



Compact

Infodienst für die
Messewirtschaft

122010

■ Entscheider brauchen Fachmessen

Für fast zwei Drittel aller Entscheider in Deutschland sind Fachmessen das wichtigste Medium für Investitionsentscheidungen, geht aus der B2B-Entscheideranalyse 2010 der Deutschen Fachpresse hervor. An der Befragung nahmen 600 Personen teil, die für 7,2 Mio. professionelle Entscheider in deutschen Unternehmen stehen. [Seite 3](#)

■ Mitgliedsverbände des AUMA im Porträt: Der DBSV

„Yachten sind hochwertige Konsumgüter und stehen nicht wie Autos in jeder Stadt zur Besichtigung zur Verfügung. Daher sind Messen die wichtigsten Marktplätze der Branche“, betonte Claus Ehlert-Meyer, Geschäftsführer des Deutschen Boots- und Schiffbauer-Verbandes (DBSV). [Seite 2](#)

► 7. Juli 2010

Inhalt

Messewirtschaft	2
Inlandsmessen	7
Auslandsmessen	9
Recht	12
Personalien	13



Aktuelle Meldungen
im AUMA MesseNetzwerk
auf einen Klick:

► www.auma.de

■ FAMA-Sommertagung in Hannover

„Regionale Messen haben sich im Krisenjahr 2009 relativ gut gehalten“, erklärte Johannes Fuchsgruber, FAMA-Vorsitzender, auf der Sommertagung des FAMA am 21. und 22. Juni 2010 in Hannover. [Seite 5](#)

■ Messemarkt Skandinavien [Seite 10](#)

■ Messewirtschaft

AUMA-Mitglieder im Porträt

Deutscher Boots- und Schiffbauer-Verband (DBSV)

Vier Fragen an Claus-Ehlert Meyer, Geschäftsführer des DBSV



AUMA: Welche Bedeutung haben Messen generell für Ihre Mitgliedsunternehmen?

Meyer: Für viele unserer Mitglieder haben Messen eine zentrale Bedeutung. Yachten sind hochwertige Konsumgüter und stehen nicht wie Autos in jeder Stadt zur Besichtigung zur Verfügung. Daher sind Messen die wichtigsten Marktplätze der Branche.

AUMA: In welchem Umfang sind Ihre Mitglieder auf Messen engagiert?

Meyer: Die meisten größeren Yachtwerften stellen auf 5 bis 10 Messen jährlich direkt aus, sind aber über ihre Händler auf bis zu 40 Mes-

sen vertreten. Im Zubehörbereich übernehmen die meisten Messen im Ausland die lokalen Großhändler. Eine Ausnahme ist die größte Fachmesse für Yachtzubehör, die jährlich in Amsterdam stattfindet.

AUMA: Nutzen Ihre Mitgliedsunternehmen Förderprogramme des Bundes und/oder der Bundesländer, um sich an Messen in Deutschland oder im Ausland zu beteiligen?

Meyer: Seit Jahrzehnten sind wir im Auslandsmesseprogramm des Bundes mit ein bis zwei Messen vertreten. Dabei ist der amerikanische Markt, der etwa 50 % des Weltmarktes ausmacht, von besonderer Bedeutung. Die europäischen Messen werden ohne Förderprogramme durchgeführt. Der Verband organisiert aber Informations- und Gemeinschaftsstände, um den Aufwand für die Mitglieder gering zu halten. In diesem Jahr sind wir auf neun Messen vertreten, davon fünf im Ausland.

AUMA: Wie beurteilen Sie die aktuelle Wirtschaftslage Ihrer Branche?

Meyer: Die Lage ist schwierig, denn die Branche hat zwischen 2008 und 2009 etwa 50 Prozent des Umsatzes eingebüßt. Inzwischen geht es zwar wieder aufwärts, aber das Niveau von 2008 werden wir in absehbarer Zeit nicht wieder erreichen. Das liegt allerdings nicht nur an der Finanzkrise, sondern auch an der Demographie der Wassersportler, die überaltern. Zurzeit geben mehr Wassersportler ihr Hobby auf, als neue hinzukommen. Auf den Messen ist diese Entwicklung besonders deutlich zu spüren, denn viele Aussteller verringern ihre Flächen und die Besucherzahlen sind tendenziell seit Jahren rückläufig.

Der DBSV

Der Deutsche Boots- und Schiffbauer-Verband (DBSV) hat sich aus dem Zusammenschluss der handwerklichen Werften des Boots- und Schiffbaus in über 50 Jahren zu einer modernen Branchenvertretung entwickelt, die nahezu alle Bereiche der maritimen Wirtschaft umfasst. Der Verband wird in erster Linie dort tätig, wo gemeinschaftliches Handeln sinnvoller und effektiver ist als individuelles. Er organisiert Gemeinschaftsstände auf Messen, gibt eine Fachzeitschrift heraus, betreibt eine Jobbörse und kümmert sich um die Ausbildungsverordnung für Bootsbauer.

Mitglieder

Zur Zeit sind etwa 440 Mitgliedsunternehmen im DBSV organisiert. Dazu gehören Bootsbauer/Werftbetriebe (50%), Zubehöhersteller (30%), Konstrukteure (5%), Sachverständige (10%), Yachtelektriker und sonstige Gewerke.

Köpfe

Torsten Conradi, geschäftsführender Gesellschafter der judel/vrolijk engineering GmbH, ist seit 2008 Präsident des Verbandes. Claus-Ehlert Meyer arbeitet seit gut 15 Jahren für den DBSV, davon mehr als zehn Jahre als Geschäftsführer.

Zentrale Veranstaltung

Einmal jährlich findet eine mehrtägige Mitgliederversammlung statt und etwa alle drei Jahre eine Mitgliederreise ins Ausland mit Werftbesuchen.

Branchenüberblick

Die Mitgliedsunternehmen des DBSV beschäftigen rund 10.800 Mitarbeiter, davon ca. 520 Bootsbaulehrlinge. Der Branchenumsatz beträgt zur Zeit etwa 2,8 Milliarden Euro. Im Yachtbau liegt die Exportquote bei 85 %.

► www.dbsv.de

Fachmessen und Fachzeitschriften wichtigste Medien für Entscheider

Fast zwei Drittel (64%) der professionellen Entscheider in Deutschland betrachten Fachmessen als das wichtigste Medium, um Anstöße für ihre Investitionsentscheidungen zu erhalten. Dahinter rangieren die Fachzeitschriften mit 63%, Hersteller-Websites (53%) und der Außendienst mit 47%. Das sind Ergebnisse der B2B-Entscheideranalyse 2010 der Deutschen Fachpresse, durchgeführt von TNS Emnid, die sogenannte Imagefaktoren für einzelne Medien untersuchte. Die Ergebnisse basieren auf der Befragung von 600 Personen, die für 7,2 Mio. professionelle Entscheider in deutschen Unternehmen stehen.



Imagepositionierung B2B-Medien

Imagefaktor „Gibt mir Anstöße für Investitionsentscheidungen“

Fachmessen	64%
Fachzeitschriften	63%
Hersteller-Websites	53%
Fachmedien Online	42%
Außendienst	47%
Direktwerbung	21%

Quelle: B2B-Entscheideranalyse 2010, Studie der Deutschen Fachpresse

Demnach meinen 67% der Befragten, dass sie auf Messen neue Entwicklungen und Trends aufgezeigt bekommen und durch Messen Markttransparenz geschaffen wird. Damit liegen Messen jeweils an zweiter Stelle hinter den Fachzeitschriften (78% und 74%), aber deutlich vor allen anderen Medien. Außerdem können Fachmessen neben den Fachzeitschriften (73%) damit punkten, dass sie als sehr glaubwürdige, neutrale und seriöse Medien angesehen werden. 68% der Befragten unterstreichen diesen Punkt. Auch hier sehen die befragten Entscheider einen deutlichen Vorteil gegenüber anderen Medien. So folgen auf den nächsten Plätzen in der Frage nach der Glaubwürdigkeit erst mit deutlichem Abstand die Hersteller-Websites (44%), der Außendienst mit 43% und die Online-Fachmedien (41%).

Fachmessen haben demnach im B2B-Informations- und Entscheidungsprozess gemeinsam mit den Fachzeitschriften eine herausragende Bedeutung unter den Medien und sind für Entscheider nicht zu ersetzen.

► www.deutsche-fachpresse.de/457/

Auslandshandelskammern diskutierten in Berlin mit Messeveranstaltern über Marketing und Vertrieb

Die veränderten Rahmenbedingungen in der Messewirtschaft und neue Kundenwünsche erfordern bei den Messeveranstaltern neue Marketing- und Vertriebsstrategien. Zu diesem Thema fand auf der 6. AHK-Weltkonferenz am 8. Juni 2010 in Berlin eine Podiumsdiskussion statt, an der Vertreter von Messegesellschaften, des AUMA, der Deutschen Auslandshandelskammern und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) teilnahmen. Die Podiumsteilnehmer zeigten, wie sich das Messegeschäft verändert hat und welche Rolle die Zusammenarbeit mit Auslandshandelskammern dabei spielt. Messegesellschaften sehen sich als Kommunikationspartner der Unternehmen hinsichtlich Vertrieb und Marketing. Verbesserungspotenzial in der Zusammenarbeit mit ihren Kunden sehen sie im Bereich der Kundenbetreuung – von der Messeauswahl über die Organisation bis zur Nachmessebetreuung. Die AHK-Vertreter schlugen neue Formen der Kooperation vor, weg von der in Vergangenheit üblichen Gesamtvertretung zu einer neuen projekt- und marktorientierten Zusammenarbeit.

Der Workshop des nächsten Tages thematisierte ebenfalls die Zusammenarbeit zwischen Messen und Kammern. AHK-Vertreter stellten hier einen Prozess zur Weiterentwicklung ihrer Vertriebsleitungen im Messegeschäft vor. Insbesondere Standards für Vertriebsschulungen, stärkere regionale Koordinierungen und das Angebot von Verbundleistungen für Aussteller sollen die Kammern wieder stärker ins Geschäft bringen. In den nächsten zwei Jahren wollen zwischen 20 und 30 Kammern diese Weiterentwicklung ausbauen; weitere Auslandshandelskammern können sich anschließen. Die Vertriebskoordinatoren der Messegesellschaften begrüßten diesen Prozess und sagten zu, diesen konstruktiv zu begleiten.



Podiumsdiskussion

Von links: Dr. Wolfram von Fritsch, Deutsche Messe AG, Dr. Peter Neven, AUMA. Von oben: Klaus Dittich, Messe München, Cornelia Sonnenberg, AHK Chile, Dr. Martin Wansleben, DIHK, Ekkehard Goetting, AHK China

AHK-Weltkonferenz

Alle zwei Jahre treffen die Deutschen Auslandshandelskammern in Berlin mit den Akteuren der deutschen Außenwirtschaftsförderung zusammen, um Erfahrungen auszutauschen und über ihre Arbeit zu informieren.

FAMA-Sommertagung in Hannover

Fragen der Besuchergewinnung und des Einsatzes von Social Media standen im Mittelpunkt der Sommertagung des FAMA – Fachverband Messen und Ausstellungen am 21. und 22. Juni 2010 in Hannover. „Regionale Messen haben sich im Krisenjahr 2009 relativ gut gehalten“, betonte der Vorsitzende des FAMA und Geschäftsführer der Messe Erfurt, Johann Fuchsgruber. Im Durchschnitt standen sie besser da als die internationalen Messen, die stark durch die Schrumpfung des Welthandels betroffen waren. Die Messen der FAMA-Mitglieder, die zu fast 90% ein regionales Einzugsgebiet haben, verzeichneten 3,5% weniger Aussteller, 1% weniger Besucher und 4,4% weniger vermietete Fläche, während die internationalen Messen über 4% weniger Aussteller und sogar über 8% weniger Besucher registrierten.

Einen Vortrag hielt Helmut Koprian, Geschäftsführer des Einkaufscenter-Spezialisten KOPRIAN iQ GmbH, zu der Frage, wie Veranstalter von Publikums-messen von Einkaufszentren lernen können. Koprian empfahl insbesondere, neue Besuchergruppen anzusprechen, zu definieren, was den Besucher von heute interessiert, und den Medieneinsatz zu verbreitern. Der Messebesuch müsste unter dem Motto stehen: „Genießen, erleben, entdecken, mitmachen“. Für die Besucher müssten täglich Ereignisse mit medialer Wirkung geschaffen werden. Der Umbau von Messen erfordere allerdings Zeit, so dass schnelles Handeln notwendig sei.

Die Arbeitskreise des FAMA beschäftigten sich mit der besseren und systematischen Auswertung von Besucheranalysen, mit Werbekampagnen und dem Einsatz neuer Medien, mit Hallen- und Veranstaltungstechnik und mit Standortmarketing der Hallenbetreiber.

Harald Kötter, Geschäftsbereichsleiter des AUMA, erläuterte die Entwicklung der überregionalen Messen in Deutschland und sprach über das Marketing Pro Messe durch den AUMA sowie über neue Initiativen im Bereich Aus- und Weiterbildung. Er stellte Pläne der FKM – Gesellschaft zu Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen vor, sich ab 2011 neu zu positionieren.

Anschließend gab der Medienexperte Dr. Torsten Schwarz Tipps, um E-Mail-Marketing und Social Media effektiv zu verbinden. Messeveranstalter sollten in der Kommunikation mit ihren Kunden Twitter und Facebook zügig einsetzen, sofern das nicht schon geschehen sei. Andere Social Media seien deutlich weniger relevant. Die heutige junge Generation wachse wie selbstverständlich mit diesen Medien auf und erwarte künftig auch in der B-to-B-Kommunikation eine entsprechende Ansprache.

Neues Mitglied im FAMA sind die Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden. Die nächste FAMA-Tagung findet am 22. und 23. November 2010 in Weimar statt. ► www.fama.de



„Regionale Messen haben sich im Krisenjahr 2009 relativ gut gehalten“, betonte Johann Fuchsgruber, Vorsitzende des FAMA und Geschäftsführer der Messe Erfurt, auf der FAMA-Sommertagung in Hannover. Im Durchschnitt standen sie besser da als die internationalen Messen.

Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungs- wirtschaft: AUMA informierte über Messebeteiligungen

Absatzpotentiale und Handelshemmnisse waren Schwerpunktthemen auf dem 2. Außenwirtschaftstag der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) und des Auswärtigen Amts am 17. Juni 2010 im Auswärtigen Amt in Berlin. Mehr als 40 Experten aus Deutschland und dem Ausland referierten vor rund 400 Teilnehmern über internationale Märkte und zukünftige Trends. Insbesondere stellten sie Aspekte nachhaltiger Entwicklung und Möglichkeiten von Public Private Partnership vor. Die BVE forderte die anwesende Bundesministerin Ilse Aigner auf, „sich langfristig für die Exportförderung der mittelständischen Ernährungsindustrie einzusetzen.“



Unterstützung für Aussteller
Tipps zu Messebeteiligungen und Hinweise über die Fördermöglichkeiten auf Messen im Ausland gibt der AUMA in zahlreichen Broschüren, z.B. „Erfolgreiche Messebeteiligung – Spezial Auslands Messen“, die als Download verfügbar ist ► www.auma.de
Downloads & Publikationen

Der AUMA beteiligte sich an der Veranstaltung mit einem Informationsstand: Hier erhielten die Kongressteilnehmer Tipps zu Planung und Organisation des Messeauftritts in Deutschland und auf Auslandsmärkten. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ist die Beteiligung an Messen in schwierigen und fernen Ländern eine Herausforderung. Gefragt waren vor allem Möglichkeiten der Unterstützung durch den Bund und die Bundesländer.

Indischer Messekongress 2010: Höheres Potential bei verbesserter Infrastruktur

Mehr als 150 Teilnehmer verzeichnete der zweite indische Messekongress „Expo Summit 2010“ am 4. und 5. Juni 2010 in Neu-Delhi. Dr. Subas Pani, Chairman & Managing Director der staatlichen Handels- und Außenwirtschaftsfördereinrichtung in Indien ITPO, sprach sehr offen die weiterhin un-

befriedigende Situation hinsichtlich der Quantität und Qualität der Messegelände in Indien an: Gerade in den wichtigsten Messestädten Mumbai und Neu-Delhi seien die gegebenen Unzulänglichkeiten ein Hindernis beim Wachstum der Messewirtschaft. Allerdings setze der Staat bei Investitionen in die Infrastruktur auch auf privates Engagement im Rahmen von Public-Private-Partnerships. Bei dem hohen Platzbedarf moderner Messegelände seien wiederum die Investitions- und Unterhaltskosten speziell in Städten mit sehr hohen Grundstückspreisen kaum zu refinanzieren. Dies mache private Investitionen schwierig.

Weitere Kongressthemen waren Daten und Fakten zum indischen Messemarkt im Kontext des süd- und südostasiatischen Raumes. Mark Cochrane von der Beratungsgesellschaft BSG mit Sitz in Hong Kong machte in seiner Präsentation deutlich, dass selbst im Jahr 2009, dem Jahr der globalen Finanzkrise, die großen Länder Asiens, China und Indien, weiter auf Wachstumskurs waren, wenn auch etwas gebremst. Große Einbrüche, wie in anderen Weltregionen, seien ausgeblieben. Die anwesenden international operierenden englischen und amerikanischen Messeveranstalter kündigten in ihren Beiträgen ein verstärktes Engagement in Indien an.

Marco Spinger, Geschäftsbereichsleiter Globale Märkte im AUMA, stellte in seinem Vortrag die Internationalisierungsstrategie der deutschen Messewirtschaft als Best-Practice-Beispiel dar. Dabei ging er insbesondere auf die guten Rahmenbedingungen am Messeplatz Deutschland ein, erläuterte die dynamische Entwicklung beim Veranstalten von Auslandsmessen durch deutsche Messegesellschaften und stellte Bezüge zur Exportförderung des Bundes für deutsche Aussteller im Ausland her. Die deutschen Messeveranstalter konnten ihren Marktanteil in Indien in diesem Jahr erneut steigern, so dass zu erwarten ist, dass sie ihre englischen Wettbewerber in diesem Jahr überholen werden. Auf dem Messeplatz Deutschland rangieren die indischen Aussteller und Besucher unter den Top 20. Im letzten Jahr nahmen rund 2.500 indische Aussteller an 81 deutschen Inlandsmessen teil und landeten auf Platz 11.

Der dritte Expo Summit India findet am 27. und 28. Mai 2011 statt. Weitere Informationen und Präsentationscharts zur diesjährigen Veranstaltung finden Sie unter ► www.exposummit.in

■ Inlandsmessen

ALUMINIUM wechselt 2012 nach Düsseldorf

Die ALUMINIUM wechselt von der Ruhr an den Rhein. Ab 2012 findet die Messe der Aluminiumindustrie auf dem Düsseldorfer Messegelände statt, gab Reed Exhibitions Deutschland Ende Juni 2010 bekannt. Der Messeveranstalter Reed Exhibitions Deutschland und die Messe Düsseldorf vereinbarten eine Vertragslaufzeit bis 2024.



„Deutsche Veranstalter sind zunehmend im Ausland aktiv. In diesem Jahr sind 237 Messen im Ausland geplant, darunter 30 in Indien“, betonte Marco Spinger, AUMA-Geschäftsbereichsleiter, in seinem Vortrag.

Termine ALUMINIUM
14.-16.09.2010 Essen
09.-11.10.2012 Düsseldorf

Bisher war die ALUMINIUM in Essen beheimatet. Hier findet sie vom 14. bis 16. September 2010 zum vorerst letzten Mal statt. Bislang hat die parallel durchgeführte COMPOSITES EUROPE jährlich alternierend in Essen und Stuttgart stattgefunden, nach 2010 wird sie im Wechsel in Stuttgart (2011) und Düsseldorf (2012) ausgerichtet werden. ► www.aluminium-messe.com
► www.composites-europe.com

Termine COMPOSITES EUROPE

14.-16.09.2010 Essen
27.-29.09.2011 Stuttgart
09.-11.10.2012 Düsseldorf

GEMTEC zusammen mit INTERGEM

Die Internationale Fachmesse für Schmuck- & Edelsteintechnik GEMTEC findet in diesem Jahr im Rahmen der INTERGEM vom 01. bis 04. Oktober 2010 statt. Die Messe war ursprünglich für Ende Mai in Idar-Oberstein geplant gewesen. ► www.messe-io.de

Vorschau auf überregionale Messen im August 2010

gamescom in Köln auf rund 50.000 m² ■ Von Mittwoch, den 18. bis Sonntag, den 22. August 2010 findet in Köln die gamescom – Das größte Messe- und Eventhighlight für interaktive Spiele und Unterhaltung statt. Erwartet werden über 460 Aussteller, darunter 200 aus dem Ausland. Insgesamt sind 30 Länder auf einer vermieteten Fläche von rund 50.000 m² vertreten.
► www.auma.de



Überregionale Messen im August 2010

18.08.–22.08. | Köln

gamescom • Das größte Messe- und Eventhighlight für interaktive Spiele und Unterhaltung

27.08.–31.08. | Frankfurt/Main

Tendence • Internationale Frankfurter Herbstmesse

27.08.–05.09. | Düsseldorf

CARAVAN SALON DÜSSELDORF • Die Nr. 1 Messe für Reisemobile und Caravans

► Termine in Outlook speichern

Regionale Messen und Ausstellungen im August 2010

14.08.–22.08. | Kempten

ALLGÄUER FESTWOCHE

27.08.–29.08. | Dortmund

FAHOBA.kreativ – Fachmesse für kreatives Gestalten

► Termine in Outlook speichern

■ Auslandsmessen

Deutsche Messe gründet Tochter in Moskau

Die Deutsche Messe setzt ihre Auslandsexpansion fort. Sie wird bis zum Herbst 2010 eine eigene Tochtergesellschaft in Moskau zur Durchführung von Messen aufbauen, gab die Deutsche Messe Anfang Juni 2010 bekannt. Geschäftsführer ist Andrej Gross, bislang für den Internationalen Vertrieb der Deutschen Messe in Hannover tätig.

Bereits in diesem Herbst veranstaltet die Deutsche Messe ihre ersten Messen in Moskau: Erstmals vom 28. September bis zum 1. Oktober finden vier Messen in Moskau parallel statt: Die International Trade Fair Moscow mit den vier Veranstaltungen CeMAT RUSSIA, MDA RUSSIA, IA RUSSIA und SURFACE RUSSIA ist eine Industriemesse, die gemeinsam mit dem Messeveranstalter ITE in Russland organisiert wird. ► www.messe.de

Erste fensterbau/frontale India 2011 geplant

Im nächsten Jahr veranstaltet die Nürnbergmesse erstmals die Fachmesse für Fenster, Tür und Fassade fensterbau/frontale in Indien, gab der Nürnberger Veranstalter Anfang Juli 2010 bekannt. Termin im Messegelände Pragati Maidan in Neu-Delhi ist der 24. bis 26. Februar 2011. Die Messe findet parallel zur ACREX INDIA 2011 statt, Indiens größter Fachmesse für Kälte-, Klima- und Gebäudetechnik. Partner sind das Institut für Fenstertechnik ift Rosenheim und das IFF International Fenestration Forum, Indien, sowie die Indo-German Chamber of Commerce. ► www.frontale-india.com

Auslandsmessen der AUMA-Mitglieder im August 2010

24.08.–26.08. | Shanghai

Intertextile Shanghai Home Textiles · Internationale Fachmesse für Heimtextilien und Zubehör
Messe Frankfurt (H.K.) Ltd.

24.08.–26.08. | Shanghai

Yarn Expo Autumn · China International Trade Fair for Fibres and Yarns · Messe Frankfurt (H.K.) Ltd.

25.08.–29.08. | Moskau

MIMS powered by Automechanika Moscow
O.O.O. Messe Frankfurt RUS

25.08.–27.08. | Ho-Chi-Minh-Stadt

Secutech Vietnam · International Security, Fire & Safety Exhibition & Conference
Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd.

► Termine in Outlook speichern

Neu in der Messedatenbank

In den letzten zwei Wochen hat der AUMA zu folgenden Messen und Ausstellungen aktuelle Statistiken und Berichte ergänzt:

Inlandsmessen 2010 FKM geprüft

- BOATFIT, Bremen
- DOG LIVE, Münster
- Dresdner ReiseMarkt, Dresden
- e_procure & supply, Nürnberg
- frühling blumen freizeit, Münster
- GiardinaKARLSRUHE / Inventa, Karlsruhe
- HAIR & BEAUTY, Frankfurt/Main
- HAUS und GARTEN, Essen
- Kunst- & Antiquitäten-Tage, Münster
- LBA, Magdeburg
- new energy husum, Husum

Nicht-FKM geprüft

- art Karlsruhe, Karlsruhe
- AUTOMOBIL, Freiburg
- CREATIVA, Dortmund
- dona, Regensburg
- FRESHCONEX, Berlin
- Fruchtwelt Bodensee mit agrarwelt, Friedrichshafen
- GeoTHERM, Offenburg
- Hochzeitsmesse, Rostock
- IBO, Friedrichshafen

Auslandsmessen 2010 mit Bundesbeteiligung

- Airportshow, Dubai
- China Glass, Peking
- CTT, Moskau
- MEDICAL FAIR INDIA, Mumbai
- Metal+Metallurgy, Peking
- Metalloobrabotka, Moskau
- Project Qatar, Doha

► www.auma.de

Clarion Survey Deutschland übernimmt Survey Türkei

Der türkische Messeveranstalter Survey Fuarcilik Danismanlik ist seit dem 18. Juni 2010 100%ige Tochtergesellschaft der Clarion Survey GmbH in Deutschland. Damit ist die Zukunft der B2B-Messen ZOW, der Z-TEC wie auch der neuen Baufachmesse BuildIST am Standort Istanbul langfristig gesichert. Die Übernahme markiert einen weiteren wichtigen Schritt in der Unternehmensentwicklung der Clarion Survey GmbH, Bielefeld, die in Deutschland die drei B2B-Messen ZOW, Focus Küche & Bad und FMB Zuliefermesse Maschinenbau organisiert. Die türkische Tochter wird aus rechtlichen Gründen zunächst unter dem bisherigen Namen weitergeführt. Die Leitung des Unternehmens übernimmt ein Direktorengremium, dem Andy Baxter (Clarion Events), Horst Rudolph (Clarion Survey GmbH) und Chris Moore (Clarion Survey) sowie Süleyman Durdu (Survey Fuarcilik Danismanlik) angehören. ► www.zow.de



ZOW Madrid auf November verschoben

Die ZOW Trend & Design in Madrid soll nicht wie ursprünglich geplant im September 2010 parallel zu der Küchenmesse Sici und der Baumesse Constrotec im Kongresszentrum, sondern vom 16. bis 18. November im Palacio de Cristal stattfinden, wo mehr Ausstellungsfläche zur Verfügung steht.

► www.zow.de

Messemarkt Skandinavien

Mit seinen qualitätsorientierten Konsumenten und einem hohen technologischen Entwicklungsstand bietet sich Skandinavien als Testmarkt an. Hier steht hochqualifiziertes Personal bereit, englisch ist als Zweisprache sehr verbreitet, die Infrastruktur und Lohnkosten sind wettbewerbsfähig. Skandinavien ist zudem ein Service-Zentrum. So beschreibt der nordische Messeverband Fairlink die Vorteile für Unternehmer, sich in Skandinavien und damit auch auf Messen zu engagieren.



Mit 66.500 m² Hallenfläche ist Stockholmsmässan das größte Messegelände in Schweden. Das größte Gelände in ganz Skandinavien befindet sich im dänischen Herning; hier stehen 91.000 m² Hallenfläche zur Verfügung.

In Skandinavien finden laut Fairlink rund 350 Messen statt, darunter 70% Fach- und 30% Publikumsmessen. Die großen Messegesellschaften in Skandinavien sind ähnlich strukturiert wie die in Deutschland. Sie sind sowohl Geländebetreiber als auch Messeveranstalter. Bei der Internationalisierung des Messeschäfts spielen die skandinavischen Veranstalter bisher keine Rolle. Etablierte Messekonzepte wurden noch nicht auf Märkte außerhalb Skandinaviens übertragen.

In Schweden gibt es mehrere Messezentren. Führend sind Stockholmsmässan und Svenska Mässan (Göteborg), mit Abstand folgt Elmia (Jönköping). In den anderen drei Ländern konzentriert sich die Messewirtschaft überwiegend auf jeweils eine Stadt. In Dänemark beherrscht Bella Center in Kopenhagen den Markt, in Finnland Suomen Messut in Helsinki und in Norwegen Norges Varemesse in Lillestrøm bei Oslo.

Messeverbände ■ Der länderübergreifende Messeverband Fairlink hat seinen Sitz in Schweden. Zu den acht Mitgliedern des Verbandes gehören die führenden Messegesellschaften Dänemarks, Finnlands, Norwegens und Schwedens. 1992 gründeten die Fairlink-Mitglieder die Prüfgesellschaft Scandinavian Fair Control (SFC). SFC stellt einheitliche Regeln für die Ermittlung von Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen auf und lässt deren Umsetzung durch einen Wirtschaftsprüfer kontrollieren. Mittlerweile haben sich auch weitere Messegesellschaften entschlossen, ihre Veranstaltungen gemäß den SFC-Regeln prüfen zu lassen. Die ermittelten Daten werden jährlich im SFC-Report veröffentlicht und stehen auf der Fairlink-Homepage zum Download bereit.

In Dänemark haben sich im Jahr 1987 Messegelände, Standbau- und Spediti-
onsunternehmen zum nationalen Verband Messe Team zusammengeschlossen. Messeveranstalter in Finnland bilden seit 1996 The Finnish Union of Trade Fair Organisers, deren Mitglieder die Kennzahlen ihrer Messen vom Finnish Audit Bureau of Circulations prüfen lassen.

Dänemark ■ Unumstrittene Nummer Eins unter den Messe- und Kongressplätzen in Dänemark ist das Bella Center in der Hauptstadt Kopenhagen. Bella Center ist ein Multifunktionskomplex mit Messe- und Kongresshallen sowie permanenten Ausstellungsräumen. Für Messen stehen rund 45.000 m² Hallenfläche bereit. Der Jahresumsatz des Unternehmens lag in den letzten Jahren bei rund 55 Mio. Euro. 2009 schnellte der Umsatz auf 95,2 Mio. Euro nach oben. Das Bella Center wird jährlich von rund 660.000 bis 760.000 Personen besucht, das ebenfalls zum Bella Center-Konzern gehörende Forum Copenhagen von 300.000 bis 450.000 Personen.

Im Wechsel mit Stockholm finden hier in den geraden Jahren parallel die Biotech- und Medizintechnik-Messen Biotech Forum + Scanlab statt. Die Tourismusbranche trifft sich jährlich auf der Reisemesse Ferie i Bella. Alles zu den Themen Hotel, Restaurant, Catering sowie Nahrungs- und Genussmittel bietet die in den ungeraden Jahren veranstaltete Fachmesse TEMA an.



AUMA_Compact Impressum

Der Infodienst für die Messewirtschaft
Nr. 12 · 7. Juli 2010

Herausgeber

AUMA_Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9, 10179 Berlin
Telefon / Fax: (030) 24 000-0/-340
info@auma.de

Redaktion

Dipl.-Volksw. Harald Kötter
Anne Böhl, M.A.

Bestellen und Abbestellen

presse@auma.de

Fotoverzeichnis

S 1: DBSV, Monaco Yachtshow
S 2: DBSV
S 3: Messe München, Bauma 2010
S 4: DIHK, AHK Weltkonferenz 2010
S 5: Messe Erfurt GmbH
S 8: Messe München, inhorgenta 2010
S 10: Survey Marketing, ZOW 2010
S 10: Stockholmsmässan
S 11: Messe Herning, Foodexpo
S 13: Messe Düsseldorf
S 13: Messe Karlsruhe

Druck und Versand

Heider Druck GmbH,
Bergisch Gladbach G 43801

► www.auma.de

Zu den wichtigsten Messen zählt der Verbund aus Copenhagen International Fashion Fair (CIFF) und Scandinavian Shoe & Bag Fair mit über 1.000 Ausstellern. Ebenfalls in Kopenhagen, jedoch in den Oksnehallen, findet parallel zur CIFF die CPH Vision statt, eine Modemesse für junge und unabhängige Labels mit mehr als 550 Ausstellern.

Das größte skandinavische Messegelände ist das Messecenter Herning (MCH) mit mehr als 91.000 m² Hallenfläche und 400.000 m² Freigelände. Zum Komplex gehören auch ein Kongresszentrum und eine Arena. Im MCH findet zweimal jährlich die mit 700 Ausstellern größte skandinavische Fachmesse für Design, Inneneinrichtung, Geschenkartikel und Kunstgewerbe, Formland, statt. Im dänischen Fredericia bietet das Fredericia Messecenter (Dronning Margrethe Hallen) 28.000 m² Hallen- und 100.000 m² Freifläche. Alle zwei Jahre findet hier im Wechsel mit Kopenhagen die größte Fachmesse für Gesundheit und Rehabilitation in Skandinavien statt – die Health & Rehab.

Messemarkt Skandinavien

Kontakt: Tilo Berger, Referent
Global Market Research & GTQ
▶ t.berger@auma.de
T: (030) 24 000-125

Dieser Text ist der 1. Teil. Berichte zu Schweden und Finnland sowie Norwegen erscheinen in den nächsten Ausgaben. Der komplette Text ist online:
▶ www.auma.de/Messemarkt

■ Rechtstipps

Pauschale Urheberrechtsabgabe bei USB-Sticks

Der Branchenverband BITKOM hat sich mit den Verwertungsgesellschaften VG Wort, VG Bild-Kunst und der Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) über pauschale Urheberrechtsabgaben auf USB-Sticks und Speicherkarten geeinigt. Danach müssen die Anbieter von USB-Sticks und Speicherkarten jeweils 10 Cent pro Medium an die Gesellschaften entrichten. Der Vertrag gilt für 2010 und 2011 verkaufte Produkte.

Die Abgabe dient der Abgeltung von legalem, privaten Kopieren urheberrechtlich geschützter Inhalte (Musik und Texte). Der BITKOM rechnet mit einer Einnahme der Verwertungsgesellschaften von insgesamt rund 5 Millionen Euro. Das Geld hat eine Ausgleichsfunktion und wird nach Abzug der internen Kosten an Verlage, Autoren und Künstler ausgeschüttet, die ihre Interessen durch die beteiligten Verwertungsgesellschaften wahrnehmen lassen.

Die Abgabepflicht auf USB-Sticks und Speicherkarten resultiert aus der Urheberrechtsreform, dem sog. zweiten Korb des Urheberrechtsgesetzes. Entsprechende Abgaben werden schon seit längerem unter anderem von Herstellern von Scannern, Druckern und Kopierern abgeführt.

Der BITKOM betont die Unpraktikabilität von Pauschalabgaben im Internetzeitalter und fordert eine weitere Überarbeitung des Urheberrechts, den sogenannten dritten Korb. Für das Urheberrecht müssen neue Regeln entwickelt werden, die mit den Möglichkeiten des Internets in einem Verhältnis stehen.

■ Personalien

Bernhard Stempfle übernimmt Bereich Finanzen bei der Messe Düsseldorf

Bernhard Johannes Stempfle (45) wird neuer Geschäftsführer Finanzen der Messe Düsseldorf. Das beschloss der Aufsichtsrat der Messegesellschaft in seiner Sitzung am 23. Juni 2010. Stempfle folgt in dieser Funktion Herbert Vogt (63), der zum 31. August 2010 aus dem Unternehmen ausscheidet. Stempfle wird voraussichtlich am 1. Oktober 2010 seine neue Tätigkeit bei der Messe Düsseldorf aufnehmen. Herbert Vogt wird nach seinem Ausscheiden die Funktion des Vorstandsvorsitzenden der Tochtergesellschaft der Messe Düsseldorf, der Veletthy Brno, beibehalten.

Stempfle hatte von 1992 bis 2003 verschiedene leitende Funktionen im Firmenkundengeschäft der Gruppe Deutsche Bank in Deutschland und Frankreich inne. Ab 2003 zeichnete er in der Holding der Freudenberg Gruppe, Weinheim, für das Konzerncontrolling verantwortlich, bevor er 2005 die Funktion des Chief Financial Officer und Mitglied der Geschäftsleitung der Freudenberg Simrit Europa Gruppe übernahm.



Messe Karlsruhe verstärkt Geschäftsentwicklung

Frank Thieme (30) ist seit 1. Mai 2010 bei der Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH im Bereich Geschäftsentwicklung tätig. Der diplomierte Betriebswirt war in gleicher Funktion bei der Leipziger Messe tätig und hat unter anderem die Konzeption der Games Convention Online verantwortet. Der gebürtige Leipziger absolvierte sein Studium zum Messe-Kongress-Eventmanagement an der BA Ravensburg. Er startete seinen Werdegang als Referent des Vorsitzenden der Geschäftsführung bei der Leipziger Messe, ab 2006 als Referent für die Segmenterweiterung und Internationalisierung der Games Convention und ab 2009 als Manager im Bereich New Business Development.



Martin Trui leitet Personalmanagement bei der Messe Frankfurt

Ab Juli 2010 übernimmt Martin Trui (46) die Leitung des Bereichs Personalmanagement bei der Messe Frankfurt. Er verantwortet in dieser Funktion die Themenfelder Personalbetreuung sowie Personal- und Organisationsentwicklung. Trui war zuvor Abteilungsleiter für das Personalmanagement im Bereich Building Technology bei der BOSCH Sicherheitssysteme GmbH in Ottobrunn. Vorherige berufliche Stationen waren Infineon und die Deutsche Bank. Trui studierte nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann BWL an der Bankakademie Frankfurt mit dem Abschluss Bankfachwirt.

Paul Woodward neuer UFI-Geschäftsführer

Zum 1. Juli 2010 hat Paul Woodward die Geschäftsführung der internationalen Messeverbandes UFI übernommen. Er ist seit 2004 für die UFI als Regional Manager Asia/Pacific aktiv. Er ist Gründer und Leiter der Business Strategies Group in Hong Kong, einer Beratungsfirma auf dem Gebiet Fachmedien, Informationen und Events in Asien. Woodward ist Nachfolger von Vincent Gerard, der in den Ruhestand gegangen ist.

Andrzej Mochon ist neuer Präsident des Polnischen Messeverbandes

Am 16. Juni 2010 wählte der Vorstand der Polish Chamber of Exhibition Industry (PCEI) Andrzej Mochon, Vorsitzender der Kielce Trade Fairs, als neuen Vorsitzenden. Ausgeschieden sind der bisherige Präsident des PCEI und Vorsitzender der Messe Poznan, Boguslaw Zalewski, sowie Jacek Serkuczewski, Messezentrum Warschau, und Malgorzata Galuzka, frühere Vorsitzendes der Messe Łodz.



Asienexperte Paul Woodward ist neuer Geschäftsführer der UFI.

EMECA verabschiedet Granier und von Zitzewitz

Auf der EMECA-Generalversammlung in Basel am 14. Juni 2010 wurden die EMECA-Vizepräsidenten Michael von Zitzewitz, früherer Chef der Messe Frankfurt, und Marc Granier, General Manager Viparis Paris, verabschiedet. Den EMECA-Vorstand führt weiterhin René Kamm, CEO der MCH Group. Bernd A. Diederichs, Chef der NürnbergMesse, ist Vizepräsident Kommunikation. Giovanni Mantovani, CEO Veronafiere, ist Vizepräsident Technik und Studien, Schatzmeister ist Enrique Calomarde, Feria Valencia. Generalsekretär ist Jörn Kronenwerth. Die Vizepräsidentenposten für Strategie sowie für die Beziehungen zur Europäischen Union werden im Herbst neu besetzt.

 www.fkm.de

Wir prüfen Messen. Für Sie.

Gesellschaft zur Freiwilligen
Kontrolle von Messe- und
Ausstellungszahlen

