

Perspektive 2010: Ökonomische und demographische Strukturveränderungen – Auswirkungen auf die Messewirtschaft

**Klaus Peter Müller,
Sprecher des Vorstandes Commerzbank AG,
Frankfurt am Main**

**Keynote-Address auf dem
DEUTSCHEN MESSEFORUM, 4. Juni 2003 in Wiesbaden**

„Durch die Globalisierung ergibt sich ein größeres Potenzial für Messen sowohl an Besuchern als auch an Ausstellern: die Abnehmer werden mehr Zeit und Geld einsetzen, um ihre Informationen up-to-date zu halten; die Produzenten können sich nicht darauf verlassen, ihre derzeitigen Kunden dauerhaft zu halten. Deshalb müssen sie sich immer wieder um die bestehenden Kundenbeziehungen und die Gewinnung von Neukunden bemühen.

Jedoch sollte sich niemand darauf verlassen, dass bestimmte Funktionen nur durch eine Art von Anbieter, durch ein Instrument oder durch einen Vertriebskanal erfüllt werden können – bloß weil das immer schon so war. Gerade ein Dienstleistungsanbieter muss das Preis-Leistungs-Verhältnis seiner Produkte immer wieder neu unter Beweis stellen. Dies gilt für die Banken genauso wie für die Messen.“

„Perspektive 2010“ – der Titel meines Beitrags stellt ohne Frage eine hohe Hürde dar. In diesen Zeiten sind wir froh, wenn wir die wirtschaftliche Entwicklung in den kommenden sechs Monaten halbwegs zuverlässig abschätzen können. Sieben Jahre erscheinen dann wie eine unendlich lange Zeit.

Und trotzdem will ich versuchen, ein Bild der Rahmenbedingungen zu entwerfen, wie sie sich der deutschen Wirtschaft – und damit auch der Messewirtschaft – am Ende dieses Jahrzehnts bieten werden.

Ist dies angesichts der schon erwähnten Probleme bei der Prognose der kurzfristigen Entwicklung ein vermessenes oder gar überhebliches Vorhaben? Das muss nicht unbedingt sein! Es kommt darauf an, welche Ansprüche wir an eine solche Vorschau stellen.

Natürlich kann niemand wissen, ob wir uns im Jahr 2010 in einem Aufschwung befinden werden oder ob die konjunkturelle Lage ähnlich schlecht ist wie derzeit.

Wir sollten deshalb solche eher kurzfristigen Entwicklungen wie z.B. das Auf und Ab der Konjunktur – so wichtig es auch für andere Fragestellungen sein mag – außer Acht lassen. Statt dessen müssen wir uns auf die mittel- bis langfristigen Trends konzentrieren. Treten wir also gedanklich gewissermaßen einen Schritt zurück, damit die Trends nicht mehr vom tagesaktuellen Geschehen überlagert werden. Dann ergibt sich ein überraschend klares – zugegeben auch etwas grobes – Bild von der Welt in sieben Jahren.

Ich möchte auf drei Trends näher eingehen. Dabei erhebe ich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es wird Entwicklungen geben, die heute noch nicht absehbar sind.

Aber die von mir näher beleuchteten Faktoren werden zweifellos eine bedeutende Rolle spielen. Es sind:

- die bereits im Titel meines Vortrags erwähnte demographische Entwicklung;

- die Globalisierung der Wirtschaft;
- und die Veränderung der Struktur unserer Wirtschaft mit einem stärkerem Gewicht von Dienstleistungen und einer starken Betonung auf Wissen.

Meine Damen und Herren, die demographische Entwicklung ist ein gutes Beispiel dafür, dass manche langfristige Entwicklung wesentlich besser zu prognostizieren ist als z.B. die Entwicklung an den Finanzmärkten in den kommenden Monaten.

Denn die ausschlaggebenden Parameter stehen fest. Für die Entwicklung der Bevölkerung in den nächsten zehn oder zwanzig Jahren ist weniger entscheidend, wie sich die Zahl der Geburten in den kommenden Jahren entwickelt, sondern wie sie sich in den letzten Jahren entwickelt hat. Anders gesagt: Die Alten von morgen sind heute schon da, und die in den vergangenen Jahren nicht geborenen Menschen können nicht einfach durch eine höhere Geburtenzahl heute und in Zukunft ausgeglichen werden.

Bevölkerung Deutschlands schrumpft

In der Summe stehen wir in den nächsten zwanzig Jahren vor gravierenden demographischen Veränderungen. So wird die Bevölkerung in Deutschland nach amtlichen Berechnungen von derzeit knapp 82 Millionen auf 65 bis 70 Millionen im Jahr 2050 zurückgehen. Dabei ist bereits unterstellt, dass per Saldo jedes Jahr zwischen 100 000 und 200 000 Menschen aus anderen Ländern nach Deutschland einwandern.

Ansonsten würden in Deutschland bis 2050 voraussichtlich sogar weniger als 60 Millionen Menschen leben.

Und dies alles, obwohl wir hoffen dürfen, wesentlich älter zu werden als unsere Vorfahren. Folglich wird sich die altersmäßige Zusammensetzung der Bevölkerung dramatisch ändern.

Dabei steht Deutschland nicht allein. In den meisten Industrieländern wird es zu einer ähnlichen Entwicklung kommen. Die einzi-

ge nennenswerte Ausnahme sind die Vereinigten Staaten, die sowohl eine höhere Geburtenrate als auch eine stärkere Zuwanderung aufweisen. Innerhalb der Europäischen Union (EU) entspricht Deutschland in etwa dem Durchschnitt. Insbesondere in den südeuropäischen Ländern wird die Alterung der Gesellschaft noch dramatischer sein.

Im Jahr 2010 wird sich die Situation in Deutschland im Vergleich zu heute zwar noch nicht durchgreifend geändert haben; die Anzeichen werden aber immer deutlicher werden. Das Arbeitskräftepotenzial wird bis dahin sogar noch zunehmen. Der Anteil der über 65jährigen an der Gesamtbevölkerung wird im Jahr 2010 allerdings schon von heute knapp 17% auf über 20% gestiegen sein. Bis zur Mitte dieses Jahrhunderts wird sowohl das Arbeitskräftepotenzial merklich abnehmen als auch der Anteil der „Alten“ an der Bevölkerung weiter steigen.

Im Mittelpunkt der Diskussion stehen zu meist die Auswirkungen einer alternden Gesellschaft auf die sozialen Sicherungssysteme.

Wenn es hier nicht bald zu durchgreifenden Reformen kommt, wird die demographische Entwicklung allein über einen starken Anstieg der Lohnnebenkosten die Wachstumsaussichten und damit den zukünftigen Wohlstand deutlich schmälern.

Keiner kann zwar mit Sicherheit sagen, wie der mühsame Reformprozess in Deutschland in den kommenden Monaten weitergehen wird und welche Schritte in den kommenden Jahren eingeleitet werden. Eines ist aber sicher: In sieben Jahren werden wir einen großen Schritt weiter sein, und zwar aus einem einfachen Grund: weil die Verhältnisse Reformen erzwingen!

Wer diese Reformen durchführen wird – eine reformwilligere rot-grüne Koalition, eine Regierung aus CDU/CSU und FDP oder eine große Koalition – ist eher zweitrangig. Entscheidend ist das Ergebnis!

Alterung reduziert Wachstumsperspektiven

Aber auch wenn wir den im Zuge der demographischen Entwicklung gestellten Herausforderungen durch Reformen begegnen, wird die Alterung der Gesellschaft für sich genommen die langfristigen Wachstumsperspektiven tendenziell verschlechtern.

Meine Damen und Herren, ich möchte nicht missverstanden werden. Ich will damit keineswegs sagen, dass wir aufgrund der demographischen Trends auf Dauer zu schwachem Wachstum oder gar Stagnation verurteilt sind.

Erstens gibt es ein hohes ungenutztes Potenzial an Arbeitskräften, Menschen, die arbeiten wollen, aber keinen Arbeitsplatz finden. Das sind zurzeit mindestens 5 Millionen in Deutschland, also deutlich mehr als die monatlich bekannt gegebene Zahl der registrierten Arbeitslosen.

Würden diese beschäftigt, könnte das Bruttoinlandsprodukt um 250 Mrd Euro oder reichlich ein Zehntel höher sein.

Zweitens gibt es die Möglichkeit, durch höhere Investitionen und technischen Fortschritt die Produktivität der eingesetzten Arbeit zu steigern. Die Vereinigten Staaten haben dies in den letzten Jahren eindrucksvoll vorgeführt.

Langfristig werden die Wachstumsmöglichkeiten einer Wirtschaft also von den zur Verfügung stehenden Arbeitskräften, ihrer Ausbildung und ihrem Engagement sowie von Größe, Struktur und Qualität des Kapitalstocks, also Infrastruktur und Sachkapital der Unternehmen, bestimmt.

Es wäre nicht realistisch, davon auszugehen, dass die demographischen Belastungen durch größere Produktivitätsgewinne – also durch Kapitalintensivierung und technischen Fortschritt – in vollem Umfang ausgeglichen werden können. Auch eine höhere Erwerbsbeteiligung, vor allem der Frauen und der älteren Arbeitnehmer, kann den Rückgang des Arbeitskräftepotenzials

nicht vollständig ausgleichen. In beiden Faktoren liegt aber ein erhebliches Potenzial.

Schließlich wird sich auch das Konsumverhalten ändern. Die älteren Bürger werden ein immer bedeutenderes Kundensegment, auch für das Ausstellungs- und Messewesen.

Gewinner hierbei werden insbesondere die Anbieter von Dienstleistungen sein. Im Ruhestand werden dagegen selten neue Wohnungseinrichtungen gekauft.

Statt dessen geben die älteren Bürger ihr Geld – wenn sie es sich leisten können – eher für Reisen aus und für Dienstleistungen, zum Beispiel im Bereich Gesundheits- oder Pflegedienste.

Als Fazit bleibt: Auf den ersten Blick sind die Verschiebungen in der Altersstruktur der Bevölkerung nicht so bedeutend. Die wirtschaftlichen Auswirkungen werden aber beträchtlich sein, sowohl für die Wirtschaft insgesamt als auch für einzelne Bereiche wie z.B. die Messewirtschaft.

Ähnliches gilt für einen anderen Trend, die Globalisierung der Wirtschaft. In den vergangenen zehn Jahren ist der Welthandel im Durchschnitt knapp doppelt so stark gewachsen wie die Welt-Produktion.

Noch stärker als der Außenhandel nehmen die Direktinvestitionen der Unternehmen im Ausland zu.

Trend zur Globalisierung ungebrochen

Ich sehe keinen stichhaltigen Grund, weshalb sich dieser Trend nicht fortsetzen sollte. Die Ereignisse vom 11. September 2001 und die sich hieraus ergebenden Konsequenzen werden verschiedentlich als eine Gefahr für die Globalisierung angesehen.

Der 11. September stellt zwar unter anderem durch erhöhte Ausgaben für Sicherheit und eine veränderte Risikoeinschätzung eine Belastung für das weitere Zusammenwachsen der Weltwirtschaft dar und verzögert diesen Prozess. Ein nachhaltiges Abflachen dieses Trends oder gar eine Umkehr

erwarte ich aber nicht. Denn mehrere Gründe sprechen für eine Fortsetzung der Entwicklung hin zu einer immer stärker integrierten Weltwirtschaft. Zu nennen sind hier in erster Linie:

- die Fortschritte in der Kommunikations- und Informationstechnologie, die eine Abstimmung über weite Entfernungen und eine Aufteilung der Wertschöpfungskette auf mehrere Länder ermöglicht;
- der Abbau von Handelsschranken, sowohl auf globaler Ebene im Rahmen der WTO als auch durch regionale Freihandelszonen wie EU, NAFTA, ASEAN oder Mercosur;
- die Öffnung von lange Zeit abgeschotteten Märkten, wie z.B. China oder den Ländern des früheren Ostblocks;
- und schließlich ganz allgemein der Drang vieler Länder, über die Integration in die weltweite Arbeitsteilung ihren Wohlstand zu steigern; gerade abgeschottete Länder wie Nordkorea oder der Irak zeigen, dass der Verzicht auf Einbindung in die weltwirtschaftliche Arbeitsteilung zu Wohlstandseinbußen und Armut führt, materiell wie geistig.

Folglich werden wir im Jahr 2010 in einer Wirtschaft leben, die noch stärker international verwoben ist – sowohl im Außenhandel als auch bei der Kapitalverflechtung der Unternehmen. Dabei werden voraussichtlich zwei Regionen für die deutsche Wirtschaft weiter an Gewicht gewinnen, deren Anteil an den deutschen Exporten bereits in den vergangenen zehn Jahren merklich gestiegen ist: Asien sowie Mittel- und Osteuropa einschließlich der GUS.

In Asien sticht insbesondere der riesige Markt China hervor.

Im vergangenen Jahr gingen erst 2% der deutschen Ausfuhr in das Reich der Mitte, womit sich der Anteil seit dem Beginn der neunziger Jahre aber fast vervierfacht hat.

Angesichts des kräftigen Wachstums in China deutet alles darauf hin, dass das Gewicht Chinas in den kommenden Jahren weiter steigen wird.

Der Anteil Mittel- und Osteuropas an der deutschen Ausfuhr hat sich in den vergangenen zehn Jahren verdoppelt. Die Länder des früheren Ostblocks sind zusammen genommen als Exportmarkt für die deutsche Wirtschaft inzwischen wichtiger als die USA.

In den kommenden Jahren werden sich die Wirtschaftsbeziehungen mit unseren östlichen Nachbarn weiter vertiefen.

Dies ergibt sich allein schon durch die Osterweiterung der Europäischen Union im nächsten Frühjahr. Das Wachstum in den Beitrittsländern wird mittelfristig mit etwa 4% p.a. doppelt so hoch ausfallen wie das der heutigen EU-Länder.

Im Jahr 2010 werden voraussichtlich auch Bulgarien und Rumänien Mitglied der Union sein, und wahrscheinlich wird im überwiegenden Teil der neuen Mitgliedsländer zu diesem Zeitpunkt der Euro Landeswährung sein.

Dienstleistungsanteil stark gestiegen

Der dritte „Mega-Trend“ – um dieses Modewort zu verwenden – betrifft die Veränderung der Struktur unserer Wirtschaft hin zu einer Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft. Der Anteil der Dienstleistungen an der privaten Wirtschaft ist in den vergangenen zehn Jahren von etwas mehr als 48% auf nun knapp 56% gestiegen.

Anfang der siebziger Jahre lag dieser Wert in Westdeutschland noch bei weniger als 35%.

Dieser Trend wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Die deutlichen Produktivitätsfortschritte insbesondere in der Industrie machen es möglich, mit einer abnehmenden Anzahl an Beschäftigten mehr zu produzieren. Aus gesamtwirtschaftlicher Sicht werden somit Arbeitskräfte für andere Bereiche verfügbar, also für den Dienstleistungsbereich.

In Deutschland wird dieser nahezu weltweit zu beobachtende Trend noch durch den Prozess der Globalisierung verstärkt. Die Produktion vieler Waren wird an kostengünstigere Standorte verlagert. In Deutschland verbleiben Tätigkeiten, die entweder viel Know-how erfordern oder solche, die ortsgebunden sind.

Die Eröffnung eines Fitness-Studios in Osteuropa kann die hiesige Nachfrage nicht befriedigen, so niedrig die Kosten für den Betrieb dort auch sein mögen.

Somit sind hier eigentlich zwei Entwicklungsstränge zu unterscheiden: Zum einen steigt aufgrund des zunehmenden Wohlstands die Nachfrage nach Dienstleistungen, die uns das Leben angenehmer machen. Dazu gehören auch einfache Dienste, etwa im Haushalt. Diese können meistens nur ortsgebunden produziert werden, sind somit dem weltweiten Wettbewerb allenfalls in sehr begrenztem Umfang ausgesetzt.

Zum anderen müssen wir uns in den Bereichen, in denen ein internationaler Wettbewerb besteht, angesichts des hiesigen hohen Lohnniveaus mehr und mehr auf hochproduktive und innovative Tätigkeiten konzentrieren.

Dies sind oftmals Dienstleistungen, bei denen es nicht um bestimmte Produkte, sondern um die Entwicklung von Problemlösungen geht. Hier handelt es sich also um den häufig zitierten Schritt von der Dienstleistungs- zur Wissensgesellschaft.

Starke Industrie weiter notwendig

Ich möchte aber auch einem Missverständnis vorbeugen: Mit einer reinen „Blaupausen-Gesellschaft“ können wir keine Vollbeschäftigung erreichen. Eine starke Industrie gehört also weiterhin zum erfolgreichen Umbau der deutschen Wirtschaft.

Ich fasse zusammen: Wie wird sich das Umfeld der Messewirtschaft in knapp zehn Jahren darstellen? Diese wird sich in einer alternden Gesellschaft befinden, deren Wirtschaft noch stärker global vernetzt ist und in der der Anteil der Dienstleistungen

– sowohl der einfachen als auch der anspruchsvollen – weiter zugenommen hat.

Und was bedeutet dies für die Messewirtschaft? Ohne Frage wird sich der Branchenmix ändern. Dienstleistungsunternehmen werden als Aussteller und als Besucher spürbar an Bedeutung gewinnen.

Messen werden internationaler

Zudem werden Messen noch internationaler werden. Gerade die Länder Mittel- und Osteuropas sowie Asiens werden immer stärker vertreten sein, die alten Industrienationen Westeuropas und die USA werden eher Marktanteile verlieren. Preisgünstige Anbieter mit durchaus respektablem Produktqualitäten werden in den Vordergrund treten. Messen werden hier nur Spiegel veränderter Außenhandelsströme sein. Das mag manchem deutschen Anbieter nicht gefallen. Aber ich empfehle, sich dieser Realität zu stellen und nicht etwa auf Zugangsbeschränkungen für bestimmte Ausstellergruppen zu setzen.

Zudem muss sich die Art von Informationen ändern, die Messen bieten. Denn den Messen ist mit dem Internet und seinen Möglichkeiten ein starker Konkurrent erwachsen. Es gibt bereits Branchenportale, über die man sich zumindest einen Überblick über die Anbieter verschaffen kann. Und hier wird es in den kommenden Jahren sicherlich noch mehr und noch tiefer gehende Angebote geben.

Wird das Internet Messen auf Dauer überflüssig machen, der Messewirtschaft also ein Schicksal drohen, wie es z.B. meiner Branche in dem bekannten Ausspruch von Bill Gates angedroht wurde: „Banking is essential – banks are not!“? Nein, meine Damen und Herren, ich bin vielmehr überzeugt: Die zunehmende Elektronisierung und Virtualisierung wird die Messen – wie die Banken – nicht verdrängen.

Allerdings steht die Messewirtschaft vor einer Veränderung, die gewisse Parallelen zu meiner Branche aufweist. Viele von Ihnen werden für Basisdienstleistungen wie Überweisungen nicht mehr eine Bankfiliale aufsuchen, sondern das Internet in An-

spruch nehmen. Entsprechend wird die Anzahl jener Messebesucher abnehmen, die – um es plakativ auszudrücken – nur Kataloge einsammeln wollen. Beides – die Standarddienstleistungen im Bankgewerbe und der erste Überblick über die Angebote einer Branche – ist im Internet bequemer und preiswerter zu haben.

Allerdings haben wir die Erfahrung gemacht, dass Kunden, sobald sie den Bereich der Standardprodukte verlassen, auf den direkten Kontakt zum Berater nicht verzichten wollen. Sie möchten einen Ansprechpartner haben, der sie mit Informationen versorgt, die nicht standardisiert sind, sondern auf ihr ganz spezielles Problem zugeschnitten sind.

Nicht umsonst entstehen immer mehr Beratungszentren zu speziellen Themen wie z.B. Baufinanzierung, obwohl ich einen Überblick über die Konditionen für Standard-Hypothekarkredite schnell und bequem im Internet bekomme. Zudem gilt: Nur der persönliche Kontakt schafft Vertrauen zwischen Kunden und Anbieter. Und ein solches Vertrauen ist die zentrale Voraussetzung für die Entwicklung und Pflege jeder langfristigen Kundenbeziehung.

Messen als Kundenberatungs-Zentren

Analog muss sich die Messewirtschaft positionieren. Weg von Standardinformationen in Hochglanzbroschüren, hin zu einer Börse für tiefere und individuelle Informationen, die auf den einzelnen Kunden zugeschnitten sind. Weniger bestimmte Produkte werden dabei wahrscheinlich im Mittelpunkt stehen, als vielmehr die Demonstration, dass man die individuellen Probleme der Kunden lösen kann.

Wenn die Messewirtschaft diesen veränderten Anforderungen gerecht wird, kann sie einer der Gewinner in den kommenden zehn Jahren sein.

Denn einer der von mir beschriebenen Trends, die Globalisierung der Wirtschaft, vergrößert das Geschäftspotenzial der Messen erheblich. Globalisierung bedeutet ja nichts anderes, als dass die internationale

Arbeitsteilung immer weiter verstärkt wird. Arbeitsteilung erzeugt zusätzlichen Handel, also eine wachsende Zahl an Lieferanten-Kunden-Beziehungen, die geknüpft und gepflegt sein wollen. Messen sind eine ideale Möglichkeit hierfür.

Globalisierung heißt auch, dass die Anzahl potenzieller Zulieferer für jeden Kunden steigt. Er braucht also mehr Informationen, um tatsächlich einen Marktüberblick zu erhalten; und er wird häufiger seine Lieferanten wechseln.

Höheres Messepotenzial durch Globalisierung

Hier ergibt sich ebenfalls ein größeres Potenzial für Messen sowohl an Besuchern als auch an Ausstellern: Die Abnehmer werden mehr Zeit und Geld einsetzen, um ihre Informationen up-to-date zu halten. Und die Produzenten können sich nicht darauf verlassen, ihre derzeitigen Kunden dauerhaft zu halten. Deshalb müssen sie sich immer wieder um die bestehenden Kundenbeziehungen und die Gewinnung von Neukunden bemühen.

Das Potenzial für die Messewirtschaft ist also gegeben. Wenn sie sich den durch den technischen Fortschritt und die Globalisierung geänderten Anforderungen anpasst, braucht sie die Zukunft nicht zu fürchten.

Aber, meine Damen und Herren, es besteht auch kein Grund zur Euphorie. Der schon erwähnte Satz von Bill Gates „Banking is essential - banks are not“ war zwar in dieser Zuspitzung ohne Frage eine Übertreibung. Aber als Warnung für die Banken wie für jede andere Branche kann er durchaus dienen.

Jedoch sollte sich niemand darauf verlassen, dass bestimmte Funktionen nur durch eine Art von Anbieter, durch ein Instrument oder durch einen Vertriebskanal erfüllt werden können – bloß weil das immer schon so war.

Gerade ein Dienstleistungsanbieter muss das Preis-Leistungs-Verhältnis seiner Produkte immer wieder neu unter Beweis stel-

len. Dies gilt für die Banken genauso wie für die Messen.

Das Glas ist halbvoll – nicht habler. Aus erkannten Risiken können Chancen erwachsen. Traurigkeit hilft ebenso wenig wie Euphorie. Wir sollten uns darauf einstellen, mehr denn je auf uns selbst und auf unsere unternehmerischen Fähigkeiten angewiesen zu sein.

Vielen Dank!