



**AUMA**

Verband der deutschen  
Messegewirtschaft

# Messe-Politikbrief

## Q4/2026

## Herbst der Reformen – zweiter Versuch Reformwille in Taten umsetzen



© AUMA | Steffen Kugler

Philip Harting (Jahrgang 1974) ist seit 2019 AUMA-Vorsitzender. Er ist Vorstandsvorsitzender der Harting Technologiegruppe mit Sitz in Espelkamp/NRW. Das Familienunternehmen ist auf rund 100 nationalen wie internationalen Messen als Aussteller vertreten. Es zählt zu den weltweit führenden Anbietern industrieller Verbindungstechnik und beschäftigt rund 6.100 Mitarbeitende an 14 Produktions- und 42 Vertriebsstandorten.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die deutsche Messewirtschaft bleibt auch in turbulenten Zeiten leistungsstark. Aber ihre Resilienz ist kein Selbstläufer. Das zeigt der frisch erschienene [AUMA-Veranstalter-Ausblicks 2026/2027](#). Über 90 Prozent der Messeveranstalter in Deutschland bewerten die Kostensteigerungen in allen Bereichen des Wirtschaftslebens sowie die wirtschaftliche Lage ausstellender Unternehmen als starke Herausforderung. Nur noch rund 20 Prozent der Messemacher blicken optimistisch auf die eigene Geschäftsentwicklung, knapp 40 Prozent pessimistisch. Dabei war die Messewirtschaft lange Zeit optimistischer als andere Branchen. Noch traut eine Mehrheit dem Messeplatz Deutschland zu, sich mindestens so gut wie seine internationalen Wettbewerber zu entwickeln.

Wir sind in einem neuerlichen Herbst der Reformen, in dem wichtige Entscheidungen für Deutschlands wirtschaftliche Zukunft anstehen. Die Bundesregierung muss zügig ihre Ankündigungen in spürbare Verbesserungen für den Wirtschaftsstandort übersetzen. Energie- und Bürokratiekosten müssen runter, die Mobilitätsinfrastruktur muss besser, Visumverfahren müssen schneller, digitaler und die Arbeitszeiten flexibler werden.

Diese Ausgabe des Messe-Politikbriefs zeigt: In Zeiten wirtschaftlicher und geopolitischer Umbrüche ist der Bundestag gefordert, die geplante Kürzung beim Auslandsmesseprogramm zu verhindern und stattdessen den Etat auf 49 Millionen Euro zu erhöhen. Denn: Weniger Auslandsmesseprogramm, weniger Deutschland in der Welt. Außerdem: Die EU-Elektrizitätsbinnenmarkttrichtlinie muss dem nationalen Gesetzgeber ermöglichen, Messen von den strengen Regeln für öffentliche Stromanbieter auszunehmen. Und: Ein leistungsfähiger Messeplatz Deutschland stärkt die deutsche Außenwirtschaft. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen sind Messen vor der eigenen Haustür häufig der effizienteste Weg, neue Märkte zu erschließen.

Ihr Philip Harting  
Vorsitzender  
AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft

- #1 Weniger Auslandsmesseprogramm, weniger Deutschland in der Welt
- #2 Messen sind keine öffentlichen Stromanbieter
- #3 Ein starker Messeplatz Deutschland stützt die deutsche Außenwirtschaft

## Unsere zentralen Forderungen

- Den AMP-Etat des Bundesministerium für Wirtschaft und Energie auf 49 Millionen Euro erhöhen.
- Die Reisekosten der Auskunftspersonen auf den deutschen Gemeinschaftsständen vollständig nach dem Bundesreisekostengesetz erstatten.

→ [Stellungnahme: Neufassung der Außenwirtschaftsstrategie des Bundes | AUMA](#)

→ [Bundesregierung bekräftigt: Auslandsmesseprogramm bewährtes Instrument der Außenwirtschaftsförderung | AUMA](#)

## Weniger Auslandsmesseprogramm, weniger Deutschland in der Welt

Die aktuellen wirtschaftlichen und geopolitischen Umbrüche verlangen eine strategische Stärkung der deutschen Außenwirtschaft. Der Regierungsentwurf für den Bundeshaushalt 2027 geht jedoch in die entgegengesetzte Richtung: Der Etat des Auslandsmesseprogramms (AMP) soll auf 41,4 Millionen Euro sinken. Das bedeutet weniger deutsche Gemeinschaftsstände und weniger Exportchancen für über 5.000 Unternehmen, die Jahr für Jahr mithilfe des AMP internationale Märkte erschließen. Wer die deutsche Wirtschaft resilienter aufstellen will, muss den AMP-Etat auf mindestens 49 Millionen Euro erhöhen.

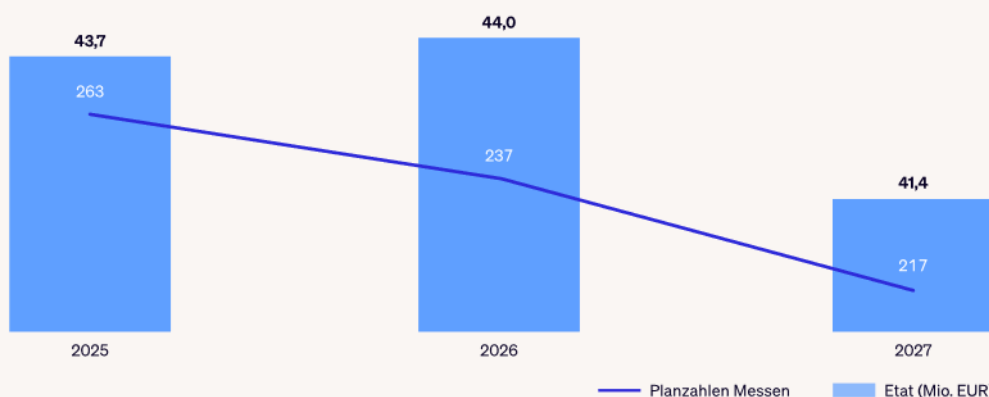
Der AMP-Etat stagniert seit 2016. Im zurückliegenden Jahrzehnt sind die Kosten für Auslandsmessebeteiligungen um bis zu 40 Prozent gestiegen. Der schleichende Abbau wird bereits deutlich: 2025 konnten noch 263 German Pavilions geplant werden, 2026 sind es nur noch 237. Mit dem vorgesehenen Etat können 2027 vorläufig lediglich 217 Gemeinschaftsstände geplant werden.

Dabei nimmt jede gestrichene Beteiligung deutschen Unternehmen Chancen, neue Kunden für ihre Produkte und Dienstleistungen „made in Germany“ zu gewinnen, Absatzmärkte zu diversifizieren und Abhängigkeiten zu verringern. Das trifft insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen – 85 Prozent der AMP-Nutzer – und ihre Exportpotenziale: 84 Prozent der Aussteller können durch ihre AMP-Beteiligung ihren Export sichern oder steigern.

Das AMP zählt zudem zu den wirksamsten Instrumenten der Außenwirtschaftsförderung. Ein investierter Steuer-Euro führt laut [Evaluierung](#) zu rund 216 Euro Wertschöpfung in Deutschland. Zugleich sind die German Pavilions Botschaften des Wirtschaftsstandorts Deutschland mit weltweiter Signalwirkung. Das AMP ist deshalb eine Investition in Wachstum, Steuereinnahmen und Deutschlands internationale Top-Position. Der Deutsche Bundestag hat es jetzt in der Hand, den Kürzungskurs im AMP-Etat zu korrigieren.

Auslandsmesseprogramm

### Weniger Budget, weniger Standort-Marketing, weniger Exportchancen



Quellen: AUMA und BMW, Stand: 30.09.2026

## Unsere zentralen Forderungen

- In der EU-Elektrizitätsbinnenmarktrichtlinie sicherstellen, dass zeitlich begrenzte Stromversorgung auf Messegeländen nicht wie ein allgemeines Stromverteilssystem reguliert wird.
- Die Position des Europäischen Parlaments durchsetzen, die ohne starre Schwellenwerte eine praxisgerechte Behandlung von Sonderfällen wie Messen ermöglicht.
- Die überarbeitete Richtlinie zügig in deutsches Recht umsetzen und damit Rechtssicherheit für Messen schaffen.

→ [Positionspapier: Auswirkungen der EuGH und BGH-Entscheidungen auf Kundenanlagen | BDI](#)

## Messen sind keine öffentlichen Stromanbieter

Messen dürfen nicht zu öffentlichen Stromanbietern gemacht werden. Die Lieferung von Strom an ausstellende Unternehmen auf Messegeländen ist ein Sonderfall und muss auch als solcher behandelt werden. Werden Messen wie öffentliche Stromanbieter behandelt, entstehen erhebliche Bürokratie-, Verwaltungs- und Betriebskosten, ohne dass Verbraucher, Wettbewerb oder Versorgungssicherheit davon profitieren. Die Stromversorgung dient vor allem dem Betrieb des eigenen Standorts und versorgt während einer Messe nur für wenige Tage die Aussteller, Messebauer und Dienstleister. Die geplante Überarbeitung der EU-Elektrizitätsbinnenmarktrichtlinie muss dieser Besonderheit Rechnung tragen.

Auf Messen müssen oft hunderte oder sogar tausende Unternehmen gleichzeitig und für einen begrenzten Zeitraum mit Strom versorgt werden. Der EU-Rat hat für Ausnahmen Schwellenwerte von weniger als 20 angeschlossenen Kunden und mehr als 90 Prozent Eigenverbrauch vorgeschlagen. Das Europäische Parlament verfolgt dagegen einen praxistauglicheren Ansatz. Es verzichtet auf starre Schwellenwerte und eröffnet den Mitgliedstaaten die Möglichkeit, besondere Infrastrukturmodelle angemessen zu berücksichtigen. Genau diesen Spielraum braucht es für Messen.

Eine Behandlung von Messen als öffentliche Stromanbieter würde die Kosten deutscher Messeplätze erhöhen und damit ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit schwächen. Die Mittel würden an anderer Stelle fehlen: bei der Modernisierung der Messegelände, der Steigerung der Energieeffizienz und dem Ausbau erneuerbarer Energien. Die Umsetzung der Richtlinie in deutsches Recht muss daher so erfolgen, dass die zeitlich begrenzte Stromversorgung auf Messen nicht den Anforderungen eines regulären Stromverteilernetzes unterliegt. So lassen sich unnötige Bürokratie vermeiden, Rechtssicherheit schaffen und Investitionen in einen modernen und wettbewerbsfähigen Messestandort Deutschland unterstützen.



KI-generiert

## Unsere zentralen Forderungen

- Die staatliche Standortkosten im Luftverkehr senken.
- Die Zuverlässigkeit im Bahnverkehr verbessern.
- Digitale Visumverfahren, Mehrjahres-Visa und Sondertermine für Messe-gäste bei Engpässen ermöglichen.
- Die Stromsteuer senken.
- Die Wochenarbeitszeit ermöglichen.

- Studie: Der Messe-Effekt: Wertschöpfung, Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit | Prognos/AUMA
- Stellungnahme: Rolle der Messewirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor | AUMA
- Stellungnahme: Der internationalste Messeplatz der Welt braucht schnelle und digitale Visumverfahren

## Ein starker Messeplatz Deutschland stützt die deutsche Außenwirtschaft

Der weltweit führende Messeplatz Deutschland ist ein Wettbewerbsvorteil für die deutsche Außenwirtschaft. Mehr als zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. 66 Prozent der Aussteller und 33 Prozent der Besucher kommen aus dem Ausland. Für deutsche Unternehmen sind Messen in Deutschland der direkte Weg zu neuen internationalen Kunden, Partnern und Märkten. Damit dieser Standortvorteil gesichert werden kann, braucht der Messeplatz Deutschland eine leistungsfähige Verkehrsanbindung, schnellere Visumverfahren, wettbewerbsfähige Standortkosten sowie flexiblere Arbeitszeiten.

Messen verbinden Absatzchancen, Innovation und Geschäftsanbahnung an einem Ort, zu einer Zeit. Kein anderes Messeland bringt so viele internationale Anbieter, Kunden und Entscheider zusammen wie Deutschland. Davon profitieren insbesondere heimische kleine und mittelständische Unternehmen: 87 Prozent der Aussteller am Messeplatz Deutschland. Für sie sind Messen vor der eigenen Haustür häufig der effizienteste Weg, neue Absatz- und Beschaffungsmärkte zu erschließen.

Eine aktuelle [Prognos-Studie](#) unterstreicht die volkswirtschaftliche Bedeutung der deutschen Messewirtschaft: Durch Messen in Deutschland werden wenigstens 280.000 Jobs gesichert. Messen tragen Jahr für Jahr mit gut 30 Milliarden Euro an wirtschaftlichen Effekten zum Wohlstand in Deutschland bei. Bund, Länder und Kommunen nehmen jährlich rund 5,4 Milliarden Euro an Steuern durch Messen ein. Zugleich schafft die Messewirtschaft Wertschöpfung weit über die Messehallen hinaus: in Hotellerie, Gastronomie, Verkehr, Handel, Handwerk und Industrie.

Deutschlands Spitzenposition ist nicht selbstverständlich. Internationale Messe-gäste brauchen zuverlässige Flug- und Bahnverbindungen sowie schnelle und digitale Visumverfahren. Wettbewerbsfähige Energiekosten, weniger Bürokratie und flexiblere Arbeitszeiten sind entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit des Messestandorts auszubauen. Mit den richtigen Rahmenbedingungen bleibt der Messeplatz Deutschland der starke Motor für Export, Wachstum und Beschäftigung, der er heute bereits ist.

Messeplatz Deutschland

### Höchste Internationalität weltweit

  
**66 %**  
internationale  
Aussteller



  
**33 %**  
internationale  
Besucher

AUMA, Basis nationale und internationale Messen in Deutschland 2025

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. Zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. 66 Prozent der Aussteller und 33 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland. Internationale, nationale und regionale Messen in Deutschland ziehen in Spitzenzeiten bis 230.000 ausstellende Unternehmen und 13 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 allein nehmen 5,4 Milliarden Euro an Steuern durch Messen in Deutschland ein.



Jörn Holtmeier  
Geschäftsführer

[j.holtmeier@auma.de](mailto:j.holtmeier@auma.de)



Silvia Bauermeister  
Leiterin Politik, Recht  
und Nachhaltigkeit

[s.bauermeister@auma.de](mailto:s.bauermeister@auma.de)



Guillermo Bretel  
Manager Public Affairs

[g.bretel@auma.de](mailto:g.bretel@auma.de)

AUMA  
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.  
Littenstraße 9  
10179 Berlin  
[www.auma.de](http://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, Oktober 2026

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