AUMA

Verband der deutschen Messewirtschaft

Messe-Politikbrief

Q3/2026

Deutsche Wirtschaftsflaute erreicht die Messewirtschaft – Reformen jetzt!

© AUMA | Christian Kruppa

Philip Harting (Jahrgang 1974) ist seit 2019 AUMA-Vorsitzender. Er ist Vorstandsvorsitzender der HARTING Technologiegruppe mit Sitz in Espelkamp/NRW. Das Familienunternehmen ist auf vielen nationalen wie internationalen Messen als Aussteller vertreten. Es zählt zu den weltweit führenden Anbietern industrieller Verbindungstechnik und beschäftigt rund 6.100 Mitarbeitende an 14 Produktions- und 42 Vertriebsstandorten.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Messewirtschaft hat sich lange gegen die Wirtschaftsflaute in Deutschland gestemmt. Auch die Bilanz 2025 ist noch positiv: Über 300 Messen, rund 192.000 Aussteller, mehr als 12,7 Millionen Besucherinnen und Besucher – mit weiter wachsender internationaler Beteiligung. Doch die ersten Kennzahlen 2026 zeigen: Die heimische Wirtschaftsflaute erreicht nun auch den weltweit führenden Messeplatz Deutschland. Im ersten Quartal gingen laut erster Prognose die Ausstellerzahlen um 2,3 Prozent zurück, die vermietete Standfläche sogar um 4,6 Prozent. Positiv zu vermelden ist: Die Besucherzahlen legten um fast ein Prozent zu.

Das ist ein weiteres Warnsignal für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Denn Messen sind Zukunftsmesser der Konjunktur: Wo Unternehmen ausstellen und Geschäfte anbahnen, entsteht Vertrauen in die Zukunft. Wo Zurückhaltung dauerhaft wächst, werden Investitionen immer weiter verschoben. Deshalb kommt es jetzt auf eine tatkräftige Bundesregierung an, die Reformen kraftvoll umsetzt. Deutschland kann wirklich nicht noch länger warten. Die Weichen für das Wachstum des nächsten Jahrzehnts müssen in diesem Jahr gestellt werden.

Diese Ausgabe des Messe-Politikbriefs zeigt, was für die deutsche Messewirtschaft jetzt zählt: Die Flexibilisierung der Arbeitszeit kann Betrieben und Beschäftigten mehr Gestaltungsspielraum ermöglichen – wenn sie nicht nur für wenige Großunternehmen gilt. Der Etat des Auslandsmesseprogramms darf auf keinen Fall gekürzt werden: Unternehmen brauchen gerade in diesen wirtschaftlich und geopolitisch schwierigen Zeiten belastbare Brücken in neue internationale Märkte. Fortschritte bei der Konnektivität, wie die Absenkung der Luftverkehrsteuer und die Stärkung der Flughäfen, sind richtige erste Schritte. Ein starker Luftverkehrsstandort Deutschland, pünktliche Züge sowie digitale und schnelle Visumverfahren bleiben zentral für einen Messeplatz, der international weiter führen will.

Ihr Philip Harting
Vorsitzender
Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA)

#1 Wochenarbeitszeit muss in der Messepraxis ankommen

#2 Kürzung des Auslandsmesseprogramms schwächt den Wirtschaftsstandort

#3 Konnektivität des Messeplatzes Deutschland stärken

Unsere zentralen Forderungen

- Die wöchentliche statt einer täglichen Höchstarbeitszeit ermöglichen.
- Wochenarbeitszeit auch für kleine, nicht tarifgebundene Unternehmen einführen.

→ Mehr Flexibilität für Betriebe und Beschäftigte: Breites Verbändebündnis fordert Wochenarbeitszeit

→ Wochenarbeitszeit jetzt - Mehr Freiheit pro Woche

→ AUMA fordert gemeinsam mit 13 Verbänden Wochenarbeitszeit

Wochenarbeitszeit muss in der Messepraxis ankommen

Messen sind kurze, intensive Geschäftsphasen, in denen Aufbau, Messetage und Abbau mit ausgefeilter Logistik eng ineinandergreifen. Dafür braucht die Messewirtschaft ein Arbeitszeitrecht, das zur betrieblichen Praxis passt. Der AUMA unterstützt deshalb das im Koalitionsvertrag verankerte Vorhaben, „die Möglichkeit einer wöchentlichen anstatt einer täglichen Höchstarbeitszeit zu schaffen“. Kommt die Reform jedoch nicht in der Breite der Messewirtschaft und ihrer unterschiedlichsten Dienstleister an, bringt sie keine substanziellen Vorteile – weder für mehr Produktivität noch für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Warum?

Für die Messewirtschaft wäre die Flexibilisierung der Arbeitszeit ein wichtiger Modernisierungsschritt. Aussteller, Veranstalter und Dienstleister wie Messebauer könnten Einsätze besser planen. Beschäftigte könnten intensive Phasen anschließend unkompliziert ausgleichen. Eine Lösung, die flexible Wochenarbeitszeit nur über Tarifverträge oder Betriebsvereinbarungen ermöglicht, geht an der Struktur der Messebranche vorbei. Entscheidend ist, dass die Reform in den kleinen und mittelständischen Betrieben ankommt, wo Messearbeit tatsächlich stattfindet. Denn die deutsche Messewirtschaft ist mittelständisch geprägt. Etwa 87 Prozent der ausstellenden Wirtschaft sind kleine und mittlere Unternehmen. Auch Messedienstleister wie Standbauer, Caterer, Unternehmen für Veranstaltungstechnik oder Agenturen sind regelmäßig nicht tarifgebundene Kleinunternehmen.

Die Bundesregierung sollte eine Wochenarbeitszeit einheitlich für alle Betriebe ermöglichen, die diese Spielräume brauchen. So ist es bereits in 13 EU-Ländern gängiger Standard. Flexible Arbeitszeitregeln müssen für Veranstalter, Aussteller und Dienstleister möglich sein. Ruhezeiten, Arbeitsschutz und Ausgleich bleiben unverzichtbar. Moderne Arbeitszeitregeln sind praxisnah und für Betriebe und Beschäftigte gleichermaßen fair. Insofern darf die Wochenarbeitszeit kein Privileg tarifgebundener Großunternehmen werden. Sie muss auch kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie ihren Beschäftigten mehr Spielraum geben.

AUMA
Verband der deutschen Messewirtschaft

Unsere zentralen Forderungen

- Den AMP-Etat des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie auf 49 Millionen Euro erhöhen.
- Den AMP-Etat des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat auf 18 Millionen Euro erhöhen.

→ Stellungnahme: Neufassung der Außenwirtschaftsstrategie des Bundes | AUMA

→ Bundesregierung bekräftigt: Auslandsmesseprogramm bewährtes Instrument der Außenwirtschaftsförderung | AUMA

Kürzung des Auslandsmesseprogramms schwächt den Wirtschaftsstandort

Das Auslandsmesseprogramm (AMP) des Bundeswirtschaftsministeriums bietet weit mehr als Unternehmensplattformen zur Markterschließung. Messe-Gemeinschaftsstände unter der Dachmarke „made in Germany" leisten Standort-Marketing mit politischer Signalwirkung. Deshalb ist die von der Bundesregierung geplante Etat-Kürzung für 2027 ein verheerendes Signal. Bei schwacher Konjunktur, zunehmender geopolitischer Unsicherheit und wachsender Standortkonkurrenz muss Deutschland ein effizientes Instrument, das Wirtschaftsstandort und internationale Positionierung gleichermaßen stärkt, ausbauen.

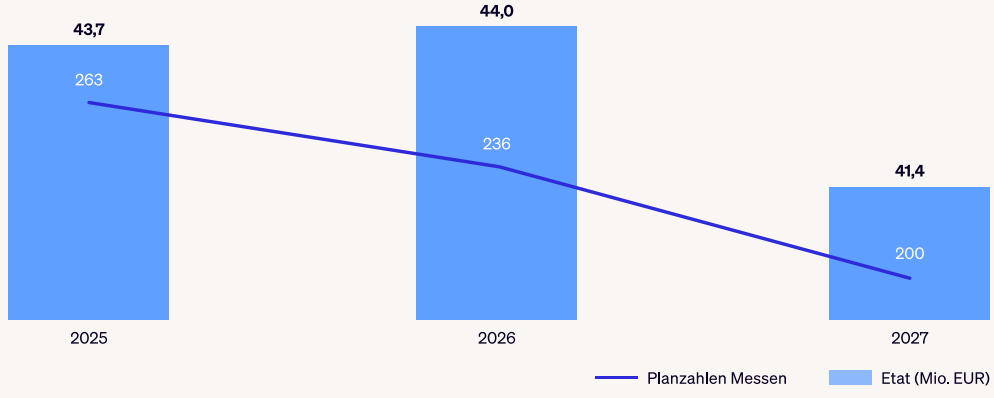
Der Nutzen ist belegt: Ein ins AMP investierter Steuer-Euro führt laut BAFA-Evaluierung zu rund 216 Euro Wertschöpfung in Deutschland. Außenwirtschaftsförderung über Messen ist keine konsumtive Ausgabe, sondern eine Investition in Produktion, Wachstum und Beschäftigung – und auch Steuereinnahmen. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen, 85 Prozent der AMP-Nutzer, erschließen durch German Pavilions weltweit Kunden, Partner und Märkte. 84 Prozent der Aussteller sichern oder steigern durch ihre Teilnahme ihren Export.

Umso schwerer wiegt die Entwicklung. Seit 2016 stagniert der AMP-Etat, während die Kosten für Auslandsmessebeteiligungen um bis zu 40 Prozent gestiegen sind. 2026 können mit 44 Millionen Euro nur noch 236 Gemeinschaftsstände geplant werden, nach 263 im Vorjahr. Sinkt der Etat 2027 auf vorgesehene 41,4 Millionen Euro, drohen sogar weniger als 200 Beteiligungen. Damit werden Exportchancen und Geschäftspotenziale des deutschen Mittelstands drastisch gekürzt.

Die Kürzung widerspricht dem Koalitionsvertrag, der eine finanzielle Stärkung der Außenwirtschaftsförderung vorsieht. Zugleich investieren andere Länder stark in internationale Messebeteiligungen. Italien und die Türkei organisieren mittlerweile mehr Gemeinschaftsstände als Deutschland – und das in wettbewerbsfähiger Qualität. Vor diesem Hintergrund ist der Deutsche Bundestag gefordert, den AMP-Etat auf mindestens 49 Millionen Euro zu erhöhen.

Auslandsmesseprogramm

Weniger Budget, weniger Standort-Marketing, weniger Exportchancen



Quellen: AUMA und BMWE

AUMA
Verband der deutschen Messewirtschaft

Unsere zentralen Forderungen

- Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit im Bahnverkehr priorisieren.
- Weitere Standortkosten im Luftverkehr senken, etwa Flugsicherungs- und Luftsicherheitsgebühren.
- Visumverfahren zügig digitalisieren.
- Mehrjahres-Visa für wiederkehrende Messegäste schneller erteilen.
- Bei Terminengpässen Sondertermine für Messegäste einrichten.

→ Stellungnahme: Rolle der Messewirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor | AUMA

→ Airmail Politik: Deutscher Luftverkehr in der Kostenfalle | Lufthansa Group

→ Erläuterung Pünktlichkeitswerte für den Juni 2026 | Deutsche Bahn

→ AUMA-Stellungnahme: Der internationalste Messeplatz der Welt braucht schnelle und digitale Visumverfahren

Konnektivität des Messeplatzes Deutschland stärken

Der weltweit internationalste Messeplatz Deutschland lebt davon, dass Menschen, Waren und Ideen zuverlässig zusammenkommen. Dafür braucht es direkte Flugverbindungen, leistungsfähige Flughäfen und Bahnhöfe, pünktliche Züge sowie schnelle Einreiseverfahren für Messegäste. Die Senkung der Luftverkehrsteuer und das Infrastruktur-Zukunftsgesetz sind richtige Schritte. Doch das reicht bei weitem nicht aus, um die Konnektivität Deutschlands wieder wettbewerbsfähig zu machen.

Wer auf Messen ausstellt oder Messen besucht, entscheidet auch nach Erreichbarkeit, Kosten und Verlässlichkeit. Deutschland bleibt jedoch ein teurer Luftverkehrsstandort. Laut dem Bundesverband der Deutschen Fluggesellschaften (BDF) können die staatlichen Standortkosten eines A320-Flugs aus Deutschland über siebenmal so hoch sein wie die eines Flugs aus Madrid. Werden Strecken ausgedünnt, verliert auch der Messeplatz Deutschland an internationaler Wettbewerbsfähigkeit.

Wichtig ist auch die Mobilität auf der Schiene. Wenn Züge unzuverlässig sind, Anschlüsse verloren gehen oder lange Bauarbeiten zentrale Achsen blockieren, leidet die Erreichbarkeit von Messegeländen. Das gilt beispielsweise für die Korridorsanierung Lehrte–Berlin, die ab Oktober 2026 mehr als 60 Minuten zusätzliche Reisezeit zwischen Berlin und Hannover verursachen wird. Wie groß der Handlungsdruck bei der Zuverlässigkeit ist, verdeutlicht die Statistik vom Juni 2026: Laut Deutscher Bahn erreichten nur 52,6 Prozent der Fernverkehrszüge ihr Ziel pünktlich.

Niedrigere Standortkosten und verlässliche Infrastruktur helfen aber wenig, wenn internationale Messegäste wegen verspäteter Visumerteilung oder fehlender Termine zur Visumbeantragung Messetermine verpassen. Die Digitalisierung der Verfahren und schnellere Mehrjahres-Visa für wiederkehrende Messegäste würden ihre Einreise nach Deutschland beschleunigen und erleichtern. Es geht um die ganzheitliche Erreichbarkeit Deutschlands. Konnektivität ist Standortpolitik.

Messeplatz Deutschland

Konnektivität ist Standortpolitik

Der AUMA ist der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., der Dachverband der deutschen Messewirtschaft. International wie national vertritt er die Interessen aller großen und mittleren Messegesellschaften Deutschlands, internationaler Veranstalter in Deutschland sowie der Verbände, welche Aussteller, Service-Unternehmen, kleine Messeveranstalter, Besucherinnen und Besucher vertreten.

Gleich 70 Messeplätze zwischen Nordsee und Bodensee machen das Messeland weltweit einmalig. Zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. 66 Prozent der Aussteller und 36 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland. Internationale, nationale und regionale Messen in Deutschland ziehen in Spitzenzeiten bis 230.000 ausstellende Unternehmen und 13 Millionen Besucherinnen und Besucher an.

Durch Messen in Deutschland werden wenigstens 280.000 Jobs gesichert. Die Messewirtschaft in Deutschland trägt Jahr für Jahr mit gut 30 Milliarden Euro an wirtschaftlichen Effekten zum Wohlstand des Landes bei. Bund, Länder und Gemeinden allein nehmen 5,4 Milliarden Euro an Steuern durch Messen in Deutschland ein.

Jörn Holtmeier
Geschäftsführer

j.holtmeier@auma.de

Silvia Bauermeister
Leiterin Politik, Recht und Nachhaltigkeit

s.bauermeister@auma.de

Guillermo Bretel
Manager Public Affairs

g.bretel@auma.de

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9
10179 Berlin
www.auma.de

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Philip Harting (Vorsitzender)
Peter Ottmann (1. stv. Vorsitzender)
Klaus D. Kremers (2. stv. Vorsitzender)

Geschäftsführer:
Jörn Holtmeier

Registergericht: Amtsgericht Berlin Charlottenburg
Vereinsregister-Nr.: 21 366 Nz
Umsatzsteuer-Identifikations-Nr.: DE 217620114
Lobbyregisternummer: R001005

Berlin, Juli 2026

LinkedIn I Instagram I Threads I BlueSky I WhatsApp