



**Ausstellungs- und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft e.V.**
Littenstraße 9 · 10179 Berlin
Telefon (030) 24 000 - 0
Telefax (030) 24 000 - 330
www.auma.de



Im Dienst der Messewirtschaft

Spitzenverband der Messewirtschaft

Als Spitzenverband der deutschen Messebranche ist der AUMA der Zusammenschluss der Kräfte, die als Partner den Messemarkt gestalten, also der Aussteller, Besucher, Veranstalter und Serviceunternehmen. Er wurde 1907 gegründet.

Im Dienste seiner Mitglieder richtet er seine Tätigkeit darauf aus, dass

- Messen für die ausstellende und besuchende Wirtschaft das Marketinginstrument Nr.1 sind,
- der Messeplatz Deutschland mit seinen internationalen Veranstaltungen weltweit an der Spitze steht,
- Messen deutscher Veranstalter im Ausland führend sind.

Zentrale Aufgabe des AUMA ist es dementsprechend, die deutschen Messen im In- und Ausland zu stärken. Dazu fördert der AUMA die Qualität deutscher Messen durch die Herstellung von Markttransparenz, durch die Unterstützung der Kooperation der Marktpartner, durch Informations- und Erfahrungsaustausch unter seinen Mitgliedern und durch gemeinsame Projekte mit den Mitgliedern.

Der AUMA unterstützt insbesondere die Marktaktivitäten der deutschen mittelständischen Wirtschaft über die Beteiligung an Messen im In- und Ausland.

Nach außen bündelt und vertritt der AUMA als zentraler Branchenverband die Kräfte und Interessen der ausstellenden, besuchenden und veranstaltenden Messewirtschaft sowie der Messedienstleister auf nationaler und internationaler Ebene.

Nach innen wirkt der AUMA aktiv mit am Interessensausgleich der Belange dieser Wirtschaftskreise.

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft e.V.

Littenstraße 9 · 10179 Berlin
Telefon (030) 24 000 - 0 · Telefax (030) 24 000 - 330
info@auma.de · www.auma.de

Layout / Satz: CCL, Berlin

Druck: Königsdruck GmbH, Berlin
Gedruckt in der Bundesrepublik Deutschland 2011

Redaktionsschluss: Mai 2011



Mitgliederspektrum

Zu den heute 79 Mitgliedern des AUMA gehören entsprechend diesem Aufgabenspektrum die deutschen Messe- und Ausstellungsveranstalter, die Spitzenverbände der Industrie, des Einzelhandels sowie des Groß- und Außenhandels, des Handwerks und der Landwirtschaft sowie der Deutsche Industrie- und Handelskammertag. Daneben sind alle wesentlichen messeinteressierten Fachverbände der Industrie im AUMA organisiert. Darüber hinaus zählen die Durchführungsgesellschaften für Auslandsmessebeteiligungen zu seinen Mitgliedern. Dazu kommen die Veranstalterorganisationen GDG (Gemeinschaft Deutscher Großmessen), IDFA (Interessengemeinschaft Deutscher Fachmessen und Ausstellungsstädte) und FAMA (Fachverband Messen und Ausstellungen).

Mitglieder des AUMA sind ebenso Organisationen der Serviceanbieter, an der Spitze der FAMAB als Interessenvertretung der Standbauunternehmen, Designer und Eventagenturen sowie der Verband der Messespeditoren. Entsprechend der starken Verflechtung von Messe- und Veranstaltungswirtschaft gehört auch der EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren zu den Mitgliedern.

Organisation

Organe des AUMA sind Mitgliederversammlung, Vorstand und Geschäftsführung. Der Vorstand besteht aus höchstens 22 Vertretern der ausstellenden und besuchenden Wirtschaft sowie der Messegesellschaften.

Der Vorsitzende und der zweite stellvertretende Vorsitzende haben der ausstellenden Wirtschaft, der erste stellvertretende Vorsitzende einer Messegesellschaft anzugehören.



Arbeitskreise dienen dem Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern, geben Empfehlungen und bereiten Entscheidungen anderer Gremien vor. Beispielhaft zu nennen sind die Arbeitskreise Presse und Werbung, die IT Working Group, die Arbeitskreise Messetransparenz und Recht/Verwaltung sowie der Arbeitskreis für Auslandsmessebeteiligungen beim AUMA.

Die sechs Kerngeschäftsfelder

1 | Interessenvertretung

Lobbying ■ Der AUMA vertritt die Interessen der Messewirtschaft gegenüber Legislative und Exekutive auf Bundes- und Landesebene. Dazu gehören Absatz- und Exportförderung, Nachhaltigkeit ebenso wie steuer-, bau- und arbeitsrechtliche Fragen.

Aufgabe des AUMA ist aber auch die Wahrung der Position der deutschen Messewirtschaft gegenüber der EU-Kommission und internationalen Organisationen. Darüber hinaus engagiert er sich für eine themenspezifische gemeinsame Lobbyarbeit der Messe- und Veranstaltungswirtschaft.

Kontakte zu ausländischen und internationalen Messeorganisationen ■ Der AUMA pflegt intensive Beziehungen zu ausländischen und internationalen Organisationen der Messewirtschaft. So ist der AUMA Mitglied im Messeweltverband UFI. Intensiven Kontakt unterhält der AUMA auch zur International Association of Exhibitions and Events (IAEE) in den USA, zu den Organisationen der wichtigen Messeländer in West-, Mittel- und Ost-europa sowie zu Messeorganisationen Asiens und Lateinamerikas.

Zusammenarbeit mit anderen Organisationen ■ Seine Aufgabe nimmt der AUMA auf nationaler Ebene auch durch Kooperation mit den Messeabteilungen der Dach- und Fachverbände der deutschen Wirtschaft sowie bei Tagungen von Veranstalterorganisationen wie IDFA und FAMA wahr. Außerdem ist der AUMA ständiger Gast bei den Sitzungen des Bund-Länder-Ausschusses Messen und Ausstellungen. Diesem Gremium gehören die für Messefragen zuständigen Mitarbeiter des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und der Wirtschaftsministerien der Bundesländer an.

2 | Informationen und Beratung von Messe-Interessenten im In- und Ausland

Der AUMA informiert über Termine, Angebot, Aussteller- und Besucherzahlen von in- und ausländischen Messen und Ausstellungen, um interessierten Ausstellern und Besuchern aus aller Welt die Entscheidung über die Beteiligung oder den Besuch zu erleichtern.





Zur Verbesserung der Messtransparenz erhebt und veröffentlicht der AUMA in seiner weltweiten, viersprachigen Internet-Datenbank ► www.auma.de umfangreiches Datenmaterial zu über 5.000 Veranstaltungen im In- und Ausland sowie zu einzelnen Ländern und Regionen.

Daneben publiziert der AUMA in seinen Printmedien ein Kernangebot von Messedaten im »AUMA_Messe Guide Deutschland« und in der Broschüre »German Trade Fair Quality Abroad« mit den Auslandsmessen deutscher Veranstalter. Ergänzend dazu veröffentlicht der AUMA Fachbroschüren sowie die interaktive CD-ROM »Messe fit« zur konkreten Vorbereitung, Durchführung und Nacharbeit von Messebeteiligungen im In- und Ausland. Damit werden insbesondere kleine und mittlere Unternehmen unterstützt.

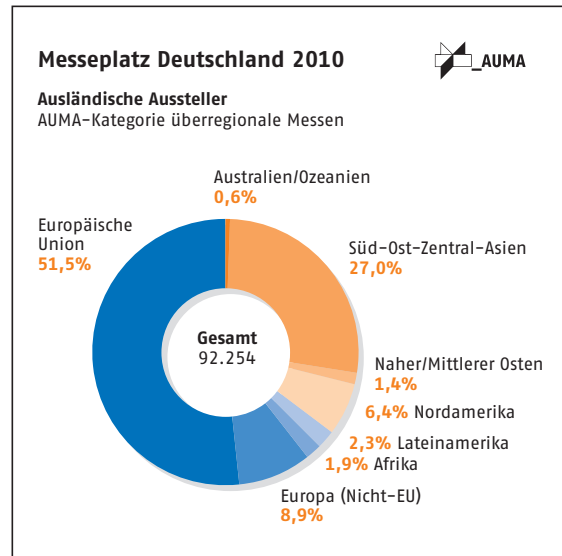
Geschäftsführung der FKM ■ Beim AUMA liegt die Geschäftsführung der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM). Sie hat einheitliche Regeln für die Ermittlung und Veröffentlichung von Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen sowie für die Durchführung von Besucher-Strukturtests aufgestellt. Die Einhaltung der Regeln wird durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft kontrolliert. Der AUMA unterstützt damit die Bereitstellung von vergleichbaren, zuverlässigen Daten und erleichtert so Ausstellern und Besuchern die Messeplanung.

Schaffung von Markttransparenz ■ Der AUMA wirkt daran mit, die Interessen der Aussteller, Besucher und Veranstalter hinsichtlich Bezeichnung, Nomenklatur, Standort, Termin, Dauer und Turnus von Messen und Ausstellungen zum Ausgleich zu bringen. Dadurch sollen unwirtschaftliche Überschneidungen erheblichen Umfangs vermieden werden. Für die Aufnahme von Messen in seine Medien klassifiziert der AUMA Veranstaltungen in Deutschland nach den Kategorien »überre-

gional/international«, »spezial« und »regional« und bietet den Nutzern damit eine Grundorientierung im Messemarkt.

3 | Koordinierung der Auslandsmesseaktivitäten der deutschen Wirtschaft

Der AUMA koordiniert bei der Auswahl der Auslandsmessebeteiligungen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) die Interessen der deutschen Wirtschaft und unterstützt das BMWi sowie das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz bei der Umsetzung ihrer Auslandsmesseprogramme. Diese Programme unterstützen vor allem kleine und mittlere Unternehmen bei der Erschließung schwieriger Auslandsmärkte durch Firmengemeinschaftsstände und selbstständige Präsentationen der deutschen Industrie im Ausland. Für diese Beteiligungen und Präsentationen tritt der AUMA gemeinsam mit den jeweiligen Bundesministerien als Veranstalter auf.



Die Interessen von Wirtschaft und Politik auf diesem Gebiet werden im Arbeitskreis für Auslandsmessebeteiligungen beim AUMA koordiniert, in dem sich Vertreter exportorientierter Verbände mit Vertretern der Ministerien regelmäßig treffen.

Außerdem werden in einem speziellen Gremium unter Mitwirkung des AUMA die Auslandsmesseaktivitäten der Bundesländer koordiniert.

Einen weiteren Schwerpunkt der AUMA-Arbeit bildet die intensive Unterstützung der Auslandsmessen seiner Mitglieder durch die Publikation »German Trade Fair Quality Abroad« (GTQ) und entsprechende Qualitäts-Label im Internet-Angebot.

4 | Dachmarketing

Auslands-Marketing pro Messeplatz Deutschland ■

Eine besonders wichtige Aufgabe des AUMA ist die Information ausländischer Interessenten. Der AUMA veröffentlicht Broschüren in bis zu zehn Sprachfassungen und einer Gesamtauflage von rund 150.000 Exemplaren unter dem Motto »Messen made in Germany«; er organisiert und unterstützt Seminare und Präsentationen für Meinungsbildner im Ausland, insbesondere im Osten Europas und in außereuropäischen Ländern. Eine Plakat- und Anzeigenreihe sowie ein Imagefilm informieren weltweit über die spezifischen Qualitäten deutscher Messen und Messeveranstalter. Der AUMA unterstützt so das internationale Marketing der deutschen Veranstalter und trägt dazu bei, die Internationalität der deutschen Messen zum Nutzen von Ausstellern und Besuchern zu erhöhen.

Marketing pro Messe ■ Um das unverändert gute Preis-/Leistungsverhältnis von Messebeteiligungen herauszustellen, stellt der AUMA den deutschen Unternehmen umfangreiche Argumentationshilfen für die Beteiligungsentscheidung zur Verfügung. Dazu gehören der »MesseNutzenCheck« für die





Berechnung von Kosten und Nutzen von Beteiligten mit detaillierten Informationen darüber, welches Zielspektrum mit Hilfe von Messen erreicht werden kann – von der Vorbereitung von Verkaufsabschlüssen bis zur Mitarbeitermotivation.

Zudem wirbt der AUMA regelmäßig in Print- und Online-Medien pro Messe. Aktuelles Ziel ist insbesondere die Unterstützung der AUMA-Mitglieder bei der Gewinnung neuer Aussteller und Besucher.

5 | Institut der Deutschen Messewirtschaft

Mit dem Institut der Deutschen Messewirtschaft hat der AUMA eine Plattform für Wissenstransfer und ein Kompetenznetzwerk für die Branche geschaffen. Messewirtschaftliche Forschung, Aus- und Weiterbildung, Beratung sowie den praxisorientierten Wissensaustausch sieht das Institut als seine Hauptaufgaben an.

Messe-Forschung ■ Im Interesse der gesamten Messewirtschaft vergibt der AUMA Forschungsaufträge und führt eigene Studien und Auswertungen durch. Dazu gehören die jährliche »AUMA_Messe Trend«-Analyse zum künftigen Beteiligungsverhalten der ausstellenden Wirtschaft, aber auch Themen wie die Bedeutung von Messen für den deutschen Export, das Verhalten von Entscheidern, Besuchererfassung auf Messen, Messekosten, Funktionen und Potentiale von Messen und die Relevanz von Messen im Kommunikations-Mix.

Aus- und Weiterbildung ■ Eine weitere Aufgabe liegt in der Entwicklung von Berufsbildern in der Messe- und Veranstaltungswirtschaft. An der Erstellung des Ausbildungsberufs »Veranstaltungskaufmann/-frau« war der AUMA maßgeblich beteiligt. Er schult jährlich die Berufsschullehrer in diesem Bereich. Darauf aufbauend war der AUMA maßgeblich involviert in die Neugestaltung des Fortbildungsabschlusses »Veranstaltungsfachwirt«.

Darüber hinaus unterstützt das Institut der Deutschen Messewirtschaft Hochschulen und Aus- und Weiterbildungseinrichtungen mit besonderem Engagement für die Messewirtschaft in Form von Gastvorträgen und durch die Bereitstellung von Informationsmaterial. Die Seminarallianz der deutschen Messen im AUMA unterstützt Aussteller bei ihrer Messenvorbereitung. Des Weiteren fördert der AUMA als Schirmherr den jährlichen expobusiness congress – von Ausstellern für Aussteller.

Deutsche Messebibliothek ■ Die deutsche Messebibliothek des AUMA umfasst einen Bestand von rund 7.300 Medien: wissenschaftliche Arbeiten, Zeitschriftenartikel, Fachbücher, Messekataloge und antiquarische Veröffentlichungen. Die Bibliothek steht Studenten, Doktoranden und beruflichen Interessierten für Recherchen in den Bereichen Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft zur Verfügung. Alle Interessenten können im Bibliotheksbestand auch online recherchieren. Aktuelle Informationen aus den Bereichen Forschung und Bildung bietet der Newsletter »AUMA_Institut«.

6 | PR und Events

Intensive Kontakte unterhält der AUMA zur messeinteressierten Tages- und Fachpresse. Der zwei Mal monatlich erscheinende Infodienst »AUMA_Compact« informiert die Mitglieder und die Öffentlichkeit über die messewirtschaftliche Situation, bevorstehende Veranstaltungen und die Arbeit des AUMA. Eine Gesamtübersicht über die Messeaktivitäten der deutschen Wirtschaft und die Arbeit des AUMA enthält die jährlich erscheinende AUMA_Bilanz »Die Messewirtschaft«. Als Spitzenorganisation der Messewirtschaft führt der AUMA jährlich den »AUMA_MesseTreff« durch, die zentrale Veranstaltung für die gesamte Branche als Dialog zwischen Messewirtschaft, Politik und Medien. Zusätzlich organisiert der AUMA Fachforen mit wechselnden Themen für spezielle Zielgruppen.





Die Messebranche im Überblick

Der Messeplatz Deutschland ist weltweit die Nr. 1 in der Durchführung internationaler Messen. Von den global führenden Messen der einzelnen Branchen finden rund zwei Drittel in Deutschland statt.

Jährlich werden rund 150 internationale Messen und Ausstellungen mit 160.000 - 180.000 Ausstellern und 9 - 10 Mio. Besuchern durchgeführt. Wichtigster Pluspunkt der deutschen Messen ist ihre Internationalität: Über die Hälfte der Aussteller kommen aus dem Ausland, davon ein Drittel aus Ländern außerhalb Europas. Von den Besuchern reist rund ein Viertel aus dem Ausland an, davon wiederum rund 20 % aus Übersee.

Dazu kommt ein dichtes Netz regionaler Fach- und Verbraucherausstellungen, die zu den internationalen Messen eine wichtige Ergänzung bilden. Auf diesen Veranstaltungen treffen sich jährlich rund 50.000 Aussteller und 6 - 7 Mio. Besucher.

Für die Durchführung überregionaler Messen und Ausstellungen stehen auf 22 deutschen Messegebieten rund 2,75 Mio. m² Hallenfläche zur Verfügung. Zehn Gelände verfügen über mehr als 100.000 m² Hallenkapazität, fünf über mehr als 50.000 m². Sieben weitere haben eine Kapazität bis zu 50.000 m² Hallenfläche. Vier der sechs größten Messegebiete der Welt liegen in Deutschland.

Für die deutschen Unternehmen gehören Messen zu den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten. Insgesamt geben Aussteller und Besucher für ihr Messe-Engagement in Deutschland pro Jahr rund 12 Mrd. Euro aus. Messen sorgen jährlich für Produktionseffekte in Höhe von 23,5 Mrd. Euro. Rund 226.000 Arbeitsplätze werden durch die Organisation von Messen gesichert.

Die deutschen Messeveranstalter haben einen Jahresumsatz bis zu 3 Mrd. Euro. Fünf der zehn umsatzstärksten Messegesellschaften der Welt haben ihren Sitz in Deutschland. Damit gehört die deutsche Messewirtschaft – auch im internationalen Vergleich – zu den führenden Dienstleistungsbranchen.

Die deutsche Wirtschaft nutzt neben den heimischen in erheblichem Umfang ausländische Messen für ihr Exportmarketing. Allein auf den Messen mit offizieller deutscher Beteiligung sind jährlich über 6.000 Aussteller präsent. Die jährlich über 200 von der Bundesregierung unterstützten Exportplattformen werden von speziellen Durchführungsgesellschaften organisiert, die über langjährige Branchen- und Landeskenntnisse verfügen.

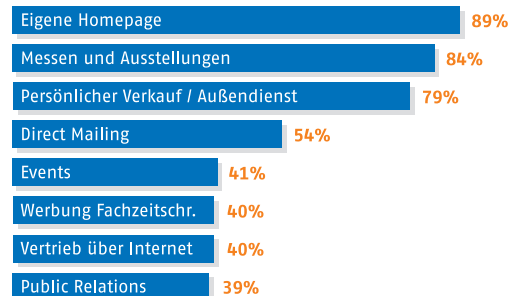
Die im AUMA zusammengeschlossenen Messeveranstalter organisieren außerdem pro Jahr rund 250 eigene Messen in wichtigen ausländischen Wachstumsregionen – insbesondere in Asien, Nord- und Südamerika sowie Osteuropa – auch zum Nutzen

AUMA_MesseTrend 2011



Messen im Kommunikations-Mix*

In der B-to-B-Kommunikation betrachten ...% der deutschen ausstellenden Unternehmen als sehr wichtig oder wichtig:



* repräsentative Umfrage von TNS Emnid im Auftrag des AUMA unter 500 Unternehmen, die auf fachbesucherorientierten Messen ausstellen; Oktober 2010

der deutschen Wirtschaft, die gerade in schwierigen Auslandsmärkten kompetente Partner für ihr Messe-Engagement braucht.

Die deutschen ausstellenden Unternehmen nutzen das Instrument Messe im Vergleich zu anderen Medien sehr intensiv, insbesondere im Business-to-Business-Sektor. Der Anteil der Messeaufwendungen am gesamten Kommunikations-Etat liegt hier bei über 40%.

Die Bedeutung von Messen im Kommunikations-Mix der deutschen Aussteller ist außergewöhnlich hoch. 84% betrachten Messen als wichtig oder sehr wichtig in ihrer Business-to-Business-Kommunikation. Es folgen der Außendienst mit 79% sowie Direct-Mailing und Events.

Mehr Informationen über die Messewirtschaft:

Print und online

- ▶ Die Messewirtschaft / AUMA_Bilanz
- ▶ AUMA_Messe Trend 2011

Online

- ▶ www.auma.de





Mitglieder

Wirtschaftsorganisationen

B

BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
Berlin ► www.bitkom.org

Bundesindustrieverband Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik e.V. (BDH)
Köln ► www.bdh-koeln.de

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)
Berlin ► www.bdi.eu

Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrt-industrie e.V. (BDLI) · Berlin ► www.bdli.de

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) · Berlin ► www.bga.de

Bundesverband Deutscher Galerien und Editionen e.V. (BVDG) · Köln ► www.bvdg.de

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungs-industrie e.V. (BVE) · Berlin ► www.bve-online.de

C

Caravaning Informations GmbH (CIG)
Frankfurt/Main ► www.civd.de

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.
Berlin ► www.cdh.de

D

DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
Berlin ► www.dehoga.de

Deutscher Boots- und Schiffbauer-Verband e.V. (DBSV)
Hamburg ► www.dbsv.de

Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
Berlin ► www.dihk.de

Deutscher Weinbauverband e.V. (DWV)
Bonn ► www.dwv-online.de

Didacta Verband e.V. Verband der Bildungswirtschaft
Darmstadt ► www.didacta-verband.de

DWA – Deutsche Vereinigung für Wasserwirtschaft, Abwasser und Abfall e.V. · Hennef ► www.dwa.de

E

EVVC – Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. · Bad Homburg ► www.evvc.org

F

Fachverband Schloss- und Beschlagindustrie e.V.
Velbert ► www.fvsb.de

Fachverband Werkzeugindustrie e.V. · Remscheid
► www.werkzeug.org

FAMAB – Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V. · Rheda-Wiedenbrück ► www.famab.de

G

GATE – German Airport Technology & Equipment e.V.
Tausenstein ► www.gate-alliance.com

German Sweets – Süßwarenexportförderung e.V.
Bonn ► www.germansweets.de

Gesamtverband Textil + Mode
Berlin ► www.textil-mode.de



H

Handelsverband Deutschland e.V. (HDE) · Berlin
▶ www.einzelhandel.de

Hauptverband der Deutschen Holz und Kunststoffe verarbeitenden Industrie und verwandter Industriezweige e.V. (HDH) · Bad Honnef ▶ www.hdh-ev.de

I

IELA International Exhibition Logistics Associates – German Chapter · Kelsterbach ▶ www.iela.org

IKW – Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel · Frankfurt/Main ▶ www.ikw.org

IVSH Industrieverband Schneid- und Haushaltswaren e.V. · Solingen ▶ www.ivsh.de

S

SPECTARIS Deutscher Industrieverband für optische, medizinische und mechatronische Technologien e.V. · Berlin ▶ www.spectaris.de

Stahl-Informationen-Zentrum · Düsseldorf
▶ www.stahl-info.de

V

VDDI – Verband der Deutschen Dental-Industrie e.V. Köln ▶ www.vddi.de

Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI) Frankfurt/Main ▶ www.vci.de

Verband der Deutschen Automatenindustrie e.V. (VDAl) · Berlin ▶ www.vdai.de

Verband der Internationalen Kraftfahrzeughersteller e.V. · Bad Homburg ▶ www.vdik.de

Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V. (VDMA) · Frankfurt/Main ▶ www.vdma.org

Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken e.V. (VDW) · Frankfurt/Main ▶ www.vdw.de

VSM Verband für Schiffbau und Meerestechnik e.V. Hamburg ▶ www.vsm.de

W

WSM Wirtschaftsverband Stahl- und Metallverarbeitung e.V. · Düsseldorf ▶ www.wsm-net.de

Z

Zentralausschuss der Deutschen Landwirtschaft (ZDL) Berlin ▶ www.bauernverband.de

Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) Berlin ▶ www.zdh.de

Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) e.V. · Frankfurt/Main ▶ www.zvei.de

Ausstellungs- / Messeveranstalter und Durchführungsgesellschaften für Auslandsmessebeteiligungen

A

asfc atelier scherer fair consulting GmbH Fürth ▶ www.asfc.de

Ausstellungs- und Messe-GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Frankfurt/Main ▶ www.buchmesse.de

B

Balland Messe-Service GmbH · Köln
▶ www.balland-messe.de

**D**

DEGA-EXPOTEAM GmbH & Co. KG
Obersöchering ► www.dega-expoteam.de

Deutsche Messe AG Hannover ► www.messe.de

E

expotec GmbH · Berlin ► www.expotecgmbh.de

F

FAMA – Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Erfurt ► www.fama.de

G

Gemeinschaft Deutscher Großmessen e.V. (GDG)
Hannover

GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH
München ► www.ghm.de

H

Hamburg Messe und Congress GmbH
Hamburg ► www.hamburg-messe.de

Hannover-Messe International GmbH
Hannover ► www.messe.de

I

IDFA – Interessengemeinschaft Deutscher Fachmessen und Ausstellungsstädte · Essen ► www.idfa.de

IEC-Berlin InterExpo Consult GmbH · Berlin
► www.iecberlin.de

IFWexpo Heidelberg GmbH · Heidelberg
► www.ifw-expo.com

IGEDO – Company GmbH & Co. KG
Düsseldorf ► www.igedo.com

IMAG – Internationaler Messe- und Ausstellungs-
dienst GmbH · München ► www.imag.de

K

Karlsruher Messe- und Kongress GmbH
Karlsruhe ► www.kmkg.de

Koelnmesse GmbH · Köln ► www.koelnmesse.de

Koelnmesse International GmbH · Köln
► www.koelnmesse.de

L

Landesmesse Stuttgart GmbH · Stuttgart
► www.messe-stuttgart.de

Leipziger Messe GmbH · Leipzig
► www.leipziger-messe.de

Leipziger Messe International GmbH · Leipzig
► www.lm-international.com

M

Mack Brooks Exhibitions Ltd.
St Albans Herts (GB) ► www.mackbrooks.co.uk

MCO Marketing-Communication-Organisation GmbH
Düsseldorf ► www.mco-online.com

MESAGO Messe Frankfurt GmbH · Stuttgart
► www.mesago.de

Messe Berlin GmbH · Berlin ► www.messe-berlin.de

Messe Düsseldorf GmbH · Düsseldorf
► www.messe-duesseldorf.de

Messe Essen GmbH · Essen ► www.messe-essen.de

Messe Frankfurt GmbH · Frankfurt/Main
▶ www.messefrankfurt.com

Messe Friedrichshafen GmbH · Friedrichshafen
▶ www.messe-fn.de

Messe München GmbH · München
▶ www.messe-muenchen.de

Messe Offenbach GmbH · Offenbach
▶ www.messe-offenbach.de

Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH
Dortmund ▶ www.westfalenhallen.de

N

NürnbergMesse GmbH · Nürnberg
▶ www.nuernbergmesse.de

R

Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Düsseldorf ▶ www.reedexpo.de

S

Saarmesse GmbH · Saarbrücken
▶ www.saarmesse.de

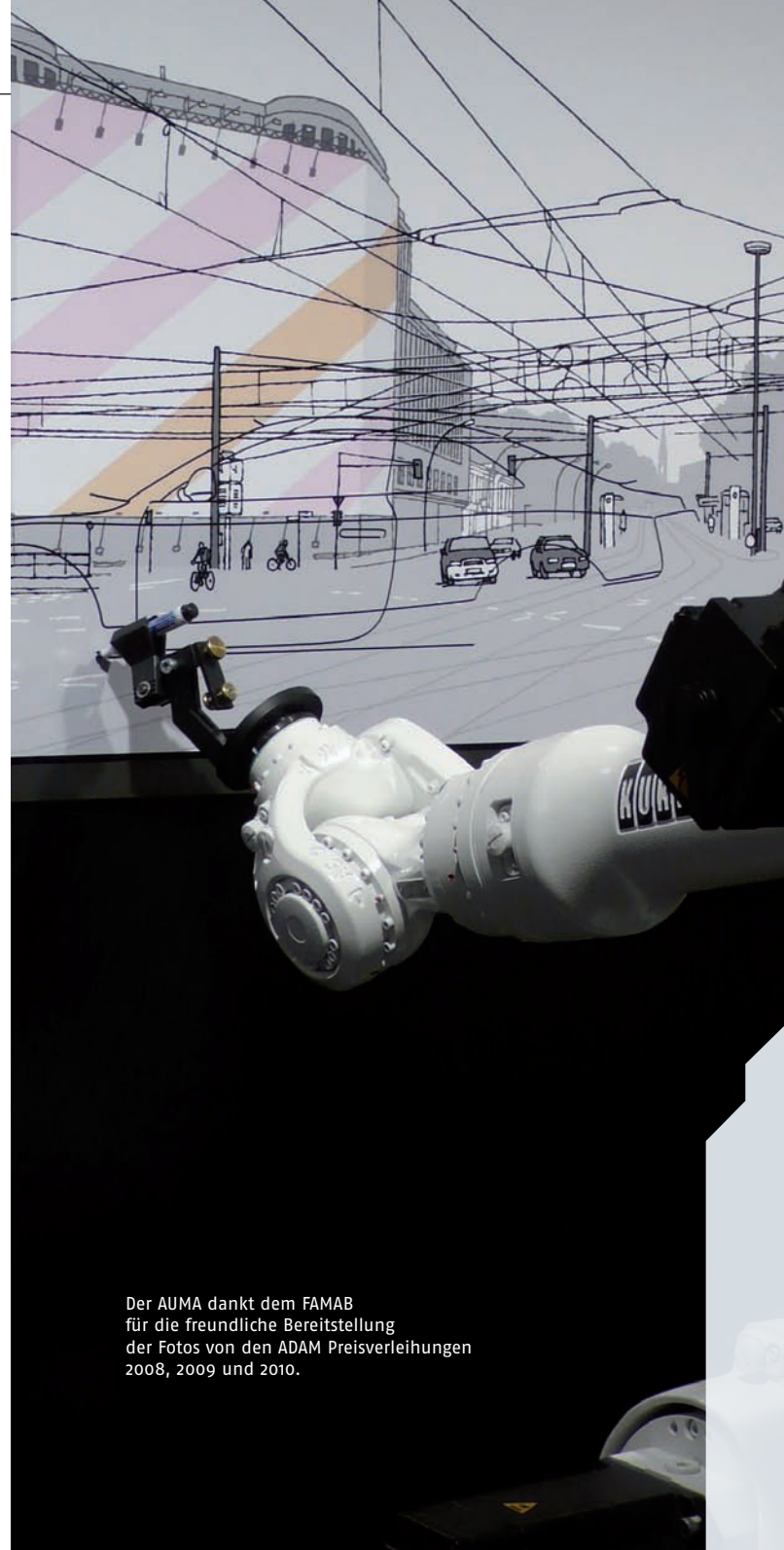
Spielwarenmesse eG · Nürnberg
▶ www.spielwarenmesse.de

T

the fair agency GmbH · München
▶ www.thefairagency.de

W

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
Bremen ▶ www.messe-bremen.de



Der AUMA dankt dem FAMAB
für die freundliche Bereitstellung
der Fotos von den ADAM Preisverleihungen
2008, 2009 und 2010.