

AUMA INFO

Messe-Politikbrief

Q4/2024

Deutschland ist Messeplatz Nummer 1 in der Welt – wir wollen, dass das so bleibt



© AUMA | Christian Kruppa

Philip Harting (Jahrgang 1974) wurde 2022 im Amt als AUMA-Vorsitzender für drei weitere Jahre bestätigt. 2019 wurde er erstmals zum Vorsitzenden gewählt, seit 2008 ist er im AUMA-Vorstand aktiv. Harting ist Vorstandsvorsitzender der gleichnamigen Technologiegruppe mit Sitz in Espelkamp/NRW, die auf vielen nationalen wie internationalen Messen als ausstellendes Unternehmen vertreten ist.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie lesen die Premiere des Messe-Politikbriefs. Wir vom Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA, dem Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, möchten Sie als Verantwortliche in der Politik künftig besser informieren, was die Messewirtschaft in Deutschland für Ihren Wahlkreis, Ihre Themen und Ihre Entscheidungen bedeutet.

Deutschland ist der führende Messeplatz in der Welt. Zwischen Husum an der Nordsee und Friedrichshafen am Bodensee, zwischen Essen im Westen und Leipzig im Osten werden jedes Jahr zwei Drittel aller Weltleitmessen ausgerichtet. Etwa 330 Messen pro Jahr an rund 70 deutschen Messestandorten zeigen nahezu täglich Innovationen, neue Produkte und Services sowie Lösungen für die großen Zukunftsthemen. Messen sind außerdem große Nachrichtenaufhänger, um über Fortschritte, Entwicklungen und Debatten zu informieren.

Messe macht Wirtschaft erst lebendig. Sie ist das ideale Sprungbett für den Exporterfolg der Unternehmen ihrer Wahlkreise. Kein Messeplatz ist internationaler als unser Land. Insbesondere die kleinen und mittelständischen Unternehmen profitieren vom internationalen Publikum direkt vor der Haustür. Durchschnittlich 60 Prozent der ausstellenden Unternehmen kommen aus dem Ausland auf deutsche Messen – Tendenz steigend. An der Messewirtschaft hängen in Deutschland über 230.000 Jobs. Die Branche trägt in Spitzenzeiten jährlich mit über 28 Milliarden Euro zum gesamtwirtschaftlichen Plus bei. Davon profitieren vor allem Kommunen, Länder und der Bund, die jedes Jahr rund fünf Milliarden Euro Steuereinnahmen durch das Messengeschäft verbuchen können.

Als Dachverband der deutschen Messewirtschaft vertreten wir als Team von 25 engagierten Messemenschen von Berlins Mitte aus Messegesellschaften wie ausstellende Unternehmen und auch die Besucherinnen und Besucher von Messen. Wir machen das mit Leidenschaft, professionell und transparent. Hier finden Sie unseren Eintrag ins Lobbyregister: [Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft - R001005](#).

Ab sofort wollen wir Sie viermal im Jahr über aktuelle Entwicklungen in unserer Branche und unsere Anliegen informieren. Thema Nummer 1: Der internationale Wettbewerb schläft nicht – ganz im Gegenteil: Viele Märkte blicken mit großem Interesse auf unsere erfolgreichen Branchenschauen und investieren massiv in den Ausbau ihrer Messekapazitäten. Umso wichtiger ist es, dass Deutschland seine Position als Messeplatz Nummer 1 in der Welt stärkt, besser noch: ausbaut. Das geht nur bei einem gemeinsamen Verständnis in Politik und Wirtschaft.

Ich freue mich auf Ihr Feedback. Sprechen Sie mich persönlich und mein Team gern an, wenn Sie Fragen haben oder weitere Informationen benötigen.

Viel Spaß bei der Lektüre!

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

- #1 Mehr ins Auslandsmesseprogramm investieren und Wachstum für die Zukunft sichern
- #2 Visaverfahren für Messeteilnehmende beschleunigen – und endlich digitalisieren
- #3 Praxisgerechte Umsetzung von Nachhaltigkeitsberichtspflichten

Unsere zentrale Forderung

Für eine zielgerichtete Außenwirtschaftsförderung im Jahr 2025 sollte der Deutsche Bundestag entsprechend handeln:

- Der AMP-Etat des BMWK sollte von derzeit rund 44 Millionen auf 49 Millionen Euro steigen.
- Der AMP-Etat des BMEL sollte auf 14 Millionen Euro erhöht werden, im ersten Schritt zunächst auf das Vor-Corona-Niveau von 12 Millionen Euro angehoben werden.

- [Unterstützung im Ausland - AUMA](#)
- [Auslandsmesseprogramm \(bmwk.de\)](#)
- [BMEL - Messen in In- und Ausland - Inlands- und Auslandsmessen](#)

Mehr ins Auslandsmesseprogramm investieren und Wachstum für die Zukunft sichern

Rund 300 durch den Bund finanzierte Gemeinschaftsstände auf Messen weltweit, die German Pavilions, ermöglichen erste Messeauftritte deutscher Unternehmen. Damit stärken sie bereits seit 75 Jahren den Exporterfolg Deutschlands. Weltweite Kostensteigerungen reduzieren jedoch die hohe Wirkungskraft des Auslandsmesseprogramms. Der Etat sackte kurzzeitig ab und ist jetzt wieder auf dem Niveau von 2019. Um im internationalen Wettbewerb zu bestehen und den Export deutscher Produkte zu stärken, müssen die Haushaltsmittel steigen.

Die Bundesregierung unterstützt im Rahmen des Auslandsmesseprogramms (AMP) jedes Jahr exportorientierte kleine und mittelständische Unternehmen bei ihren ersten Messebeteiligungen im Ausland. Auf deutschen Gemeinschaftsständen, den German Pavilions, präsentieren die Unternehmen Produkte und Dienstleistungen „made in Germany“. Seit nunmehr 75 Jahren trägt dieses erfolgreiche Außenwirtschaftsinstrument zur Erschließung neuer Märkte und zur Stärkung der Präsenz deutscher Unternehmen in Auslandsmärkten bei. Andere Länder nehmen sich mittlerweile ein Beispiel daran.

Zugleich ist das AMP ein Best-Practice-Beispiel für eine gelungene Zusammenarbeit zwischen Politik und Wirtschaft. Der Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA koordiniert gemeinsam mit den Verbänden der ausstellenden Wirtschaft und den zuständigen Ressorts der Bundesregierung die Auswahl der Messen, so dass Märkte im Einklang mit den Bedürfnissen der Wirtschaft erschlossen werden. Die Haushaltsmittel stellen das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) und das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zur Verfügung.

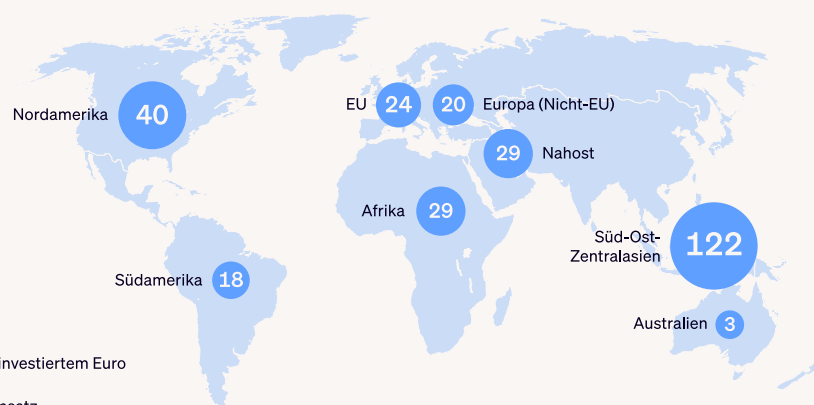
Der Erfolg des Programms kann sich sehen lassen – und das seit 75 Jahren. Nach einer Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums ziehen eine Million Euro investierte Steuermittel eine Wertschöpfung von 216 Millionen Euro am Standort Deutschland nach sich. Zugleich trägt das Programm zur Sicherung von Produktion und Beschäftigung in unserem Land bei.

Diese Form der Außenwirtschaftsförderung steht mittlerweile im internationalen Wettbewerb. Viele Regierungen unterstützen ebenso den Auftritt ihrer Unternehmen auf internationalen Messen. Die Mittel im Auslandsmesseprogramm des BMWK verharren jedoch bisher auf dem Vor-Corona-Niveau – nach einer kurzzeitigen Mittelkürzung nach der Corona-Pandemie. Im Zuständigkeitsbereich des BMEL sind die Fördermittel sogar gekürzt worden und haben das Niveau von 2019 auch im Haushaltsentwurf 2025 der Bundesregierung weiterhin nicht erreicht.

Um die Erschließung neuer Exportmärkte zu fördern und weltweite Kostensteigerungen beim Messeauftritt ohne qualitative Abstriche auszugleichen, müssen die Etats entsprechend angepasst werden, fordert die deutsche Messewirtschaft. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten brauchen wir als Land Investitionen in die Außenhandelsbeziehungen, den Motor unseres Wohlstands.

AUSLANDSMESSEPROGRAMM 2024

Verteilung der Messebeteiligungen



- 216 Mio. Euro Wertschöpfung pro investiertem Euro (Quelle: BMWK)
- 4,7 Mrd. Euro induzierter Exportumsatz
- Deutsche Gemeinschaftsstände in mehr als 40 Ländern
- Unterstützung für mehr als 50 Branchen

285 Beteiligungen insgesamt

Unsere zentrale Forderung

- Visavergabe-Verfahren müssen schnellstmöglich digitalisiert werden.
- Visavergaben für Messteilnehmende müssen erleichtert und beschleunigt werden. Sie sind eine Form der Willkommenskultur.

- [Messevisum - AUMA](#)
- [Messevisa: Wartezeiten in China bleiben Schmerzpunkt - AUMA](#)
- [AUMA-Umfrage zu Messevisa: Lange Wartezeiten sind das Hauptproblem - AUMA](#)

Visaverfahren für Messteilnehmende beschleunigen – und endlich digitalisieren

Erhebliches Geschäftspotenzial bleibt aufgrund langer Wartezeiten auf Visa ungenutzt. Dieser Wettbewerbsnachteil betrifft vor allem exportorientierte kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) und die deutschen Auslandsvertretungen in Asien.

Das sind beeindruckende Zahlen: Jährlich besuchen bis zu 16 Millionen Menschen deutsche Messen. 180 von rund 330 Messen pro Jahr sind als internationale Messen qualifiziert. 2023 haben über 2,5 Millionen Besucherinnen und Besucher aus dem Ausland den Messeplatz Deutschland besucht – Tendenz weiter steigend. Gerade exportorientierte KMU, die auf den zahlreichen Weltleitmessen in Deutschland ausstellen, profitieren von deren hoher Internationalität. Sie treffen den weltweiten Wettbewerb vor ihrer Tür. Sie sparen sich die Reise auf andere Kontinente. Der deutsche Mittelstand kann hierzulande erfolgreich globale Geschäftsbeziehungen aufbauen.

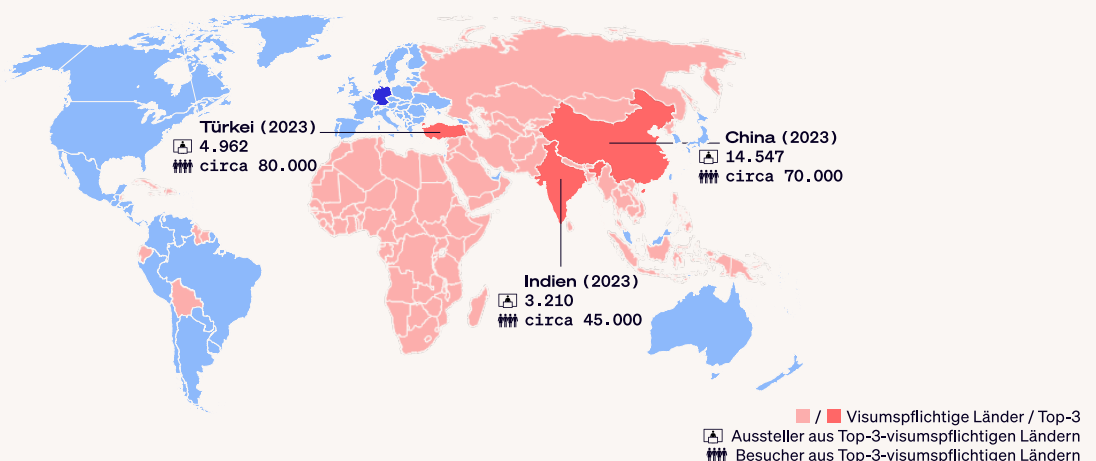
Doch: Die Attraktivität anderer internationaler Messeplätze nimmt zu – vor allem da, wo es bereits heute vollständig digitalisierte, unkomplizierte und schnelle Visavergabe-Verfahren gibt. Vor diesem Hintergrund ist das Zieljahr 2028 der Europäischen Union (EU) zur Digitalisierung des Visaverfahrens viel zu spät. Die EU muss schneller werden, damit europäische Messeplätze im internationalen Wettbewerb weiterhin erfolgreich sein können.

Auch Deutschland ist gefordert: Internationale Teilnehmende an deutschen Messen müssen in visumpflichtigen Ländern wie Indien, der Türkei, Pakistan und China – beträchtlichen Austellernationen am Messeplatz Deutschland – wochen- oder gar monatelang auf ein Visum warten. Oft können ausstellende und besuchende Unternehmen ihre Mitarbeitenden nicht fristgerecht zum Messetermin nach Deutschland entsenden. Wichtiges Geschäftspotenzial bleibt für die deutsche Wirtschaft ungenutzt. Der Wettbewerb weicht langfristig auf andere Messeplätze außerhalb Deutschlands oder gar Europa aus.

Für die Bundesregierung hat Bundeskanzler Olaf Scholz am Tag der Industrie ([Zukunftsinvestitionen haben hohe Priorität | Bundesregierung](#)) bekräftigt, dass eine vollständige Digitalisierung der Konsulate Deutschlands ab Beginn des Jahres 2025 geplant ist. Visavergaben sind ein entscheidender Faktor für die Attraktivität internationaler Messeplätze.

MESSE-VISA 2024

Internationalität versus Visumpflicht



In Deutschland finden **2/3** der internationalen Leitmessen statt

In der Spitze bis zu **16 Millionen** Besucherinnen und Besucher pro Jahr sind zu Gast auf deutschen Messen

Aus dem Ausland stammen rund **35 Prozent** der Fachbesucherinnen und -besucher

Internationale und nationale Messen in Deutschland ziehen über **180.000** ausstellende Unternehmen an

Aus dem Ausland kommen rund **60 Prozent** der ausstellenden Unternehmen

Bedeutendste visumpflichtige Ausstellernationen:
Indien, Türkei und China

Unsere zentrale Forderung

- Das Gesetz muss sich strikt an den europäischen Vorschriften orientieren. Ein bürokratischer Zusatzaufwand durch Verschärfungen des EU-Rechts muss vermieden werden.
- Verhältnismäßigkeit muss im Vordergrund stehen: Gerade KMU dürfen nicht überfordert, sondern müssen dabei unterstützt werden, ihren Berichtspflichten nachzukommen.
- Im Gegensatz zum Regierungsentwurf muss das Gesetz neben der Zulassung von Wirtschaftsprüfern auch Zertifizierungsgesellschaften als anerkannte Prüfer vorsehen.
- Klare und umsetzbare Leitlinien müssen gemeinsam mit dem Gesetz verabschiedet werden, um den praktischen Erfolg der Berichtspflichten zu gewährleisten.

Praxisgerechte Umsetzung von Nachhaltigkeitsberichtspflichten

Bei den Berichtsanforderungen für Unternehmen müssen zwei Leitgedanken gelten: Verhältnismäßigkeit und Praxistauglichkeit

Zukunftsorientiertes Wirtschaften und gesellschaftlich verantwortliches Handeln gehören für die deutsche Messewirtschaft zusammen. Mit dem Ziel der Klimaneutralität bis 2040 – immerhin fünf Jahre vor dem nationalen Ziel Deutschlands – im Visier, haben die AUMA-Mitglieder eine Branchenposition zur ökologischen Nachhaltigkeit entwickelt, die auf der Optimierung von Beschaffungs-, Logistik- und Messestandbauprozessen, sowie von Energie- und Ressourcenverbrauch, Mobilitätsformen und Cateringangeboten basiert.

Angesichts der Ausweitung der Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie ihrer zunehmenden Komplexität müssen deutsche Unternehmen beträchtliche personelle und finanzielle Kapazitäten bündeln. Dies stellt insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) vor große Herausforderungen. Damit die Transformation hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft und der wirtschaftliche Aufschwung gelingen, müssen bei den Berichtsanforderungen für Unternehmen zwei Leitgedanken gelten: Verhältnismäßigkeit und Praxistauglichkeit.

Den Kabinettsbeschluss zur Umsetzung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sieht die deutsche Messewirtschaft als ersten Schritt in die richtige Richtung, indem er die Vermeidung doppelter Berichtspflichten berücksichtigt. Die damit verbundene Belastung verringert jedoch erheblich die Entlastungseffekte, die durch das Vierte Bürokratieentlastungsgesetz und das Wachstumschancengesetz erreicht werden sollen.

Der Deutsche Bundestag ist gefordert, das Gesetz zügig zu beschließen, um der deutschen Wirtschaft Rechtssicherheit zu bieten.

87 %

Der Großteil aller Aussteller auf Messen in Deutschland sind kleine und mittelständische Unternehmen.

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 und Besucherinnen und Besucher vertreten.

Deutschland ist Messeplatz
Nummer 1 in der Welt

Die deutsche Messewirtschaft
trägt jährlich etwa
28 Milliarden zum
gesamtwirtschaftlichen
Plus bei

Durch Messen werden mehr
als **230.000 Arbeits-**
plätze in Deutschland
gesichert

Bund, Länder und Gemein-
den nehmen Jahr für Jahr
bis zu **5 Milliarden**
Euro an Steuern durch
Messen ein

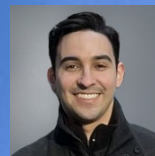
Internationale und nationale
Messen in Deutschland ziehen
über **180.000** ausstellende
Unternehmen an

Aus dem Ausland kommen
rund **60 Prozent** der
ausstellenden Unternehmen

Ansprechpartner



Jörn Holtmeier
Geschäftsführer
j.holtmeier@auma.de



Guillermo Bretel
Manager Public Affairs
g.bretel@auma.de

Herausgeber

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
www.auma.de

Redaktionsschluss: September 2024

Impressum

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9
10179 Berlin
Telefon 030 24000-0
medien@auma.de
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

LinkedIn | YouTube | Facebook | Instagram | Industryarena | X