



AUMA

Verband der deutschen
Messegewirtschaft

Messe-Politikbrief

Q2/2026

Ausstellen in Deutschland wird effizienter, doch der Standort teurer



© AUMA | Christian Kruppa

Philip Harting (Jahrgang 1974) ist seit 2019 AUMA-Vorsitzender. Er ist Vorstandsvorsitzender der HARTING Technologiegruppe mit Sitz in Espelkamp/NRW. Das Familienunternehmen ist auf vielen nationalen wie internationalen Messen als Aussteller vertreten. Es zählt zu den weltweit führenden Anbietern industrieller Verbindungstechnik und beschäftigt rund 6.100 Mitarbeitende in 14 Produktions- und 42 Vertriebsstandorten.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ausstellende Unternehmen investieren stark in Technologie, Innovation und Automatisierung. Effizienter zu wirtschaften, war schon immer das Ziel. Doch nun ist es zwingend erforderlich, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen. Dies zeigt der frisch erschienene AUMA-Aussteller-Ausblick 2026/2027.

Die ohnehin hohen Standortkosten in Deutschland steigen weiter. Zwar wirkt die Lage am Golf als Preistreiber, der größte Kostendruck bleibt jedoch staatlich induziert. Die Bundesregierung sitzt an einem wirksamen Hebel für eine zügige und breite Entlastung der Wirtschaft. Standortkosten dürfen nie schneller wachsen als die Produktivität.

Produktivität heißt zugleich Wachstum. Und Wachstum braucht Markterschließung. In dieser Ausgabe des Messe-Politikbriefs zeigen wir, warum die vom Bundeswirtschaftsministerium geplante Kürzung beim Etat des erfolgreichen Auslandsmesseprogramms dem Ziel eines Wirtschaftsaufschwungs entgegenlaufen würde. Denn Außenwirtschaftsförderung ist keine konsumtive Ausgabe, sondern eine Investition in die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Wir beleuchten zudem, was über die Absenkung der Luftverkehrssteuer hinaus nötig ist, damit die Erreichbarkeit der über 320 Messen in diesem Jahr in Deutschland spürbar verbessert wird. Und wir analysieren, welche Maßnahmen den Kostendruck in der Messewirtschaft wirksam lindern können, damit Deutschland seine Spitzenposition im globalen Messemarkt auch künftig behauptet. Messefähigkeit hierzulande ist gelebte Exportpolitik für den deutschen Mittelstand – direkt vor der eigenen Haustür.

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre!

Ihr Philip Harting

Vorsitzender

Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA)

- #1 Keine Exportchancen streichen: Etat des Auslandsmesseprogramms erhöhen
- #2 Erreichbarkeit des Messeplatzes Deutschland konsequent stärken
- #3 Messefähigkeit ist Exportpolitik: Standortkosten senken

Unsere zentralen Forderungen

- Den AMP-Etat des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie von 44 Millionen auf 49 Millionen Euro erhöhen.
- Den AMP-Etat des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat von 12 Millionen auf 14 Millionen Euro erhöhen.

- Bundesregierung bekräftigt: Auslandmesseprogramm bewährtes Instrument der Außenwirtschaftsförderung | AUMA
- The Returns of Export Promotion for TPE members | Trade Promotion Europe / Universität de Genève
- Messeförderungen im Ausland | AUMA

Keine Exportchancen streichen: Etat des Auslandsmesseprogramms erhöhen

In wirtschaftlich und geopolitisch fordernden Zeiten darf Deutschland bei der Außenwirtschaftsförderung nicht auf die Bremse treten. Die nun geplante Etat-Kürzung im Auslandsmesseprogramm (AMP) 2027 sendet ein falsches Signal: Weniger Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen – ausgerechnet dann, wenn neue Märkte, mehr Resilienz und diversifizierte Handelspartner zur Kernaufgabe der deutschen Außenwirtschaftspolitik werden. Im Gegenteil: Wer Wirtschaftswachstum ernst nimmt, muss das AMP stärken.

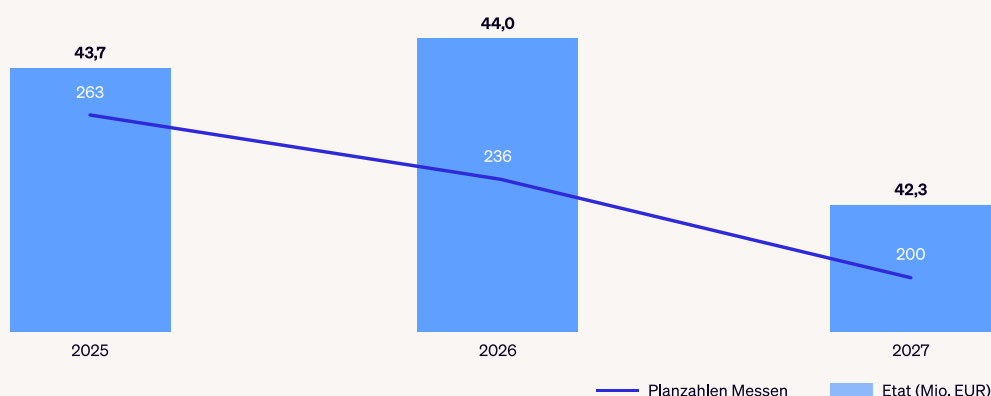
Das AMP ist ein effizientes und bewährtes Förderinstrument. Es schafft Exportimpulse für Produkte und Dienstleistungen „made in Germany“ – und damit Wertschöpfung und Beschäftigung in Deutschland. Doch der AMP-Etat stagniert seit einem Jahrzehnt, obwohl die Kosten für Messeauftritte im Ausland um bis zu 40 Prozent gestiegen sind. Diese Unterfinanzierung hat messbare Folgen: immer weniger deutsche Gemeinschaftsstände und damit weniger unterstützte Unternehmen. 2026 lassen sich mit dem aktuellen Ansatz von 44 Millionen Euro nur noch rund 230 Beteiligungen planen, 2025 waren es noch 263. Mit der vom Bundeswirtschaftsministerium geplanten Kürzung um 1,7 Millionen Euro wären es 2027 voraussichtlich nur noch etwa 200.

Außerdem: Der Wettbewerb schläft nicht. Deutschland liegt bei der Außenwirtschaftsförderung im europäischen Vergleich zurück, das zeigt eine Studie von Trade Promotion Europe und der Universität Genf. Eine Kürzung auf 42,3 Millionen Euro würde diese Lücke vergrößern. Schlimmer noch: Sie stünde im Widerspruch zu dem im Koalitionsvertrag erhobenen Anspruch, die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung finanziell zu stärken.

Im Haushaltsverfahren braucht es eine klare Kurskorrektur: Der AMP-Etat muss für 2027 auf 49 Millionen Euro erhöht werden, um den Kaufkraftverlust der vergangenen Jahre auszugleichen. Deutschland braucht dringend Wachstum. Außenwirtschaftsförderung ist Investition in Wachstum.

AUSLANDSMESSEPROGRAMM

Unterfinanzierung führt zu immer weniger Gemeinschaftsständen



Quelle: AUMA und BMWF

Unsere zentralen Forderungen

- Mobilitätsinfrastruktur modernisieren und ausbauen.
- Zuverlässigkeit und Pünktlichkeit im Bahnverkehr priorisieren.
- Visumverfahren für Geschäftsreisende digitalisieren und Online-Beantragung in allen Auslandsvertretungen kurzfristig ermöglichen.
- Mehrjahres-Visa für wiederkehrende Messteilnehmer schneller erteilen.
- Bei Terminengpässen in den Visastellen Sondetermine für Messteilnehmer einrichten.

→ [Rolle der Messewirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor | AUMA](#)

→ [Problemlose Geschäftsreisen sind Voraussetzung für den starken Messeplatz Deutschland - Messe-Politikbrief Q1/2026 | AUMA](#)

Erreichbarkeit des Messeplatzes Deutschland konsequent stärken

Die internationale Vernetzung des deutschen Mittelstands beginnt auf deutschen Messen. Damit dieser einmalige Standortvorteil wirkt, braucht der Messeplatz Deutschland eine hervorragende Anbindung an die Welt. Die von der Bundesregierung geplante Absenkung der Luftverkehrssteuer ist ein richtiger Schritt. Sie darf aber nicht der Endpunkt sein. Deutschland braucht jetzt spürbar bessere Konnektivität – in der Luft, auf der Schiene und bei den Visumverfahren für Geschäftsreisende.

Deutsche Messen sind Treffpunkte für internationale Geschäftsanbahnung. Laut ersten AUMA-Hochrechnungen zogen sie 2025 über 190.000 ausstellende Unternehmen und 12,8 Millionen Besucherinnen und Besucher an. 66 Prozent der Aussteller und 34 Prozent der Besucherinnen und Besucher kamen zuletzt aus dem Ausland auf deutsche Messen. Diese Zahlen machen klar: Mobilität ist ein entscheidender Standortfaktor.

Doch genau hier bestehen Engpässe. Unzuverlässige Züge, nach wie vor weniger Flugverbindungen als vor der Pandemie und Streiks erschweren die Erreichbarkeit von Messegeländen zunehmend. Einzelne Maßnahmen wie die Absenkung der Luftverkehrssteuer können ihre Wirkung nur dann voll entfalten, wenn sie in eine kohärente Konnektivitätsstrategie eingebettet sind – und vor allem, wenn die Umsetzung zügig erfolgt. Für die deutsche Messewirtschaft heißt das: Sie braucht eine moderne Verkehrsinfrastruktur, pünktlichen Bahnverkehr und schnelle sowie digitale Visumverfahren. Eine ausgeprägte Willkommenskultur ist zudem eine Wettbewerbsbedingung.

MESSEPLATZ DEUTSCHLAND

Höchste Internationalität weltweit


66 %
internationale
Aussteller




34 %
internationale
Besucher

AUMA, Basis nationale und internationale Messen in Deutschland 2024, 163.630 Aussteller und 7.264.000 Besucher

Unsere zentralen Forderungen

- Energiepreise senken, etwa durch geringere Stromsteuer für die ganze Wirtschaft.
- Lohnnebenkosten auf ein Niveau von maximal 40 Prozent der Lohnsumme begrenzen.
- Die beschlossene Absenkung der Körperschaftsteuer vorziehen.
- Konsequenten Bürokratieabbau sowohl auf deutscher als auch auf EU-Ebene vorantreiben.

- [AUMA-Aussteller-Ausblick 2026/2027: Messebeteiligungen zwischen Wirkung und Wirtschaftlichkeit | AUMA](#)
- [AUMA-Studie: Messen im Zeitalter von KI: An der Schwelle zwischen Experiment und Integration | AUMA](#)

Mesfefähigkeit ist Exportpolitik: Standortkosten senken

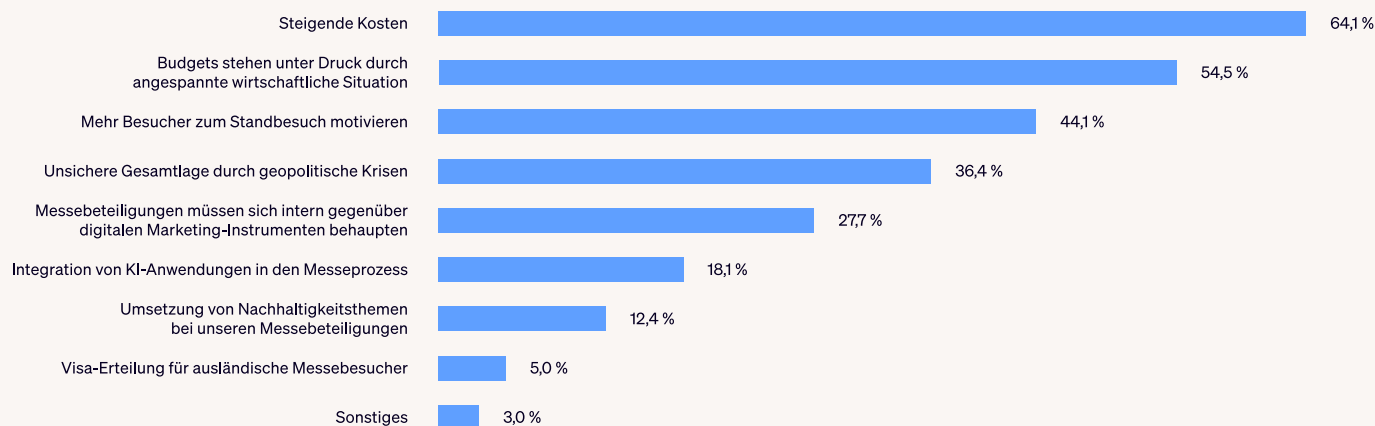
Deutsche Messen sind dank der hohen Internationalität für den heimischen Mittelstand das allerbeste Sprungbrett in globale Märkte. Messebeteiligungen in Deutschland werden jedoch unter dem aktuellen Kostendruck härter kalkuliert als zuvor, obwohl sie für Unternehmen nach wie vor unverzichtbar sind. Das zeigt der frisch erschienene AUMA-Aussteller-Ausblick 2026/2027. Gerade deshalb müssen die Standortkosten spürbar sinken: Nur so bleibt Mesfefähigkeit vor der eigenen Haustür bezahlbar – und der Messeplatz Deutschland weltweit Spitzenreiter.

Allgemeine Kostensteigerungen sind für Aussteller am Messeplatz Deutschland die größte Herausforderung (64 Prozent). Diese Entwicklung, die der AUMA seit Jahren beobachtet, setzt sich fort – ohne Wendepunkt in Sicht. Zugleich nimmt der Budgetdruck infolge der schwachen Konjunktur weiter zu (55 Prozent). In dieser angespannten Lage reagieren Aussteller mit einem stärkeren Fokus auf Wirkung und Wirtschaftlichkeit: Messeauftritte werden stärker priorisiert und neue Technologien (etwa künstliche Intelligenz) gezielter genutzt, um Effizienzgewinne zu heben und Prozesse zu automatisieren – also genau die Hebel, mit denen Unternehmen innovativer und wettbewerbsfähiger werden. Doch betriebliche Effizienz reicht nicht, wenn staatlich induzierte Standortkosten schneller steigen als Produktivität.

Für die deutsche Messewirtschaft ist das mehr als ein Stimmungssignal. Wenn Mesfefähigkeit zur Kostenfrage wird, wird Standortpolitik zur Außenwirtschaftspolitik. Deshalb braucht es zügig strukturelle Reformen, die spürbar wirken: niedrigere Energiepreise für die gesamte Wirtschaft, eine verlässliche Stabilisierung der Lohnnebenkosten, ein früheres Greifen der Körperschaftsteuer-Senkung sowie consequenten Bürokratieabbau. Deutschland muss bei der Wettbewerbsfähigkeit der Standortkosten weltweit wieder an die Spitze. Ab da übernimmt die Wirtschaft die Innovation „made in Germany“ – der Messeplatz Deutschland die Erschließung neuer Märkte.

AUMA-AUSSTELLER-AUSBLICK 2026/2027

Herausforderungen bei Messeteilnahmen in den nächsten zwei Jahren



Quelle: AUMA-Aussteller-Ausblick 2026/2027
Befragung im Oktober/November 2025, n=404 Unternehmen

Der AUMA ist der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., der Dachverband der deutschen Messewirtschaft. International wie national vertritt er die Interessen aller großen und mittleren Messegesellschaften Deutschlands, internationaler Veranstalter in Deutschland sowie der Verbände, welche Aussteller, Service-Unternehmen, kleine Messeveranstalter, Besucherinnen und Besucher vertreten.

Gleich 70 Messeplätze zwischen Nordsee und Bodensee machen das Messeland weltweit einmalig. Mit 3,25 Millionen Quadratmetern Hallenfläche stellt Deutschland allein ein Fünftel der europäischen und mehr als sieben Prozent der weltweiten Ausstellungsfläche. Zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. 65 Prozent der Aussteller und 35 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland. Internationale, nationale und regionale Messen in Deutschland ziehen in Spitzenzeiten über 235.000 ausstellende Unternehmen und 16 Millionen Besucherinnen und Besucher an.

Durch Messen in Deutschland werden wenigstens 280.000 Jobs gesichert. Die Messewirtschaft in Deutschland trägt Jahr für Jahr mit gut 30 Milliarden Euro an wirtschaftlichen Effekten zum Wohlstand des Landes bei. Bund, Länder und Gemeinden nehmen 5,4 Milliarden Euro an Steuern durch Messen in Deutschland ein.



Jörn Holtmeier
Geschäftsführer

j.holtmeier@auma.de



Silvia Bauermeister
Leiterin Politik, Recht
und Nachhaltigkeit

s.bauermeister@auma.de



Guillermo Bretel
Manager Public Affairs

g.bretel@auma.de

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9
10179 Berlin
www.auma.de

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Philip Harting (Vorsitzender)
Peter Ottmann (1. stv. Vorsitzender)
Klaus D. Kremers (2. stv. Vorsitzender)

Geschäftsführer:
Jörn Holtmeier

Registergericht: Amtsgericht Berlin Charlottenburg
Vereinsregister-Nr.: 21 366 Nz
Umsatzsteuer-Identifikations-Nr.: DE 217620114
Lobbyregisternummer: R001005

Berlin, April 2026

[LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Threads](#) | [BlueSky](#) | [WhatsApp](#)