

Stellungnahme

Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung zum Thema
„Sport- und Eventtourismus“
im Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestages
am 5. Juli 2023

Der AUMA ist der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, der Dachverband der deutschen Messewirtschaft. Er vertritt die Interessen aller großen und mittleren sowie internationaler Messegesellschaften in Deutschland sowie der Verbände, welche ausstellende Unternehmen, Service-Unternehmen sowie Besucherinnen und Besucher vertreten.

Deutschland ist beim Veranstalten von Messen weltweit führend. Zwei Drittel der Weltleitmessen finden in Deutschland statt. Rund 70 Messeplätze gibt es hierzulande von Nord bis Süd. Vier der zehn weltgrößten Messegelände befinden sich in Deutschland. Durchschnittlich 380 Messen finden pro Jahr in Deutschland statt. Diese Messen ziehen über 235.000 ausstellende Unternehmen und 16 Millionen Besucherinnen und Besucher an. 60 Prozent der ausstellenden Unternehmen und 35 Prozent der Fachbesucher kommen bei den internationalen Messen aus dem Ausland.

Auf Messen werden Kundenbeziehungen aufgebaut und gepflegt sowie neue Partner und Personal gefunden. Messen sind Testmärkte für allerneuste Produkte und damit auch Marktforschungsinstrumente. Sie erhöhen als Branchenplattformen mit großer Reichweite den Bekanntheitsgrad des eigenen Unternehmens. Auf Messen kann die Wettbewerbssituation analysiert und der Absatz von Produkten und Dienstleistungen vorbereitet werden. Für Unternehmen, die auf Fachmessen ausstellen, sind Messebeteiligungen das wichtigste Instrument ihrer B2B-Kommunikation. Innovatoren und Ideengeberinnen treffen auf Messen aufeinander und entwickeln gemeinsam Lösungen für Probleme unserer Zeit.

Messen sind außerdem von großer Bedeutung für Wachstum und Beschäftigung in einer Region. Hotels, Gastronomie, Einzelhandel, Taxiunternehmen und öffentliche Verkehrsunternehmen profitieren von Messen. Gleiches gilt für Serviceunternehmen, die für Messeveranstalter und ausstellende Unternehmen Dienstleistungen erbringen, wie z. B. Standbau, Messelogistik, Catering und Hostessendienste. Darüber hinaus sind Messen perfekte Instrumente für Standortmarketing und Wirtschaftsförderung.

Die Messewirtschaft trägt mit rund 28 Milliarden Euro jährlich zum gesamtwirtschaftlichen Plus bei. Durch die Organisation von Messen werden in Deutschland 230.000 Arbeitsplätze gesichert.

Die messeinduzierten Steuereinnahmen liegen bei rund 4,5 Milliarden Euro jährlich. Die regionalwirtschaftlichen Effekte machen bei national und international ausgerichteten Messeplätzen das Fünf- bis Siebenfache vom dort erzielten Veranstalterumsatz aus.

Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Restriktionen sowie Planungsunsicherheiten haben tiefe Spuren in der deutschen Messewirtschaft hinterlassen: fast 670 gestrichene Messen seit März 2020, bis zu 87 Prozent weniger ausstellende Unternehmen und Besucher sowie mehr als 60 Milliarden Euro gesamtwirtschaftliches Minus und rund zehn Milliarden Euro weniger Steuereinnahmen.

2023 wird damit das erste vollständige Messejahr seit 2019 sein. Erst seit Ende April 2022 sind Messen wieder in ganz Deutschland möglich, nach dem Ende der Corona-Restriktionen. Die Gesetzgeber in den europäischen Wettbewerbsmärkten Italien, Frankreich, Spanien und Großbritannien haben das Messengeschäft wesentlich früher wieder ermöglicht.

Die Zeit nach der Pandemie hat klar gezeigt, dass Unternehmen den persönlichen Kontakt auf Messen nach wie vor brauchen. Während der Pandemie geschaffene digitale Messeformate sind von der Bildfläche verschwunden. In einer [Umfrage](#) der Deutschen Industrie- und Handelskammer im Jahr 2022 gaben 69 Prozent der Unternehmen an, dass sie 2021 die coronabedingten Messe-Absagen besonders belastet haben. Damit gehörten Messeabsagen zu den größten Belastungen für die Unternehmen nach den pandemiebedingten Reiseeinschränkungen. Für Unternehmen haben Messebeteiligungen einen sehr hohen Stellenwert im Marketing-Mix. Das zeigt beispielsweise eine [Studie](#) des Digitalverbandes Bitkom vom Dezember 2022. Danach planen IT- und Telekommunikationsunternehmen höhere Investitionen in ihre Messebeteiligungen für das Jahr 2023. Von ihnen setzen 80 Prozent Messebeteiligungen als Marketing- und Kommunikationsinstrument ein.

Der internationale Wettbewerb nimmt stark zu. China, Indien, die Länder am Golf und weitere aufstrebende Wirtschaftsnationen haben die enorme Bedeutung von Messen erkannt. Hier ist Deutschland gefordert, seine Spitzenposition als internationalster Messestandort zu stärken und auszubauen.

Die deutsche Messewirtschaft hat sich als eine der ersten Branchen einheitliche [Ziele](#) gegeben, um 2040 - fünf Jahre vor dem nationalen Ziel Deutschlands - klimaneutral zu sein. Spätestens 2025 wird die deutsche Messewirtschaft zu 100 Prozent Ökostrom nutzen. Bis 2027 werden die Messengesellschaften in Deutschland mehr als eine halbe Milliarde Euro in ihre Gelände investieren. Energetische Maßnahmen wie der Auf- und Ausbau der Photovoltaik, die Umrüstung auf LED-Beleuchtung und energieeffiziente Kühlanlagen sind mit dieser enormen Summe geplant.

Die deutsche Messewirtschaft fordert:

1. Einreisen ermöglichen

Die Visastellen der deutschen Botschaften und Konsulate müssen fristgerecht Messevisa erteilen. Wochen- oder gar monatelange Wartezeiten auf ein Visum sind in vielen visumpflichtigen Ländern wie in Indien, der Türkei, Pakistan und China an der Tagesordnung. Unternehmen aus diesen und weiteren visumpflichtigen Ländern können daher oft nicht ihre Mitarbeitenden fristgerecht zum Messetermin nach Deutschland entsenden. Wichtiges Geschäftspotential bleibt daher ungenutzt. Das schadet nicht nur den ausstellenden Unternehmen auf deutschen Messen, sondern auch den Hotels, der Gastronomie, dem Einzelhandel, Reiseveranstaltern und den Verkehrsunternehmen.

Unter den Top 10 der größten ausländischen Ausstellernationen am Messeplatz Deutschland waren bis zum Beginn der Pandemie China, Indien und die Türkei mit insgesamt über 25.000 ausstellenden Unternehmen. Zunehmend fehlen wegen langer Visum-Wartezeiten zahlreiche Besucherinnen und Besucher aus Asien und Afrika auf deutschen Messen.

2. Messeprogramme stärken

Die Förderung von Messteilnahmen ausstellender Unternehmen durch das Messeprogramm „Young Innovators“ für innovative Unternehmen und Startups, das Markterschließungsprogramm KMU und das Auslandsmesseprogramm müssen dringend gestärkt werden. Zuletzt hat das Bundeswirtschaftsministerium diese wichtigen Programme für das Haushaltsjahr 2023 gekürzt wie nie zuvor. Diese Kürzung ist ein strategischer Fehler und schadet dem Mittelstand und damit dem Standort Deutschland. Messebeteiligungen ermöglichen den Einstieg in neue Auslandsmärkte, stärken die Wettbewerbsposition und sichern Arbeitsplätze. Allein durch das Auslandsmesseprogramm werden pro einer Million Euro eingesetzter Finanzmittel 216 Millionen Euro zusätzlicher Exportumsatz und mehr als 370 Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten. Das belegt die jüngste [Evaluierung](#) des Programms im Auftrag des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle.

3. Fachkräfte gewinnen

Der Fachkräftemangel ist in der Messewirtschaft durch die Unsicherheiten der langen Messeverbote besonders deutlich zu spüren: Gerade Veranstalter und Messedienstleister suchen qualifiziertes Personal. Wir sehen mit Sorge die demografische Entwicklung, die das Problem in Zukunft noch verschärfen wird, wenn die Politik nicht entschieden gegensteuert.

Berlin, 29. Juni 2023

Jörn Holtmeier
Geschäftsführer

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