



Der Autosalon in Paris zieht die Massen in seinen Bann

Bild: Clement Saunier

Auch auf der Midest lassen sich die in Frankreich so wichtigen persönlichen Kontakte knüpfen

Bilder: Reed

Frankreichs Messelandschaft: Lohnende Auftritte für deutsche Unternehmen – Teil 1

Im Westen viel Neues

Zwar dominiert in Frankreich die Region Île-de-France, der Messeplatz rund um Paris. Doch mehr und mehr formt sich die französische Messelandschaft auch überregional aus und wird branchenspezifisch vielfältiger. Die Flaggschiffe links des Rheins konzentrieren sich indes auf Paris und Lyon.

Seit dem Amtsantritt des sozialistischen Präsidenten François Hollande sind die wirtschaftlichen Kalamitäten nicht eben kleiner geworden. Frankreich ist hinter seinem ewigen deutschen Rivalen – nur mit ihm vergleicht man sich dort gerne – denkwürdig zurückgefallen, was sich in doppelt so hohen Arbeitslosenzahlen manifestiert. Selbst Italien ist mit drastischen Maßnahmen, zu denen sich die französische Regierung noch nicht aufzuraffen vermochte, vorerst davon-geprescht.

Dennoch: Der französische Markt ist nach wie vor der mit Abstand bedeutendste deutsche Auslandsmarkt – weltweit, vor China und den USA. Deutschland exportiert in 234 Länder, annähernd 10 % der hiesigen Ausfuhren gehen nach Frankreich. Vor allem Fahrzeuge und Maschinen bestellen die Nachbarn, aber auch zahlreiche weitere Branchen sind chancenreich: etwa IT-Systeme, Metalle, Nahrungsmittel, Elektrik/Elektronik und Kunststoffe.

Frankreich ist die weltweit fünftgrößte Importnation. Das Marktpotenzial etwa für den deutschen Maschinenbau hat „Germany Trade and Invest“ noch im Herbst 2012 für aus-sichtsreicher als in den USA, Indien oder Ja-

pan eingestuft, sogar auf gleicher Höhe mit China und Brasilien. Zumal herrscht in Frankreich hoher Modernisierungsdruck. Zu lange und nahezu leichtfertig wurden die nötigen Investitionen verschleppt. Für deutsche Unternehmen wird es deshalb Zeit, wenn sie rechtzeitig einen Fuß in die Tür schieben möchten.

Bei aller Lukrativität ist Frankreich aufgrund seiner Eigenwilligkeiten auch einer der schwierigsten Exportmärkte. So bedarf die Erschließung des französischen Marktes links des Rheins solider, systematischer Vorarbeit; zumal die vielfältigen deutsch-französischen Unterschiede zu Beginn oftmals unterschätzt werden. Es gilt, sich rechtzeitig auf diese höheren Hürden einzustellen. Immer wieder erleben erfolgsgewohnte Exporteure gerade in Frankreich, dass ihr herkömmliches Export-Instrumentarium, das sich in anderen Ländern als tauglich erwiesen hat, nicht ausreicht. Vor allem der Marktaufbau, die Vertriebspartnersuche und direkte Kontaktaufnahmen gestalten sich für ausländische Unternehmen ohne Frankreichexport-Kennntnis oft heikel, langwierig, nicht selten frustrierend. Beharrlichkeit und interkulturelles Gespür sind unerlässlich.

Auslandsmesseteilnahmen genießen bei exportierten Unternehmen hohe Wertschätzung. Etwa ein Viertel aller Exportumsätze wird unmittelbar auf Beteiligungen an Messen im Ausland zurückgeführt. Gerade in Frankreich bewährt sich das Marketinginstrument Messe nach wie vor. Nirgendwo sonst lässt sich auf solch engem Raum die Befindlichkeit des Marktes kennenlernen – beobachtend, zuhörend, akquisitorisch testend – und dabei jene persönlichen Kontakte knüpfen, ohne die in Frankreich gar nichts geht. Französische Messen verzeichneten in den zurückliegenden Jahren massive Einbrüche, neidvoll blickte man auf den „Messeweltmeister“ Deutschland (2011: Frankreich 687 000 ausländische Besucher, Deutschland 2,5 Mio.). Seit 2010 hat indes eine spürbare Erholungsphase eingesetzt, wozu vor allem die ausländischen Aussteller beitrugen. Passend dazu wird investiert: Straßburg will beispielsweise bis 2016 vier neue Messehallen errichten.

156 Fachbesuchermessen, sogenannte „salons professionnels“, luden 2011 nach Frankreich ein. Die Entwicklung der fast doppelt so vielen Publikums- und Mix-Messen war ebenfalls leicht im Aufwind.



Neben den großen französischen Messen – links im Bild die Zuliefererschau Midest – haben auch regionale Messen und kleine Spezialsalons ihren Charme

Die Umwelttechnikmesse Pollutec wechselt jährlich zwischen Paris und Lyon. Die Lyonnaiser Schau ist traditionell stärker als die Messe in der Landeshauptstadt Bild: Saacke

Die meisten internationalen Fachmessen fanden dabei wie stets in der Region Île-de-France (Großraum Paris) statt, die als Messeplatz landesweit eindeutig dominiert. Dahinter folgt Lyon; auch Bordeaux, Cannes und Montpellier besitzen Bedeutung.

Das ausländische Ausstellerfeld führt Italien sehr deutlich vor Deutschland, Großbritannien und dem zurückgefallenen China an. Letzteres mag daran liegen, dass jene französischen Einkaufschefs, die strikt auf Bestqualität Wert legen und etwa ein Fünftel des Marktes ausmachen, zunehmend Vorbehalte gegenüber der Güte asiatischer Produkte hegen. Bei den ausländischen Besuchern zeigt sich ein ähnliches Bild: Italien liegt vor Großbritannien, Belgien und Deutschland.

Die beiden größten Messegelände Frankreichs sind „Paris Porte de Versailles“ (im Südwesten des Stadtkerns) und „Paris-Nord Villepinte“ (außerhalb, im Nordosten), beide warten mit weit über 200 000 m² Ausstellungsfläche auf, verteilt auf jeweils acht Hallen. Erwähnenswert ist auch das Messegelände Paris-Le Bourget mit 80 000 m².

Die Île-de-France ist weitgehend deckungsgleich mit dem Ballungsraum Paris und stellt mit 11,6 Mio. Einwohnern 19 % der französischen Bevölkerung und erwirtschaftet 29 % des nationalen Bruttoinlandsprodukts. Nach dem Raum Paris ist die Region Rhône-Alpes mit der gastronomischen Kapitale Lyon als Hauptstadt zweitwichtigstes Wirtschaftszentrum des Landes. Lyon rangiert als Messestandort auf Platz zwei (120 000 m² Hallenfläche, verteilt auf acht Hallen). Die Lyonnaiser Region Rhône-Alpes lebt gut mit dem Platz des ewigen Zweiten: sie ist auch die zweitwichtigste Exportregion Frankreichs und die zweitwichtigste französische Region für ausländische Direktinvestitionen, mit erstklassiger Infrastruktur und rapiden Verkehrsverbindungen (mit dem TGV nach Paris in unter 2 h). Der Verband „Foire Salons Congrès et Evénements de France“ (FSCEF) wird von 300 Mit-

gliedern getragen, darunter 151 Veranstalter von 750 Messen und 68 Messegelände. Die größten Messeveranstalter Frankreichs sind Comexposium und die britischstämmige Reed Expositions. Zwischenzeitlich werden bekannte französische Messen wie die Sial weltweit exportiert.

■ Norbert J. Breuer

Deutsch-französischer Berater für Exportmarketing und interkulturelles Management in Wallerfangen, Kreis Saarlouis

* Teil 2 in Ausgabe 7: Wie regionale Messen und kleinere Spezialsalons in Frankreich punkten

Auswahl bedeutender französischer Messen

Midest – Paris – im jährlichen Turnus, 19. bis 22. November 2013, Internationale Zulieferfachmesse für industrielle Maßarbeit“. 2011: 1596 Aussteller und 23 398 Besucher, 2012: 1721 Aussteller und 39 347 Besucher, www.midest.com

Industrie – alternierend Paris/Lyon – jährlich stattfindend, 16. bis 19. April 2013 in Lyon, Internationale Fachmesse für Produktionstechnologie (Mixtur aus zehn komplementären Fachmessen wie etwa Machine-Outil).

2008 Paris: 918 Aussteller/33 886 Besucher, 2009 Lyon: 741 Aussteller/18 579 Besucher, 2010 Paris: 571 Aussteller/20 381 Besucher, 2012 Paris: 1200 Aussteller/23 732 Besucher, www.industrie-expo.com

Equip Auto – Paris – zweijährlicher Turnus, 16. bis 20. Oktober 2013, Automobil-Equipment, Werkstattausrüstung und After-Sales-Networks. 2009: 1330 Aussteller/50 804 Besucher, 2011: 1362 Aussteller/52 093 Besucher, www.equipauto.com

Mondial de l'automobile – Paris – zweijährlich stattfindend – nächster Termin: 2014, „Internationaler Automobilsalon“.

2008: 365 Aussteller/1 037 716 Besucher, 2010: 332 Aussteller/1 263 467 Besucher, (für 2012 werden vorab 1 231 416 Besucher angegeben), www.mondial.com

Pollutec – alternierend Paris/Lyon – jährlich stattfindend, 3. bis 6. Dezember 2013 in Lyon, Internationale Fachmesse für Wasser-, Luft-, Lärm- und Abfalltechnik, 2010: 2063 Aussteller/48 970 Besucher in Lyon, 2011: 991 Aussteller/29 680 Besucher in Paris, (Lyon ist traditionell weit stärker besucht und beschickt als Paris), www.pollutec.com

Sial – Paris – zweijährlich stattfindend – nächster Termin: 2014

„Internationale Nahrungsmittelausstellung“, 2010: 5601 Aussteller/136 381 Besucher, 2012: rund 5900 Aussteller/150 192 Besucher, www.sialparis.com