



Weltweit die Nummer eins

Der Messeplatz Deutschland ist weltweit die Nummer 1 bei der Durchführung internationaler Messen. Jährlich finden in Deutschland 160 bis 180 internationale und nationale Messen statt, mit rund 180.000 Ausstellern und 10 Mio. Besuchern. Messen in Deutschland bringen Partner aus aller Welt zusammen. Sie sind Foren für Kommunikation und für Innovation, die den Weltmarkt abbilden. Rund zwei Drittel aller globalen Branchenmessen finden in Deutschland statt.



Wichtig für die gesamte Wirtschaft

Jedes Jahr geben Aussteller und Besucher für ihr Messe-Engagement in Deutschland insgesamt 14,5 Mrd. Euro aus. Die gesamtwirtschaftlichen Produktionseffekte erreichen 28 Mrd. Euro. Die deutschen Messeveranstalter erwirtschaften jährlich einen Umsatz von knapp 4 Mrd. Euro. Von den zehn umsatzstärksten Messegesellschaften der Welt haben fünf ihren Sitz in Deutschland.

Insgesamt werden durch die Organisation von Messen 231.000 Arbeitsplätze gesichert. In den ausstellenden Unternehmen sind im Durchschnitt rund 2 Personen pro Unternehmen mit Messebeteiligungen beschäftigt. Das ergibt bei gegenwärtig

Erfolgreich auf Messen "Made in Germany"

Deutschland ist weltweit die Nr. 1 als Messestandort



Jedes Jahr finden in Deutschland zwischen 160 und 180 Messen statt – mit insgesamt 180.000 Ausstellern und 10 Mio. Besuchern.

rund 58.000 messeaktiven Firmen im Business-to-Business-Segment mehr als 100.000 Vollzeitarbeitsplätze.

Pluspunkte für den Messeplatz Deutschland

Zentrale Lage

Deutsche Messen führen Aussteller und Besucher in das Herz der Europäischen Union. Der europäische Binnenmarkt ist mit rund 500 Millionen Verbrauchern und einer Wirtschaftsleistung von rund 11,5 Billionen Euro der größte einheitliche Markt der industrialisierten Welt. Messen in Deutschland sind aus allen Wirtschaftszentren der Welt dank hervorragender Flugverbindungen und bester Verkehrsinfrastruktur in akzeptabler Zeit zu erreichen.



Modernste Messegelände

In Deutschland gibt es 25 Messeplätze mit internationaler oder nationaler Bedeutung. Ihre Hallenfläche beträgt zusammen 2,8 Mio. Quadratmeter. Architektonisch, logistisch und technisch sind die deutschen Messegelände international richtungsweisend. Deutsche Messegesellschaften investieren jährlich rund 300 Mio. Euro in die Optimierung ihrer Gelände.

Vier der weltweit acht größten Messegelände liegen in Deutschland und zehn deutsche Messegelände verfügen über eine Hallenkapazität von mehr als 100.000 Quadratmetern. Hinzu kommen regionale Messeplätze mit einer Hallenfläche von rund 380.000 Quadratmetern.

Hohe Internationalität

Der besondere Wettbewerbsvorteil deutscher Messen ist ihre internationale Attraktivität: die Messen holen die Weltmärkte nach Deutschland. Rund 60% der jährlich rund 180.000 Aussteller kommen aus dem Ausland, ein Drittel davon aus Ländern außerhalb Europas. Von den 10 Mio. Besuchern reisen fast 30% aus dem Ausland an.



Führende Servicestandards

Deutsche Veranstalter bieten der ausstellenden Wirtschaft ein breites Spektrum von Dienstleistungen. Sie unterstützen ihre Aussteller bei Reise- und Hotelbuchungen, Pressearbeit und Marketingaktivitäten und erweitern ihr Dienstleistungsspektrum stetig. Darüber hinaus installieren viele Messeveranstalter permanente Online-Marktplätze und sind damit für die ausstellende Wirtschaft ganzjährig ein kompetenter Marketingpartner.

Exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis

Im internationalen Vergleich haben die deutschen Messen ein moderates Standmieten-Niveau. Gleichzeitig sind Qualität und Quantität der Messebesucher auf einem hohen Niveau, so dass Aussteller hier auf viele ihrer potentiellen Kunden treffen. Die Kosten pro Besucher-Kontakt sind da-

durch im Vergleich mit ausländischen Messen und anderen Medien günstig.

Attraktive Regionalmessen

Die internationalen und nationalen Messen werden ergänzt durch ein dichtes Netz gut organisierter Regionalmessen mit klarer Zielgruppenansprache. Das gilt für Fachbesuchermessen ebenso wie für Publikumsmessen. Auf diesen Veranstaltungen treffen sich jährlich rund 50.000 Aussteller und 6 Mio. Besucher.



Struktur der deutschen Messewirtschaft

Veranstalter

Insgesamt sind in Deutschland etwa 100 Messeveranstalter tätig, rund 40 davon organisieren internationale Messen. Die größten unter ihnen gehören zu umsatzstärksten Messegesellschaften der Welt. Damit gehört die deutsche Messewirtschaft auch im internationalen Vergleich zu den führenden Dienstleistungsbranchen.

Die im AUMA zusammengeschlossenen deutschen Messeveranstalter organisieren jedes Jahr rund 300 eigene Messen – vorrangig in wichtigen ausländischen Wachstumsregionen wie Asien, Nord- und Südamerika und Osteuropa. Das nützt auch der deutschen Wirtschaft, die gerade in schwierigen Auslandsmärkten kompetente Partner für ihr Messe-Engagement braucht.

Ausstellende Wirtschaft

Rund 58.000 deutsche Unternehmen sind als Aussteller im Business-to-Business-Segment tätig. Davon gehören 55% dem verarbeitenden Gewerbe an, gefolgt von Dienstleistungen (23%) und Handel (20%). Im Hinblick auf die Beschäftigtenzahl und Umsatz dominiert der Mittelstand: 51% der Aussteller haben weniger als 50 Beschäftigte und 39% zwischen 50 bis 499 Beschäftigte. 35% der Unternehmen verzeichnen einen Umsatz von bis zu 2,5 Mio. Euro und 47% setzen zwischen 2,5 bis 50 Mio. Euro um.

Besucher

Unter allen Messebesuchern ist der Anteil der Entscheider ausgesprochen hoch und liegt bei 63%. Geschäftsführer, Vorstandsmitglieder und selbstständige Unternehmer aus Deutschland stellen

35% der Fachbesucher, bei ausländischen Besuchern sind es sogar 73%. Letztere zeichnen sich durch überdurchschnittliche Entscheidungskompetenz aus: 91% haben ausschlaggebenden oder mitentscheidenden Einfluss auf Geschäftsentscheidungen. Aus Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern kommen 13% der Messebesucher, darunter die Top-Entscheider großer Weltkonzerne. 54% der Fachbesucher kommen aus Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten.

*Quelle:
AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.*