

Zukunftsaussichten für die deutsche Messebaubranche II - eine Studie der IG Messewesen e.V.

Köln, 03. Oktober 2021

Dr. Stefan Terkatz
1. Vorsitzender



Eckpunkte der Umfrage

Fragestellung:

Auf welches Szenario muss sich die Branche nach dem Restart einstellen?

Zielgruppe:

Messeaussteller aus Deutschland und weltweit.

Methodik:

Online-Befragung mittels standardisiertem Fragebogen

Stichprobe: 149

Unternehmen

Prognosezeitraum:

2021 -2023

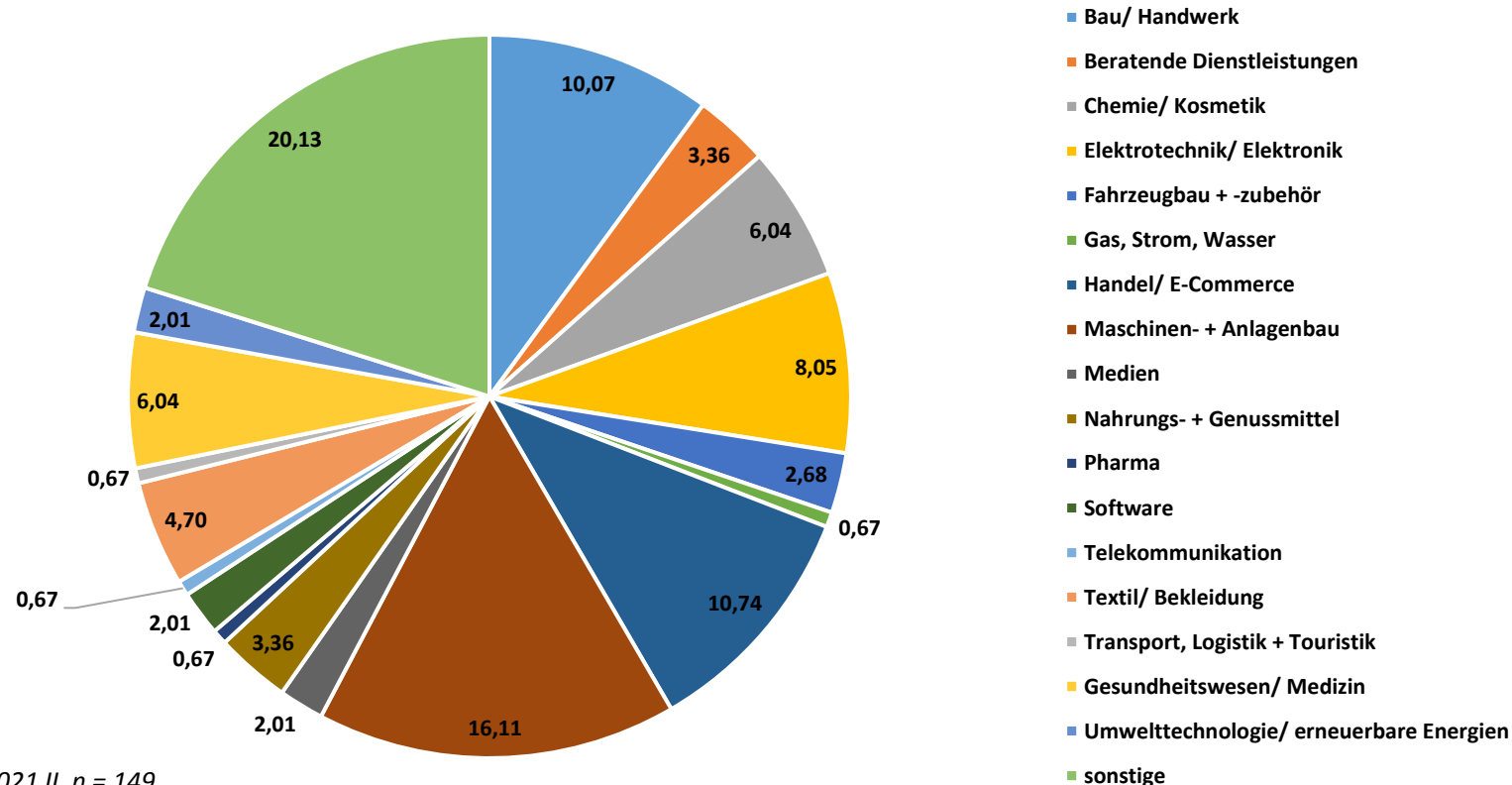
Erhebungszeitraum:

29.08.2021 - 30.09.2021

Unsere Kunden kommen aus vielen Branchen

149 Unternehmen aus 18 Branchen haben an der Studie teilgenommen.

Anzahl Aussteller nach Branchen in %
Stichprobe

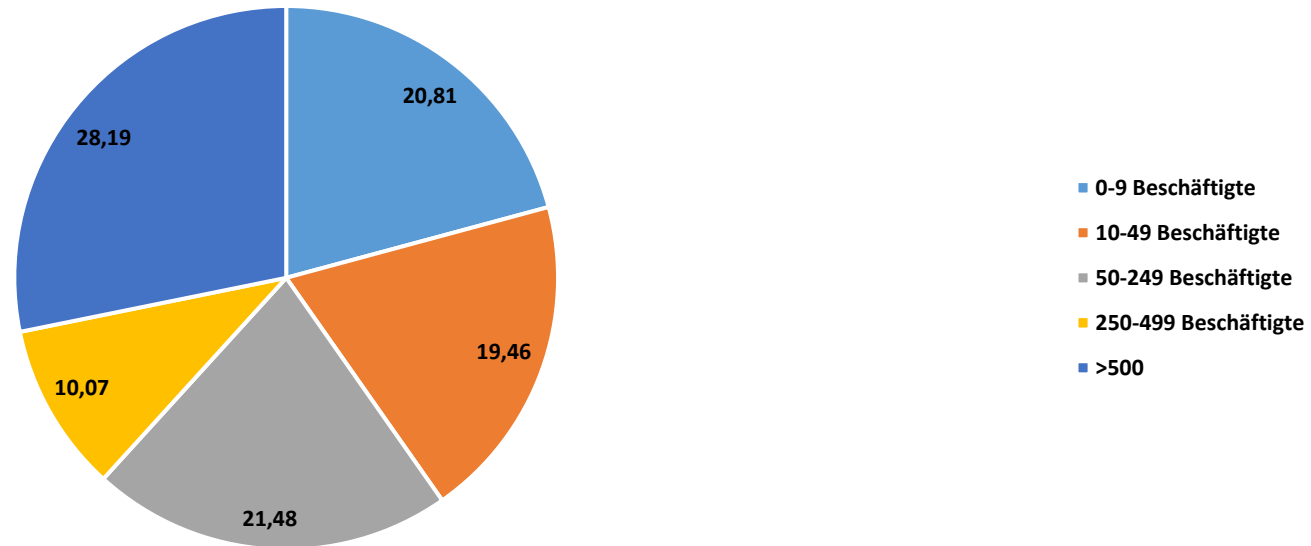


Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149
Frage 1: Angabe der Branche

Die meisten Kunden kommen aus dem Mittelstand

Ca. 80 % der Kunden beschäftigen bis zu 500 Mitarbeiter

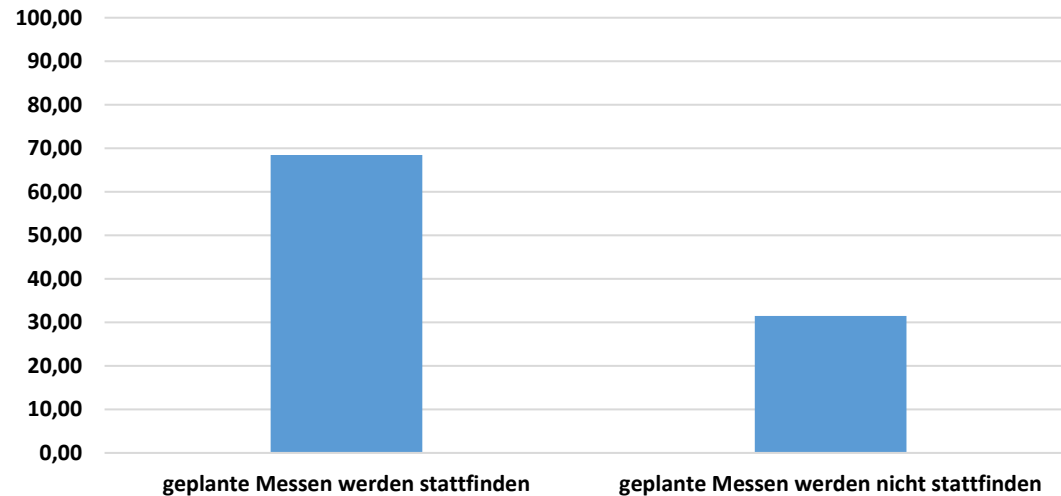
Unternehmen nach Beschäftigungsgrößenklassen in %
Stichprobe



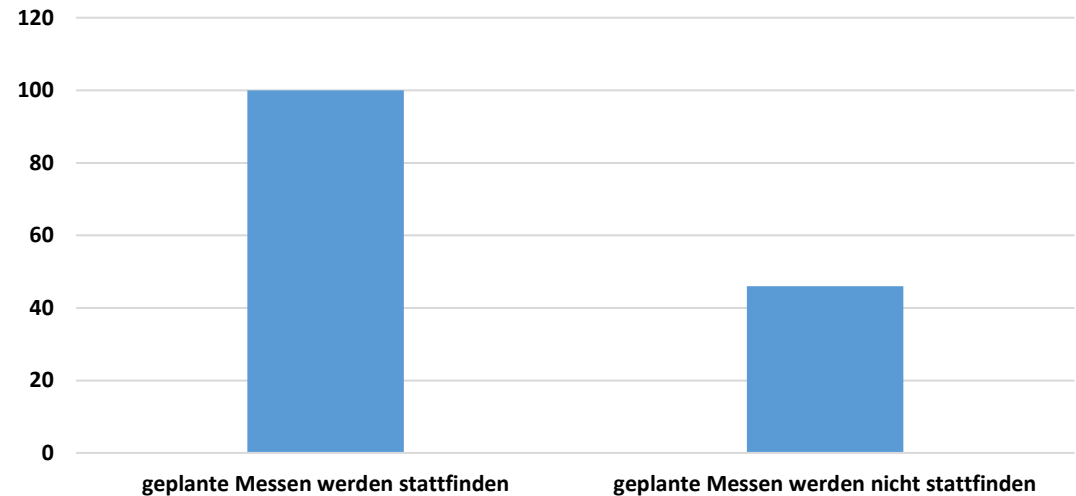
Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149
Frage 2: Unternehmensgröße

Vertrauen in Messeveranstaltungen eingetrübt

Einschätzung zur Durchführbarkeit von Messen in %



Einschätzung zur Durchführbarkeit von Messen

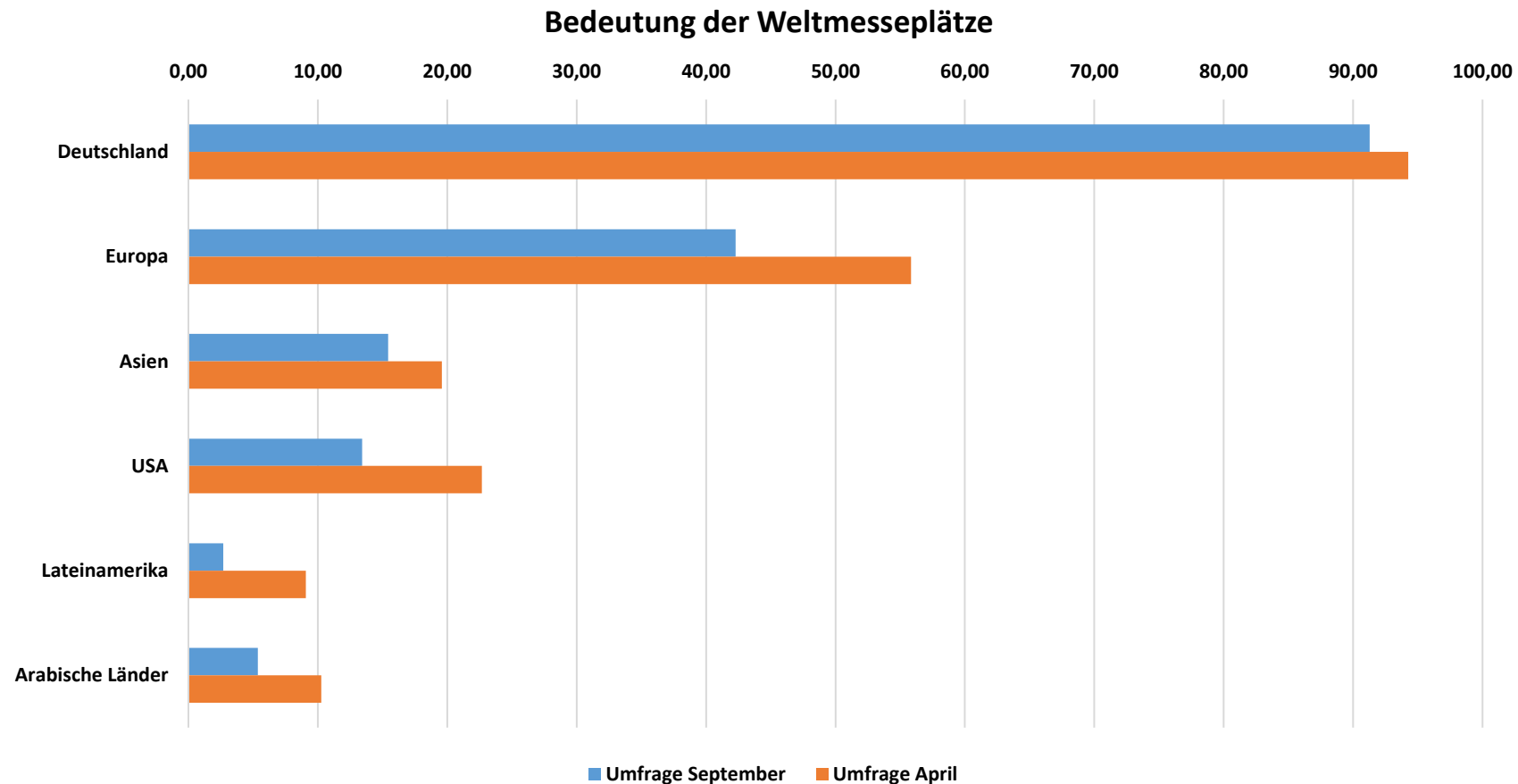


Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 4: Können diese Messen nach Ihrer heutigen Einschätzung stattfinden?

Deutschland bleibt der wichtigste Messeplatz

Pandemie ändert Messeschwerpunkt nicht.



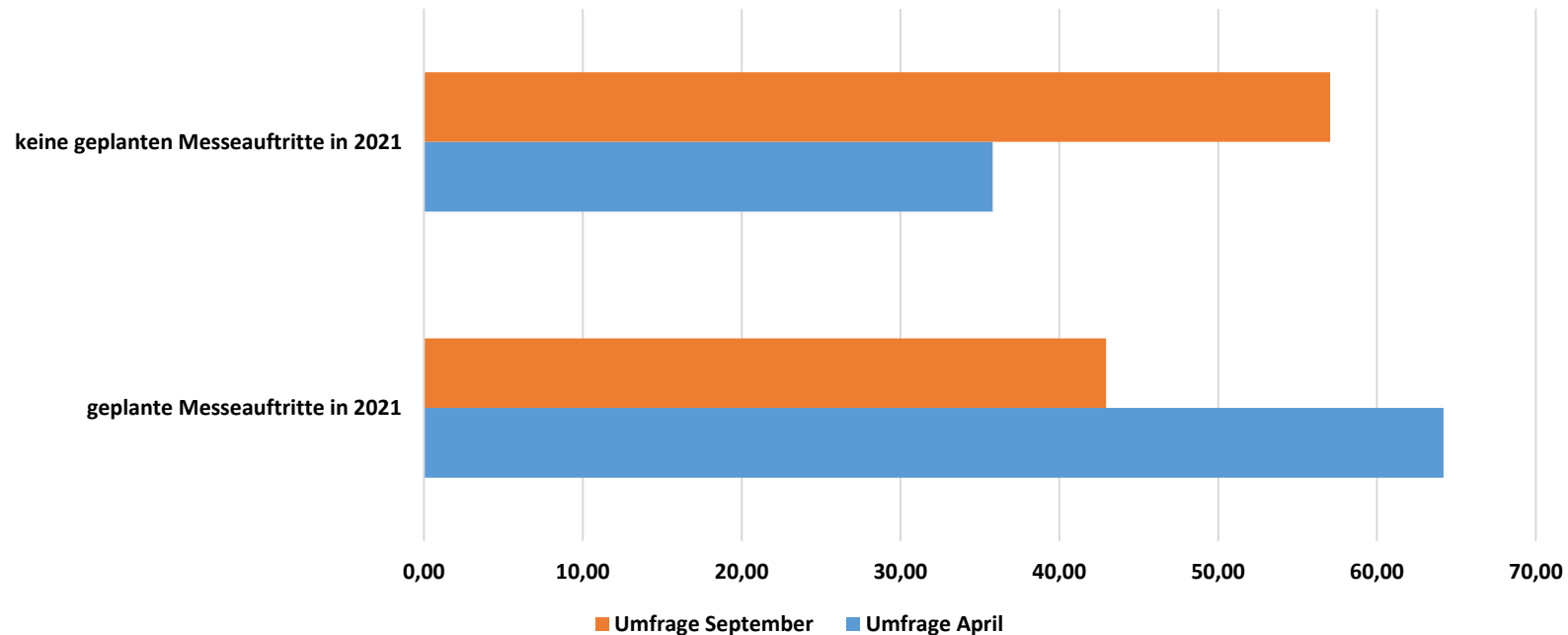
Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 7: Wo wird in Zukunft der Schwerpunkt Ihrer Messen, Kongresse und Events liegen? (Mehrfachnennung)

Planung 2021

Die meisten Kunden haben für das vierte Quartal keine Messen gebucht.

Messeplanungen im Vergleich April und September in %



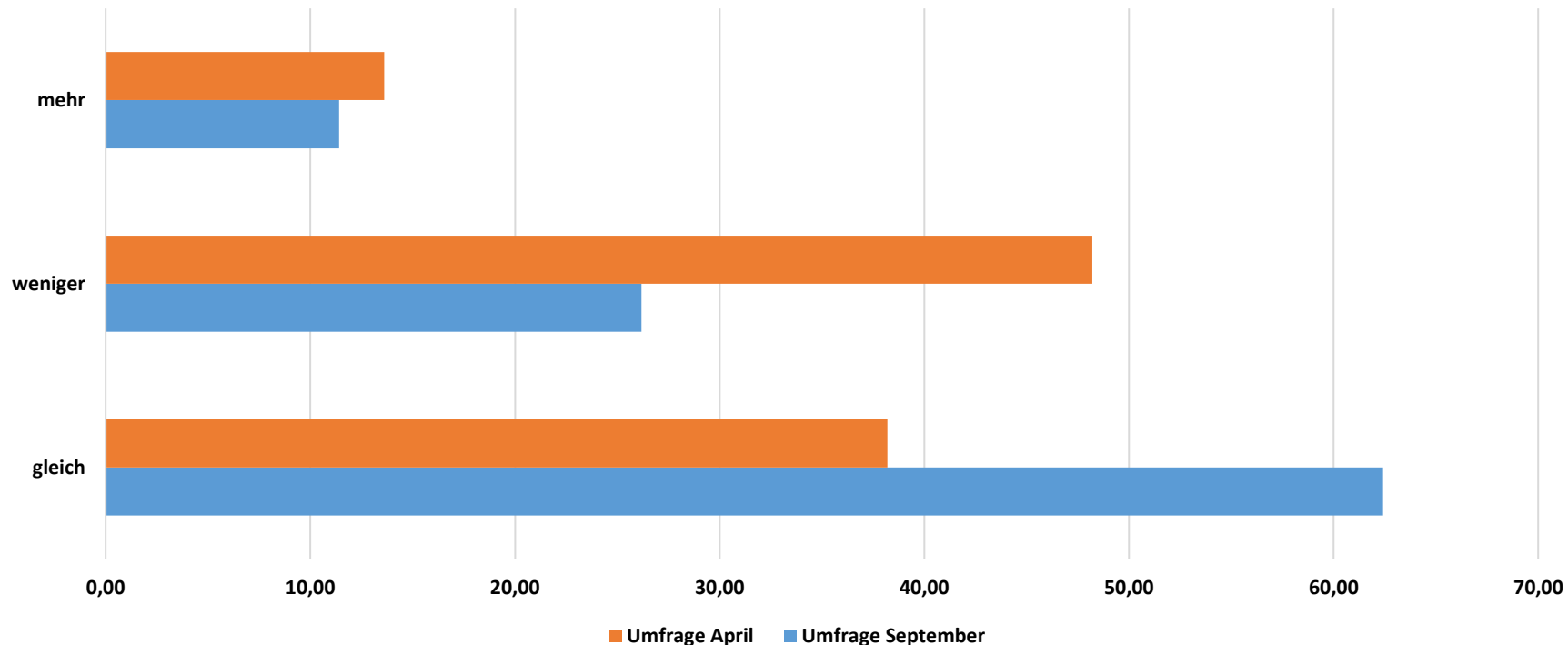
Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 3: Haben Sie für das 4. Quartal 2021 Messeteilnahmen gebucht?

Erwartete Messeauftritte für 2022-2023

Stimmungslage hat sich von April zu September verbessert

Vergleich der Planungen von September zu April in %

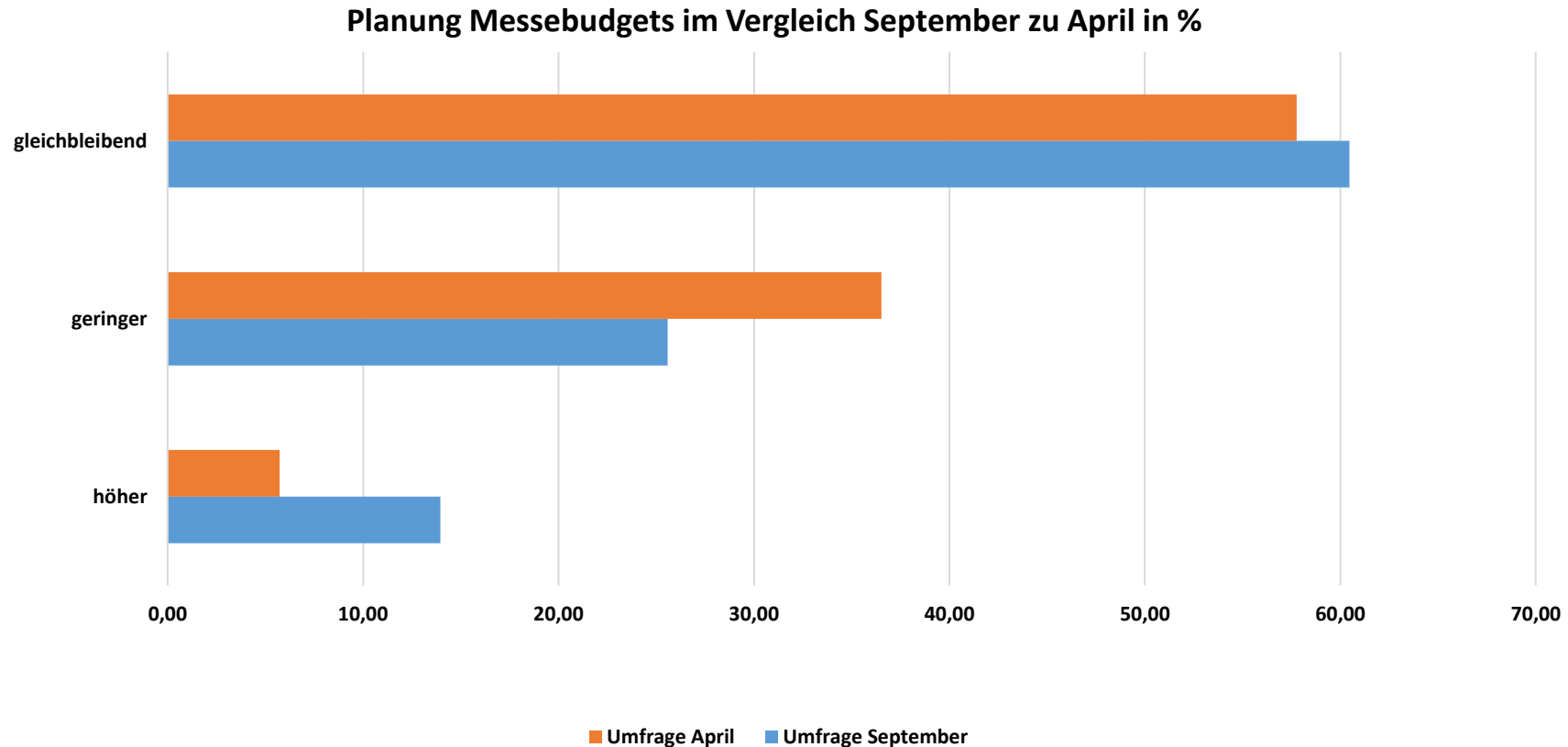


Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 5: Planen Sie die gleiche Anzahl an Messen, Kongresse und Events wie vor Corona in 2022-2023

Messebudget für 2022-2023

Stimmungsverbesserung von April zu September erkennbar

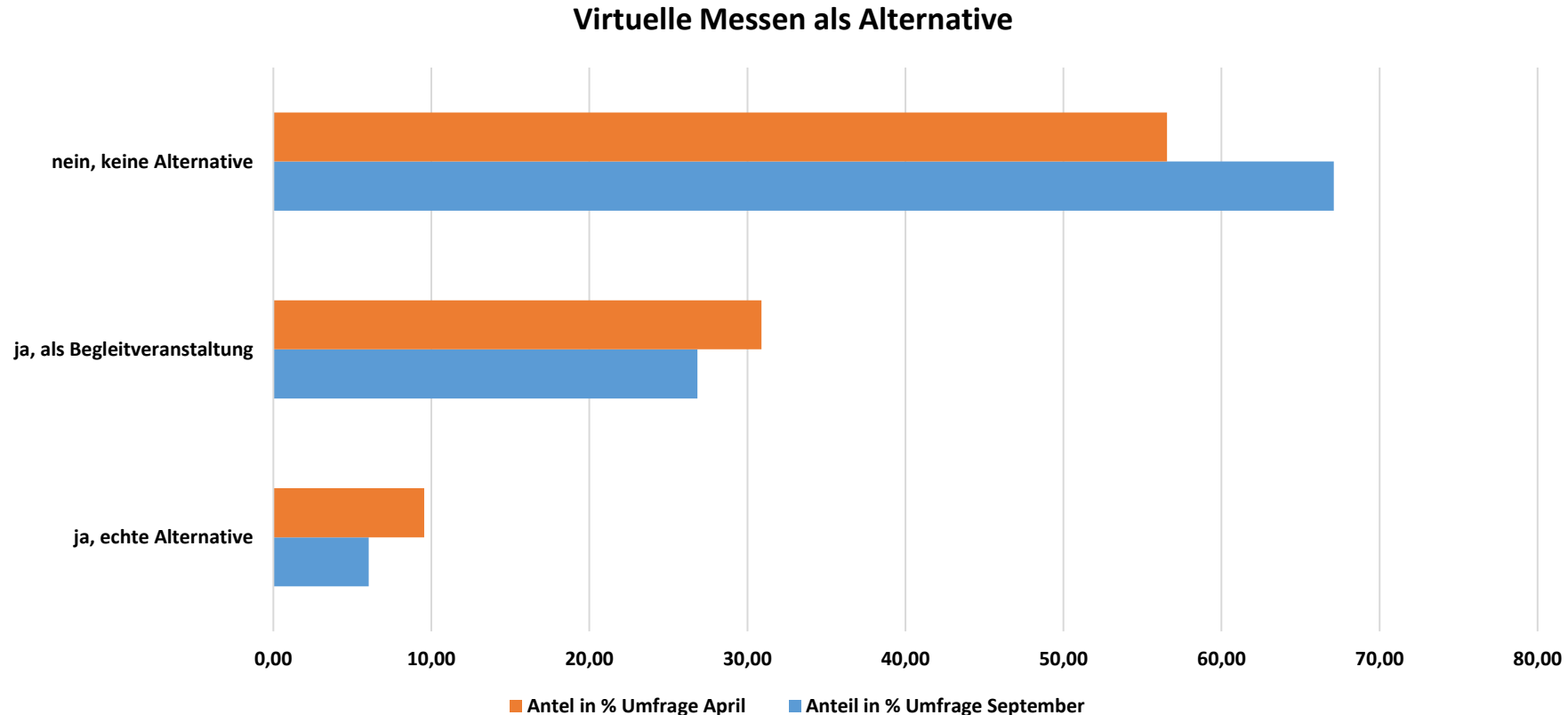


Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 8: Wie wird Ihr Messebudget in 2022-2023 sein?

Virtuelle Messen als Alternative

Die Bedeutung der virtuellen Messen nimmt im September ab

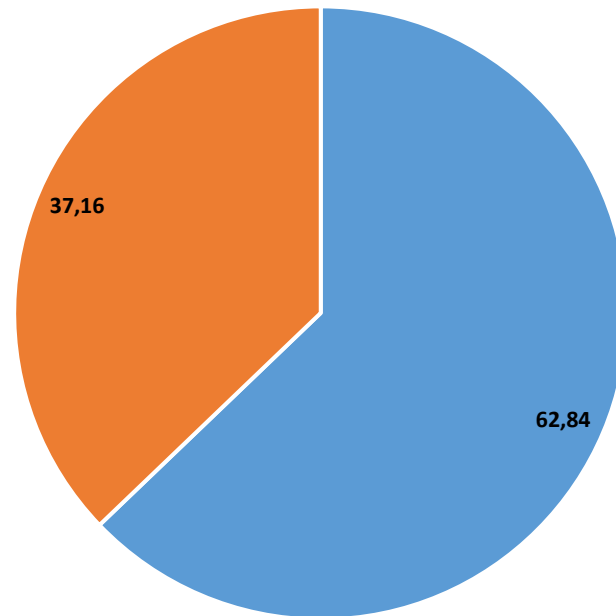


Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

Frage 9: Ist eine virtuelle Messe für Sie eine Alternative zur Präsenzmesse? Wie ist Ihre Bereitschaft, an virtuellen Messen teilzunehmen?

Ausfallfonds erhöht Bereitschaft der Aussteller zur Messebuchung

Anteil in %
Stichprobe



Quelle: IG Messewesen Studie 2021 II, n = 149

■ Ausfallfonds erhöht Bereitschaft zur Messebuchung

■ Ausfallfonds erhöht Bereitschaft zur Messebuchung nicht

Frage 6: Erhöht ein Ausfallfonds die Bereitschaft für Messen?

Zwischenfazit

Geringere Messeausgaben und Auftritte bedrohen unseren Erfolg

Positiv für die Branche Messebau	Negativ für die Branche Messebau
Die Bereitschaft zum Neustart ist etwas gedämpft, aber doch vorhanden	Messebudgets und –auftritte werden um ca. 25% reduziert
Messestandort Deutschland ist weiter der wichtigste Standort, Bedeutung aber leicht rückläufig	Europa verliert als Messestandort rund 14% gegenüber April an Bedeutung
Anteil derer, die weniger auf Messen gehen wollen, hat sich von 48% im April auf 26% im September fast halbiert	Bei Ausstellern herrscht große Unsicherheit darüber ob Messen stattfinden werden, es fehlt an Planungssicherheit
Virtuellen Formaten wird weniger Relevanz beigemessen als noch im April	

Worauf wir Antworten finden müssen

Vieles können wir beeinflussen

Herausforderung	Aktivität
Steigende Rohstoffpreise	Absicherung Einkaufspreise am Kapitalmarkt oder Händler
Steigende Personalkosten und Fachkräftemangel	Gemeinsame Logistikkonzepte, Nutzung individueller Produktions- oder Herstellungsstärken, Bündelung von Auf- und Abbaukapazitäten
Leistungsgerechte Förderungen	Anschubfinanzierung für Aussteller, Förderungen müssen Leistungsabhängig gewährt werden
Weniger Messeauftritte	Entwicklung von Anreizsystemen für Aussteller gemeinsam mit Messegesellschaften und Politik
Zusätzliche Zinsen und Tilgung	Optimierung der Finanzierungsstruktur z.B. Umwandlung von Dispositionskrediten in langfristige Darlehen, Verlängerung von bestehenden Krediten

Vorschlag für ein leistungsabhängiges Fördermodell

- Ziel: Wiederherstellung des quantitativen und monetären Vorkrisenniveaus
- Aussteller: erhält fest definierte Quadratmeterpauschale als Anschubförderung und zahlt hiervon die (deutschen) Messedienstleister und die Messegesellschaft
- Messegesellschaft: erhält nur noch Differenzförderung zum erzielten Umsatz 2019 und erzielten Umsatz 2022; Abrechnung je Quartal
- Messedienstleister: wie Messegesellschaft

ZUSAMMEN FÜR UNS



www.igmessewesen.de