

Sepp D. Heckmann, Mitglied des Vorstands Deutsche Messe AG, Hannover, hat sich in einer Analyse mit dem Messeplatz Deutschland beschäftigt. Im folgenden Beitrag sind seine wichtigsten Einschätzungen zusammengefasst.

Drei Jahre nach der weltweiten Ernüchterung über die scheinbar grenzenlose wirtschaftliche Entwicklung kann sich auch das deutsche Messewesen nicht länger den Folgen entziehen. Mit großer, ja mit großer Verzögerung beginnt man heute, von lieb gewordenen Vorstellungen Abstand zu nehmen. Die deutsche Messewirtschaft, die ihren Standort weltweit als Nr.1 unter den Messeplätzen etabliert hat, muss umfassend und schnell umdenken.

Überkapazitäten wachsen weiter

Mit über 2,5 Mio. m² Hallenfläche hat der Messeplatz Deutschland heute enorme Überkapazitäten, die sich nach dem an vielen Messestandorten geplanten Ausbau noch deutlich erhöhen werden. Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft (AUMA) registrierte im Jahr 2002 145 internationale Messen mit 166 000 Ausstellern und gut 9 Mio. Besuchern. Hinzu kommen noch 179 Veranstaltungen mit regionalem Einzugsgebiet, die noch einmal 56 000 Aussteller und 7,2 Mio. Besucher anziehen – eindrucksvolle Zahlen.

Doch einem erheblichen Flächenwachstum, 1998 bis 2002 allein um zehn Prozent, stehen im selben Zeitraum nahezu unveränderte Ausstellerebenen gegenüber. Auch bei den vermieteten Ausstellungsflächen ist kein Wachstum zu verzeichnen. Die Zahl der Gesamtbesucher ist bei überregio-

ÜBERKAPAZITÄTEN UND MESSEZERSPLITTERUNG VERLANGEN KONSEQUENTES UMDENKEN:

Fünf vor zwölf für Messestandort Deutschland

nenalen Messen zudem leicht rückläufig, und bei Veranstaltungen mit regionalem Einzugsgebiet ist sogar ein Rückgang um nahezu ein Viertel zu verzeichnen.

Bereits im dritten Jahr in Folge kommt es bei den Unternehmen zu sockelwirksamen Einsparungen, die sich u. a. darin zeigen, dass das Gesamtvolumen der Marketingausgaben in den letzten drei Jahren um 15,3 Prozent zurückgegangen ist. In den Unternehmen wird heute genau überlegt, in welche Marketingmaßnahmen man investiert. Dabei steht auch auf dem Prüfstand, auf welchen Messen man sich präsentiert und wie viele Mitarbeiter als Besucher zu welchen Messen entsandt werden. Vieles spricht dafür, dass die unter dem Diktat des Sparens reduzierten Budgets auch dann nur selektiv und zielgerichtet wieder erhöht werden, wenn die Konjunktur anzieht.

Die deutsche Messewirtschaft befindet sich in einer neuen Situation. Aus dem Anspruch, kundennahe, auf die spezifischen Bedürfnisse einer klar definierten Zielgruppe zurechtgeschnittene Messen anzubieten, ist in den letzten Jahren statt der gewollten Messervielfalt eine nicht gewollte Messesplitterung geworden. Um die vorhandenen und geplanten Ausstellungsflächen zu füllen, wurden und werden scheinbar beliebig neue Veranstaltungen ins Leben gerufen – und allzu oft auch wieder begraben.

Die in der Realität enge Verzahnung der Arbeitsprozesse über die gesamte Wertschöpfungskette ist künstlich aufgebrochen und in einzelne Nischenmessen aufge-



Sepp D. Heckmann: „Effizienz für Aussteller und Besucher muss erhöht werden.“

spaltet worden. Der Gesamtzusammenhang, die ganzheitliche Darstellung, geht dadurch verloren.

Grundsätzlich ist Wettbewerb im Messewesen wie in jeder anderen Branche notwendig und förderlich. Die Auseinandersetzung mit der Konkurrenz hat zur Qualität der Leitmessen in Deutschland beigetragen. Eine Zersplitterung des deutschen Messewesens aber führt in die falsche Richtung und schwächt den gesamten Messeplatz Deutschland. Es ist also keine Frage des Wettbewerbs. Es ist vielmehr und vor allem eine Frage der zukunftsfähigen Konzeption. Mit welchen Konzepten können Weltmärkte abgebildet und internationale Entscheider erreicht werden?

Der internationale Anwender braucht Problemlösungen, die das Zusammenwirken einer Prozesskette abbilden. Nur durch diesen Mehrwert können internationale

Fachbesucher gewonnen werden. Für Nischenmessen, die es weltweit überall zu den verschiedensten Themenbereichen gibt, muss kein internationaler Entscheider eine lange Reise auf sich nehmen.

Noch ist die Messewirtschaft in Deutschland stark, aber die Zeit wird knapp. Die Kommunen und die öffentliche Hand, die bei vielen Messen eine Gesellschafterstellung haben, sind in den letzten Jahren selber unter starken finanziellen Druck geraten. Dennoch wurden und werden weiterhin allerorten Messeareale zum Teil erheblich ausgebaut und neue geschaffen. Angesichts leerer öffentlicher Kassen, hochverschuldeter Kommunen und Bundesländer sowie vor dem Hintergrund gravierender sozialpolitischer Probleme ist dies sicher die falsche Richtung.

Leitmessen gehört die Zukunft

Was ist zu tun? Eine Zukunft werden jene Messen haben, die sowohl die Spezialisierung einer Fachmesse als auch die übergreifende Darstellung von Themen und eine hohe internationale Attraktivität miteinander verbinden. Internationale Entscheider brauchen Messen, die transparent und mit kundennahen Strukturen ganze Themenfelder, wie z. B. die Industrieautomation, die Automobilindustrie oder das Verlags- und Buchwesen, horizontal im Zusammenhang präsentieren.

Nur solche Messen generieren die globale Anziehungskraft und den Zusatznutzen, die für Aussteller und Besucher eine Win/Win-

Situation schaffen. Ein solcher beidseitiger Gewinn ist in Zeiten knapper werdender Mittel unverzichtbar. Sinnvoll ergänzt werden diese horizontalen Leitmessen durch vertikale Branchenmessen, die eine gesamte Branche weltweit abdecken, sowie durch regionale Fachmessen im direkten Umfeld großer Abnehmerbranchen.

Die Effizienz der Messebeteiligung für Aussteller und Besucher muss erhöht, die Kosten-/Nutzen-Relation des Messeengagements nachhaltig gesichert und verbessert werden. Ressourcen bündeln, Programme schärfen, Messe-Marketing schlagkräftiger machen und den Wettbewerb neu ausrichten – die Perspektiven der deutschen

Messewirtschaft müssen neu definiert werden. Geld in Nischenprodukten sowie den weiteren Ausbau oder gar Neubau von Standorten zu stecken, ist kein Regulativ.

Deutschland hat hier mit den Leitmessen gute Voraussetzungen. Sie produzieren als globale Marketingplattformen attraktiven Mehrwert.

Nur wenn es gelingt, diese Stärken weiter auszubauen, werden wir unsere Spitzenposition in der Welt halten können. Dazu bedarf es einer Konzentration von Ressourcen, einer Konzentration des Angebotes und vor allem der Konzentration auf die Wünsche der Aussteller sowie auf die Anforderungen der internationalen Besucher. Das erfordert unkonventionelles Denken bis hin zur Revision schon verabschiedeter Strategien. Wir haben nicht den Luxus, zu warten.

STUDENTENSTATISTIK BAUINGENIEURWESEN:

Lücke bei qualifiziertem Nachwuchs ab 2004

„Der dramatische Sinkflug der Studienanfängerzahlen scheint erstmals seit sieben Jahren gebrochen, dennoch steuert die deutsche Bauindustrie auf einen erheblichen Mangel an gut ausgebildeten Jungingenieuren zu.“ Mit diesen Worten warnte Dipl.-Ing. Dieter Rappert, Vorsitzender des Präsidialausschusses Bauingenieurusbildung des Hauptverbandes der Deutschen Bauindustrie, in Berlin vor einer allzu optimistischen Einschätzung der jetzt vorgelegten Studentenstatistik 2002/2003 seines Verbandes.

Zwar sei, so Rappert, die Zahl der

Studienanfänger mit 6100 gegenüber dem Vorjahr etwa gleich geblieben, die Zahl der Absolventen werde jedoch bereits 2004 die magische Schwelle von 4500 unterschreiten und damit unter dem von der Bauindustrie prognostizierten Mindesteinstellungsbedarf liegen.

„Es gibt daher keinen Grund, Entwarnung zu geben“, sagte Rappert und rief Bauunternehmen wie Hochschulen dazu auf, gemeinsam für den Beruf des Bauingenieurs zu werben.

Die jetzt flächendeckend eingeführten neuen Abschlüsse Master und Bachelor, die erstmals auch in

der Statistik ausgewiesen werden, bewertete Rappert als Chance, das Bauingenieurstudium auch für Schulabsolventen interessant zu machen, die sich sonst gegen eine technische Laufbahn entschieden hätten. „Die Vielzahl der angebotenen Abschlüsse kann eine interessante Ergänzung zum Diplomstudiengang sein. Es muss uns allerdings gelingen, Mindeststandards zu setzen“, meinte Rappert.

Laut Studentenstatistik ist die Zahl der Erstsemester an allen Hochschulen im Kalenderjahr 2002 mit 6100 gegenüber dem Vorjahr ungefähr gleich geblie-

ben. Gegenüber dem Spitzenjahr 1995 jedoch hat sich die Zahl der Erstsemester ungefähr halbiert.

Universitäten konnten dabei mit 2300 Studienanfängern ein Plus von 3,7 Prozent verbuchen, während an Fachhochschulen mit 3800 Studienanfängern 3 Prozent weniger Erstsemester zu verzeichnen waren. Gleichzeitig hatten im Jahr 2002 rund 5800 Absolventen einen Abschluss im Fach Bauingenieurwesen erreicht. Das sind 7,4 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl aller Studierenden lag bei 37 300 und damit um 8 Prozent niedriger als im Vorjahr.

MARTIN CONRADS:

Haushalt mit zwei Unbekannten

den in der mittelfristigen Finanzplanung bis 2007 fortgeschrieben.

Minister und Bauwirtschaft könnten sich zufrieden zurücklehnen, wenn da nicht zwei Haken wären, die die Freude stark trüben dürften: das unveränderte die Tagespolitik beherrschende Thema Lkw-Maut und die Eigenheimzulage.

Inzwischen gilt als sicher, dass die Maut frühestens zum 1. Juli 2004 an den Start gehen kann. Bis dahin haben sich die Einnahmeausfälle im

eben beschlossenen Verkehrsetat auf rund 1,8 Milliarden Euro summiert. Weder Bundesfinanzminister noch Haushaltsausschuss waren und sind gewillt, sie zusätzlich zur Verfügung zu stellen.

Das heißt konkret, die Verkehrsinvestitionen werden im kommenden Jahr und in den beiden Folgejahren um rund 500 Millionen Euro niedriger liegen als jetzt noch veranschlagt.

Offen ist das Schicksal der Ei-

genheimzulage. Im Haushalt ist aber schon ein Ersatzprogramm für die nach Willen des Bundesfinanzministers zu streichende Zulage vorgesehen. Städtebauförderung, Modernisierung und in beschränktem Umfang Fördermaßnahmen zur Eigentumbildung in Städten sollen damit finanziert werden. 2004 hat das Programm allerdings nur ein eher bescheidenes Volumen von 60 Millionen. Sollte die Eigenheimzulage nach den Verhandlungen im Vermittlungsausschuss doch weiter erhalten bleiben, wird der Finanzminister dieses Ersatzprogramm selbstverständlich wieder kassieren.



Der Haushaltsentwurf des Verkehrs- und Bauministers für 2004 hat in der ersten Novemberwoche die entscheidende Hürde im Haushaltsausschuss des Deutschen Bundestages genommen. Die Abgeordneten ließen den Etat von Minister Manfred Stolpe mit nur wenigen Änderungen passieren. Das Zahlwerk liest sich, insbesondere was die für den Bau so entscheidenden Investitionen angeht, zunächst ganz solide.

Von den 26,5 Milliarden Euro, die dem Verkehrs- und Bauminister im nächsten Jahr zur Verfügung stehen, sind 13,5 Milliarden Investitionen. 11,5 Milliarden fließen in den Verkehrsbereich, rund 2 Milliarden in den Wohnungs- und Städtebau. Diese Ansätze wer-

THE NUMBER ONE

NEW!

INCLUDING
**BAUMA
MINING**

bauma
2004

29. MÄRZ BIS 4. APRIL
MÜNCHEN

Hier trifft sich die Welt!

Mehr Aussteller, mehr Internationalität, mehr Besucher. Die BAUMA setzt ihren Erfolgskurs fort. Sie ist die wichtigste Messe der Welt für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Baufahrzeuge, Baugeräte und Bergbaumaschinen.

Messe München GmbH
Tel.: (+49 89) 9 49 - 1 13 48, Fax: (+49 89) 9 49 - 1 13 49,
www.bauma.de