

## **Messewirtschaft**

Einen wesentlichen Anteil an den beständigen Exporterfolgen in der deutschen Wirtschaft kann auf die internationalen Leitmessen in Deutschland zurückgeführt werden: Mehr als drei Viertel der Unternehmen mit einem Exportanteil von mehr als 10% halten Inlandsmessen für exportrelevant.

### **Messen als Marketinginstrument**

Neue Produkte, Dienstleistungen und Trends präsentieren sich besonders eindrucksvoll auf Messen. Messen bieten Ausstellern und Besuchern aller Branchen und Länder einzigartige Foren für die Business-to-Business-Kommunikation von Mensch zu Mensch. Auf Grund dieser Multifunktionalität misst die deutsche Wirtschaft der Marketingfunktion der Messe einen besonders hohen Stellenwert zu.

### **Messestandort Deutschland**

Rund zwei Drittel der weltweit führenden Messen finden in Deutschland statt. Damit ist der Messeplatz Deutschland in der Durchführung internationaler Messen weltweit die Nr. 1. Neben der Deutschen Messe haben weitere fünf der zehn umsatzmäßig größten Messeveranstalter der Welt ihren Sitz in Deutschland. Die Lage Deutschlands im Zentrum der Europäischen Union, eines der größten Binnenmärkte mit mehr als 450 Millionen Menschen, übt ihre Attraktion auch auf weit entfernte Partner aus. Die hervorragende Infrastruktur, mit zahlreichen internationalen Flughäfen und einem dichten Straßen- und Schienennetz, ermöglicht eine leichte und komfortable An- und Abreise zu den Veranstaltungen.

Die Basis jeder guten Geschäftsbeziehung ist das Gespräch. Die Messen in Deutschland sind daher geprägt von einer intensiven Zusammenarbeit von Ausstellern, Besuchern und Veranstaltern um einen optimalen Service und marktorientierte Fachmessenkonzepte bieten zu können. Für Aussteller und Besucher zeigt sich dies insbesondere in den vielfältigen Angeboten über die Messestände hinaus. So sind Plattformen für einen umfassenden Meinungsaustausch, Fachkongresse und Symposien von internationalem Format, Tagungen und Events fester Bestandteil deutscher Messen. Hier werden neue Perspektiven von Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik aufgezeigt und Forschungsergebnisse diskutiert.

Die enge Zusammenarbeit mit Journalisten der Tages- und Fachpresse sorgen dafür, dass Ihre Messe einen hohen Stellenwert in der Öffentlichkeit erhält. Auf begleitenden Pressekonferenzen werden Branchentrends und Innovationen präsentiert und Besuche hochrangiger Politiker und Wirtschaftsführer tragen dazu bei, dass die Situation Ihrer Branche auch Gegenstand der wirtschaftspolitischen Diskussion ist.

Auf 24 deutschen Messeplätzen stehen für die Durchführung überregionaler und internationaler Messen und Ausstellungen knapp 2,7 Mio. m<sup>2</sup> Hallenfläche zur Verfügung, ergänzt durch professionelle, kompetente und erfahrene Messeveranstalter.

### 1.1.2 Standort D: Vorsprung durch Innovationen

**Sepp D. Heckmann,**  
Vorsitzender des Vorstandes der  
Deutschen Messe AG

*Deutschland bleibt auch 2008 Exportweltmeister – nicht ohne Grund. Technologie Made in Germany hat weltweit einen ausgezeichneten Ruf: Bei Maschinen und Autos, bei Windkraftanlagen und Lasertechnik. Unsere Entwickler arbeiten noch weiter, wenn andere sich mit dem Ergebnis schon zufrieden geben.*



*Doch wie wird es in Zukunft um diese Technologieführerschaft stehen? Mit dieser Frage befasst sich Sepp D. Heckmann, der als Chef der Deutschen Messe AG Weltleitmessen organisiert, die sich vielfach als Geburtstätten großer und kleiner Innovationen darstellen.*

Deutschland muss an der Weltspitze bleiben, das ist die einzige Chance, damit die Konjunktur im Lande weiter erfolgreich läuft. Und dafür brauchen wir engagierten Nachwuchs, Männer und Frauen, die sich für Technik begeistern können. Denn Innovationen werden aus Ideen geboren. Ideen aber findet nur derjenige, der den Blick über den Tellerrand der eigenen Branche wagt und interdisziplinär zu denken vermag. Messen helfen dabei.

Von der Nachfrage nach technologischen Spitzenleistungen profitieren auch die Berufseinsteiger: Die deutsche Industrie sucht händeringend Nachwuchs. Tausende Stellen sind unbesetzt. In einer Umfrage des VDE gab rund die Hälfte der befragten Unternehmen an, künftig ihren Fachkräftebedarf nicht mehr decken zu können. Auch sind Ingenieure der Elektro- und Informationstechnik breit einsetzbar: in Forschung, Entwicklung, Konstruktion und Fertigung ebenso wie in Service, Vertrieb und Management. Und schließlich ist da die weiterhin starke deutsche Konjunktur.

Einige Himmelsgucker meinen zwar schon wieder Wolken zu erkennen, doch die Aussichten sind und bleiben gut. Die CeBIT mit ihren knapp 500.000

Besuchern hat das eindrucksvoll bewiesen, ebenso die HANNOVER MESSE 2008, die mit 200.000 Gästen rund 30 Prozent mehr Besucher als im Jahr zuvor zählte und deren Aussteller durchschnittlich 15 bis 20 Prozent mehr erfolgreiche Geschäftsanbahnungen notierten. Kein Wunder also, dass die Ausstellerbefragung zu diesem größten Technologieereignis der Welt positiv ausfiel.

Langfristig sind die Perspektiven der Branche ebenfalls günstig: Die deutsche elektro- und informationstechnische Industrie steht mit ihren Produkten im internationalen Wettbewerb ganz vorn, wenn nicht an der Weltspitze. Auch das kann ablesen, wer sich auf der Computermesse CeBIT, der Intralogistikschau CeMAT oder einer der anderen internationalen Leitmessen in Hannover umschaut.

Damit bin ich bei meiner eigentlichen Botschaft angelangt: Nutzen Sie jede Möglichkeit, Fachmessen zu besuchen! Gucken, schauen, staunen Sie und knüpfen Sie Kontakte! Die Innovationen von Morgen entstehen immer stärker zwischen den klassischen Disziplinen. Beim interdisziplinären Austausch helfen vor allem Messen. Längst sind sie weit mehr als eine Warenschau. Messen sind Konjunkturbarometer, Informations- börse, Plattform des Technologie- und Wissenstransfers sowie Jobbörse. Messen sind unersetzlich. Warum sonst investierten tausende kleinerer und größerer Unternehmen Jahr für Jahr viel Geld und Know-how, um in Hannover oder auf anderen Messeplätzen auszustellen?

Nehmen Sie die HANNOVER MESSE, die 2008 zehn und im kommenden Jahr vierzehn internationale Leitmessen vereint: Wo können Sie leichter einen Branchenüberblick gewinnen und gleichzeitig über den sprichwörtlichen Teller- rand hinausblicken? Wo können Sie sich einfacher potenziellen Arbeitgebern vorstellen? Und wo können sich – Ingenieure sind Mangelware – so viele Firmen um Sie bewerben?

An der Nachwuchsinitiative TectoYou von Bundesbildungsministerium, Deutscher Messe, VDE, Industrieverbänden und Unternehmen oder am IT-Fitness-Campus der CeBIT lassen sich die Anstrengungen von Institutionen und Unternehmen mit Händen greifen, bereits unter Schülern und Studenten geeigneten Nachwuchs zu finden. Gleiches gilt für den etablierten Job & Career Market, der regelmäßig auf HANNOVER MESSE, CeBIT und CeMAT zu finden ist und neben der klassischen Klientel der Hochschulabsolventen längst auch auf „Young Professionals“ und sogar gestandene Ingenieure zielt.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch einen Gedanken einfügen. Ich habe bei manchem Berufseinsteiger den Eindruck, dass er wohl fachlich gut ausgebildet und ein guter Teamarbeiter dazu ist, aber kein annähernd so guter Verkäufer seiner eigenen Person. Einige Absolventen stehen zunächst selbstbewusst auf dem Standpunkt, Qualität würde sich auf dem Arbeitsmarkt schon durchsetzen; andere meinen, Jobbörsen seien etwas für Selbstdarsteller. In beiden Fällen

scheint mir da ein gutes Stück Furcht durchzuschimmern, sich in den Augen eines potenziellen Arbeitgebers behaupten zu müssen.

Das ist zunächst verständlich. Niemand setzt sich gern freiwillig einer Prüfungssituation aus. Andererseits sind Messen, und dort die Jobbörsen zumal, eine ganz hervorragende Möglichkeit, sich in eigener Sache als Jobvermittler auszuprobieren und so Erfahrung und Zutrauen zu gewinnen. Aus erster Hand können Sie auf einer Fachmesse erfahren, welche fachlichen und charakterlichen Anforderungen ein Unternehmen an Bewerber stellt, welche beruflichen Perspektiven sich bieten und vieles mehr. Diese Informationen aus erster Hand sind nicht digital erhältlich, sondern nur auf einer Messe im persönlichen Gespräch zu bekommen.

Aber auch wer nicht einen Arbeitsplatz oder eine neue Aufgabe sucht, sondern fest im Beruf steht, kommt um die Leitmesse der Branche nicht herum. Das Stichwort dazu hatte ich bereits erwähnt: die Messen als Informations- und Wissensbörsen. Technisches Wissen ist heute dynamischer als je zuvor. So schnell Forscher und Ingenieure es mehren, so schnell veraltet es wieder. Die meisten haben Mühe, die Flut von Publikationen aus ihrem Spezialgebiet auch nur annähernd zu erfassen, vom Schrifttum aus Nachbargebieten ganz zu schweigen. Vorbei also die Zeiten, in denen man vom einmal Gelernten unter Umständen ein Leben lang zehren konnte. Das heißt in die Praxis übersetzt: Viele Produkte und Dienstleistungen, mit denen Sie in den kommenden Jahren zu tun haben werden, sind noch nicht einmal Ihrem künftigen Arbeitgeber bekannt. In dieser schnelllebigen Zeit bieten Ihnen Leitmesse die Chance, den Überblick zu behalten.

Nehmen Sie etwa das WLAN, eines der Topthemen der Intralogistikmesse CeMAT 2008: Erst vor wenigen Jahren entwickelt, eröffnen Funknetzwerke nun die Möglichkeit, Daten über Lagerbestände und Lagerorte korrekt und zügig weiterzugeben und auf diesem Wege Flurförderzeuge draht- und nahtlos in Prozessabläufe einzubinden. Ähnlich weit gefächert sind die Möglichkeiten der jungen RFID-Technik, mit deren Hilfe sich Stapler in komplexe Materialflusssysteme integrieren lassen. Auch dies übrigens ein Thema der CeMAT. Die Liste ließe sich fortsetzen.

**Festzuhalten bleibt:** Der technische Fortschritt schafft neue Produkte, er verändert Unternehmen und die Unternehmenslandschaft im Ganzen. Wer nicht lernt und auf dem Stand der Technik bleibt, wer nicht mit der Zeit geht, dem fehlt schnell die passende Qualifikation – und trotz Arbeitskräftemangel möglicherweise bald ein Arbeitsplatz. Deutschland braucht engagierte, positiv denkende Mitarbeiter. Sie schaffen den Mehrwert gegenüber den globalen Wettbewerbern, sie entscheiden mit ihrer Kompetenz, ihrer Flexibilität, ihrer Serviceorientierung und ihrer Zuverlässigkeit über den wirtschaftlichen Erfolg. Wir brauchen mehr

unternehmerisches Denken und weniger Rufen nach dem Staat. Das Kennedy-Zitat: „Frage nicht, was der Staat für Dich tut, sondern frage Dich, was Du für den Staat tun kannst.“ hat nichts von seiner Aktualität verloren. Mehr Engagement stärkt Deutschland als Technikstandort.

Wir können die Globalisierung nicht aufhalten, deshalb müssen wir sie für unseren Erfolg und unseren Standort nutzen. Wirtschaft und Technologie sind weltumspannend, Unternehmen, Verbände aber auch Regierungen sind wichtige Knotenpunkte in dem Netz und die Deutsche Messe AG hilft dabei, diese Knotenpunkte zu verknüpfen – auf ihren Messen. Leitmessen – ob CeBIT, HANNOVER MESSE oder CeMAT – sind das wichtigste Marketinginstrument für die Exportwirtschaft. Messen sind zentrale Impulsgeber und wichtige Branchenbarometer. Hier entscheidet sich, welche Innovationen morgen eine Chance haben. Das sichert Deutschland den Vorsprung als Technikstandort – und damit auch die Arbeitsplätze in technischen Bereichen. Da stört es auch nicht, wenn wir auf absehbare Zeit unseren Titel des Exportweltmeisters an China abgeben müssen. Dieser Titel wird nur nach Umsatz vergeben und nicht nach technologischer Führerschaft. Technisch hat der Standort D eine Zukunft – wenn er innovativ bleibt.

Das Convention Center der Messe AG in Hannover

