

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Jürgen Klimke, Karl-Josef Laumann, Dagmar Wöhrl, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU
– Drucksache 15/5161 –**

Die deutsche Messewirtschaft unter Globalisierungsdruck

Vorbemerkung der Fragesteller

Fast 20 Prozent der weltweiten Messemärkte finden zwischen Elbe und Isar statt und erzielen einen volkswirtschaftlichen Produktionseffekt von 23 Mrd. Euro und 250 000 Arbeitsplätzen. Aber diese Branche hat zu kämpfen. Dies ist einerseits auf die schlechte wirtschaftliche Lage in Deutschland, andererseits auf den weltweiten Konzentrationsprozess in der Messewirtschaft zurückzuführen. Der Konkurrenzdruck für Deutschland erhöht sich auch durch weltweite Anbieter wie Reed Exhibitions, der den Messemarkt dominiert. Andererseits erhöhen immer mehr kleinere, lokale Messen den nationalen Konkurrenzdruck.

In den vergangenen drei Jahren wuchs die Zahl der Messeplätze in Asien um 58 Prozent, in den USA, einem weiteren bedeutenden Messestandort, geht dieser Prozess langsamer voran. Auch europäische Messestandorte wie Paris, Barcelona, Madrid und Verona erweitern ihre Ausstellungsflächen. In Deutschland wuchs die Ausstellungsfläche in den vergangenen fünf Jahren um 10 Prozent. Die Angebotsausweitung führte dazu, dass die Preise verfielen. Dies ist zwar ein Standortvorteil, da Deutschland international die günstigsten Standmieten hat, andererseits verringern sich dadurch die Margen. Der Einsatz von Steuergeldern hat bisher drohende Insolvenzen von Messestandorten verhindert. Allerdings bewertet die Europäische Kommission diese Praxis als unerlaubte Subvention.

Immer mehr Messeverantwortliche fordern deshalb, den Einfluss des Staates auf ein Minimum zurückzuführen. Stattdessen werden Shareholder-Value-Modelle oder die Einrichtung einer Deutsche Messe AG diskutiert. Sinkende Besucherzahlen, weniger Aussteller und ein Rückgang der vermieteten Hallenflächen der 142 internationalen Messen in Deutschland scheinen diesen Schritt notwendig zu machen.

1. Welche wirtschaftliche Bedeutung misst die Bundesregierung der deutschen Messewirtschaft zu?

Die Messewirtschaft gehört zu den führenden Dienstleistungsbranchen der deutschen Wirtschaft, die sich durch besonders hohe internationale Ausstrahlung und Innovationskraft auszeichnet. Rund zwei Drittel der weltweit führenden Messen finden in Deutschland statt. Die deutschen Messen sind damit zentrale Handels- und Kommunikationsplätze für die deutsche und die internationale Wirtschaft. Dadurch leisten sie einen wesentlichen Beitrag zu Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und zur Intensivierung des internationalen Handels.

Der Umsatz der in Deutschland ansässigen Messeveranstalter ist in 2004 im Vergleich zu 2003 wieder deutlich gestiegen. Grund dafür ist zum einen das turnusbedingt deutlich höhere Vermiet-Ergebnis gegenüber 2003. Außerdem weiten die Messegesellschaften ihr Servicegeschäft permanent aus, auch in Richtung Reise- und Hotelbuchungen neben Leistungen wie Standbau, Marketing- und PR-Unterstützung. Maßstab für die finanzielle Entwicklung der Messebranche wird also mehr und mehr das ganze Beteiligungspaket, das der Aussteller kauft und nicht nur die vermietete Fläche. Darüber hinaus haben die deutschen Veranstalter ihr Auslandsgeschäft nochmals ausgeweitet.

Sechs der zehn umsatzmäßig größten Messegesellschaften der Welt haben ihren Sitz in Deutschland. Die deutschen Messeveranstalter setzen pro Jahr knapp 2,5 Milliarden Euro um. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der deutschen Messewirtschaft hat eine Studie des ifo-Instituts und des FfH-Instituts für Markt und Wirtschaft im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie eindrucksvoll bestätigt. Aufwendungen der Aussteller und Besucher von rund 10 Milliarden Euro pro Jahr und gesamtwirtschaftliche Produktionseffekte von 23 Milliarden Euro zeigen, dass die Messewirtschaft zu den wichtigsten Dienstleistungsbranchen der deutschen Wirtschaft zählt.

Die Tatsache, dass rund 250 000 Arbeitsplätze von der Durchführung von Messen abhängen, unterstreicht das arbeitsmarktpolitische Gewicht der Messewirtschaft. Da die Aussteller- und Besucherzahlen aller Voraussicht nach auch in Zukunft nennenswert wachsen werden, wird die Messewirtschaft damit zu den Branchen gehören, die auf Dauer am Standort Deutschland Arbeitsplätze schaffen und nicht abbauen.

2. Welches Ranking haben deutsche Messestandorte international und welches sind die zehn wichtigsten deutschen Messen für das In- und Ausland?

a) Das Ranking der deutschen Messegesellschaften international lässt sich nach zwei Kriterien beurteilen:

- Ranking der Messegesellschaften nach Umsatz (unabhängig davon, ob sie Gelände haben oder nicht) sowie
- Ranking der Standorte nach Hallenkapazitäten.

Eine Übersicht ist in den beiden Anlagen „Umsätze der Messegesellschaften weltweit“ und „Hallenkapazitäten der Messeplätze weltweit“ zu entnehmen.

b) Es ist nicht möglich, Messen pauschal nach Wichtigkeit zu sortieren. Das ist nur aus Sicht einzelner Branchen möglich. In den Anlagen „Die 20 größten Messen weltweit – nach vermieteter Fläche“ und „Die 20 größten überregionalen Messen in Deutschland nach ausländischen Ausstellerzahlen (2003 und früher)“ ist ein Ranking dargestellt.

3. Wie hoch war der Anteil ausländischer Aussteller und Messebesucher an deutschen Messen innerhalb der letzten fünf Jahre (bitte einzeln nach Standort aufschlüsseln)?

	ausländische Aussteller	ausländische Besucher
1999	47,9 %	18,1 %
2000	46,7 %	19,1 %
2001	49,8 %	18,7 %
2002	49,9 %	20,0 %
2003	52,2 %	19,4 %
2004	52,5 % (vorläufig)	22,5 % (vorläufig)

Nach Standorten werden diese Zahlen nur im Einzelfall veröffentlicht. Die Messegesellschaften sind Unternehmen des Privatrechts und sind daher nicht dazu verpflichtet.

4. An welchen nationalen und internationalen Messestandorten und Messen ist die Bundesregierung finanziell beteiligt (bitte einzeln auflühren)?

Die Bundesregierung ist an keinen nationalen und internationalen Messestandorten und Messen beteiligt.

5. Verfügt die Bundesregierung über Erkenntnisse, ob deutsche Messen gemeinsam oder getrennt nach dem Besitz, also der Immobilie, und nach dem Betrieb, also dem Messemanagement, vermarktet werden, und welche rechtliche Konstruktion weshalb gewählt wird?

Der Bundesregierung liegen keine diesbezüglichen Erkenntnisse vor.

6. Bis zu welcher Grenze sollten nach Auffassung der Bundesregierung Bund, Länder und Gemeinden Infrastrukturverantwortung für Messen wahrnehmen?

Die Beantwortung dieser Frage liegt außerhalb der Zuständigkeit der Bundesregierung.

7. Bis zu welcher Grenze sind Messen nach Auffassung der Bundesregierung eine öffentlich-rechtliche Einrichtung und ab welchem Punkt ein rein privatwirtschaftliches Unternehmen?

Die Bundesregierung sieht keinen hinreichenden Anlass, zu dieser allgemeinen Frage abstrakt Stellung zu nehmen.

8. Welche Mitglieder der Bundesregierung sind nach Kenntnis der Bundesregierung Mitglied in Gremien der zehn wichtigsten deutschen Messen und erhalten für ihr Mandat Aufwandsentschädigungen in welcher Höhe (bitte einzeln aufschlüsseln)?

Mitglieder der Bundesregierung sind in Aufsichtsgremien deutscher Messegesellschaften nicht vertreten.

9. Welche Messestandorte wurden von der Bundesregierung durch die Inlandsmesseförderung nach welchen Kriterien in den letzten fünf Jahren gefördert (bitte einzeln aufzählen)?

Messestandorte wurden von der Bundesregierung durch die Inlandsmesseförderung nicht gefördert. Bei der Inlandsmesseförderung, die Ende September 2004 ausgelaufen ist, handelte es sich um ein Programm zur Förderung der Teilnahme von kleinen und mittleren Unternehmen aus den neuen Bundesländern an internationalen Messen und Ausstellungen in der Bundesrepublik Deutschland.

10. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, welche Zuschüsse die öffentliche Hand in welcher Höhe in den letzten fünf Jahren den 10 größten Messestandorten in Deutschland gezahlt hat (bitte einzeln aufschlüsseln)?

Die Bundesregierung verfügt über keine diesbezüglichen Erkenntnisse.

11. Welche nationalen gesetzlichen Regelungen auf Bundesebene befassen sich mit der Messewirtschaft?

Auf Bundesebene befasst sich die Gewerbeordnung mit Messen und Märkten.

12. Welche Fusionen von Messegesellschaften hat es in den letzten fünf Jahren gegeben?

In den letzten fünf Jahren hat es keine Fusionen von Messegesellschaften gegeben.

13. Wie bewertet die Bundesregierung Überlegungen zur Einrichtung einer Deutschen Messe AG, die den Messeplatz Deutschland im Ausland zentral vermarktet?

Die Bundesregierung vertritt die Auffassung, dass die Einrichtung einer Deutschen Messe AG, die den Messeplatz Deutschland im Ausland zentral vermarktet, auf privatwirtschaftlicher Ebene geregelt werden sollte.

14. Sieht die Bundesregierung die Gefahr, dass Großveranstalter von Messen nur noch Großunternehmen, nicht aber mehr die zahlreichen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) ansprechen können?

Nein, diese Gefahr sieht die Bundesregierung nicht.

Die Messeveranstalter werden unabhängig von ihrer eigenen Größe künftig verstärkt kleine und junge Unternehmen ansprechen, da die großen Unternehmen in den meisten Branchen nahezu vollständig auf Messen vertreten sind.

Siehe hierzu die in den Anlagen „Mittelstand prägt die Ausstellerstruktur deutscher Messen“ und „Struktur der deutschen Aussteller“ dargestellte aktuelle Struktur der deutschen Aussteller.

15. Gibt es eine Zusammenarbeit zwischen Messestandorten und der Deutschen Zentrale für Tourismus bei ausländischen Messen mit deutscher Beteiligung bzw. deutschen Messestandorten und den jeweiligen lokalen touristischen Vermarktern?

Die von der Bundesregierung maßgeblich geförderte Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) arbeitet sehr eng mit dem Messereferat des BMWA und dem AUMA bezüglich der Messebeteiligung im Ausland zusammen. Um Doppelförderungen zu vermeiden, nimmt die DZT nur an den Auslandsmessen teil, an denen BMWA und AUMA nicht beteiligt sind und umgekehrt. Mit ihrer Messebeteiligung bietet die DZT allen touristischen Anbietern in Deutschland eine geeignete Plattform für die Vermarktung ihrer Produkte und Regionen. Eine Übersicht über die Beteiligung der DZT an den touristisch ausgerichteten weltweiten Leitmessen im Jahr 2005 ist der Anlage zu entnehmen.

Auch zu den Messestandorten unterhält die DZT Verbindungen. Die Messe Berlin z. B. ist aktives Mitglied der DZT. Weitere Messegesellschaften werden über regionale und lokale Partner in der DZT vertreten. Im Internetauftritt der DZT unter www.deutschland-tourismus.de werden alle wesentlichen Messe- und Kongressstandorte in Deutschland dargestellt und in zwölf Sprachen weltweit vermarktet.

16. Wie berücksichtigt die Bundesregierung bei Entscheidungen über die Unterstützung der weiteren Internationalisierung des Messeplatzes Deutschland durch Maßnahmen der Gemeinschaftswerbung, dass der sog. Incoming-Geschäftsreisetourismus in großem Ausmaß messeinduziert ist?

Der Bundesregierung ist bekannt, dass der Deutschlandtourismus in hohem Maße von der führenden Position Deutschlands als Messestandort profitiert. Um diese Entwicklungen zu verstärken, hatte die DZT im Einvernehmen mit der Bundesregierung und ihren Marketingpartnern, insbesondere dem German Convention Bureau, im Jahr 2003 ganzjährig deutsche Messen, Tagungen und Kongresse auf ausgewählten ausländischen Märkten beworben.

Aktuelle Untersuchungen zum Reiseverhalten der Europäer zeigen, dass im Jahr 2004 etwa 28 % (8,1 Millionen Reisen) von den insgesamt 29,1 Millionen Reisen der Europäer nach Deutschland geschäftlich motiviert waren. Diesen Angaben zufolge führten 21 % der Geschäftsreisen der Europäer zu Messen und Ausstellungen in Deutschland (Quelle: World Travel Monitor 2005).

Um die Gemeinschaftswerbung der DZT und ihrer Partner für den Messe- und Tourismusstandort Deutschland weiter zu intensivieren, fördert die Bundesregierung die DZT seit Jahren auf hohem Niveau. Für 2005 werden für das DZT-Auslandsmarketing Bundesmittel in Höhe von rd. 24,5 Mio. Euro zur Verfügung gestellt.

17. Wie unterstützt die Bundesregierung, sofern dies Aufgabe des Bundes ist, den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur sowie die Anbindung der Messengelände an diese, um die An- und Abreise des Geschäftsverkehrs an die Messen zu verbessern?

Die Gestaltung und Organisation der An- und Abreise des Geschäftsverkehrs ist in erster Linie eine Aufgabe des Nahverkehrs, für den die Bundesländer und Kommunen zuständig sind. Für Eisenbahnmaßnahmen in diesem Bereich kommen Bundesmittel nach § 8 Abs. 2 Bundesschienenwegeausbaugesetz in Betracht. Der Bund ist an diesem Abstimmungsprozess nicht beteiligt. Der Bund hat den Ausbau des Messestandorts Hannover im Rahmen der EXPO mit ca. 3 Mio. Euro unterstützt. Daneben werden Messengelände auch durch den

Personenfernverkehr erschlossen, wie in Hamburg, Hannover und Köln. Im Zusammenhang mit dem Ausbau der Strecke Berlin–Halle/Leipzig und dem Neubau der Strecke Leipzig–Erfurt ist das neue Messegelände von Leipzig ebenfalls über Fernbahnhalte direkt erreichbar.

Die straßenseitige Anbindung von Messegeländen ist grundsätzlich eine Angelegenheit der örtlich zuständigen Gebietskörperschaften. Die Zuständigkeit des Bundes ist nur dann berührt, wenn die straßenseitige Anbindung von Messegeländen an eine Bundesfernstraße erfolgen soll. So sind beispielsweise die Messen in Berlin, Hannover, München und Leipzig an Bundesautobahnen angebunden. Für den Anschluss der Messe Stuttgart an die Bundesautobahn A 8 einschließlich der Überbauung der Bundesautobahn A 8 mit dem Messeparkhaus hat der Bund seine Zustimmung gegeben. Für die Projektrealisierung selbst ist die Messegesellschaft zuständig.

18. Welche der in der Antwort zu Frage 17 genannten Maßnahmen mussten aufgrund fehlender Mauteinnahmen bis wann verschoben werden?

Wegen fehlender Mauteinnahmen mussten keine Verkehrsprojekte verschoben werden.

19. Hatte die Flexibilisierung bei der Befristung von Arbeitsverträgen gemäß § 14 des Teilzeit- und Befristungsgesetzes Auswirkungen auf das projektabhängige und saisonale Arbeitsaufkommen der Messe- und Ausstellungswirtschaft?
Wenn ja, welche?

Der Bundesregierung liegen hierzu keine negativen Erkenntnisse vor.

20. Entstehen nach Ansicht der Bundesregierung durch die Verbindung virtueller und traditioneller Messeplätze Synergien und wie lassen sich diese für den Messestandort Deutschland nutzen?

Ja. Zahlreiche Messeveranstalter betreiben selbst virtuelle Marktplätze für einzelne Branchen und ergänzen damit ihre Messen. Die Aussteller sind dadurch nicht nur wenige Tage präsent, sondern liefern ihren Kunden ganzjährig Basisinformationen. Für die Messeveranstalter erhöht dies darüber hinaus die Kundenbindung.

21. Wie hat sich die Anzahl der virtuellen Messeplätze in den Jahren 2000 bis 2004 entwickelt und stellen sie eine besondere Gefahr für bestimmte Messen und deren Standorte dar?

Die Zahl ist gestiegen, kann aber nicht genau quantifiziert werden. Eine Gefahr für Messen sind sie schon deshalb nicht, weil inzwischen die meisten ökonomisch relevanten Messen von Messeveranstaltern betrieben werden.

22. Inwieweit gibt es direkte und indirekte Fördermaßnahmen der Europäischen Union für die Messewirtschaft in den einzelnen Mitgliedstaaten und in welchem Umfang werden welche Länder gefördert (bitte einzeln aufzählen)?

Siehe Bundestagsdrucksache 14/5588 vom 14. März 2001 – Antwort zur Frage Nr. 13 der Großen Anfrage der Abgeordneten Wolfgang Börnsen (Bönstrup), Peter Uldall, Peter Rauen, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU – Bundestagsdrucksache 14/4816 –.

23. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, ob die Europäische Kommission den Einsatz von Steuergeldern zur Abwendung drohender Insolvenzen von Messestandorten als unerlaubte Subvention betrachtet?

Wenn ja, plant die Europäische Kommission, diese Praxis zu unterbinden?

Zur Abwendung drohender Insolvenzen sind staatliche Beihilfen im Sinne des Artikels 87 Abs. 1 EG-Vertrag nur unter den engen Voraussetzungen der Rettungs- und Umstrukturierungsleitlinien der Europäischen Kommission gestattet.

24. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, wie die Europäische Kommission die Subventionierung von Messestandorten durch die öffentliche Hand innerhalb Europas bewertet und ob sie dies zum Gegenstand eines Berichtes gemacht hat?

Wenn ja, welche Konsequenzen ergeben sich hieraus?

Auch Subventionen von Messestandorten unterliegen der Beihilfekontrolle nach Artikel 87, 88 EGV durch die Europäische Kommission. Für den Bereich der Förderung von Messestandorten hat die Kommission keine besonderen Verordnungen, Rahmen, Leitlinien oder Mitteilungen erlassen.

25. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, ob Messestandorte inner- oder außerhalb Europas privatisiert wurden, und ist dieses Vorgehen auch für den Messestandort Deutschland denkbar?

Wenn nein, warum nicht?

Nein, die Bundesregierung verfügt über keine diesbezügliche Kenntnisse. Die Bundesregierung ist der Auffassung, dass Privatisierungsfragen von Anteilseignern zu beantworten sind.

26. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, ob und in welcher Höhe ausländische Messeplätze staatliche Subventionen erhalten?

Die Bundesregierung verfügt über keine Kenntnisse.

27. Lässt sich nach Ansicht der Bundesregierung ein weltweiter Konzentrationsprozess in Sachen Messewirtschaft feststellen?

Wenn ja, weshalb, und wenn nein, warum nicht?

Es lässt sich kein Konzentrationsprozess erkennen; die Zahl der Messeveranstaltungen wächst weltweit.

28. Verfügt die Bundesregierung über Kenntnisse, ob ausländische Messen mit den jeweiligen Tourismuszentralen zusammenarbeiten bzw. Messen als Plattform nutzen, um den jeweiligen Standort touristisch zu bewerben (wenn ja, bitte nach den 10 weltweit wichtigsten ausländischen Messen aufschlüsseln)?

Die Bundesregierung verfügt über keine Erkenntnisse.

29. Wie werden die weltweit 10 wichtigsten Messen und Messestandorte beworben und vermarktet?

Über die Werbe- und Vermarktungskonzepte einzelner Messen und Messeplätze, die jeweils sehr branchenspezifisch ausgerichtet sind, liegen keine Detailinformationen vor. Solche Konzepte sind nicht öffentlich. Diese Frage können nur die Messeveranstalter als eigenständige Unternehmen selbst beantworten.

30. Welche Schwerpunkte insbesondere zur Erschließung schwieriger Märkte hatte das Auslandsmesseprogramm der Jahre 2001 bis 2004 (bitte einzeln aufzählen)?

Wichtigstes Land ist seit 2001 China. Zweites waren 2001 noch die USA, seitdem ist es Russland. An dritter Stelle lag bis 2002 Singapur, seitdem abgelöst von den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Eine Übersicht ist in der Anlage „Geographische Schwerpunkte des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit 2001 bis 2004“ zu entnehmen.

31. Welche KMU wurden durch das Auslandsmesseprogramm der o. g. Jahre weshalb besonders gefördert (bitte einzeln aufzählen)?

Im Auslandsmesseprogramm (AMP) gab und gibt es keine besondere Unterstützung für einzelne KMU. Im Vordergrund stehen die Firmengemeinschaftsbeteiligungen. Die finanzielle Hilfe des Bundes orientiert sich an der wirtschaftlichen Situation der Branchen, dem Kostenniveau auf den Zielmärkten, der Häufigkeit der Teilnahme und den Wünschen der Aussteller am Messeauftritt. So sind z. B. die Beteiligungspreise der Spielwarenindustrie für eine Auslandsmessebeteiligung günstiger als die des Maschinenbaus.

Insgesamt haben sich fast 19 000 Aussteller in den Jahren 2001 bis 2004 an den Gemeinschaftsständen beteiligt, davon hatten ca. 85 % unter 500 Beschäftigte.

32. Wie haben sich die Ausgaben des Bundes zur Beteiligung an Auslandsmessen und -ausstellungen seit 1998 entwickelt (Darstellung der Soll- und Ist-Entwicklung)?

	Soll	Ist
1998	38,3	40,4
1999	38,3	36
2000	35,8	33,6
2001	35,8	35,8
2002	33,5	33,5
2003	35	30,1
2004	36	33
2005	36	

Angaben in Mio. Euro (gerundet)

Die Minderausgaben im Jahr 2003 wurden durch die SARS-Epidemie und den Irak-Krieg verursacht. Die Minderausgaben in 2004 wurden durch Einsparungen im Haushaltsvollzug verursacht.

Im Jahr 1998 wurde vom BMF am 23. Juni 1998 eine überplanmäßige Ausgabe in Höhe von 4 Mio. DM (2,05 Mio. Euro) zur Erfüllung von Rechtsverpflichtungen im Rahmen der deutschen Beteiligung auf der Weltausstellung Lissabon 1998 bewilligt.

33. In welcher Höhe sind in der mittelfristigen Finanzierungsplanung des Bundes bis 2008 Ausgaben zur Beteiligung an Auslandsmessen und -ausstellungen vorgesehen?

Der Ansatz im Haushalt 2005 beträgt 36 Mio. Euro. In der mittelfristigen Finanzplanung sind folgende Beträge vorgesehen:

2006: 34,5 Mio. Euro

2007: 34,5 Mio. Euro

2008: 34,5 Mio. Euro

34. Was unternimmt die Bundesregierung, um vorhandene räumliche und personelle Engpässe in den deutschen Botschaften und Konsulaten zu beheben, damit die Internationalität des Messeplatzes Deutschland nicht durch Schwierigkeiten der Visaerteilung an Vertreter ausstellender und messebesuchender Unternehmen gefährdet wird?

Durch organisatorische Maßnahmen und Anwendung der in den maßgeblichen Rechtsvorschriften (insbesondere der Gemeinsamen Konsularischen Instruktion) vorgesehenen Visumerleichterungen, stellen die Auslandsvertretungen sicher, dass Visumanträge von Bona-Fide-Geschäftsleuten – nicht nur von Messebesuchern – vorrangig und zeitnah bearbeitet werden.

Auf diese Weise leisten die Visastellen in enger Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsabteilungen der deutschen Auslandsvertretungen einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Messestandortes Deutschland.

35. Werden als Konsequenz der Anschläge des 11. September 2001 ausländische Messebesucher und Aussteller einer besonderen Sicherheitsüberprüfung unterzogen, und wenn nein, warum nicht?

Auf die vom internationalen Terrorismus ausgehende Bedrohung wurde durch zahlreiche Änderungen im Ausländerrecht reagiert. Diese betreffen sowohl die Einreise und den Aufenthalt als auch aufenthaltsbeendende Maßnahmen sog. Drittstaatsangehöriger, also von Personen, die nicht Unionsbürger sind.

Erfasst werden darüber auch ausländische Messebesucher und Aussteller, für die die allgemeinen Regelungen des Ausländerrechts gelten.

Bei allen visumpflichtigen Drittstaatsangehörigen hindert z. B. der eingeführte Versagungsgrund bei Terrorismusbezug sowie bei staatschutzrelevanten Gefahren (§§ 5 Abs. 4, 54 Nr. 5, 5a AufenthG) die Erteilung des Visums in den Fällen, in denen Tatsachen die Schlussfolgerung rechtfertigen, dass der Ausländer einer Vereinigung angehört oder angehört hat, die den Terrorismus unterstützt oder er die freiheitlich demokratische Grundordnung oder die Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland gefährdet. Für Angehörige bestimmter Staaten, bei denen von einem Bedrohungspotential ausgegangen wird, werden gemäß § 73 Abs. 1 AufenthG im Visumverfahren die Sicherheitsbehörden

sowie die Ausländerbehörden bei der Prüfung eines derartigen Versagungsgrundes beteiligt. Erheben das Bundeskriminalamt, das Bundesamt für Verfassungsschutz, der Bundesnachrichtendienst, das Zollkriminalamt, der Militärische Abschirmdienst oder die Ausländerbehörden Bedenken gegen die Visumerteilung, wird diese verweigert.

Anlage zur Frage 2

Umsätze der Messengesellschaften weltweit

(über 50 Mio € Konzernumsatz, bei Medienkonzernen nur Messe- und Kongressumsatz, teilweise inkl. messebezogener Medien)

	2003 in Mio. €	2002 in Mio. €
1. Reed Exhibitions (GB)	609	676
2. Messe Frankfurt (D)	353	335
3. Messe Hannover (D)	254	268
4. Messe Düsseldorf (D)	240	324
5. NEC Birmingham (GB)	224,4	190 (2001)
6. Messe Mailand (I)	219	177
7. dmg world media (GB)	198	207
8. VNU (NL)	198	222
9. Koelnmesse (D)	192	163
10. Expositium (F)	170	170
11. Messe München (D)	169	218
12. Comexpo (F)	136	
13. IFEMA Madrid (E)	132,8	132
14. RAI Amsterdam (NL)	130,4	155,5
15. Paris Expo (F)	130,4	
16. Advanstar (USA)	124,4	140,5
17. Messe Berlin (D)	119,3	134
18. Messe Schweiz (CH)	115,6	121,4
19. EMAP Communications (GB)	102	103
20. Nürnberg Messe (D)	101	95
21. Messe Barcelona (E)	87	72 (2001)
22. ITE (GB)	85,4	76
23. Jaarbeurs Utrecht (NL)	84,6	81,6
24. Paris-Nord (F)	80	60 (2001)

25. HK TDC (Hongkong)	76	78,8
26. Svenska Mässan Göteborg (S)	68	
27. CMP Asia (GB, HK)	67	72
28. Feria Valencia (E)	66	
29. Stockholmsmässan (S)	61,9	
30. Leipziger Messe (D)	60	56
31. Messe Stuttgart (D)	58	67
32. Messe Bologna (I)	58	56,3
33. Messe Verona (I)	53	53
34. Messe Rimini (I)	51	52

Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Anlage zur Frage 2

Hallenkapazitäten der Messeplätze weltweit
(über 100.000 m²)

Die Zahlen beziehen sich - wenn nicht anders vermerkt – jeweils auf das Haupt-Messegelände, nicht auf die Gesamtkapazitäten der Stadt.

1. Hannover	495.265 m ²
2. Mailand	348.000 m ²
3. Frankfurt / Main	324.023 m ²
4. Köln	286.000 m ²
5. Düsseldorf	234.400 m ²
6. Valencia	230.837 m ²
7. Paris expo	227.380 m ²
8. Chicago	204.461 m ²
9. Birmingham	200.000 m ²
10. Orlando (Orange County)	195.167 m ²
11. Paris-Nord	190.669 m ²
12. Las Vegas (L.V. Convention Center)	184.456 m ²
13. München	160.000 m ²
14. Berlin	160.000 m ²
15. Nürnberg	152.000 m ²
16. Bologna	150.000 m ²
17. Madrid	150.000 m ²
18. Guangzhou (GICEC)	149.200 m ²
19. Utrecht (mit Trade Mart)	135.000 m ²
20. Basel	133.000 m ²
21. Atlanta (GWCC)	130.112 m ²
22. Verona	125.000 m ²
23. Bari	120.000 m ²
24. Houston (Reliant Park)	119.258 m ²
25. Barcelona (Montjuic)	115.000 m ²
26. Brüssel	114.445 m ²
27. Barcelona (Gran Vía M2)	114.000 m ²
28. Poznan	113.100 m ²
29. Essen	110.000 m ²
30. Moskau (VVC)	108.500 m ²
31. Bilbao	108.000 m ²
32. Lyon	104.000 m ²
33. Genf	102.470 m ²
34. New Orleans	102.230 m ²
35. London (Earls Court / Olympia)	101.299 m ²
36. Leipzig	101.200 m ²
37. Parma	100.000 m ²

Stand: 01.03.2005 Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Anlage zur Frage 2

Die 20 größten Messen weltweit - nach vermieteter Fläche

1. BAUMA + MINING, München	2004	348.832 m ² 1)
2. ELMIA-WOOD, Jönköping	2001	320.969 m ² 1)
3. CeBIT, Hannover	2004	312.539 m ²
4. EMO Hannover, Hannover	2001	192.164 m ²
5. Ambiente, Frankfurt/Main	2004	190.993 m ²
6. MACEF, Mailand	2004	176.478 m ²
7. CONEXPO-Con/AGG, Las Vegas	2002	171.477 m ²
8. mm cologne, Köln	2004	165.139 m ²
9. Automechanika, Frankfurt/Main	2004	161.867 m ²
10. drupa, Düsseldorf	2004	161.332 m ²
11. K, Düsseldorf	2004	160.308 m ²
12. INTERMAT, Paris	2003	155.938 m ²
13. IAA, Hannover	2004	155.252 m ²
14. Heimtextil, Frankfurt/Main	2004	154.877 m ²
15. ISH, Frankfurt/Main	2003	153.627 m ²
16. interpack, Düsseldorf	2002	148.359 m ²
17. HANNOVER MESSE, Hannover	2004	143.416 m ²
18. SALONE INT. DEL MOBILE, Mailand	2004	142.277 m ²
19. IAA, Frankfurt/Main	2003	141.792 m ²
20.ACHEMA, Frankfurt/Main	2003	138.345 m ²

1) Messen mit besonders großer Freigeländefläche:

Bauma + Mining 223.392 m² Freigelände

ELMIA-WOOD 319.060 m² Freigelände

Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Anlage zur Frage 2

**Die 20 größten überregionalen Messen in Deutschland
nach ausländischen Ausstellerzahlen (2003 und früher)**

ITB , Berlin 2003	8.432
Anuga, Köln 2003	4.490
Buchmesse, Frankfurt/Main 2003	3.890
Automechanika, Frankfurt/Main 2002	3.312
Ambiente, Frankfurt/Main 2003	3.020
Hannover Messe, Hannover 2003	2.969
CeBIT, Hannover 2003	2.876
Heimtextil, Frankfurt/Main 2003	2.634
Eisenwarenmesse, Köln 2003	2.632
MEDICA, Düsseldorf 2003	2.561
Tendence Lifestyle, Frankfurt/Main 2003	2.263
ProWein, Düsseldorf 2003	2.015
Paperworld, Frankfurt/Main 2003	1.832
K, Düsseldorf 2001	1.721
electronica, München 2002	1.654
interpack, Düsseldorf 2002	1.612
Spielwarenmesse, Nürnberg 2003	1.583
ACHEMA, Frankfurt/Main 2003	1.550
spoga-gafa, Köln 2003	1.520
GDS (Frühjahr), Düsseldorf 2003	1.341

Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Anlage zur Frage 14

Presse-Info des AUMA 5/2005, 08.03.2005

Mittelstand prägt die Ausstellerstruktur deutscher Messen

80 % der ausstellenden Unternehmen haben unter 500 Beschäftigte

8.3.2005 Die Ausstellerstruktur der deutschen Messen ist hochgradig durch kleine und mittlere Unternehmen geprägt. Zwar wird das Erscheinungsbild der Messen durch die großen, marktführenden Unternehmen dominiert, aber 83 % der Firmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen, haben weniger als 500 Beschäftigte, 54 % sogar unter 50 Mitarbeiter. Das ist Ergebnis einer Untersuchung von TNS EMNID zu Umfang und Struktur der ausstellenden Wirtschaft in Deutschland im Auftrag des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft. Entsprechend der Beschäftigtenzahl stellt sich das Bild nach Umsatzgröße dar: 77 % der ausstellenden Unternehmen haben weniger als 50 Mio. Euro Umsatz, 42 % unter 2,5 Mio. Euro.

Insgesamt sind gegenwärtig 56 000 deutsche Firmen messeaktiv. Sie beteiligen sich innerhalb von zwei Jahren durchschnittlich 5,2 Mal an Inlandsmessen und 2,5 Mal an Auslandsmessen und geben dafür etwa 250 000 Euro aus.

Bemerkenswert ist außerdem, dass nur 65 % der Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen, zum verarbeitenden Gewerbe zählen: 9 % sind Handelsunternehmen, 24 % gehören zu anderen Dienstleistungsbranchen, 2 % zu sonstigen Wirtschaftszweigen.

Quelle: Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft

Struktur der deutschen Aussteller *

Zahl der Beschäftigten	Unternehmen
bis 59	54,4%
50 bis 499	28,5%
500 und mehr	16,5%
keine Angaben	0,6%

* repräsentative Umfrage von TNS Emnid im Auftrag des AUMA unter 500 Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen; Oktober 2004

Quelle: AUMA_MesseTrend 2005

Anlage zur Frage 15

DZT Messebeteiligungen 2005

Land	Stadt	Messe
Europa		
Niederlande	Utrecht	Vakantiebeurs
Norwegen	Oslo	Reiseliv
Schweiz	Bern	Ferienmesse
Finnland	Helsinki	Matka
Österreich	Wien	Ferienmesse
Spanien	Madrid	FITUR
Schweiz	Zürich	Fespo
Irland	Dublin	Holiday World Experience
Dänemark	Kopenhagen	Ferie
Großbritannien	London	Destinations
Schweiz	St. Gallen	Ferienmesse
Österreich	Salzburg	Ferien
Belgien	Antwerpen	Int. Vakantiesalon
Italien	Mailand	BIT
Tschechische Republik	Prag	Holiday World
Belgien	Hasselt	Int. Euregio Vakantiesalon
Dänemark	Herning	Ferie for alle
Niederlande	Utrecht	Op Pad Beurs
Deutschland	Berlin	ITB
Ungarn	Budapest	Utazas Travel
Schweden	Göteborg	TUR
Russland	Moskau	MITT
Deutschland	wechselnd	GTM
Frankreich	Paris	MIT
Polen	Posen	Tour Salon Poznan
Schweiz	Montreux	Travel Trade Work-

		shop TTW
Großbritannien	London	WTM
Summe Europa		
Übersee		
China	Guangzhou	GITF
Dubai	Dubai	ATM
Korea	Seoul	KOTFA
Japan	Tokyo	JATA Travel Mart 2005
Kanada	Montreal	Salon International de Voyage
China	Shanghai	CITM
Summe Übersee		
Summe		

Geografische Schwerpunkte des Auslandsmesseprogramms des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit 2001 bis 2004

2004: 228 Beteiligungen des BMWA

Schwerpunkte:

Ostasien: 106, davon 62 China, davon 30 in Shanghai und 19 in Peking

Russland: 34, davon 32 in Moskau

VAE: 18, davon 17 in Dubai

USA: 23

2003: 177 Beteiligungen des BMWA

Schwerpunkte:

Ostasien: 63, davon 32 in China, davon 20 in Shanghai

Russland: 27 Beteiligungen, davon 23 in Moskau

VAE: 17, davon 15 in Dubai

USA: 25

2002: 180 Beteiligungen des BMWA

Schwerpunkte:

Ostasien: 72, davon China: 40, Shanghai: 17, Peking 12

Russland: 25, davon Moskau 23

USA: 20

Singapur: 9

VAE: 9, davon Dubai 8

2001: 184 Beteiligungen des BMWA

Schwerpunkt:

Ostasien: 70, davon 34 in China, davon 16 in Shanghai, 9 in Hongkong und 7 in Peking

Russland: 21

USA: 28

Singapur: 10

VAE: 10, davon 10 in Dubai

Quelle: Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft