



AUMA Die Messewirtschaft

Bilanz 2020





Impressum



Herausgeber:

AUMA

Ausstellungs- und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft e.V.

Littenstraße 9
10179 Berlin
Telefon 030 24000-0
Telefax 030 24000-330
info@auma.de
auma.de

Redaktion & Gestaltung:
Geschäftsbereich Öffentlichkeitsarbeit
Harald Kötter
Anne Böhl
Annett Käpernick

Layout:
CCL, Berlin

Berlin, August 2021



Inhalt

1	Messen in Deutschland	4
	Messe-Stillstand ab März 2020	4
	Politische Kommunikation für den Messe-Neustart	6
	Ergebnisse der durchgeföhrten Messen	7
2	Forschung	9
	AUMA MesseTrend 2020 und Verbände-Umfrage	9
3	Messen im Ausland	11
	Unterstützung deutscher Aussteller im Ausland	11
	Auslandsmessen deutscher Veranstalter	12
	Weltausstellungen	13
4	Marketing, Medien und Veranstaltungen	14
	AUMA stärkt Zusammenarbeit mit AHK-Netzwerk	14
	Themenpartnerschaft mit bvik	14
	Präsentationen im In- und Ausland	15
	Kommunikation für die Messewirtschaft	16
	Teilnahme an Messekongressen	18
5	Organisation	20
6	Kennzahlen der Messewirtschaft	22
	Bildnachweise	23



1

Messen in Deutschland

Messe-Stillstand ab März 2020

Die Messewirtschaft in Deutschland und weltweit hat 2020 das bisher schlimmste Jahr seit Ende des 2. Weltkriegs erlebt. Das Jahr startete in Deutschland mit vorsichtigem Optimismus nach einem erfolgreichen Jahr 2019 – trotz einer beginnenden Eintrübung der Konjunktur. Bereits Ende Januar 2020 zeigten sich aber auf den internationalen Messen in Deutschland erste Auswirkungen des Corona-Ausbruchs in China – und Anfang März wurde die Messewirtschaft durch staatliche Anordnung stillgelegt. Da die Wenigsten mit langfristigen Auswirkungen rechneten, wurden viele Messen zunächst um einige Monate verschoben, andere vorsichtshalber bereits in den Herbst. Tatsächlich waren erst ab Mai erste Perspektiven für einen Neustart erkennbar und erst ab Anfang September konnten wieder größere Messen stattfinden. Aufgrund der zweiten Infektionswelle, die sich bereits im Spätsommer abzeichnete und dann Ende Oktober ihre volle Wucht entfaltete, fanden dann für den Rest des Jahres keine Messen mehr statt.

Historisch starke Rückgänge des Messegeschäfts ■ Folge für die Branche waren bisher kaum vorstellbare Einbrüche aller relevanten Branchen-Kennzahlen. Bereits im März errechnete der AUMA auf Basis einer Studie des ifo-Instituts einen gesamtwirtschaftlichen Schaden von 3 Mrd. Euro aufgrund damals bekannten Messe-Absagen. Schließlich konnten 2020 rund 70 % aller geplanten internationalen, nationalen und regionalen Messen nicht stattfinden, was zu gewaltigen volkswirtschaftlichen Verlusten führte. In normalen Jahren trägt die Durchführung von Messen rund 28 Mrd. Euro zur gesamten deutschen Wirtschaftsleistung bei, davon waren am Ende des Jahres nur 6 Mrd. Euro übriggeblieben.

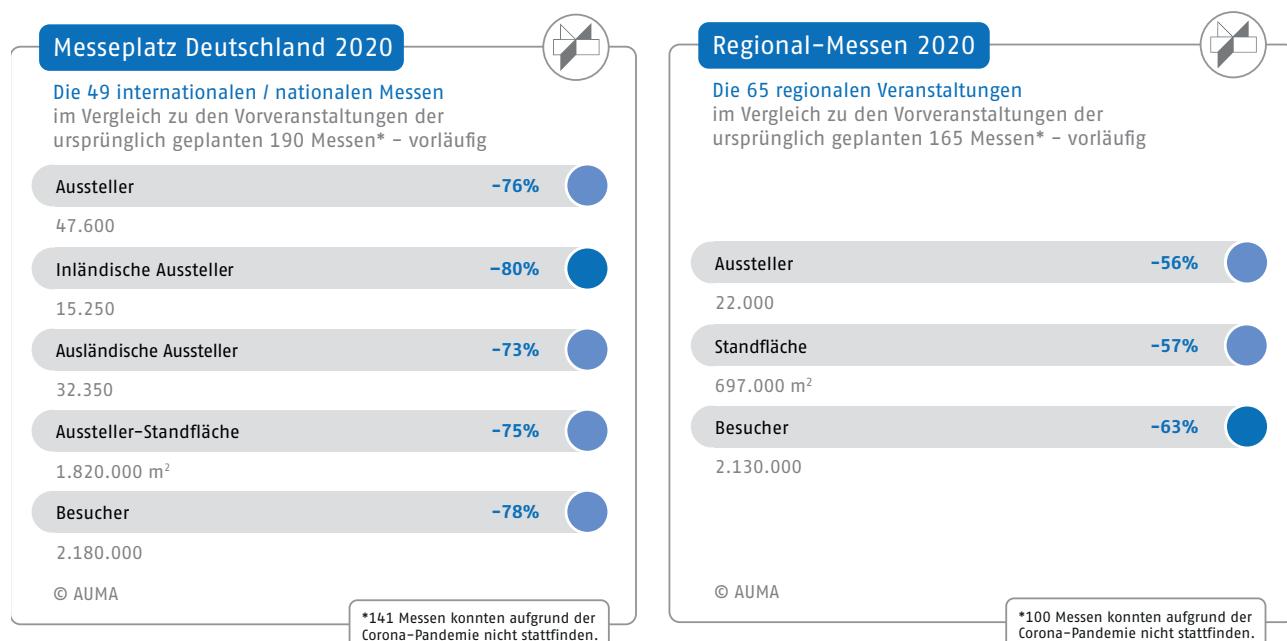
Erhebliche finanzielle Einbußen hatten nicht nur Messeveranstalter, Messe-Dienstleister und Aussteller. Auch Hotels, Gastronomie, Spediteure, Taxifahrer und der Einzelhandel in den Messestädten waren durch den Ausfall von Messen stark betroffen. Das Umsatzniveau von etwa 4 Mrd. Euro, das die deutschen Messeveranstalter für 2020 geplant hatten, ist um fast 70 % eingebrochen und erreichte nur rund 1,2 Mrd. Euro.

Von den geplanten 355 internationalen, nationalen und regionalen Messen konnten nur 114 durchgeführt werden. Dementsprechend wurden nach Berechnungen des AUMA 2020 nur knapp 2,5 Mio. m² Standfläche, 70.000 Aussteller und 4,3 Mio. Besucher registriert.



Das sind jeweils Rückgänge von etwa 72 % im Vergleich zu den Ergebnissen bei den Vorveranstaltungen der ursprünglich für 2020 geplanten Messen. Bei diesen wurden zuletzt fast 8,9 Mio. m² Standfläche, 248.000 Aussteller und 15,6 Mio. Besucher ermittelt.

Die 49 durchgeführten internationalen und nationalen Messen verzeichneten rund 76 % weniger Aussteller, 75 % weniger Standfläche und ein Besucher-Minus von 78 %, jeweils im Vergleich zu den Vorveranstaltungen des gesamten ursprünglich geplanten Programms (190 Messen). Etwas günstiger war die Lage bei den Regionalmessen, da viele große Veranstaltungen dieses Typs bereits zwischen Anfang Januar und Anfang März stattfanden. 65 Messen von geplanten 165 konnten realisiert werden. Hier lag das Aussteller-Minus bei 58 %, das Standflächen-Minus bei 57 %. Die Besucherzahlen ging um 63 % zurück.



Gesamtergebnis internationale Messen 2020
[► Download](#)

Gesamtergebnis regionale Messen 2020
[► Download](#)

Schon früh wurde den Veranstaltern klar, dass sie angesichts der zahlreichen Messe-Absagen ihren Ausstellern und Besuchern Alternativen anbieten mussten. Kundenbindung wurde – auf ganz andere Weise als bisher – das zentrale Thema. Digitale Formate in verschiedenen Varianten standen dabei im Vordergrund. Insgesamt 50 digitale Events wurden zwischen Mai und Dezember 2020 realisiert – allerdings mit Beteiligungen, die durchweg deutlich unter dem Niveau der entsprechenden realen Messen lagen. Das lag sicherlich auch an den geringen Erfahrungen mit diesem Modell, aber vor allem waren viele Aussteller davon überzeugt, dass ihnen reale Messen deutlich mehr Nutzen bringen. Gleichzeitig zögerten aber auch Aussteller, sich an den im Herbst angebotenen Messen zu beteiligen. Internationale Reisebeschränkungen und firmeninterne Vorgaben waren hier die wesentlichen Gründe. Diese Grundsituation wird auch über 2020 hinaus die Messewirtschaft fordern.



Politische Kommunikation für den Messe-Neustart

Nach einem starken Anstieg der Corona-Infektionszahlen in der ersten Märzhälfte 2020 verhängte die Bundesregierung einen Lockdown, der von der Schließung des Nonfood-Einzelhandels über Grenzschließungen bis zum Verbot fast aller Arten von Veranstaltungen reichte und damit auch das Messegeschäft umfasste. Aus Sicht des AUMA ging es zunächst darum, den finanziellen Schaden von Ausstellern, Veranstaltern und Dienstleistern zu begrenzen. Dementsprechend setzte er sich stark für eine schnelle Realisierung erster Hilfsprogramme für die Wirtschaft ein. Parallel dazu stellte der AUMA aber frühzeitig mit seinen Mitgliedern Überlegungen an, unter welchen Rahmenbedingungen der Messebetrieb wieder aufgenommen werden könnte, bei allem Respekt vor der Pandemie.

Auf politischer Ebene ging es insbesondere darum, Messen aus der Kategorie „Großveranstaltungen“ herauszulösen. Dort waren Messen zunächst eingruppiert worden, gemeinsam etwa mit großen Musik- und Sportevents, was aber dem Business-Charakter von Messen in keiner Weise gerecht wurde. Nach vielen Gesprächen mit hochrangigen Vertretern von Regierung und Parlament auf Bundes- und Landesebene war es am 6. Mai 2020 soweit: Die Zuständigkeit für die individuelle Zulassung von Messen wurde an die Bundesländer übergeben mit einer grundlegenden Erlaubnis, Messen wieder durchzuführen – parallel zum struktur-verwandten Einzelhandel. Dieser konnte allerdings kurzfristig wieder öffnen, während für Messen auf Länderebene zunächst Rahmenbedingungen festzulegen waren. Der AUMA gründete eine Task Force aus Vertretern der im AUMA-Vorstand vertretenen Messeveranstalter, um ein Gesundheitsschutz-Konzept abzustimmen, das den Bundesländern und den zuständigen Gesundheitsbehörden angeboten werden konnte, um die Messezulassung zu beschleunigen. Parallel dazu stimmte er sich regelmäßig mit anderen Verbänden der Messewirtschaft ab, etwa mit dem FAMA, der überwiegend die im regionalen Messemarkt tätigen Veranstalter vertritt, und dem Kommunikationsverband FAMAB, in dem auch ein Großteil der deutschen Messebaufirmen organisiert ist.

In einigen Bundesländern wurde die Durchführung von Messen relativ schnell wieder erlaubt, etwa in Nordrhein-Westfalen ab dem 30. Mai 2020. Andere planten mit wesentlich längeren Perspektiven, die bis Anfang September reichten. Dementsprechend waren noch eine Vielzahl von Kontakten zur Politik durch den AUMA und die Messeveranstalter nötig, um alle Bundesländer zu einer Zulassung des Messebetriebs zu bewegen. Aber selbst in den Ländern, in denen es früh erlaubt wurde, fanden nicht sofort wieder Messen statt, da nach mehr als zweimonatigem Stillstand kaum ein Veranstalter darauf vorbereitet war; die meisten Messen bis zum Sommer waren bereits abgesagt worden. Dennoch fanden in den Sommermonaten einzelne kleine Fachbesuchermessen, aber auch mehrere Open-Air-Publikumsmessen statt. Aber erst ab Anfang September fanden überall in Deutschland wieder größere Messen statt.

Der zunächst günstige Pandemie-Verlauf über den Sommer kehrte sich jedoch bald um, so dass die Ministerpräsidenten-Konferenz am 14. Oktober 2020 beschloss, die Teilnehmerzahl von Veranstaltungen drastisch zu begrenzen, falls für ein Event kein genehmigtes Hygienekonzept vorliegt. Messen, für die ein solches Konzept genehmigt war, konnten also zunächst weiter stattfinden. Bereits zwei Wochen später wurden jedoch auch Messen im Rahmen des sog. „Lockdown light“ geschlossen. Der AUMA intensivierte wieder seine Lobbyarbeit, um gegenüber politischen Entscheidungsträgern die Rolle von Messen als Konjunkturmotor und vor allem mittelstandsorientiertes Marketinginstrument zu verdeutlichen, aber auch, um auf die im Laufe des Jahres



stark gewachsenen volkswirtschaftlichen Schäden durch den Messe-Stillstand hinzuweisen. Er war in Ministerien und Ausschüssen des Bundestages ebenso vertreten wie in Ausschüssen von Bundestagsfraktionen. Der Messe- und Veranstaltungs-spezifische Lockdown blieb jedoch in das Jahr 2021 hinein über Monate bestehen.

Ergebnisse der durchgeführten Messen 2020

Immerhin 109 internationale, nationale und regionale Messen fanden 2020 von Anfang Januar bis Anfang März statt – bis auf wenige Ausnahmen im März unter weitgehend regulären Bedingungen. Aufgrund der üblichen hohen Messedichte im 1. Quartal waren das immerhin gut 30 % des gesamten ursprünglich geplanten Jahresprogramms. Die 43 internationalen und nationalen Messen in diesem Zeitraum verzeichneten nahezu konstante Ausstellerzahlen (-0,7 %), ebenfalls stabile Standflächen (-0,5 %), und 3,5 % weniger Besucher im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen, obwohl vor allem die Aussteller- und Besucherzahlen aus Ostasien bereits zurückgingen und ab Februar auch eine Reihe deutscher und europäischer Teilnehmer auf ihre geplanten Beteiligungen verzichteten.

Die 66 Regionalmessen registrierten leicht wachsende Ausstellerzahlen (+1,2 %) und ebenfalls zulegende Standfläche (+1,0 %), aber um 3,8 % zurückgehende Besucherzahlen. Von stärkeren Rückgängen betroffen waren aber vorrangig Messen, die noch Anfang März stattfanden.

Diese Ergebnisse machten die grundsätzlich gute Verfassung deutlich, mit der die deutschen Messen in das Jahr 2020 starteten. Die Anteile ausländischer Aussteller und Besucher lagen im Januar und Februar sogar deutlich über dem üblichen Jahresdurchschnitt. Grund dafür war vor allem, dass der Jahresauftakt stark durch besonders internationale Konsumgütermessen geprägt ist.

Viele Veranstalter erzielten in diesem kurzen Zeitraum fast ihren gesamten späteren Jahresumsatz. Vorteile hatten nur die Veranstalter, die mit ihren Auslandsmessen vom Messe-Neustart in Ostasien im Sommer 2020 profitieren konnten.

Startup-Förderung ■ In Deutschland hatte auch das BMWi-Förderprogramm für junge, innovative Unternehmen einen guten Start. In den ersten zwei Monaten wurden elf Gemeinschaftsstände realisiert mit 171 Ausstellern, einer im Vergleich zu den Vorjahren überdurchschnittlichen Beteiligung pro Stand. In welchem Umfang im Jahr 2021 Beteiligungen realisiert werden können, ist aktuell nicht absehbar. Das Programm wird aber auch 2022 fortgesetzt.

Kurzer Messeherbst ■ Von September bis Anfang November 2020 wurden 22 Messen durchgeführt, überwiegend solche mit regionaler Ausstrahlung. Aufgrund der staatlichen Auflagen für die Durchführung, etwa Begrenzungen der Besucherzahl, aber auch wegen der schwachen Konjunkturlage, beteiligten sich deutlich weniger Aussteller und Besucher an den Messen als in den Vorjahren. Dennoch berichteten viele Aussteller von überraschend guten Geschäftsabschlüssen, bei Fachbesucher- ebenso wie bei Publikumsmessen.

Auch wurden die Gesundheitsschutzkonzepte von den Teilnehmern mit großem Verständnis



akzeptiert. Damit wurde der Nachweis erbracht, dass Messen auch unter Corona-Bedingungen sicher und erfolgreich stattfinden können.

Hallenkapazitäten ■ Zu Beginn des Jahres 2021 standen auf den deutschen Messeplätzen 2.827.015 m² Hallenfläche zur Verfügung, 0,9 % mehr als ein Jahr zuvor. Infolge der starken Umsatzrückgänge und daraus resultierender Verluste haben die deutschen Messeplätze ihre für die nächsten Jahre geplanten Investitionen teils deutlich reduziert. Begonnene Projekte werden fertiggestellt, zum Teil aber zeitlich gestreckt.

Messeplatz Deutschland 2021					
Ausstellungskapazitäten*					
	Halle	Freigelände		Halle	Freigelände
Hannover	392.445	58.000	Karlsruhe	60.000	90.000
Frankfurt/M	372.073	66.764	Dortmund	59.735	
Köln	285.000	100.000	Augsburg	54.500	10.000
Düsseldorf	262.727	43.000	Bremen	39.000	100.000
München Messe	200.000	414.000	Erfurt	25.070	21.600
Berlin ExpoCenter City mit CityCube	190.000	140.000	Offenburg	22.500	37.877
Nürnberg	180.000	50.000	Freiburg	21.500	81.000
Stuttgart	119.800	40.000	Offenbach	20.100	
Leipzig	111.300	70.000	Berlin ExpoCenter Airport	20.000	57.000
Essen	110.000	20.000	Chemnitz Messe	11.000	8.000
Friedrichshafen	87.500	35.500	Wiesbaden	10.000	
Hamburg	86.465	10.000	Husum	4.800	70.000
Bad Salzuflen	78.000		Idar-Oberstein	4.500	1.000

© AUMA

* Messegelände mit mindestens einer Veranstaltung der AUMA-Kategorien International oder national / Stand: April 2021

Messekapazitäten in Deutschland

► [Download](#)

FKM ■ Bedingt durch die zahlreichen Messe-Absagen aufgrund der Corona-Pandemie hat die FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen im Jahr 2020 die Aussteller- und Besucherzahlen von lediglich 57 Messen zertifiziert. Für rund die Hälfte der Messen liegen auch Besucherstrukturtests vor, die Auskunft geben etwa zur regionalen Herkunft, zum Aufgabenbereich oder zur Branche der Besucher. Thema innerhalb der FKM war im Jahr 2020 insbesondere die Frage, ob und welche Kennzahlen künftig für digitale und hybride Events festgelegt und später auch zertifiziert werden können.

Die Gesellschafterversammlung der FKM hat im Dezember 2020 beschlossen, dass künftig alle Fragen des Besucherstrukturtests auch im Rahmen der Besucherregistrierung gestellt werden können. Bisher war diese Möglichkeit nur auf wenige Fragen beschränkt. Als Mitglied im Weltmesseverband UFI steht die FKM auch in engem Kontakt mit Prüforganisationen in anderen Ländern und vertritt die Interessen der deutschen Veranstalter bei Statistikfragen in den Gremien der UFI.



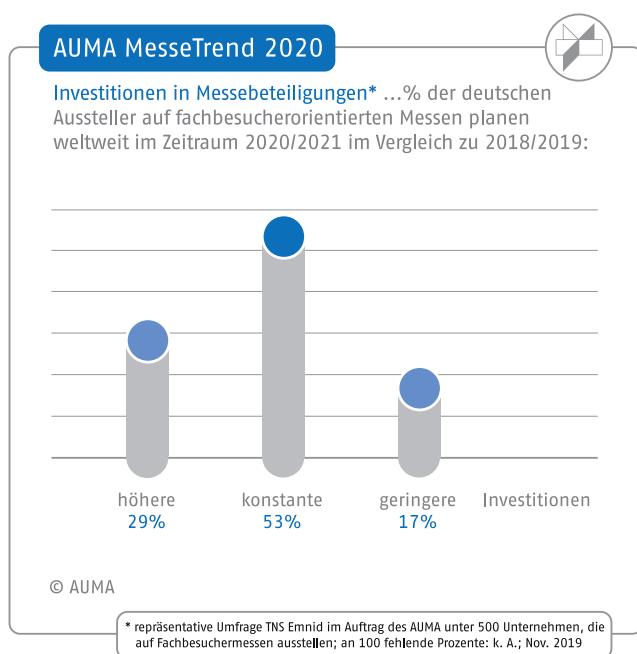
2

Forschung

AUMA MesseTrend 2020 und Verbände-Umfrage

Der AUMA konzentrierte sich 2020 auf wenige Forschungsprojekte, die unmittelbar der Kommunikation zur Lage der Messen in der Corona-Krise zugutekamen.

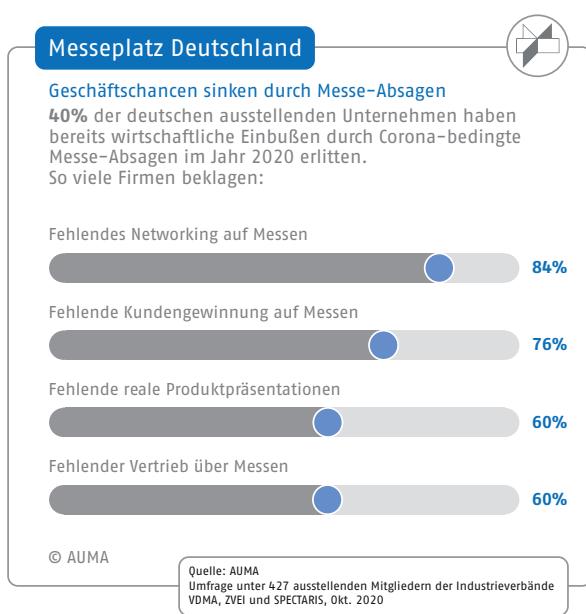
Zum einen wurde die Ausstellerbefragung MesseTrend 2020 aus dem November 2019 gezielt auf Aussagen ausgewertet, die die grundsätzlich positive Position der ausstellenden Wirtschaft zum Medium Messe untermauerten. Außerdem zog der AUMA zur Berechnung der stetig zunehmenden finanziellen Schäden durch Messe-Absagen in Abstimmung mit dem ifo-Institut dessen Berechnungsverfahren für die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Messewirtschaft heran. Das ifo-Institut hatte zuletzt 2018 eine entsprechende Untersuchung für den AUMA durchgeführt. Auf der Basis dieser Berechnungsmethode konnte bereits Mitte März 2020 ein gesamtwirtschaftlicher Verlust von 3 Mrd. Euro ermittelt werden. Die letzte Berechnung zum Ende des Jahres ergab für 2020 einen Verlust von 22 Mrd. Euro bei einem „Normalwert“ von 28 Mrd. Euro Beitrag der Messen zur gesamten deutschen Wirtschaftsleistung.



AUMA MesseTrend 2020: Im Herbst 2019 geplante Investitionen
[► Download](#)



Verbände-Umfrage ■ Im Herbst organisierte der AUMA gemeinsam mit seinen Mitgliedsverbänden VDMA, ZVEI und SPECTARIS eine Befragung, an der über 400 ausstellende Unternehmen teilnahmen. Hauptthemen waren das Ausmaß fehlender Geschäftschancen aufgrund ausgefallener Messen, Gründe für das grundsätzliche Interesse an realen Messen und die Akzeptanz digitaler Events. Ein erheblicher Teil der Unternehmen hatte messbare wirtschaftliche Einbußen durch die Absagen von Messen. Außerdem fehlten ihnen vor allem Möglichkeiten zur Gewinnung neuer Kunden, Networking und Vertriebsmöglichkeiten. Digitale Events haben in der Corona-Pandemie wichtige Ersatzfunktionen, stifteten aber einen deutlich geringeren Nutzen als physische Messen und werden von der Mehrheit der Befragten deshalb nicht als Alternative, sondern als Ergänzung gesehen. Aus den Ergebnissen konnten unmittelbar Argumente für die politische Kommunikation und die Medienarbeit abgeleitet werden.



Umfrage von VDMA, ZVEI; SPECTARIS und AUMA
► [Download](#)



3

Messen im Ausland

Unterstützung deutscher Aussteller im Ausland

2020 hat die Corona-Pandemie zeitweise weltweit die Durchführung von Messen fast zum Erliegen gebracht, als erstes in China und anderen Staaten in Ostasien. Entsprechend stark war auch das Auslandsmesseprogramm des Bundes betroffen, wobei es dann auch China war, in dem bereits zur Jahresmitte 2020 ein Neustart der Messen gelang.

Auslandsmesseprogramm 2020 ■ Zu Beginn des Jahres waren knapp 300 Gemeinschaftsbeteiligungen im Rahmen des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) geplant. Dafür standen 45,5 Mio. Euro zur Verfügung. Im 1. Quartal konnten noch 32 German Pavillons realisiert werden, fast ausschließlich außerhalb von Ostasien, in der zweiten Jahreshälfte konnten 35 weitere German Pavilions zum Teil ergänzt durch zusätzliche Satelliten-Pavillons auf parallel stattfindenden Messen verwirklicht werden. Diese unter Pandemiebedingungen durchgeführten Beteiligungen fanden fast ausschließlich in China, Russland und Japan statt. Das BMWi hatte die Konditionen wegen der Corona-Krise deutlich verbessert, insbesondere bei den Beteiligungspreisen und der Mindestteilnehmerzahl.

Vor allem in China konnte der Messebetrieb bereits im Juni 2020 neu starten, hier wurden auch die ersten deutschen Gemeinschaftsbeteiligungen wieder realisiert, beginnend mit der Semicon China in Shanghai. Viele deutsche Aussteller berichteten von guten Messe-Erfolgen und teilweise bemerkenswert hohen Besucherzahlen. Eine Anreise von Personal der Aussteller und Durchführungsgesellschaften nach China war aber aufgrund der strengen Einreisebestimmungen nicht möglich, so dass die Beteiligungen komplett durch in China tätiges Personal bzw. örtliche Vertretungen organisiert wurden. Insgesamt führte die Corona-Pandemie weltweit zu Absagen von 73 % aller geplanten German Pavillons, so dass sich im gesamten Jahr rund 1.400 Aussteller, davon immerhin 560 ab Juni, beteiligt haben, gegenüber rund 5.500 ein Jahr zuvor.

Auslandsmesseprogramm 2021 ■ 350 Beteiligungen für 2021 wurden zunächst beschlossen, für die ein Etat von 45,1 Mio. Euro zur Verfügung steht. Durch Mittelübertragungen bei den aus 2020 verschobenen Projekten steht faktisch der gleiche finanzielle Spielraum wie im Vorjahr für die Bundesbeteiligungen 2021 zur Verfügung. Tatsächlich konnte aber ein Großteil der im ersten Quartal vorgesehenen Stände nicht realisiert werden. Insbesondere in China, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Russland fanden aber eine Reihe von Messen mit deutscher Beteiligung statt.



Programm für Nahrungsmittel und Landwirtschaft ■ Deutsche Aussteller aus den Bereichen landwirtschaftliche Produktion und Lebensmittelindustrie werden durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) unterstützt. Bei der Koordinierung des Programms arbeitet der AUMA eng mit dem Ministerium und den jeweiligen Branchenverbänden zusammen. Für 2020 wollte sich das Ministerium mit einem Budget von 8,8 Mio. Euro an 44 Auslandsmessen beteiligen, davon konnten nur 13 realisiert werden. Für 2021 wurde zunächst ein Programm von 45 Beteiligungen festgelegt; auch davon mussten im ersten Quartal eine Reihe abgesagt werden.

Auslandsmessen deutscher Veranstalter

Das regionale Spektrum der Auslandsveranstaltungen deutscher Messegesellschaften erstreckt sich schon seit einiger Zeit über alle Kontinente. Dementsprechend war ein Großteil dieser Messen unmittelbar von der Corona-Pandemie betroffen.

Insgesamt 13 AUMA- und FAMA-Mitglieder konnten im Jahr 2020 außerhalb Deutschlands 102 Messen veranstalten, das ist knapp ein Drittel des Vorjahresniveaus. Die Konzepte orientierten sich mit regionalen Modifizierungen an den Standards führender internationaler Messen in Deutschland. Deshalb werden diese Messen unter dem Qualitätssiegel GTQ – German Trade Fair Quality Abroad zusammengefasst. 12 der 102 Auslandsmessen erhielten 2020 erstmals das GTQ-Label, darunter 6 Erstveranstaltungen. Bis auf wenige Ausnahmen handelt es sich bei den übrigen sechs Messen um Käufe erfolgreicher Auslandsmessen durch deutsche Messegesellschaften. Weitere 33 ursprünglich als Präsenzmessen geplante Veranstaltungen wurden als digitale Events durchgeführt.

Im Vergleich mit ihren jeweiligen Vorveranstaltungen ist die Zahl der vertretenen Firmen bei den real durchgeführten Messen um rund ein Viertel zurückgegangen. Die Besucherzahl dieser Messen ist gemessen an ihren jeweiligen Vorveranstaltungen um rund 13 % zurückgegangen.

Während alle GTQ-Messen des Jahres 2019 knapp 142.000 Aussteller hatten, wurden 2020 nur rund 53.000 gezählt, ein Rückgang von 62 %. Bei den Besuchern lag der Rückgang bei 49 %, von 9.340.000 auf 4.754.000 im Jahr 2020.

China ist unverändert der wichtigste Auslands-Zielmarkt deutscher Veranstalter. Die Zahl der Messen, die sie in China federführend organisieren, ist seit einigen Jahren auf einem konsistent hohen Niveau von etwa 90 Messen pro Jahr. Im Jahr 2020 konnten immerhin 59 Messen stattfinden – aufgrund der im internationalen Vergleich relativ kurzen Zeit, in der keine Messe-durchführung möglich war. Bereits im Juli wurde dort wieder die erste GTQ-Messe organisiert, nachdem im Januar 2020 der Messebetrieb eingestellt worden war. Dadurch entfielen 58 % aller 2020er Messen auf China. Elf der dreizehn Veranstalter führten 2020 Messen in China durch. Dort wurden auch die acht ausstellerstärksten Messen durchgeführt. Auf 31 GTQ-Messen wurden 2020 Beteiligungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) und des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) realisiert. Davon entfielen 24 auf das BMWi und 7 auf das BMEL.



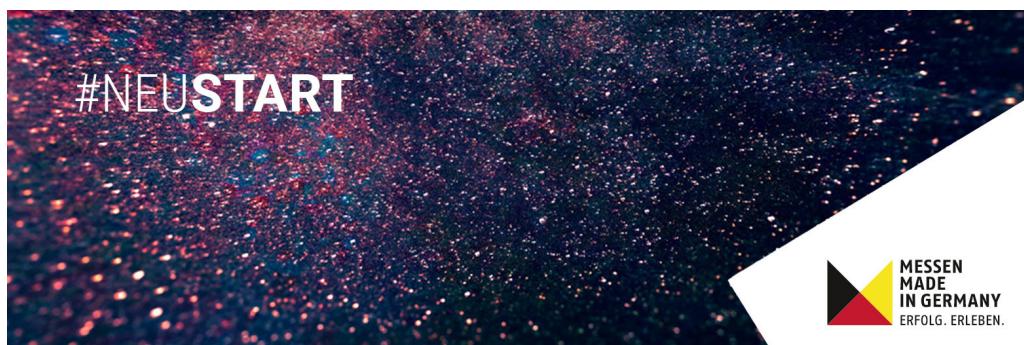
Weltausstellungen

EXPO 2020 DUBAI ■ Aufgrund der Corona-Pandemie wurde die Expo 2020 Dubai um ein Jahr auf den Zeitraum vom 1. Oktober 2021 bis 31. März 2022 verschoben. Die Durchführung des Deutschen Pavillons im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie liegt bei der Koelnmesse GmbH. 2018 wurde das Konzept „CAMPUS GERMANY“ unter dem Motto „Connecting Minds, Creating the Future“ vorgestellt, und seit April 2019 wird der Deutsche Pavillon in Dubai errichtet. Am 4. März 2020 wurde Richtfest gefeiert. Auch unter Corona-Bedingungen wurden die Arbeiten im Sommer 2020 fortgesetzt, so dass im Februar 2021 der Innenausbau des Pavillons und die Installation der Ausstellung beginnen konnten. Das Konzept umfasst 36 innovative und kreative Exponate zu den Themen Energie, Stadt der Zukunft und Biodiversität. Die Exponate werden aktuell im Pavillon verbaut, damit sie den Besuchern ab dem 1. Oktober 2021 ein unvergessliches Erlebnis bieten können.

Floriade Expo 2022 ■ Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft hat die Hamburg Messe und Congress als Durchführungsgesellschaft für den offiziellen Deutschen Pavillon und Garten auf der Internationalen Gartenbauausstellung Floriade Expo 2022 beauftragt. Diese findet vom 14. April bis 9. Oktober 2022 in Amsterdam-Almere unter dem Motto „Go Greener“ statt. Thema ist „Growing Green Cities“. Der Deutsche Garten gibt anschauliche Beispiele für modernen, ressourcenschonenden Gartenbau und vermittelt den Besuchern in der Ausstellung auf spielerische Art Chancen und Potenziale grüner Städte der Zukunft.

Expo 2023 ■ Die in Buenos Aires für 2023 geplante kleine Weltausstellung wird coronabedingt nicht stattfinden.

Expo 2025 ■ Am 23. November 2018 fiel im Bureau International des Expositions in Paris die Entscheidung für Osaka/Japan, weitere Bewerber waren Jekaterinburg, Russland, und Baku, Aserbaidschan. Die Expo 2025 wird vom 3. Mai bis 3. November stattfinden. Diese große Weltausstellung steht unter dem Motto „Designing Future Society for Our Lives“.



Marketing, Medien und Veranstaltungen

AUMA stärkt Zusammenarbeit mit AHK-Netzwerk

Gemeinsam mit dem DIHK hat der AUMA die Zusammenarbeit mit dem AHK-Netzwerk verstärkt und neue Angebote entwickelt. Etabliert wurde ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch zwischen AHK-Geschäftsführern und für den Auslandsvertrieb Verantwortlichen der deutschen Messeveranstalter. Ziel der Treffen ist es, übergreifende Messe-Themen zwischen AHKs, Messegesellschaften, DIHK und AUMA zu diskutieren und gemeinsame Aktionspunkte zu definieren. Mit großer Resonanz wurde eine rein digitale Messeschulung für AHK-Kolleg:innen durchgeführt. Der AUMA unterstützte einzelne Auslandshandelskammern außerdem mit Vorträgen und Präsentationen, Beiträgen für Kammerzeitschriften und weiteren Informationen.

Die deutschen Auslandshandelskammern sind für Interessenten weltweit oft erster Ansprechpartner für Informationen zu deutschen Messen und öffnen gleichzeitig deutschen Unternehmen die Tür zu Auslandsmärkten. Im Rahmen der Markteintrittsberatung für Unternehmen stehen deshalb neben den Messen in Deutschland auch Messen deutscher Veranstalter in den Exportmärkten und German Pavilions (Auslandsmesseprogramme des Bundes) auf der Agenda.

Themenpartnerschaft Messe mit bvik

Die Partnerschaft mit dem Bundesverband Industrie Kommunikation zum Thema Messe wurde durch eine Vielzahl von Maßnahmen gefestigt. Neben einer kontinuierlichen kommunikativen Vernetzung standen zwei Veranstaltungen für und mit bvik-Mitgliedern im Mittelpunkt. Ein offener Workshop im Februar 2020, der mit Unterstützung der Messe Berlin anlässlich einer Messe stattfand, stand im Zeichen der Messebeteiligung von morgen und ging der Frage nach, was zu tun ist, um Messebeteiligungen zukunftsfähig und erfolgreich zu gestalten.

Eine zweite Veranstaltung im November 2020 vor Ort bei der Messe München widmete sich dem Thema Messe 2.0: Vom Quadratmeter zum B2B-Marketing-Kanal. Vorträge und Diskussionen zur Messe der Zukunft standen dabei im Fokus der rund 70 Teilnehmenden, ebenso Studien des bvik zur Digitalisierung des B2B-Marketing insgesamt.



Präsentationen im In- und Ausland

Im Rahmen zahlreicher Veranstaltungen hielt der AUMA Vorträge und Präsentationen zu verschiedenen Themen. Schwerpunkte der Präsentationen waren die deutschen Messen und das Marketinginstrument Messe, aber ebenso auch das Auslandsmesseprogramm der Bundesregierung und der Bundesländer sowie die Eigenveranstaltungen deutscher Messegesellschaften im Ausland (GTQ). Außerdem wurde über die aktuelle Entwicklung in der deutschen Messewirtschaft und die Arbeit des AUMA informiert.

Präsentationen zur Messewirtschaft und zur Arbeit des AUMA 2020

Datum	Ort	Teilnehmer	Organisator / Partner
09.01.	Nanning / China	Vertreter der Internationalen Messe- und Eventwirtschaft	CCPIT
23.01.	St. Petersburg / Russland	Vertreter der Internationalen Messe- und Eventwirtschaft	R&C Market Research Company
29.01.	Berlin	Datenschutzbeauftragte Messegesellschaften	AUMA
19.02.	Düsseldorf	AMP-Architekten und AMP-Veranstalter	BMWi, AUMA
19.02.	Berlin	Unternehmensvertreter	bvik
29.04.	virtuell	Vertreter von Messegesellschaften und AHKs	AUMA / DIHK
27.05.	virtuell	Vertreter von Messegesellschaften und AHKs	AUMA / DIHK
09.06.	Aufzeichnung	Vertreter der chinesischen Messe- und Eventwirtschaft	Provinzregierung von Zhejiang
18.06.	virtuell	Vertreter des russischen Messeverbandes (RUEF) und von Industrieverbänden	RUEF
01.07.	virtuell	Vertreter von Messegesellschaften und AHKs	AUMA / DIHK
08.07.	Aufzeichnung	Vertreter der chinesischen Messe- und Eventwirtschaft	EPFIC Organizing Committee / China International Conference and Exhibition Magazine Agency
20.07.	Schwerin	Organisatoren von Firmengemeinschaftsständen des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern	Staatskanzlei des Landes Mecklenburg-Vorpommern
31.08.	virtuell	Messe-Mitarbeiter von AHKs	DIHK
01.09.	virtuell	Messe-Mitarbeiter von AHKs	DIHK
09.09.	virtuell	Staatliche Vertreter Chinas mit Bezug zur Messewirtschaft und deutsche und chinesische Messeveranstalter	Repräsentanzbüro der Provinz Sichuan
15.09.	virtuell	Mitglieder des Verbandes der Bahnindustrie	VDB
22.09.	virtuell	Mitarbeiter deutscher Auslandsvertretungen	AA
24.09.	virtuell	Mitglieder der AHK Slowenien	AHK Slowenien
16.11.	virtuell	Vertreter von Messegesellschaften und AHKs	AUMA / DIHK
23.11.	virtuell	Unternehmensvertreter	bvik und Messe München
10.12.	virtuell	Wirtschaftsförderer, national und international	local global



Kommunikation für die Messewirtschaft

Das Coronajahr 2020 war durch einen enormen Kommunikationsbedarf gekennzeichnet. Sowohl die Medien als auch die Fachöffentlichkeit, aber auch die Branche selbst zeigten angesichts der dynamischen Entwicklung der Pandemie großes Interesse an aktuellen Informationen und Einschätzungen des Verbandes.

Die Corona-bezogene Berichterstattung und die Kommunikation pro Medium Messe prägten daher die Öffentlichkeitsarbeit des AUMA während des gesamten Jahres 2020. 34 Pressemitteilungen richtete der AUMA an die Tages- und Fachmedien, die eine große Reichweite erzielten. Zahlreiche Artikel und Interviews des AUMA-Vorsitzenden Philip Harting und des Geschäftsführers Jörn Holtmeier wurden in nationalen und internationalen Print- und Online-Medien veröffentlicht. Außerdem wurden eine Reihe von Radio- und TV-Interviews zur Bewertung der Lage der Messewirtschaft durch den AUMA gesendet.

Besonders erfolgreich war auch die Onlinekampagne „Die Wirtschaft braucht Messen“, in der sich 40 ausstellende Unternehmen in Deutschland zu der Bedeutung äußern, die Messen für sie haben. Entstanden ist ein Kaleidoskop der ausstellenden Wirtschaft von Weltunternehmen wie BASF und Siemens bis hin zu Mittelständlern und Kleinunternehmen. In den sozialen Medien wurden diese Statements äußerst positiv aufgenommen und erzielten u.a. auf LinkedIn 2.200 Likes und 90.000 Impressions.

Die Statements bildeten auch den Kern der AUMA-Kommunikation zum Global Exhibitions Day am 3. Juni 2020. Jährlich finden am Global Exhibitions Day weltweit Aktionen statt, die auf die wichtige Rolle von Messen hinweisen als effizientes Marketinginstrument und einer der wichtigsten Impulsgeber für das Wirtschaftswachstum in Städten, Regionen und Ländern. Über 40 nationale Messeverbände und zahlreiche Messe-Unternehmen auf der ganzen Welt beteiligen sich an dieser Initiative des Messeweltverbandes UFI.

Bei seiner Informationsverbreitung setzt der AUMA vorrangig auf den Versand von Newslettern und auf die sozialen Netzwerke. Der AUMA ist mit Profilen auf LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram und YouTube vertreten. Darüber hinaus kommuniziert er auf weiteren Netzwerken mit Business-Zielgruppen, darunter XING, induux und IndustryArena. Alle AUMA-Profile und Medien wurden im Jahr 2020 stark nachgefragt. So haben sich die Impressionen bei LinkedIn versiebenfacht gegenüber 2019, die Impressionen auf Twitter stiegen um 20 %. Die Nutzung der AUMA-Website erfuhr eine Steigerung im Presse- und Newsbereich um das Vierfache. In dieser Zeit konnte der AUMA viele neue Nutzer gewinnen: die Followerzahl vervierfachte sich auf LinkedIn, aber auch der Branchen-Newsletter AUMA-Compact gewann 10 % mehr Abonnenten.

Darüber hinaus setzte der AUMA die neue Blogreihe „Da für die Messewirtschaft“ auf, in der AUMA-Kolleg:innen über ihre Aufgaben im Verband der Messewirtschaft während der Coronapandemie berichteten.

Für die Mitgliederkommunikation versandte der AUMA 34 Informationen über Entwicklungen in der Messewirtschaft und die Arbeit des AUMA. Für den Erfahrungsaustausch zu speziellen Themen tagten 2020 zehn Arbeitskreise insgesamt 18 Mal und führten rund 370 Vertreter der



Mitglieder zusammen. Speziell zu Corona-relevanten Themen informierte der AUMA seine Mitglieder in monatlichen Corona-Reports, etwa über staatliche Hilfsprogramme und die Auswirkungen der Corona-Lockdowns auf die Branche und die gesamte deutsche Wirtschaft.

Arbeitskreise 2020

Arbeitskreis	Termin	Gastgeber	Themen
HR Management	01.04.	Virtuelles Meeting	Employer Branding für Messeveranstalter, Herausforderungen im Personalbereich durch die Pandemie
Besucherservices	19.02. 26.06. 09.09.	München Virtuelles Meeting Düsseldorf	Zahlungsabwicklung im Online-Shop und vor Ort, Zahlungsplattformen und -dienstleister, Online-Legitimation, Personalisierung Ausstellerausweise, Indoor-Navigation, Auswirkungen neuer, hybrider Formate auf Besucherservices und Ticketing, Maßnahmen zum Messe-Neustart, Hygienekonzepte, Konzept Caravan Salon aus Sicht Besucherservices
Messetransparenz	19.05. 04.12.	Virtuelle Meetings	Erfahrungsaustausch zwischen ausstellenden Unternehmen und Messegesellschaften, KPIs auf Messen, neue Formate (digital/hybrid), Messe-durchführung während und nach der Pandemie
Kommunikation	28.04. 26.11.	Virtuelle Meetings	Kommunikation in Corona-Zeiten, Wachsende Bedeutung digitaler Eventformate, Global Exhibitions Day, Messe-Berichterstattung in den Medien, Social-Media-Aktivitäten
Technik / Logistik	18.08. 07.10. 08.12.	Virtuelle Meetings	Stattgefundene Messen 2020, erfolgreiche Umsetzung der Hygienekonzepte, Schlangenmanagement, Situation auf einzelnen Messeplätzen, Impfzentren, Öffnungsperspektive
Recht / Verwaltung	02.12.	Virtuelles Meeting	Rechtsfragen im Zusammenhang mit virtuellen Veranstaltungen: Festsetzung, Rundfunklizenzen, Rechtsfragen im Zusammenhang mit Messeabsagen: Rückerstattung von Ausstellerbeiträgen, Schadenersatzansprüche gegenüber Kommunen und Ländern
Steuern	24.06.	Virtuelles Meeting	Änderungen im Umsatzsteuerrecht
Marketing	16.06. 04.11.	Virtuelles Meeting Virtuelles Meeting	Auswirkungen der Pandemie auf Bereiche Marketing und Werbung, Veränderungen durch hybride/virtuelle Veranstaltungen, Marketingkommunikation bei Re-Start
Auslandsmessebeteiligungen (AKAM)	01.04. 23.09.	Virtuelles Meeting NürnbergMesse (hybrid)	Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Messebranche und das AMP, Maßnahmen zur Flexibilisierung des AMP in der Pandemie, Hygieneschutz auf German Pavilions, aktueller Stand AMP 2020, Festlegung AMP 2021, german-pavilion.com, Projekt: Online-Anmeldung für Aussteller, Sondermesseprogramm Energie, EXPO in Dubai
GTQ	13.05.	Virtuelles Meeting	Entwicklung der Auslandsmessen deutscher Veranstalter und Auswirkungen der Pandemie, neue Märkte, Ausblick Auslandsgeschäft, digitale und hybride Veranstaltungsformate



Teilnahme an Messekongressen

Im Coronajahr 2020 war das Bedürfnis nach Information, Austausch und Netzwerk trotz der fehlenden persönlichen Treffen groß. Der AUMA war deshalb bei zahlreichen Veranstaltungen virtuell präsent.

Weltweit war die Messebranche durch das Herunterfahren der Messeaktivitäten und die neuen digitalen Alternativen gekennzeichnet. Zentrale Fragestellungen auf allen internationalen und auch nationalen Tagungen der Messebranche waren daher das Veranstalten von Messen unter neuen Sicherheitsbedingungen, die neuen Anforderungen an die Veranstalter und Messeplatzbetreiber durch das Aufkommen digitaler Events und hybrider Messen sowie die neuen Kundenbedürfnisse in einer weltweiten Krisensituation.

UFI-Kongress 2020 ■ Vom 16. bis 19. November fand der Kongress des Weltmesseverbandes UFI statt – aufgrund der Corona-Pandemie erstmals rein digital. 700 Messe-Experten aus 51 Ländern verfolgten die zahlreichen Vorträge und Diskussionen aus London, Dubai, Hong Kong und Bogota unter dem Motto „Resilience“. Seitens des AUMA beteiligten sich Jörn Holtmeier, Geschäftsführer, und Marco Spinger, Geschäftsbereichsleiter Globale Märkte & IT. Themen waren die neuen Realitäten für Weltwirtschaft, Geopolitik, Gesundheit und die von Corona besonders betroffenen Branchen Messen, Business-Events, Tourismuswirtschaft und Gastgewerbe.

Messefachtagungen des FAMA ■ Für seine Mitglieder und weitere Interessenten veranstaltet der FAMA jährlich zwei vom AUMA unterstützte Fachtagungen mit Vorträgen, Podiumsdiskussionen, Workshops und Best-Case-Zirkeln. Unter dem Leitmotiv „Customer Journey“ fand am 29. und 30. Juni 2020 bei der Messe Düsseldorf die Sommertagung mit nahezu 130 Teilnehmern statt, darunter vom AUMA Harald Kötter; weitere Tagungsgäste waren virtuell zugeschaltet. „Neue Wege“ war das Motto am 23. und 24. November 2020. Zum ersten Mal fand die Fachtagung als reine Online-Veranstaltung statt, mit Beteiligung mehrerer AUMA-Kollegen:innen. Themen waren insbesondere die neue Normalität in der Messelandschaft und Frauen in Führungspositionen. FAMA-Vorsitzender Hans-Joachim Erbel, damaliger CEO Reed Exhibitions Deutschland, übergab den Vorsitz an Henning Könicke, AFAG Messen und Ausstellungen GmbH.

Russisches Eventforum EFEA 2021 ■ Vom 27. bis 29. Januar 2021 fand das Eurasian Event Forum (EFEA) als Präsenzveranstaltung in St. Petersburg statt. An der 10. Veranstaltung unter dem Motto „Cooperation as a Strategy in Uncertain Circumstances“ beteiligten sich 270 Teilnehmer, darunter auch internationale Experten der Messe- und Eventwirtschaft. Der AUMA war digital mit einem Vortrag von Marco Spinger, Geschäftsbereichsleiter Globale Märkte & IT, vertreten. Auf dem Forum ging es unter anderem um die Veränderungen in der Branche durch Digitalisierung und um hybride Formate für Messen und Kongresse.

Verbändeforum des russischen Messeverbandes RUEF ■ Am 18. Juni 2020 organisierte der russische Messeveranstalterverband RUEF sein zweites – diesmal virtuelles – Verbändeforum. Vertreter verschiedenster Industriebranchen erläuterten, wie ihre Verbände Aussteller bei ihren Messebeteiligungen unterstützen und mit Messeveranstaltern kooperieren. Der AUMA war durch Harald Kötter vertreten, Geschäftsbereichsleiter Messen Deutschland & Öffentlichkeitsarbeit. Er erläuterte insbesondere die engen Beziehungen zwischen Verbänden und Messeveranstaltern in Deutschland.



Zhejiang Forum of Global Exhibition in Peking ■ Am 4. September 2020 fand in Peking das Zhejiang Forum of Global Exhibition als Begleitveranstaltung zur „China International Fair for Trade in Services“ statt. Thema des außerordentlichen Messeforums war die Lage der Messewirtschaft in China und in verschiedenen Weltregionen. Als Vertreter der deutschen Messewirtschaft sprach AUMA-Geschäftsführer Jörn Holtmeier in einer Videobotschaft über die Lage der deutschen Messen und die Vorbereitungen der Branche auf den Messe-Restart in Deutschland im Herbst 2020.



5

Organisation

AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft



Mitglieder

Wirtschaftsorganisationen

Messeveranstalter / Durchführungsgesellschaften

Vorstand

Philip Harting
Vorsitzender

Peter Ottmann
1. Stellvertreter

Klaus D. Kremers
2. Stellvertreter

Gesamtvorstand

Geschäftsleitung

Jörn Holtmeier
Geschäftsführer

Geschäftsbereichsleiter

Harald Kötter
Öffentlichkeitsarbeit

Hendrik Hochheim
Messen Deutschland & Institut
der Deutschen Messewirtschaft

Marco Springer
Globale Märkte & IT

Barbara Dresken
Finanzen

Abteilungsleiter

Dirk Lönne
IT

Arbeitskreise

Human Resources
Besucherservices
IT Working Group
Messetransparenz
Kommunikation
Round Table Brüssel

Technik und Logistik
Recht / Verwaltung
Marketing
GTQ (German Trade Fair Quality Abroad)
Steuern
Arbeitskreis Auslandsmessebeteiligungen beim AUMA

Stand: 05/2021



Personelle Veränderungen

Am 9. Juni 2020 hat der Vorstand des AUMA Peter Ottmann, Geschäftsführer der Nürnberg-Messe GmbH, zum 1. stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Er übernahm dieses Amt von Werner M. Dornscheidt, langjähriger Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf, der dieses Amt seit 2009 innehatte.

Am 1. Januar übernahm Hendrik Hochheim zusätzlich zur Leitung des Instituts der Deutschen Messewirtschaft die Leitung des Geschäftsbereichs Messen Deutschland. Harald Kötter, bis 31.12.2020 Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit und Messen Deutschland und danach Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit, ist zum 30.6.2021 altersbedingt aus dem AUMA ausgeschieden.

Vorstand

► www.auma.de/de/der-auma/vorstand

Mitglieder

► www.auma.de/de/der-auma/mitglieder

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

► www.auma.de/de/der-auma/team



6

Kennzahlen der Messewirtschaft

Der AUMA erfasst die Kennzahlen der Messewirtschaft in Deutschland sowie eine Auswahl von Messekennzahlen weltweit und stellt sie allen Akteuren der Branche und der Öffentlichkeit kostenfrei zur Verfügung.

► www.auma.de/de/zahlen-und-fakten/branchenkennzahlen

Infografiken zum Herunterladen

► www.auma.de/de/medien/infografiken



Bildnachweise

Der AUMA dankt den Messegesellschaften für die freundliche Bereitstellung der Fotos von Messen und Messeständen.

- Titel: © Messe Duesseldorf / ctillmann
- Seite 4: © Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jean-Luc Valentin
- Seite 9: © Deutsche Messe / Rainer Jensen
- Seite 11: © AUMA
- Seite 14: © AUMA
- Seite 20: © Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jens Liebchen
- Seite 22: © Messe Berlin GmbH / Volkmar Otto

auma.de

