse für Elektrotechnik und Elektronik
- 26.03.-29.03. Dresden
Dresdner Ostern – Verkaufs- und Erlebnisausstellung für Garten, Heimtier, Kunsthandwerk, Freizeit und Hobby mit INTERNATIONALER ORCHIDEEN-WELT
- 27.03.-29.03. Erfurt
Reiten-Jagen-Fischen – Messe für Freizeit in der Natur
- 27.03.-28.03. Stuttgart
NewCome – Messe und Landeskongress für Existenzgründung, Nachfolge, junge Unternehmen und Franchise
- 28.03.-05.04. Augsburg
afa – Augsburger Frühjahrsausstellung – Verbraucher-Messe für Lifestyle mit Bauen & Wohnen
- 31.03.-02.04. Münster
IPOMEX – international police meeting and exhibition

► [in Outlook speichern](#)

IDS auf rund 63 000 m² Standfläche

In Köln startet am Dienstag, den 24. März 2009 die IDS - Internationale Dental-Schau. Bis Samstag, den 28. März 2009 präsentieren sich 1 737 Aussteller aus 56 Ländern, darunter 1 132 ausländische. Sie haben eine Nettofläche von 63 700 m² gemietet.

► Details: www.auma.de

700 Aussteller auf der Altenpflege + ProPflege erwartet

In Nürnberg findet von Dienstag, den 24. bis Donnerstag, den 26. März 2009 die Altenpflege + ProPflege statt. Aus 18 Ländern werden 700 Aussteller erwartet, darunter 62 ausländische. Die vermietete Nettofläche umfasst 27 000 m².

► Details: www.auma.de

AMI auf 65 000 m² Standfläche erwartet

Von Samstag, den 28. März bis Sonntag, den 5. April 2009 findet in Leipzig die AMI - AUTO MOBIL INTERNATIONAL mit AMITEC - Fachmesse für Fahrzeugteile, Werkstatt und Service statt. 450 Aussteller haben sich angemeldet, darunter 60 ausländische. Insgesamt sind 17 Länder auf 65 000 m² Nettofläche vertreten.

► Details: www.auma.de

45 Länder auf der ProWein in Düsseldorf vertreten

Am Sonntag, den 29. März 2009 startet in Düsseldorf die ProWein - Internationale Fachmesse Weine und Spirituosen. Bis Dienstag, den 31. März 2009 werden sich rund 3 100 Aussteller aus 45 Ländern präsentieren. 2 300 kommen aus dem Ausland. Sie haben eine Nettofläche von 38 000 m² gemietet.

► Details: www.auma.de

700 Aussteller auf der WASSER BERLIN

In Berlin findet von Montag, den 30. März bis Freitag, den 3. April 2009 die WASSER BERLIN - Internationale Fachmesse und Kongress - Wasser und Abwasser statt. 700 Aussteller aus 25 Ländern haben sich angemeldet, darunter 168 ausländische. Die vermietete Nettofläche umfasst 20 897 m².

► Details: www.auma.de

450 ausländische Aussteller auf der European Coatings SHOW

Von Dienstag, den 31. März bis Donnerstag, den 2. April 2009 wird die European Coatings SHOW plus Adhesives, Sealants, Construction Chemicals durchgeführt. Aus 42 Ländern kommen 785 Aussteller, darunter 450 ausländische. Sie haben eine Nettofläche von 26 900 m² gemietet.

► Details: www.auma.de

Messe [tele'sko:p]

Ausgesprochen schneller Überblick.
Gute Argumente für die deutschen Messen finden Sie unter: www.erfolgmessen.de




Auslandsmessen

Zweistelliges Umsatzwachstum 2008 bei Reed Exhibitions

Der weltweit größte Messeveranstalter Reed Exhibitions erzielte im Jahr 2008 ein Umsatzwachstum von 11 % auf von 891 Mio. Euro. Dazu beigetragen hat insbesondere der hohe Anteil zweijährlich stattfindender

Messen. Reed Exhibitions ist Teil des britisch-niederländischen Medienkonzerns Reed Elsevier und organisiert rund 470 Messen in 37 Ländern. ► www.reedexpo.com

Messe Frankfurt kooperiert bei Industrial Automation Messe in Guangzhou

Die Messe Frankfurt plant mit drei weiteren Veranstaltern in Guangzhou eine neue Messe für die elektrische Automatisierung: Termin der SPS - Industrial Automation Fair Guangzhou - ist der 8. bis 11. März 2010. Partner der Messe Frankfurt vor Ort sind die China Foreign Trade Guangzhou Exhibition Corporation, Guangzhou Overseas Trade Fairs Ltd und die Mesago Messe Frankfurt GmbH. Die neue Veranstaltung ersetzt die China International Factory Automation and Instrument Exhibition. ► www.messefrankfurt.com.hk

Vorschau auf Auslandsmessen der AUMA-Mitglieder

53 Länder auf der Abu Dhabi International Book Fair vertreten

Von Dienstag, den 17. bis Sonntag, den 22. März 2009 findet in Abu Dhabi die International Book Fair statt. 597 Aussteller aus 53 Ländern werden erwartet, darunter 25 aus Deutschland. Die vermietete Nettofläche umfasst 7 906 m². Veranstalter ist der Börsenverein des Deutschen Buchhandels. ► Details: www.auma.de

Interstoff ASIA essential mit rund 220 Ausstellern

In Hongkong führt die Messe Frankfurt die Interstoff ASIA essential - Spring International Textile Show durch. Aus neun Ländern beteiligen sich 224 Aussteller; die vermietete Nettofläche liegt bei 2 247 m². ► Details: www.auma.de

Knapp 70 Aussteller auf der Analytica Vietnam

In Hanoi findet von Mittwoch, den 18. bis Freitag, den 20. März 2009 die Analytica Vietnam Internationale Fachmesse für analytische Instrumente, Biotechnologie, Labortechnik und Dienstleistungen statt. Aus elf Ländern beteiligen sich 67 Aussteller, darunter 30 deutsche. Sie haben knapp 1 000 m² Nettofläche gemietet. Veranstalter ist die IMAG München. ► Details: www.auma.de

28 Länder auf der Toy Fair Middle East vertreten

In Dubai führt die Messe Frankfurt von Montag, den 23. bis Mittwoch, den 25. März 2009 die Toy Fair Middle East durch. 100 Aussteller aus 28 Ländern werden erwartet, darunter 13 aus Deutschland. Die vermietete Nettofläche umfasst 2 200 m². ► Details: www.auma.de

R + T Asia/ China Windows auf über 10 000 m² Standfläche

In Shanghai führt die Messe Stuttgart von Dienstag, den 24. bis Donnerstag, den 26. März 2009 die R+T Asia/China Windows durch. Aus elf Ländern werden 336 Aussteller erwartet, darunter 13 deutsche. Vermietet wurden 10 679 m² Nettofläche. ► Details: www.auma.de

450 Aussteller auf der GITF in Guangzhou erwartet

Die Deutsche Messe AG veranstaltet von Donnerstag, den 26. bis Sonntag, den 29. März 2009 in Guangzhou die GITF - Guangzhou International Travel Fair. 450 Aussteller haben sich angemeldet, darunter ein Unternehmen aus Deutschland. Insgesamt sind auf 4 100 m² Nettofläche 35 Länder vertreten. ► Details: www.auma.de

14 Länder auf der Automechanika Malaysia vertreten

In Kuala Lumpur findet von Mittwoch, den 25. bis Samstag, den 28. März 2009 die Automechanika MalaysiaAsia's International Automotive Trade Fair statt. Veranstalter ist die Messe Frankfurt. Aus 14 Ländern werden 117 Aussteller erwartet, darunter drei aus Deutschland. Vermietet wurden 1 326 m² Nettofläche.

► Details: www.auma.de

Recht

Bundesrat für weitere Verschärfung des Datenschutzes

Am 13.2.2009 hat der Bundesrat zu dem von der Bundesregierung vorgelegten „Entwurf eines Gesetzes zur Regelung des Datenschutzaudits und zur Änderung datenschutzrechtlicher Vorschriften“ Stellung genommen.

Der Gesetzesentwurf der Bundesregierung sieht unter anderem vor, dass das sogenannte Listenprivileg zur Weitergabe listenmäßig erfasster Adressdaten grundsätzlich entfällt (vgl. AUMA Compact 2008 Nr. 21). In einer letzten Fassung des Gesetzesentwurfs vom 1.1.2009 wurde der Wegfall des Privilegs allerdings dahingehend eingeschränkt, dass gegenüber freiberuflich oder gewerblich Tätigen unter deren Geschäftsadresse eine Datennutzung zu Werbezwecken nach wie vor möglich sein soll. Der Bundesrat schlägt nun vor, die privilegierte listenmäßige Datenverarbeitung zwar wie bisher zu erlauben. Allerdings muss der Betroffene vor der ersten Weitergabe seiner Daten zu Werbezwecken an Dritte oder vor der erstmaligen Nutzung der Daten im Auftrage von Dritten hierüber informiert werden. Ihm soll dabei dann die Gelegenheit gegeben werden, Widerspruch gegen diese Datenverarbeitung einzulegen.

Ferner greift nach Ansicht des Bundesrates die in dem Gesetzesentwurf vorgesehene Einschränkung des Kopplungsverbot auf Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung zu kurz. Wünschenswert sei ein umfassendes Kopplungsverbot unabhängig von der Marktmacht eines Unternehmens. Nur auf diese Weise sei abgesichert, dass der Betroffene freiwillig in die Datenverarbeitung einwilligt. Eine Datenverarbeitung könne dann nicht mehr damit erzwungen werden, dass damit gedroht wird, den Vertrag anderenfalls nicht abzuschließen. Besonders für die Möglichkeit der Besucherregistrierung könnte ein umfassendes Kopplungsverbot weitreichende Folgen haben, da eine wirksame Einwilligung des Besuchers in die Verarbeitung seiner Daten dann nur möglich wäre, wenn die Registrierung nicht Voraussetzung für den Einlass zur Messe ist.

Schließlich möchte der Bundesrat die Übergangsfrist auf ein Jahr bis zum 1.7.2010 verkürzen. Der Gesetzesentwurf sieht für die Nutzung von Altbeständen von Adressdaten, die nicht den neuen Regeln entsprechen, eine Übergangszeit bis zum 1.7.2012 vor.

Die Bundesregierung hat die Forderungen des Bundesrates nach Verschärfungen und Korrekturen bei der geplanten Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes in einer Gegenäußerung vom 18.02.2009 größtenteils zurückgewiesen. Das Inkrafttreten des Gesetzes ist zum 1.7.2009 geplant.

► Stellungnahme des Bundesrates:

<https://www.2b-advice.com/uploads/media/4-1-09-BR-Empfehlung-der-Ausschuesse.pdf>

► Gesetzesentwurf der Bundesregierung mit Gegenäußerung:

<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/120/1612011.pdf>

Personalien

Frank Thorwirth neuer Chef der Messe Essen



Seit Anfang März 2009 ist Frank Thorwirth (47) Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen.

Gemeinsam mit Egon Galinnis bildet er die Führungsspitze des Unternehmens. Thorwirth ist Nachfolger von Dr. Joachim Henneke, der das

Unternehmen seit 1996 geleitet hatte.

Thorwirth ist seit 1990 im Messegeschäft tätig, zunächst bei der Messe Düsseldorf, für die er führende Positionen im In- und Ausland ausübte, darunter in Tschechien und in den USA. Zuletzt war Thorwirth für die Deutschen Messe AG Hannover tätig - als Geschäftsführer verschiedener Tochtergesellschaften und Joint Ventures sowie als Mitglied in Aufsichtsratsgremien.

Holger Schwannecke neuer ZDH-Generalsekretär

Die Vollversammlung des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) hat Holger Schwannecke (47) am 12.3.2009 mit großer Mehrheit zum neuen ZDH-Generalsekretär gewählt. Er tritt die Nachfolge von Hanns-Eberhard Schleyer an, der nach 20 Jahren an der Spitze des deutschen Handwerks zum Jahresende altersbedingt ausscheiden wird. Der Jurist ist seit 2004 Geschäftsführer des Unternehmerverbandes Deutsches Handwerk (UDH) und des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks. Zuvor leitete er die ZDH-Rechtsabteilung.

Service

Logistikorientiertes Management von Events

Grundlagen und Handlungsempfehlungen für die Eventlogistik. Von Tilo Bobel. Schriftenreihe Logistik der Kühne-Stiftung, Band 14: Haupt Verlag, Bern, Stuttgart, Wien 2009. 381 Seiten. 37,50 Euro. ISBN 978-3-258-07437-5

Das operative und logistische Management von Events trat in der wissenschaftlichen Betrachtung bisher hinter marketingbezogenen und ökonomischen Aspekten zurück. Diese Dissertation will neue Ansätze im Eventmanagement herausarbeiten. Denn zumeist wird Logistik als reine Transportdienstleistung verstanden, die im Zusammenhang mit Events nur eine von vielen Maßnahmen darstellt. Im Gegensatz zu dieser Auffassung steht das Verständnis von Logistik als Steuerungs- und Koordinationsaufgabe. In 43 Interviews mit Experten wendet der Autor einen qualitativen Forschungsansatz an, um zu zeigen, wo Optimierungsmöglichkeiten in Logistikprozessen von Events liegen.

Dazu erstellt der Autor ein Referenzmodell der Eventlogistik, um das Dienstleistungsnetzwerk Event nachvollziehbar zu machen und Handlungsempfehlungen für Praxisprobleme zu entwickeln. Diese werden auf der Netzwerkebene zusammengefasst in dem Anliegen, eine Lösung von Zeit- und Kommunikationsproblemen durch Komplexitätsoptimierung zu erreichen. Auf der Prozessebene sollen Standardisierung und Prozessverbesserung Probleme vermeiden. Der Autor kommt zu zehn Empfehlungen für ein verbessertes Eventmanagement.

Dazu gehören eine Einführung von Logistikorientierung bei Events und der Rückgriff auf ein logistikorientiertes Netzwerkmanagement, Prozessorientierung, Überwindung temporärer Strukturen, Wiederholbarkeit und Standardisierung von Abläufen.

fen, Kundenorientierung, Komplexitätsreduktion, Synchronisation von Prozessflüssen und ein leistungsfähiges Wissensmanagement im Unternehmen.

CD ROM „Die Russische Industrie nach Branchen strukturiert“

Firmen, Standorte, Adressen. Hrsg. ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie, Frankfurt am Main. 120 Euro bzw. 55 Euro für ZVEI-Mitglieder. Bestell-Nr. 13861, über Germany Trade and Invest: Telefax (0221) 2057-262

Daten über russischen Unternehmen liegen bisher vorwiegend in russischer Sprache vor. Jedoch sind diese vielfach in der Bundesrepublik nicht bekannt oder aber die Unternehmen in Deutschland verfügen nicht über das Know-How, diese Daten auszuwerten. Für diesen Zweck hat der ZVEI gemeinsam mit der Bundesagentur für Außenwirtschaft (jetzt Teil von Germany Trade and Invest) eine Datenbank entwickelt, mit deren Hilfe nach den wichtigsten Industrieunternehmen und Energieversorgern recherchiert werden kann. Die Datenbank ermöglicht eine Recherche nach acht Branchen bzw. nach Regionen. Insgesamt sind Unternehmensdaten in 83 Regionen Russlands erfasst.

Die erfassten Branchen sind Energie, Öl und Gas, Grundstoffindustrien, Chemie und Petrochemie, Nahrungs- und Genussmittel, Zellstoff und Papier. Die Anwender können sich die Unternehmen als Listen ausgeben oder als Text- bzw. Excelformat exportieren. Aufgelistet sind die vollständigen Adressen, Kontaktdaten, teilweise die Namen der Manager und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen.

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 (2009) FKM geprüft

electronica, München
GOLF EUROPE, München
IMA, Düsseldorf (2009)
Kind + Jugend, Köln
MAINTAIN, München
MODERNER STAAT, Berlin
PSI, Düsseldorf (2009)
SÜFFA, Stuttgart
SYSTEMS, München

Nicht FKM geprüft

IFMA Cologne, Köln

Auslandsmessen 2008 (2009) mit offizieller Beteiligung

ANKIROS/ANNOFER/TURKCAST, Istanbul
PLME - Private Label Middle East, Dubai

► www.auma.de