

## **Vorschläge der deutschen Messewirtschaft zur Wiederaufnahme und Durchführung von Messen am Messestandort Deutschland**

Bund und Länder haben bei der Bewältigung der Corona-Pandemie entschieden und kraftvoll reagiert, um die Ausbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 einzudämmen. Die deutsche Messewirtschaft unterstützt dieses Vorgehen nachdrücklich. Der Schutz aller Messebesucher, Aussteller und Mitarbeitenden hat für die deutsche Messewirtschaft schon immer Priorität!

Messen waren als Erstes von pandemiebedingten Einschränkungen betroffen und benötigen aufgrund der langen Planungsvorläufe von mehreren Wochen bzw. Monaten einen gezielten Fahrplan, wann Messen wieder durchgeführt werden. Da die Messewirtschaft entgegen anderer Wirtschaftszweige keine Nachholeffekte nutzen kann, gilt es jetzt entsprechende Planungsperspektiven für Aussteller, Veranstalter und Dienstleister zu schaffen.

Unerlässlich ist dabei eine sachgerechte und nachvollziehbare Differenzierung so genannter „Großveranstaltungen“. Großveranstaltungen sind nicht eindeutig definiert, es werden die verschiedensten Veranstaltungsformate vermischt. Veranstaltungen sind daher individuell zu beurteilen und zu bewerten.

Maßgeblich für die Durchführungsmöglichkeit sollten dementsprechend die Art und der Charakter der Veranstaltung sein und nicht eine starre Gesamtpersonenanzahl. Messen bringen Anbieter und Nachfragen zusammen und haben einen klaren Geschäftszweck. Sie sind keine Freizeitveranstaltung.

Messen und Kongresse weisen sowohl im Hinblick auf die Verhaltensweisen der Teilnehmer und ihrer Interaktion miteinander als auch bei so wichtigen und bereits gegebenen Voraussetzungen wie kontrollierten hygienischen Rahmenbedingungen wichtige Unterscheidungsmerkmale zu anderen Veranstaltungsformaten auf, wie von z.B. Konzerten, Sportveranstaltungen mit hohen Zuschauerzahlen, Volksfesten oder Tanzveranstaltungen.

Messen sind ein effektives und besonders schnelles Instrument zur Unterstützung der Konjunkturerholung, gerade jetzt in wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Sie sind für Unternehmen der Marktplatz, um Kontakt zwischen Anbietern und Nachfragern herzustellen. Gerade für deutsche Unternehmen und den deutschen Mittelstand sind Messen unverzichtbar. Messen sind zudem ein Ort der Lösungsfindung und der Innovationen. Auf Messen und Kongressen tauschen sich Forscher, Wissenschaftler, Ingenieure, Gründer, Kapitalgeber und viele andere aus, um Lösungen für die unterschiedlichsten Bereiche unserer Gesellschaft (z.B. Verkehr, Bildung, CO<sub>2</sub>-Reduzierung, Energiewende, Gesundheit etc.) zu finden.

Messen setzen darüber hinaus einen überproportional starken Impuls für die regionale Wirtschaft (Messestandbauer, Hotels, Gastronomie, lokales

Handwerk, Einzelhandel u.v.m.). Die volkswirtschaftlichen Produktionseffekte von Messen in Deutschland belaufen sich nach Berechnungen des ifo-Instituts von 2018 auf 28 Mrd. Euro. Messen stehen für über 230.000 direkt beschäftigte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in unserem Land.

Im Hinblick auf ein stufenweises Wieder-Anfahren der deutschen Wirtschaft ist es wichtig, die Funktion von Messen in diese Strategie einzubeziehen. Die deutsche Messewirtschaft trägt dabei Verantwortung und steuert ihre Vorschläge und Expertise bei.

Aufgrund der weltweit vorbildlichen Infrastruktur am Messestandort Deutschland lassen sich mit von den Messegesellschaften ergänzend durchgeführten Maßnahmen Messen auch unter temporär erhöhten Anforderungen durchführen.

Grundsätzlich können und sollen Messen möglichst zeitnah und bis Ende des Jahres 2020 unter den folgenden Rahmenbedingungen durchgeführt werden:

- Sicherstellung einer Personendichte, die einen generellen Mindestabstand von 1,5 m zwischen Personen im gesamten Gelände und allen Bereichen ermöglicht
- Einhaltung der vom Robert-Koch-Institut vorgegebenen Hygienestandards
- Sicherstellung der Kontaktnachverfolgung der Messteilnehmer

Folgende Gegebenheiten und Maßnahmen sollten daher aus unserer Sicht im Einzelnen bei der Beurteilung und Durchführung berücksichtigt werden:

## **1. Personendichte**

---

Messen unterscheiden sich bei der Besucherverteilung in der Fläche, und damit der Personendichte, deutlich von anderen Veranstaltungsformen.

Hinzu kommt die zeitliche Dauer von Messen. Messen finden in der Regel ganztägig (für 8 bis 10 Stunden täglich) statt und erstrecken sich zudem über mehrere Tage. Das ist mit keinem anderen Veranstaltungsformat vergleichbar.

Es macht daher einen signifikanten Unterschied, ob 50.000 Teilnehmer sich für wenige Stunden konzentriert an einem Veranstaltungsort treffen oder 50.000 Messebesucher sich über einen mehrtägigen Zeitraum auf einer um ein Vielfaches größeren Fläche befinden, um einem geschäftlichen Zweck nachzugehen. Auf einer Messe befindet sich nie die gesamte Besucheranzahl zu einem Zeitpunkt an einem Ort, sondern verteilt sich zeitlich und räumlich.

Messeteilnehmer können deshalb den geforderten Mindestabstand zueinander einhalten und dennoch ihren Geschäftszweck erzielen.

Das Verhalten von Messebesuchern ist nicht auf ein kollektives Gemeinschaftsgefühl ausgerichtet, sondern fokussiert sich auf den Informationsaustausch, den Wissenstransfer oder den Geschäftsabschluss.

Dies führt per se schon zu keiner hohen Personendichte. Die empfohlenen Mindestabstände im Sinne des individuellen Gesundheitsschutzes können sowohl durch das geschilderte Verhalten der Messebesucher selbst als auch in Kombination mit weiteren organisatorischen Maßnahmen eingehalten werden.

Schon jetzt steuern Messeveranstalter gezielt die Personendichte in den Eingangsbereichen, den Messehallen selbst sowie den Konferenzbereichen im rechnerischen Verhältnis zu der jeweiligen Hallen- bzw. Raumgröße. Messeveranstalter haben hierbei langjährige Erfahrungen und können veranstaltungsindividuell Lösungen anwenden. Sie schaffen es, durch eine Anpassung der Flächen oder eine Limitierung der Besucherzahlen dafür zu sorgen, dass die jeweils geltenden Abstände bei ihren Veranstaltungen verpflichtend eingehalten werden.

Darüber hinaus haben Messen die Besonderheit, dass sie die Anzahl der Ein- und Ausgänge je nach individuellem Charakter der Veranstaltung erhöhen oder variieren können, was zusätzlich aktiv zu einer entsprechenden Verteilung der Besucher genutzt werden kann.

Das Einhalten des notwendigen Abstands kann zudem durch ein konsequentes Crowd-Management (u.a. durch Wegeführung, Wegeleitsysteme etc.) ggf. mit Unterstützung von geschultem Personal und Technologien unterstützt werden.

## **2. Hygienestandards**

---

Die konsequente Beachtung der jeweils geltenden Hygienestandards bildet eine konzeptionelle Grundlage für jede Durchführung von Messen. Die deutschen Messestandorte verfügen bereits über eine hervorragende Infrastruktur, die schon jetzt höchste Hygienestandards gewährleistet. Aktuell wäre hierbei folgendes vorzusehen bzw. ist bereits gegeben:

- Empfehlungen und Hinweise an Aussteller, die Abstandsregeln und Möglichkeiten der persönlichen Hygiene bereits bei der Standgestaltung und Planung des Messeablaufes zu berücksichtigen.
- Vor und während der Messe, beginnend vor Aufbau und Anreise, permanente, aktive Information der Aussteller, Besucher und Dienstleister über notwendige, von allen einzuhaltende Maßnahmen des Infektionsschutzes:

- Maßnahmen und Möglichkeiten für Händehygiene auf dem Gelände
  - Achtung der anerkannten Distanzregeln
  - Priorisierung einer „No-Handshake-Policy“
  - Selbstdisziplin bei der Hand-Gesicht-Affinität
- Einhaltung strenger Hygienevorschriften auf dem Messegelände, insbesondere enge Reinigungszyklen für Gemeinschaftseinrichtungen und Kontaktflächen
- Eine hohe Dichte an Handwaschmöglichkeiten; Handdesinfektionsmöglichkeiten an Eingängen, Informationsständen, Gastronomiebetrieben ist bereits Teil der Infrastruktur von Messen
- Mittels der Betriebssteuerung ihrer Belüftungsanlagen können Messen eine gute Durchlüftung von Eingängen, Hallen und Konferenzräumen stets gewährleisten.

### **3. Kontaktnachverfolgung**

Um gezielte Kontaktnachverfolgungen in Verdachtsfällen zu ermöglichen, ergreifen Messeveranstalter im Vorfeld und während der Veranstaltung geeignete Maßnahmen. Dazu zählen eine starke Fokussierung auf das Online-Ticketing für Messen sowie die Registrierung von Ausstellern, Besuchern und Dienstleistern. Diese Möglichkeiten kommen schon jetzt am Messeplatz Deutschland zum Einsatz und können entsprechend erweitert werden.

AUMA e.V., Berlin, den 22. April 2020