

Beitrag mit O-Tönen zur Jahres-Pressekonferenz des AUMA (Verband der deutschen Messewirtschaft). Insgesamt haben knapp 180.000 Aussteller auf den 176 großen internationalen und nationalen Messen in Deutschland ihre Produkte und Dienstleistungen präsentiert, ein Plus von 1,5 Prozent. Der Umsatz der deutschen Messeveranstalter lag im vergangenen Jahr bei 3,45 Milliarden Euro.

**Anmoderation:**

Boote, Wohnmobile, Nahrungsmittel, Handwerk, Medizin, Möbel, Computer, Maschinenbau ? diese Liste könnte man jetzt fast endlos fortsetzen. Denn es gibt fast nichts, wofür es in Deutschland keine Messe gibt. Deutschland ist und bleibt das weltweite Messeland Nr. 1. Das belegen aus Sicht des Verbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA auch die aktuellen Zahlen für das Jahr 2014, die jetzt in Köln präsentiert wurden. Jörg Sauerwein berichtet:

Schwierige wirtschaftliche Rahmenbedingungen, sowohl in Europa als auch in anderen Teilen der Welt, eine Konzentration von Unternehmen in einigen Branchen und auch das Internet ändern nichts daran: die Zahlen für den Messeplatz Deutschland gehen weiter nach oben. bei den insgesamt 176 großen internationalen und nationalen Veranstaltungen gab es im vergangenen Jahr ein Ausstellerplus von 1,5 Prozent ? das sind inzwischen fast 180.000 Aussteller aus der ganzen Welt, sagt AUMA-Chef Walter Mennekes:

O-TON

Dabei stieg die Zahl der ausländischen Aussteller mit einem Plus von 5,2 Prozent zu den Vorveranstaltungen erstmals über die 100.000er-Marke auf fast 103.000. Nicht so schön sieht es allerdings bei den deutschen Ausstellerzahlen aus. Es sind zwar immer noch fast 77.000 gewesen, aber vor allem zahlreiche Fusionen und Konzentrationsprozesse, aber auch Einsparungen sorgten dafür, dass es 3,1 Prozent weniger waren, als bei den Messen davor. Warum Deutschland aber als Messestandort im Vergleich zu anderen Ländern immer noch so gut dasteht, erklärt AUMA-Geschäftsführer Peter Neven.

O-TON

Die Messefachleute rechnen insgesamt auch für die nächsten Jahre mit einer weiter positiven Entwicklung. Etwas Sorge macht Neven allerdings die Entwicklung in einigen Bereichen, in denen große Unternehmen ihre Produkte nicht mehr auf Messen präsentieren, sondern selbst entwerfen, herstellen lassen und dann auch direkt verkaufen. Seien es große Modeanbieter oder auch eine bekannte, große Möbelkette:

O-TON

Trotzdem sei man optimistisch, dass das vertrauensbildende Gespräch auf Messen und das Erleben der Produkte mit allen Sinnen für die meisten Aussteller und Besucher weiterhin wichtig bleibt. Denn letztlich habe auch das Internet trotz gegenteiliger Vorhersagen bisher auch noch nicht für das Ende des Messegeschäftes gesorgt, lächelt der Verbandsvorsitzende Walter Mennekes.

O-TON

Für das turnusgemäß etwas schwächere Jahr 2015 rechnet der Verband zwar nur mit einem Umsatz von 3,2 Milliarden Euro für die deutschen Messeveranstalter. Im Jahr 2016 sollen es dann aber schon wieder rund 3,6 Milliarden und damit noch mehr als im vergangenen Jahr sein.

JS Redaktion Köln