

## Messen und Ausstellungen

### **Start aus der „zweiten Reihe“**

Hätte man den Verantwortlichen der Westfalenhalle Anfang der Fünfzigerjahre vorausgesagt, dass der Bereich Messen und Ausstellungen einmal zu einem wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens werden würde – sie hätten diese Prognose vermutlich mit einem ungläubigen Kopfschütteln quittiert. Denn in der damaligen Satzung der Westfalenhalle AG taucht die Durchführung von Messen noch nicht als Gegenstand des Unternehmens auf.<sup>1</sup> Eine Tatsache, die auf die zunächst offenbar geringe Bedeutung des Messegeschäfts im Selbstverständnis der Westfalenhalle AG hinweist. Messen und Ausstellungen starteten aus der „zweiten Reihe“.

Dabei hatte Dortmund als Messestandort durchaus Tradition. Schon im Vorgängerbau der Westfalenhalle fanden seit 1927 zahlreiche große Verbraucherausstellungen und Fachmessen statt. Dazu zählten die westfälischen Gastwirtsmessen, die Westfalenschauen, die Westfälisch-Lippische Handwerks- und Gewerbeschau sowie Westdeutsche Büroausstellungen – und sogar die später weltweit führende Nahrungsmittelmesse „Anuga“. Die Westfalenmetropole bot sich auch nach dem Krieg mit Eröffnung der neuen Westfalenhalle als Messeplatz geradezu an. Schließlich war Dortmund eine aufstrebende Industriestadt mit hohem Wirtschaftswachstum. Kohle und Stahl dominierten, doch die alte Hansestadt war auch ein bedeutendes Herstellungs- und Vertriebszentrum für die Nahrungs- und Genussmittelindustrie.<sup>2</sup>

Dortmund lag zudem in einem bevölkerungsreichen Ballungsraum und schlug die Brücke zum landwirtschaftlich strukturierten Hinterland. Weil im Zuge des schnellen Wiederaufbaus fast ständig neue Geschäfte, Gaststätten und Ladenzeilen eröffneten, kamen viele Besucher in die Stadt, um das immer größer werdende Konsum- und Veranstaltungsangebot des regionalen Oberzentrums zu nutzen. Die neu errichtete Westfalenhalle wirkte als zusätzlicher Werbefaktor.

### Die ersten Ausstellungen

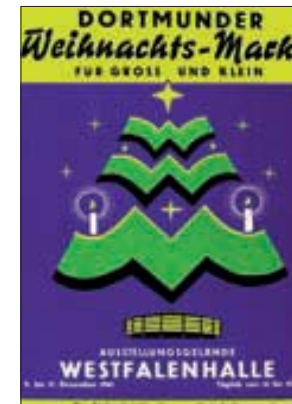
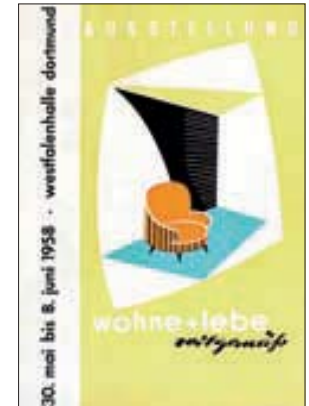
Während draußen oft noch graues Schmuddelwetter die Stimmung drückte, konnten die Menschen unter dem Dach der Westfalenhalle bereits den Frühling in seiner ganzen Pracht genießen. „Blumenparadies“ hieß die Gartenausstellung, die die Westfalenhalle von 1952 bis 1960 im Frühjahr buchstäblich erblühen ließ. Bei der „größten Hallenschau mit Frühlingsblumen in Deutschland“<sup>3</sup> mit anschließender Gärtnerbörse verwandelte sich das Oval der Großen Halle in einen riesigen botanischen Garten. Die Besucher konnten auf angelegten Wegen lustwandeln und die Blütenpracht bewundern. Exotische Pflanzen, die sich in Teichanlagen spiegelten, und Wasserfontänen, die zwischen den Blüten emporschossen, steigerten das Erlebnis noch. Zwischen 200 000 und 300 000 Menschen spazierten an den jeweils zehn Veranstaltungstagen durch das Blumenparadies.

Ausstellungen wie diese, die sich direkt an den Endverbraucher wandten und ihm Tipps und Anregungen gaben, seinen Garten, sein Haus, seine Wohnung und damit sein Leben insgesamt schöner zu gestalten, etablierten sich in Dortmund.

„Die Frau und ihre Welt“ hieß 1954 eine Ausstellung, die das damalige Verständnis von der Rolle der Frau widerspiegelte. Die von den Ausstellern angepriesenen Produkte rankten sich um die Themen Küche, Haushalt und Körperpflege. Die Nierenischkultur der Fünfzigerjahre mit Musikhörner und Gummibaum stand im Blickpunkt der Ausstellung „Wohne und lebe zeitgemäß“, die 1956 und 1958 in der Westfalenhalle stattfand. Beide Verbraucherausstellungen lockten jeweils rund 80 000 Besucher. Den Trend zur Motorisierung nahmen ab 1955 der Gebrauchtwagenmarkt und einige kleinere Zweiradausstellungen auf.

Zu den ersten Fachausstellungen am Messeplatz Dortmund gehörten die „Fachausstellung für das Bäckereihandwerk“ (1954), die „Bundesfachschau für das Tankstellen- und Garagen-gewerbe“ (1955) und, anknüpfend an die Gastwirtsmessen der Vorkriegszeit, die „Landesfachschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe“ (1952/57/60). Diese Fachmessen waren als Wanderausstellungen konzipiert, die turnusmäßig mehrere deutsche Städte besuchten, um die jeweiligen regionalen Absatzmärkte zu bedienen.<sup>4</sup>

Die Westfalenhalle war zu diesem Zeitpunkt noch alles andere als ein ideales Messezentrum. Es gab zwar zahlreiche Parkplätze in der unmittelbaren Umgebung, ein ausreichend großes Freigelände und Tagungsmöglichkeiten mit Gastronomie im Goldsaal-Komplex. Doch die Architektur der Halle mit ihrem großen Innenraum-Oval kam dem Aufbau von Messeständen unter dem Gesichtspunkt optimaler Raumausnutzung nicht gerade entgegen. Den Bauplanern war dieser Nachteil bewusst. Sie hatten ihn durch den breiten Hallenungang auszugleichen versucht, dessen Garderobennischen auch Platz für Ausstellungsstände bieten sollten. Organisatorisch und personell konnte die Westfalenhalle den Ansprüchen eines bedeutenden Messeplatzes ebenfalls noch nicht genügen. So mussten externe Fachleute mit der technischen Messeleitung beauftragt werden. Da das Messengeschäft kein Unternehmenszweck war, haperte es auch an der Personalausstattung.



Plakat- und Katalogmotive zu Ausstellungen in den Fünfziger- und Sechzigerjahren: „Westfälische Hotel- und Gaststätten-Fachschau“ (1952), „Blumenparadies“ (1955), „Wohne und lebe zeitgemäß“ (1958), „Schule gestern, heute, morgen“ (1960), „Dortmunder Weihnachts-Markt“ (1961), IBA (1964).

### Das Messegeschäft wird interessant

Obwohl bei der Westfalenhalle AG die Prioritäten zunächst eindeutig auf dem Veranstaltungsektor lagen, gaben die finanziellen Ergebnisse des Messegeschäfts allen Grund, diese Strategie zu überdenken. Die Verantwortlichen erkannten nämlich im Laufe der Fünfzigerjahre, dass sich mit einer erfolgreichen Ausstellung gutes Geld verdienen lässt. So schlossen die Blumenschauen trotz hoher Kosten für die aufwendige Präsentation der Blütenpracht mit Rohüberschüssen in sechsstelliger Höhe ab. Die Ausstellung „Wohne und lebe zeitgemäß“ erbrachte einen Rohüberschuss von 100 000 DM aus Kartenverkauf und Standmieten.<sup>5</sup>

Die Aussicht auf lukrative Einnahmen führte 1953 im Vorfeld der ein Jahr später geplanten zweiten Fachschau des Hotel- und Gaststättengewerbes zum offenen Streit mit dem Hotel- und Gaststättenverband. Nachdem die erste Schau 1952 etwa 100 000 Besucher gezählt hatte, wollte der Verband die zweite Messe auf eigene Rechnung durchführen und bot der Westfalenhalle eine Pauschalmitte in Höhe von 60 000 DM an. Die Westfalenhalle lehnte ab, der Verband verlegte die Fachschau nach Bochum. „Aufgrund des Abrechnungsergebnisses 1952 mussten wir die Forderung des Gaststättenverbandes allein schon vom finanziellen Standpunkt aus ablehnen, und zwar um so mehr, weil die Westfalenhalle trotz der hohen Barbeiträge, die der Gaststättenverband bekam

... mehr als das Doppelte der jetzt angebotenen Miete netto für sich buchen konnte“, argumentierte der Vorstand.<sup>6</sup>

Das hieß: Die erste Ausstellung 1952 hatte einen stolzen Gewinn von über 120 000 DM eingebracht, das Doppelte dessen, was der Verband bei der Neuauflage der Ausstellung an Pauschalmitte zu zahlen bereit war. Der Verband begründete sein Bestreben, die Ausstellung in eigener Regie durchzuführen, aber nicht allein mit wirtschaftlichen Erwägungen. Er kritisierte organisatorische Mängel bei der ersten Fachschau, wie ein fehlendes Messebüro oder unzureichende Werbemaßnahmen.<sup>7</sup> Der Verband hat diese Vorwürfe sicher auch ins Feld geführt, um seine finanziellen Interessen nicht allzu offenkundig werden zu lassen. Die Kritik ist aber auch ein deutlicher Hinweis auf die zweifellos vorhandenen Defizite im organisatorischen Bereich, die aufseiten der Westfalenhalle eine professionelle Abwicklung des Messegeschäfts lange erschwerten.

Erste Konsequenzen aus den Erfahrungen der Fünfzigerjahre zog das Unternehmen, als 1962 die Umwandlung der Westfalenhalle AG in eine GmbH erfolgte. Mit der Änderung der Gesellschaftsform ging auch eine wichtige Änderung der Satzung einher. Die Aufgabe „Veranstaltung von Messen und Ausstellungen“ war fortan Unternehmenszweck und wurde den Bereichen Sport und Kultur bereits vorangestellt.<sup>8</sup> Die Geschäftsführung hatte ihre Prioritäten neu gesetzt.

### Die Sechzigerjahre: Stagnation

Noch vor dieser Weichenstellung in der Unternehmensstrategie hatten sich die räumlichen Voraussetzungen für das Messegeschäft deutlich verbessert. Mit Fertigstellung der Westfalenhallen 2, 3 und 4 vergrößerte sich die Ausstellungsfläche um 12 000 qm auf rund 20 000 qm. Das neue „Hotel Westfalenhalle“, eröffnet 1959, bot Ausstellern und Besuchern Übernachtungsmöglichkeiten nur wenige Meter vom Messegeschehen entfernt.

Dennoch erwiesen sich die Sechzigerjahre für die Westfalenhallen als äußerst schwierig. Westdeutschland war wieder zu einer bedeutenden Wirtschaftsmacht geworden. Die Unternehmen der Bundesrepublik belieferten Kunden in aller Welt.

Wanderausstellungen mit regionaler Ausstrahlung konnten dieser Entwicklung in zahlreichen Branchen nicht mehr gerecht werden. Die Verflechtung der deutschen Wirtschaft über Ländergrenzen hinweg brachte einen neuen Typ Messe hervor, der häufig das Wort „international“ im Namen führte. Hier trafen sich Unternehmer einer Branche aus ganz Deutschland sowie ausländische Aussteller mit ihren Kunden aus dem In- und Ausland. Dieser Typ Messe verlangte nach einem festen Standort und viel Platz. Doch diese Flächen konnte Dortmund im Vergleich zu den großen deutschen Messemetropolen Hannover, Köln, Frankfurt, Düsseldorf und München nicht bieten.

Am Beispiel der „Interbrau – Internationale Brauerei- und Getränkemaschinen-Ausstellung“ wird dies deutlich. 1951 und 1957 fand die Messe in München statt, auf einer Fläche von 11 500 bzw. 15 500 Quadratmetern. Als die „Interbrau“ 1964 nach Dortmund kam, reichten die hier mittlerweile vorhandenen 20 000 Quadratmeter in vier Hallen schon nicht mehr aus. Für 450 Aussteller, darunter 54 aus dem Ausland, waren 53 000 Quadratmeter erforderlich.<sup>9</sup> Zahlreiche Messebesucher mussten ihre Stände in einer Zeltstadt oder auf dem Freigelände aufbauen. Die „Interbrau“ kehrte später nicht mehr nach Dortmund zurück.

Weitere Ausstellungen wanderten in die großen Messestädte ab, nachdem sie nur einmal in Dortmund stattgefunden hatten. So die „Prae-Bau – Internationale Bauausstellung“ (1961) oder die „IBA – Internationale Bäckereiausstellung“ (1964). Die „Bundesfachschau für Geflügelwirtschaft“, erstmals 1965 durchgeführt, war in den Sechzigerjahren die einzige Ausstellung, die durch einen zweijährigen Rhythmus fest mit dem Messestandort Dortmund verbunden war.

Andere Ausstellungen fanden in größeren Intervallen von drei bis vier Jahren statt, etwa die Landesmeisterschaften der nordrhein-westfälischen Friseur- oder die Landesfachschau des Hotel- und Gaststättengewerbes, die nach dem Zerwürfnis im Jahr 1953 wieder nach Dortmund zurückgekehrt war. Die Kompetenz des Baugewerbes und die technischen Entwicklungen demonstrierten „Fertigbau-Ausstellungen“, die dreimal in Dortmund stattfanden. 1962 entstand zur Ausstellung sogar eine Demonstrations-Siedlung im Westfalenpark. 1973 bauten die



Lehrmittel-Ausstellung „Schule gestern, heute, morgen“ im Jahr 1960. Sie war die Vorläuferin der INTERSCHUL, die 1967 startete.

beteiligten Unternehmen eine ähnliche Siedlung im Wohnpark Persebeck auf.

Mit durchschnittlich sechs Terminen pro Jahr einschließlich kleinerer Verkaufsveranstaltungen und Zuchttierschauen dümpelte das Messegeschäft der Westfalenhallen Mitte der Sechzigerjahre dahin. Andere nordrhein-westfälische Städte wie Düsseldorf, Köln und Essen bauten derweil ihre Messekapazitäten aus und konnten bedeutende Ausstellungen an sich binden. Dortmund dagegen drohte ins Hintertreffen zu geraten.

Interne Probleme im Bereich der Unternehmensstrategie verstärkten diese Tendenz noch. Die Geschäftsführung hatte das Messewesen 1962 zwar ausdrücklich in die Satzung aufgenommen, aber diese Richtung offenbar noch nicht konsequent genug verfolgt. Nach wie vor wickelten externe Mitarbeiter die Messen ab. Es fehlte eine Persönlichkeit in leitender Position, die dem Messegeschäft Richtung und Ziel gab, sich um die Pflege der bisherigen Ausstellungen kümmerte und ein Konzept entwickelte, neue Messen für Dortmund zu gewinnen. Die Westfalenhallen lebten zu sehr „von der Hand in den Mund“.

Zudem kämpfte das Messezentrum nach wie vor mit organisatorischen und technischen Unzulänglichkeiten. Mit provisorischen Zeltstädten bei einer bundesweit wichtigen Messe gab sich in Zeiten steigender Ansprüche kaum noch ein Aussteller zufrieden. Eine flexible Veranstaltungs- und Terminplanung war während der Wintermonate nur schwer möglich, da in den Hallen 3 und 4 Sportler trainierten. Wenn sich diese Hallen von Sport- in Messehallen verwandeln sollten, war dies eine kosten- und zeitaufwendige Angelegenheit. Wegen der fehlenden Unterflurversorgung mussten die Anschlüsse für Wasser und Strom stets neu verlegt und anschließend wieder entfernt werden. Handwerker gingen in den Hallen ständig ein und aus. 1968 blickte die Geschäftsführung während einer Aufsichtsratsitzung eher skeptisch in die Zukunft. Es werde schwierig sein, jährlich drei größere Messeveranstaltungen durchzuführen, „da einmal die Konkurrenz sehr groß ist, und zum anderen es wenig lukrative Ausstellungen gibt.“<sup>10</sup>

Obwohl die Sechzigerjahre in ihrer Gesamtbilanz kein Ruhmesblatt für das Messegeschäft der Westfalenhallen waren, gelang dennoch ein herausragender Erfolg. Aus der Lehrmittel-

Ausstellung „Schule gestern – heute – morgen“, die 1960 Premiere hatte, wurde 1967 die INTERSCHUL, zum damaligen Zeitpunkt die einzige bundesweite Bildungsmesse. 400 Aussteller aus 14 Nationen nahmen daran teil. Mit 140 000 Besuchern markierte die INTERSCHUL einen Besucherrekord für Fachausstellungen in den Westfalenhallen. Die INTERSCHUL war mehr als eine Messe. Aus dem begleitenden wissenschaftlichen Tagungsprogramm entwickelte sich ein europäisches Forum für pädagogische Fragen, das Anstöße für eine Reform des deutschen Bildungssystems gab.<sup>11</sup> Trotz des großen Erfolgs vergingen aber vier Jahre bis zur nächsten INTERSCHUL.

### Die Siebzigerjahre: Aufbruch

1971 zog die Geschäftsführung der Westfalenhallen die Konsequenz aus der schwierigen Situation, in die der Messestandort Dortmund geraten war. Sie übertrug die Durchführung von Messen einem Messebauunternehmer, der gegen eine Umsatzbeteiligung die Messen auf Kosten und Rechnung der Westfalenhalle durchführen sollte. Diese Lösung gab dem Messegeschäft neuen Schub. Es gelang, das laufende Programm zu stabilisieren und Ausstellungen mit neuen Themen zu entwickeln.<sup>12</sup>

1972 startete der „Dortmunder Herbst“ (Frau – Heim – Hobby), der dem Konzept der regionalen Verbraucherausstellung folgte und zu einer der erfolgreichsten Messen überhaupt in den Westfalenhallen werden sollte. Noch im selben Jahr hatte die DEUTSCHE WAFFEN-BÖRSE Premiere. 1973 übernahm die Westfalenhalle GmbH die Durchführung der Fachschau ELEKTROTECHNIK, die 1969 vom Elektrohandwerk im Reinoldisaal der Handwerkskammer Dortmund begründet worden war und sich später zur Fachmesse entwickelte. 1975 folgten als weitere neue Fachausstellungen die RAUMAUSSTATTUNG und 1978 die Inter-tabac. Langfristig konnte die Messeleitung die bereits in Dortmund beheimateten Fachmessen INTERSCHUL, „GaHoFa – Landesfachschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe“, „Gefa – Fachausstellung für das Bäckerei- und Konditorenhandwerk“ sowie die Fachschau „Frisur – Kosmetik – Technik“ fest an den Standort Westfalenhallen binden.



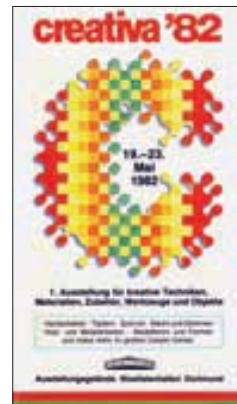
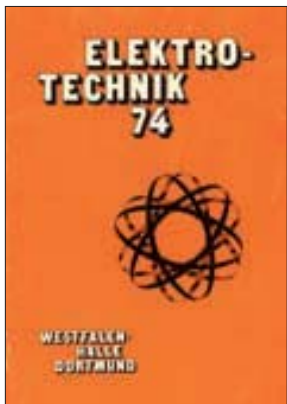
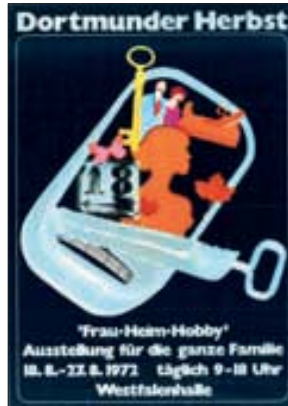
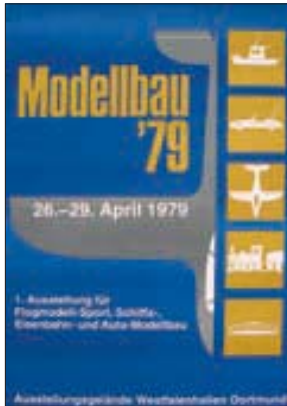
Die Ausstellung der Raumausstatter musste sich 1958 noch mit einer Leichtbauhalle bescheiden.

Die Bundesfachschau für Geflügelwirtschaft allerdings, 1965 erstmals in Dortmund durchgeführt, wanderte ab nach Hannover. Sie hatte sich zur bedeutendsten Investitionsgütermesse für Geflügel- und Schweinezüchter in aller Welt entwickelt und war bei Fachleuten der Branche im Ausland sogar als „Dortmund-Show“ bekannt. Doch obwohl 1972 die neue Westfalenhalle 5 eröffnete, reichte dieser dringend erforderliche Ausbau der Kapazitäten nicht aus, um mit dem Wachstum der Fachmesse Schritt

zu halten. Sie sprengte den Rahmen der in Dortmund verfügbaren Flächen und fand 1973 zum letzten Mal in der Westfalenmetropole statt.

Die Messeleitung stärkte nicht nur das Standbein der branchenbezogenen Fachausstellungen, sondern konnte auch im wachsenden Freizeitbereich Marktnischen besetzen. Die „HobbyTronic Computerschau“ (1978) und die MODELLBAU (1979), die spätere INTERMODELLBAU, waren völlig neue





Plakate und Katalog-Titelseiten aus den Siebziger- und frühen Achtzigerjahren: Damals schlug die Geburtsstunde der wichtigsten „Messe-Dauerbrenner“.

Ausstellungen, die mit fast 10 000 Besuchern täglich schon zum Auftakt beachtliche Erfolge erzielten.

Im Rückblick gehen die Siebzigerjahre als Jahrzehnt des Aufbruchs in die Messegeschichte der Westfalenhallen ein. Die Messeleitung gab dem Ausstellungsbereich Kontinuität und Konzept. Mit einem festen Programm und Kreativität bei der Entwicklung neuer Messthemen konnte sich Dortmund als Messestandort profilieren. Die Zahl der Messen mit nationaler bzw. regionaler Ausstrahlung erhöhte sich zwischen 1975 und 1979 von sechs auf elf, die Zahl der Aussteller verdreifachte sich, und die Besucherzahl stieg von 154 400 auf 349 400.<sup>13</sup>

Durch Veranstaltungen mit nationaler, regionaler und lokaler Bedeutung, durch Fachausstellungen, Verbraucherausstellungen und spezielle Publikumsausstellungen waren mit Ausnahme internationaler Messen alle Messtypen vertreten. Das Konzept der Regionalmessen kristallisierte sich für den Standort Dortmund als besonders Erfolg versprechend heraus. Messen für das regionale Einzugsgebiet entsprachen den vorhandenen Flächenkapazitäten, garantierten Überschaubarkeit und kurze Wege und boten somit ideale Voraussetzungen für einen besonders engen und geschäftsfördernden Kontakt zwischen den Ausstellern und ihren Besuchern.

Die Aufwertung des dominierenden Messeplatzes in Westfalen legte auch ein Engagement in den Fachverbänden der Messewirtschaft nahe. Seit 1977 gehört die Westfalenhallen Dortmund GmbH der „FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen“ an. Aussteller, die sich für die Teilnahme an einer Messe interessieren, können mit den FKM-geprüften Zahlen über Besucher und Besucherstruktur wichtige Informationen abrufen, um den Erfolg einer Messe einschätzen zu können. 1981 trat das Unternehmen der „IDFA – Interessengemeinschaft Deutscher Fachmessen- und Ausstellungsstädte“ und 1992 auch dem „Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.“ (AUMA) bei.

Trotz der durchaus positiven Entwicklung in den Siebzigerjahren kam die Geschäftsführung der Westfalenhalle GmbH gegen Ende des Jahrzehnts zu einer aufgrund der Flächenproblematik und der Wettbewerbssituation eher vorsichtigen Einschätzung: „Es ist nicht beabsichtigt, mit anderen Messe- und Ausstellungsstädten

in Konkurrenz zu treten. Zielkonzeption für die Zukunft ist es vielmehr, die jetzt hier beheimateten Ausstellungen zu halten.“<sup>14</sup>

### Die Achtzigerjahre: Ausbau

Diese Zielvorgabe der Geschäftsführung einzulösen und die etablierten Messen an Dortmund zu binden, erwies sich aber als gar nicht so leicht. Denn der Erfolg vieler Dortmunder Messen, die steigende Aussteller- und Besucherzahlen vermeldeten, führte in den Achtzigerjahren zu einem Wettlauf zwischen den Wachstumsraten der Messen und dem Wachstum der Ausstellungsfläche. Damit ergab sich automatisch eine Konkurrenzsituation mit anderen Messestädten. Sie bestand allerdings nicht darin, diesen Wettbewerbern Messen „abzujagen“. Dortmund lief vielmehr Gefahr, Messen an Messeplätze in der Nachbarschaft zu verlieren.

Der „Dortmunder Herbst“ hatte Anfang der Achtzigerjahre mit 38 000 Quadratmetern die Kapazitätsgrenzen der Westfalenhallen bereits überschritten und benötigte Freigelände. Die INTERSCHUL war an der oberen Auslastungsgrenze angelangt, die „GaHoFa“ stand kurz davor. Die Westfalenhallen verfügten zwar mittlerweile über 24 000 Quadratmeter Ausstellungsfläche, schnitten aber im Vergleich mit anderen regionalen Oberzentren des deutschen Messewesens eher schlecht ab. Essen zum Beispiel hatte mit 56 000 Quadratmetern mehr als doppelt so viel Fläche zu bieten.

In einem Gutachten für die Westfalenhalle GmbH kam die Unternehmensberatung Prognos AG 1980 zu folgendem Fazit: „Unter Berücksichtigung der derzeitigen Verhältnisse – Kapazitätsengpässe und schlechtes Ausstattungsniveau – ist allerdings mit einer zunehmenden Schwächung der Marktstellung des Westfalenhalle-Messen- und Ausstellungsbereichs zu rechnen und mit einer – zumindest latenten – Abwanderungsgefahr.“<sup>15</sup> Die Prognos-Experten beurteilten die Ausstattung unter anderem deshalb als schlecht, weil sich Halle 1 wegen ihres ovalen Zuschnitts für eine Messebelegung weniger eignete, die Hallen 2 und 3 einen unvorteilhaft schlauchförmigen Grundriss besaßen und in den Hallen 3 und 4, die noch bis Ende 1979 auch von Sportlern genutzt wurden, die Böden nicht dem technischen Standard des modernen



Hier hat sich seit den Fünfzigerjahren so manches verändert: das Messegelände der Westfalenhallen Dortmund GmbH (2009).

Messebaus entsprachen. Die Westfalenhallen steckten im Modernisierungstau, standen vor einem quantitativen wie qualitativen Problem.

Die Geschäftsführung setzte daraufhin ein Modernisierungs- und Ausbauprogramm in Gang, das auch mit öffentlichen Mitteln unterstützt wurde, da Dortmund von der Landesregierung als „förderungswürdiger Messeplatz“ anerkannt worden war. Die Errichtung einer 3 300 Quadratmeter großen Leichtbauhalle stellte 1982 zunächst nur eine Zwischenlösung dar, um den akuten Kapazitätsengpass zu mildern. Drei Jahre später, 1985, war die neue Halle 6 fertig, die das Angebot an Ausstellungsfläche um 7 000 Quadratmeter erweiterte. Gleichzeitig entstand zwischen den Hallen 4 und 5 mit dem „Messezentrum“ ein neuer, repräsentativer Eingangsbereich. In dem satellitenartigen Rundbau befinden sich neben Eingängen und Garderoben auch zwei Tagungsräume und ein Restaurant.

Diese Baumaßnahmen verbesserten Qualität und Raumangebot des Standorts, doch blieben Kapazitätsprobleme ein ständiger Begleiter im Alltag des Messegeschäfts. Zumal die Messeleitung zwischenzeitlich weiterhin mit Erfolg daran arbeitete, neue Messen mit neuen Themen für Dortmund zu gewinnen. So knüpfte 1981 die „Hallen-Gartenschau“ an die Tradition der Blumenparadiese aus den Fünfzigerjahren an. 1982 hatte die CREATIVA – Ausstellung für kreatives Gestalten – ihre Premiere, und die JAGD & HUND versammelte erstmals Jäger und Angler in den Westfalenhallen. Den Trend zu gesunder Lebensweise im ökologischen Einklang mit der Natur nahm ebenfalls im Jahr 1982 die „naturvita“ auf. Im Frühjahr 1985 startete die Messe MOTORRÄDER und entwickelte sich später zur führenden deutschen Ausstellung für die Branche und die Motorradfans. Ein Novum in der deutschen Messelandschaft war 1987 die „Bibliotheca“ – Fachaussstellung für die Ausstattung und den Betrieb von Bibliotheken.

Die Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft schlugen mehrere neue Fachmessen, so die FLUID TRANS – Regionalmesse für Hydraulik, Pneumatik, Antriebs- und Regeltechnik (1984), die MTQ – Fachmesse für Messen und Prüfen in der Qualitätssicherung (1987) und die Techmo – Fachmesse für Montage und Handhabungstechnik (1989). Bei der Wahl des Standorts Dortmund für diese Messen spielte neben den Vorzügen der Westfalenhallen sicher auch das vor Ort in der Universität, der Fachhochschule und den Instituten vorhandene wissenschaftliche Know-how eine Rolle, zumal ein Teil dieser Messen von Expertentagungen begleitet wurde.

Weil sich auch die meisten der bereits etablierten Messen positiv entwickelten, stellte sich drei Jahre nach Eröffnung der Halle 6 erneut die Frage nach einer Kapazitätserweiterung. 1988 erfolgte der Beschluss, Halle 7 zu bauen, da ansonsten möglicherweise nicht alle Ausstellungen zu halten sein würden. Aktuell betraf das die Fachmesse ELEKTROTECHNIK. Der Fachverband Elektrotechnische Handwerke Nordrhein-Westfalen, ideeller Träger dieser schon seit 1973 in den Westfalenhallen stattfindenden Messe, erwartete definitive Aussagen über das zukünftige Angebot an Ausstellungsfläche. Es bestand eine konkrete Abwanderungsgefahr zu einem der anderen Messeplätze in NRW.<sup>16</sup>

Die Halle 7 mit 6 500 Quadratmetern Ausstellungsfläche entstand für 17,5 Millionen DM in weniger als zehn Monaten Bauzeit. Mit ihrer Sandsteinfassade erschien sie wie eine „Zwillingsschwester“ der kurz zuvor erbauten Halle 6, wenn auch mit anderem Grundriss.

Der „Dortmunder Herbst“ 1989 war die erste Messe in der neuen Halle, die mit modernster Infrastruktur aufwartete und mit einer Tiefgarage das Image der Westfalenhallen als Messeplatz der kurzen Wege betonte. Zwei Übergänge zwischen den Hallen 6 und 7 sowie 4 und 7 besicherten den Besuchern mehr Komfort. Fortan war ein Rundgang durch die Hallen 4, 5, 6 und 7 möglich. Nicht eine einzige Treppenstufe muss dabei überwunden werden. Mit der Eröffnung der Halle 7 erreichte der Messeplatz Westfalenhallen eine Bruttofläche von 42 000 Quadratmetern und übertraf damit erstmals die 40 000er-Marke. Das Unternehmen sah darin „eine erhebliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit als Messegesellschaft und eine Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit.“<sup>17</sup>

Die Achtzigerjahre brachten nicht nur neue Hallen und neue Ausstellungen, sondern auch einen Führungswechsel. Nach Auslaufen des Vertrags lief das Messegeschäft ab 1988 ohne die seit 1971 bestehende Zusammenarbeit mit der externen Messeleitung. Von nun an lag das gesamte Messegeschäft in der Verantwortung der unternehmenseigenen Hauptabteilung Messen und Ausstellungen. Dieser Schritt war aus Sicht der Geschäftsführung der Westfalenhallen Dortmund GmbH nur konsequent und überfällig, hatten sich doch Messen und Ausstellungen längst zum ertragsstärksten Bereich des Unternehmens entwickelt. Jetzt sollten auch die erwirtschafteten Gewinne voll in die Kasse der Gesellschaft fließen. Schon seit 1985 hatte es entsprechende Bestrebungen gegeben.<sup>18</sup>

Die Westfalenhallen meldeten alle von ihr veranstalteten und prüffähigen Messen und Ausstellungen der FKM-Selbstkontrolle, um die Leistungskraft des Messeplatzes Dortmund gegenüber der ausstellenden Wirtschaft transparent zu machen.

Am Ende der Achtzigerjahre war das ein Jahrzehnt zuvor von der Geschäftsführung vorgegebene Ziel, alle wichtigen Ausstellungen in Dortmund zu halten, nicht nur erreicht, sondern sogar übertroffen worden: Zahlreiche weitere Publikumsausstellungen wie auch Fachmessen konnten für Dortmund gewonnen werden. Das Problem fehlender Ausstellungsfläche blieb deshalb trotz zweier Hallenneubauten auf der Tagesordnung. Zumal die noch junge Hauptabteilung Messen und Ausstellungen für 1990 das „Messejahr der Rekorde“ ankündigte.<sup>19</sup>

## Die Neunzigerjahre: Rekordkurs

In der Tat stellte das Jahr 1990 alles bisher Dagewesene in den Schatten. Die Westfalenhallen veranstalteten 21 Messen selbst und beherbergten acht weitere als Gastausstellungen, bei denen die Hallen an externe Messeveranstalter vermietet wurden. Mit den „Westdeutschen Mineralientagen“ gab es wieder einmal eine Ausstellungspremiere. Das Messeprogramm war jetzt so dicht, dass sich die Ausstellungen im Terminkalender der Halle regelrecht drängten. Der „Dortmunder Herbst“ und die ELEKTROTECHNIK belegten alle zur Verfügung stehenden Hallen und

somit die gesamte Ausstellungsfläche von 42 000 Quadratmetern. Auch andere erfolgreiche Messen, wie etwa die RAUMAUSSTATTUNG, meldeten mehr Flächenbedarf als je zuvor an. Eine 25-prozentige Umsatzsteigerung des Geschäftsbereichs Messen trug dazu bei, dass der Gesamtumsatz der Westfalenhallen Dortmund GmbH 1990 erstmals die Grenze von 50 Millionen DM übertraf.

Die Verantwortlichen verfolgten das in den Siebzigerjahren entwickelte Konzept der Regionalmessen konsequent weiter. Dortmund hatte sich neben den großen Messestädten in einer Marktnische positioniert und war gefragter Standort für:

- Messen und Fachausstellungen für Fachbesucher aus dem In- und Ausland,
- regionale Fachmessen für branchenbezogene Fachbesucher aus NRW und angrenzenden Gebieten,
- Verbraucherausstellungen für eine breite Besucherschicht aus dem regionalen Einzugsgebiet sowie
- Special-Interest-Ausstellungen für Hobby und Freizeit mit Besuchern aus dem In- und Ausland.

Mehrere Trends beschleunigten den Erfolg dieses Konzepts. In einigen Branchen erzielten die Unternehmen auf den großen, meist schwer überschaubaren internationalen Messen nicht immer den gewünschten Erfolg. Sie verlegten ihre Marketing-Strategie daher zunehmend darauf, auch auf regionalen Messen präsent zu sein. Diese Messen entsprachen zudem einem charakteristischen Informationsverhalten in verschiedenen Branchen und Berufsgruppen, wie etwa im Gastgewerbe, dem Elektrohandwerk oder bei den Pädagogen. Die Betroffenen waren aufgrund ihrer beruflichen Situation kaum bereit oder in der Lage, für den Besuch einer Messe Anfahrtswege von mehr als 200 Kilometern in Kauf zu nehmen.<sup>20</sup>

Aus den Zwängen der begrenzten Flächenkapazität machten die Westfalenhallen mit der Nischen-Strategie eine Tugend. Umfassende Information auf überschaubarem Raum während eines Tagesbesuchs, kurze Wege und Parkplätze in ausreichender Zahl sind die Trumpfkarten, die der Messeplatz Dortmund bis heute ausspielen kann.

Der Schwerpunkt im Veranstaltungsprogramm lag nach wie vor bei den Messen in Eigenregie. Doch die Messeleitung bemühte sich in den Neunzigerjahren auch intensiver darum, Gastmessen für Dortmund zu gewinnen.<sup>21</sup> Der Vorteil einer Gastmesse liegt darin, dass sie im Vergleich zur Eigenveranstaltung einen weniger langen Entwicklungsvorlauf von der Idee bis zur Durchführung benötigt. Dem stehen jedoch auch Nachteile gegenüber. Der Erlös für die Gesellschaft fällt geringer aus, und eine Gastausstellung kann dem Messeplatz schnell wieder den Rücken kehren, da sie nicht vom Messemanagement vor Ort abhängig ist. Der Trend hin zu Gastmessen zeigte sich etwa im Jahr 1994, als von den insgesamt 31 Ausstellungen 19 als eigene Messen stattfanden und für zwölf Ausstellungen die Hallen an Gastveranstalter vermietet waren. Überaus erfolgreiche Gastmessen in Dortmund sind heute die MOTORRÄDER, die DKM und die Termine des VDH (Verband für das Deutsche Hundewesen).

Das Wachstum der etablierten und der Erfolg der neuen Messen rückten Mitte der Neunzigerjahre erneut die Frage nach einem Ausbau der Kapazitäten in den Mittelpunkt. ELEKTROTECHNIK und „Dortmunder Herbst“ hätten bereits deutlich mehr Fläche belegen können, als zur Verfügung stand. Allein für den „Dortmunder Herbst“ 1995 musste die Messeleitung 400 (!) Ausstellern absagen.<sup>22</sup> Um diesem Nachfragedruck zu begegnen, beschloss der Aufsichtsrat im März 1995 den Bau der Westfalenhalle 8 für 17,5 Millionen DM. Der erste Spatenstich erfolgte im Oktober 1995. Im August 1996 war die Halle zur Fachmesse RAUMAUSSTATTUNG fertig.

Mit dem 5 400 Quadratmeter großen Neubau vergrößerte sich die Ausstellungsfläche auf 47 400 Quadratmeter. Halle 8 entstand auf dem zuvor als Parkplatz genutzten Gelände westlich der Hallen 6 und 7. Der Bau einer Tiefgarage sorgte dafür, dass kein Parkplatz verloren ging. Den schnellen Zugang ermöglichte der neue Eingang „Messe West“. Besucher können über diesen Eingang die Halle 8, aber auch die Hallen 6 und 7 direkt erreichen. Schon wenige Monate nach der Eröffnung konnte die Messeleitung erklären, die Wettbewerbsfähigkeit des Messeplatzes Dortmund habe sich durch den Neubau deutlich verbessert.<sup>23</sup>

Bereits vor dem Bau von Halle 8 war 1995 die Modernisierung der Halle 3 für 7,6 Millionen DM zum Abschluss



Die Verbrauchermesse „Dortmunder Herbst“ war nicht nur der Auslöser für den Bau der Halle 8, 2004 wurde in ihrem Rahmen auch die jüngste Westfalenhalle 3B offiziell eröffnet. Hier der Eingang dieser Halle.

gebracht worden. Die Renovierung des Übergangs zwischen den Hallen 3 und 4 und der Einbau eines behindertengerechten Fahrstuhls in Halle 4 machten das Ausbau- und Modernisierungspaket komplett.

Rechtzeitig zum EUROPARTENARIAT präsentierten sich die Hallen im neuen Glanz. Bei dieser erstmals in Deutschland durchgeführten Veranstaltung von Europäischer Gemeinschaft, Land NRW und Stadt Dortmund im Frühjahr 1995 waren die Westfalenhallen Gastgeber für Unternehmer aus ganz Europa. Etwa 350 mittelständische Firmen aus NRW präsentierten sich in den Hallen und führten mit den ausländischen Besuchern

mehrere Tausend Gespräche mit dem Ziel, miteinander ins Geschäft zu kommen. Das Prinzip des EUROPARTENARIAT übernahm das nordrhein-westfälische Wirtschaftsministerium für die Folgeveranstaltung EUROPARTENARIAT NRW, die 1998 wiederum Unternehmer aus ganz Europa in Dortmund zusammenführte. 3 500 Besucher aus 37 Nationen kamen zu dieser internationalen Kontaktbörse der Wirtschaft mit dem neuen Titel EUROPARTNER. Bei der Standortentscheidung spielte eine wesentliche Rolle, dass sich die Westfalenhallen als Messe- und Kongresszentrum bewährt hatten.





Der großzügige Eingangsbereich der Messe Westfalenhallen Dortmund: das Messeforum.

Im dicht gedrängten Messeprogramm der Hallen war auch in der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre noch Platz für Innovationen. Die Europäische Jugendmesse YOU sprach bei ihrer Premiere 1996 eine bis dahin vernachlässigte Zielgruppe an: „die konsumfreudige und marken-orientierte Jugend“. Mode, Freizeit und Sport waren die dominierenden YOU-Themen, im Sprachgebrauch der Messemacher „outfit, sport, lifestyle“.

Eine neue Fachmesse, die rail#tec, führte erstmals 1998 Bahnexperten aus ganz Europa in Dortmund zusammen, die sich über neue technische Entwicklungen des Bahnverkehrs informierten und Zukunftsperspektiven diskutierten. Dieser internationale Bahngipfel fand im Februar 2000 erneut in den Westfalenhallen statt. Danach erlebte die rail#tec ihre Neuauflagen nicht mehr als Gastmesse, sondern als Eigenveranstaltung. Die Westfalenhallen übernahmen Durchführung und Organisation dieses Branchenforums, das 2009 verkürzt in #rail umbenannt wurde.

Das Konzept der Regionalmessen, die Vielfalt und Attraktivität des Ausstellungsprogramms, die Termindichte und die hohe Auslastung der Hallen ließen Dortmund endgültig zum vierten bedeutenden Messeplatz in NRW neben Köln, Düsseldorf und Essen aufrücken. Die Neunzigerjahre begannen nicht nur mit einem Ausstellungsjahr der Rekorde, sie entwickelten sich

zu einem ganzen Jahrzehnt der Rekorde. Der Geschäftsbereich Messen meldete fast durchgängig Jahr für Jahr neue Bestmarken bei Umsatz und Gewinn. 1997 besuchten erstmals mehr als eine Million Menschen die Messen in den Westfalenhallen. Es waren genau 1 009 909.

Technischer Standard, Komfort und Flächenkapazität wurden in der zweiten Hälfte der Neunzigerjahre weiter verbessert. Die Hallen 2 und 3 erhielten repräsentative Eingangsbereiche, die Halle 2 wurde mit Foyer und Untergeschoss grundlegend modernisiert. Vor dem Mitte der Achtzigerjahre errichteten Messezentrum entstand als Verbindung der Hallen 4 und 5 das neue, Anfang 1998 eröffnete Messeforum, u. a. mit Garderoben für 2 500 Personen und einer zentralen Information. Die Bruttoausstellungsfläche des gesamten Westfalenhallenkomplexes erhöhte sich damit auf etwa 49 000 Quadratmeter.

Wenn auch die Neunzigerjahre das bis dahin erfolgreichste Jahrzehnt des Messe- und Ausstellungsbereichs waren, so konnte naturgemäß nicht alles gelingen, was die Messe-Macher anpackten. So scheiterten die Versuche, einen Reisemarkt als ständige Ausstellung in Dortmund zu etablieren. Das Konzept für eine regionale Automobilmesse ging ebenfalls nicht auf. In etwas kleinerem Rahmen besetzt aber der „Autofrühling“ unter Regie

der Westfalenhallen in der Florianhalle am Rande des Westfalenparks dieses Segment. Mit der GaHoFa, der Fachschau für das Hotel- und Gaststättengewerbe, verlor die Westfalenhallen Dortmund GmbH 1993 eine Fachmesse, deren Tradition bis in die Vorkriegszeit zurückreichte. In der Branche setzte sich die in Düsseldorf veranstaltete „Hogatec“ gegen die „GaHoFa“ durch. „Verblüht“ ist auch die Hallen-Gartenschau, die an die erfolgreichen „Blumenparadiese“ aus den Fünfzigerjahren anknüpfen sollte, aber letztlich nicht mehr die erhoffte Resonanz fand.

### Die ersten Jahre im neuen Jahrtausend: Vermarktungsanstrengungen

Die Jahrtausendwende hat für die Messe Westfalenhallen nicht nur kalendrische Bedeutung. Nach dem Rekordkurs der Neunzigerjahre zeichnen sich inzwischen neue Entwicklungen ab. Die Zeiten, in denen Messen und Ausstellungen, die mit guten Themen am Markt sind, als Selbstläufer mit steigenden Besucher- und Ausstellerzahlen abschließen, gehören der Vergangenheit an. Auf dem Messemarkt wird vielmehr ein stetig zunehmender Wettbewerbsdruck spürbar. Ursachen dafür sind u. a. die Kapazitätsausweitungen von Messeflächen durch Messeneu- und -erweiterungsbauten an vielen, auch neuen Standorten im In- und benachbarten europäischen Ausland, verbunden mit qualitativen Verbesserungen. Allgemein leidet das Messengeschäft unter mittlerweile lang anhaltenden konjunkturellen Schwankungen und globalen wirtschaftlichen Herausforderungen, wie der weltweiten Finanzkrise 2008/09. Hinzu kommen weitere Faktoren, wie die durch unterschiedliche Finanzierungen aus öffentlichen Haushalten verursachten Wettbewerbsverzerrungen zwischen den deutschen Messeplätzen.

Mit einer organisatorischen Umstrukturierung, verbunden mit einer Verstärkung der Personalkapazität, hat sich die Messe auf die zunehmend dynamische und schwierige Marktbeurteilung eingerichtet.

Der Messeplatz Dortmund wird mit fast 60 Messen und Ausstellungen nicht nur immer interessanter, sondern auch internationaler. Das unterstreichen nicht nur die beiden Messen

JAGD & HUND und „Inter-tabac“ mit ihrem hohen Auslandsanteil, sondern auch die Vermarktungsanstrengungen einschließlich des Auslandsvertriebs. Erstmals in ihrer Geschichte betreibt die Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH heute Auslandsvertretungen für insgesamt 27 Länder. Dabei sind neben Europa vor allem die Länder Zentral- und Südamerikas strategisch wichtige Märkte.

Bei den Messen wie „Inter-tabac“, JAGD & HUND und INTERMODELLBAU wächst das internationale Besucherinteresse von Jahr zu Jahr. Seit April 2007 hat die Messeleitung deshalb zu den internationalen Messen in Zusammenarbeit mit der Flughafenleitung in Dortmund einen neuen Bus-Shuttle-Service zwischen Airport und Westfalenhallen eingerichtet. Außerdem werden gemeinsam mit DORTMUNDtourismus, der offiziellen Tourismusorganisation der Stadt, attraktive Reiseangebote für Interessenten arrangiert.

Von besonderer Bedeutung ist die jüngste Messehalle 3B mit einer Nutzfläche von 10 600 Quadratmetern, deren Bau der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 17.5.2002 mit einem Gesamtkostenvolumen in Höhe von 28,6 Millionen Euro (einschließlich Verwaltungsgebäude) zugestimmt hat. Mit dem Bau dieser Halle hat das Unternehmen eine Reihe von vorrangigen Zielen erreicht.



Die „Proform“ thematisierte 2008 erstmals die integrierte Fertigung von Metall- und Kunststoff-Bauteilen.



Eins davon ist die Vergrößerung der Hallenfläche, um damit den größeren Messen der Messe Westfalenhallen Dortmund mehr Spielraum zu geben und sie an den Standort Dortmund zu binden. Weiter eröffnet sie neue Möglichkeiten, angesichts der hohen Umschlagziffer des Geländes weitere, auch kleinere Messen durchzuführen. Sie entlastet auch die Westfalenhallen 1 bis 3 vom Messebetrieb. Vor allem die Große Westfalenhalle, als klassische Sport- und Veranstaltungsarena, kann seitdem noch stärker als zuvor für ihre eigentlichen Einsatzzwecke genutzt werden. Die Halle 3B wurde Anfang März 2004 mit der Messe MOTORRÄDER in Betrieb genommen; die offizielle Eröffnung fand am 1.9.2004 zum Boulevard.DORTMUNDER HERBST statt.

Der deutsche Messemarkt ist hart umkämpft, auch deshalb wird ständig an neuen Messethemen gearbeitet. So tauchen in den Messeprogrammen der Jahre nach 2000 Themen wie Lärmschutz, Verpackung, Schützigut, Augenoptik, Gesundheit, integrierte Fertigung von Metall/Kunststoff-Bauteilen und Veranstaltungswirtschaft auf. Sie werden zum Teil auch von neuen Gastveranstaltern behandelt, die für den Messeplatz Dortmund gewonnen werden konnten. Seit 2008 besteht z. B. eine vielversprechende Kooperation mit dem in Europa führenden Anbieter von zeit- und kosteneffektiven Regionalmessen unter dem Markennamen easyFairs, der seine sämtlichen NRW-Messen in der Messe Westfalenhallen durchführt.

Vieles hat sich seit Beginn dieses Jahrtausends bewegt und verändert, weitere Entwicklungen sind zu erwarten. So hat sich das Internet längst zu einem vielfältig nutzbaren Kommunikationsnetz entwickelt und damit auch eine wichtige Bedeutung für das Messewesen erlangt. Das Web kann die persönlichen Kontakte auf Messen nicht ersetzen und ist somit keinesfalls Konkurrenz, sondern eröffnet vielmehr neue Möglichkeiten: die Bereitstellung von aktuellen Service-Informationen und -Leistungen für Aussteller wie Besucher sowie zusätzliche Kommunikationsplattformen durch aktuelle und attraktive Internet-Auftritte für alle Messen.

Die Ansprüche von Besuchern und Ausstellern wachsen ständig. Darauf muss die Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH reagieren. 2008 hat das Unternehmen beispielsweise in ein innovatives Besucherinformationssystem investiert und dies

zur INTERMODELLBAU erfolgreich eingeführt. In den Hallen und auf dem Messegelände ersetzen nun 24 Bildschirme die bisherigen gedruckten Hallenpläne. Die Texte können jederzeit aktualisiert werden und garantieren somit aktuelle Informationen. Aussteller können Werbung platzieren und Besucher sich schnell über Standorte der Aussteller in der jeweiligen Messehalle informieren. Als nächste Maßnahme ist auch ein Besuchereinklaffungssystem geplant. Ein erster Test mit mobilen, untereinander vernetzten Handscannern hat bereits anlässlich der INTERMODELLBAU 2008 erfolgreich stattgefunden.

Den Zutritt zu den Messehallen erleichtert der neu gestaltete Messeeingang West. Nach acht Monaten Umbauzeit wurde das Projekt im Spätsommer 2008 abgeschlossen. Nach dem Umbau ist die Messe Westfalenhallen Dortmund heute flexibler bei Doppel- und Mehrfachbelegungen des Geländes. Südlich der Halle 8 steht seit 2006 der neue Parkplatz A8 zur Verfügung. Von dort aus können die Besucher die Messe Westfalenhallen Dortmund besonders bequem über den Messeingang West erreichen. Durch den neuen Parkplatz wurde die Bedeutung des Eingangs West deutlich gestärkt.

Im hart umkämpften Messemarkt wachsen aber auch die Anforderungen an den Aussteller-Service. Daher vermarktet die Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH Service-Dienstleistungen, wie Stromanschluss-Bestellungen oder Standbau, heute einheitlich über ein sogenanntes Aussteller-Service-Team. Der Kunde hat damit vielfach nur noch einen Ansprechpartner.

Die Messe Westfalenhallen hat sich zum vorrangigen Ziel gesetzt, neben ihrem umfangreichen Angebot als Regionalmesse nicht nur ihren Platz unter den NRW-Messestandorten zu halten, sondern auch das internationale Niveau ihrer Angebote kontinuierlich weiter zu verbessern und auszubauen.

## Dauerbrenner und Highlights

### JAGD & HUND: Europas führende Messe für Jagd und Angelfischerei

Bei keiner der vielen Messen in Dortmund beherrscht die Farbe Grün dermaßen die Szenerie wie bei der JAGD & HUND. Viele Besucher, in der Mehrzahl Jäger und Angler, strömen während der sechs Messetage im Januar oder Februar im klassischen Lodenmantel oder in hochmodischer Tracht in die Hallen, wo ebenfalls Naturfarben dominieren. Komplette Biotope sind schon unter dem Hallendach naturnah angelegt worden, um zu dokumentieren, dass sich Jäger und Angler vor allem auch als Naturschützer verstehen. So gehören Landschafts- und Naturschutz stets zu den wichtigen Messestemen.

Die JAGD & HUND begann bescheiden als Gastmesse in Halle 4. Nachdem die Westfalenhallen 1987/88 die Ausstellung übernahmen und seither als Eigenveranstaltung durchführen, erlebte die JAGD & HUND einen rasanten Aufschwung. Im Jahre 2006 fand sie bereits zum 25. Male statt, in den letzten Jahren unter Einbindung von Partnerländern mit attraktiven Jagdmöglichkeiten, u. a. Polen, Bulgarien und Tschechien. Heute beteiligen sich bereits über 600 Aussteller aus rund 30 Ländern, die ihr Angebot auf über 40 000 Quadratmetern Hallenfläche präsentieren. Die JAGD & HUND hat die größte Zahl ausländischer Aussteller aller Dortmunder Messen, 25 Nationen sind vertreten. Mehr als 70 000 Menschen informieren sich beim traditionellen Termin Ende Januar oder Anfang Februar jedes Jahr über Wildhege und -pflege, Jagdprodukte und Jagdtouristik, Jagdfahrzeuge und Jagdhäuser, Fischerei und Fischfang, Angelbedarf und Angelreisen. Die Besucher erwartet unter anderem die umfangreichste Präsentation internationaler Jagdreisen in ganz Europa.

Regelmäßig röhren bei der JAGD & HUND sogar Hirsche unterm Hallendach – allerdings keine echten. Die besten Hirschruf aus der grün gewandeten Zunft tragen in Dortmund seit 1998 die Deutschen Meisterschaften aus. 1999, 2000 und 2009 fanden auch die Europameisterschaften in den Westfalenhallen statt. Nicht als Spektakel, sondern aus Sorge um das Rotwild hatte der damalige Chefredakteur der Zeitschrift „Wild &



Die besten Hirschruf suchen bei der JAGD & HUND ihren Meister.

Hund“ den Wettbewerb der Hirschruf ins Leben gerufen. Auf Ochsenhörnern, Schneckengehäusen und auch auf ausgehöhlten Riesenhornklau-Stängeln imitieren Jäger den Ruf der liebestollen Hirsche und der Platzhirsche während der Brunftzeit. Ein echter „Hirschlüsterer“ unterscheidet dabei bis zu 18 Arten des Röhrens.

### CREATIVA: Messe für kreatives Gestalten

Während bei der INTERMODELLBAU die männlichen Besucher eindeutig dominieren, ist die CREATIVA die Messe des weiblichen Geschlechts. Seit 1982 verwandelt sich die Messe Westfalenhallen Dortmund einmal im Jahr in ein riesiges Atelier. Das Spektrum der Themen rund um das kreative Gestalten ist breit gefächert: Handarbeiten, Spinnen und Weben, Malen und Zeichnen, Holz- und Metallarbeiten, Schmuckherstellung, Seiden- und Glasmalerei, Töpferei. Bei zahlreichen Kreativkursen lassen sich interessante Techniken erlernen oder verfeinern. Ein Bühnenprogramm wartet mit interessanten Vorführungen auf, und in verschiedenen Workshops sind künstlerische Fertigkeiten und Handarbeiten zu sehen. Die Messe liefert nicht nur Anregungen für Hobby und Freizeit, sie stellt auch ein Informationsforum und eine Präsentationsplattform dar für jene, die in ihrem Beruf handwerklich-kreativ bzw. gestalterisch tätig



INTERMODELLBAU: „Paradebeispiel für die Entwicklung eines Messthemas“.

sind. Die CREATIVA hat sich zur führenden deutschen Messe entwickelt, die ausschließlich das Thema kreatives Gestalten in den Mittelpunkt stellt. Weit über 400 Aussteller aus Deutschland und mehreren europäischen Ländern auf einer Ausstellungsfläche von über 30 000 Quadratmetern sowie mehr als 80 000 Besucher bestätigen dies.

#### **INTERMODELLBAU: Europas größte Messe für Modellbau und Modellsport**

Hubschrauber kreisen, Schiffe brechen durch die Wellen, Dampfloks schnaufen, schwere Trucks bahnen sich den Weg, Kräne hieven Lasten, Rennwagen rasen durch die Kurven – und zwar alles im Modell. Die große Welt im Kleinen präsentiert sich alljährlich auf der INTERMODELLBAU, Europas führender Messe für Modellbau und Modellsport.

Für die Besucher ist die INTERMODELLBAU Jahr für Jahr ein Erlebnis, für die Messeleitung der Westfalenhallen „ein Paradebeispiel für die Entwicklung eines Messthemas“.<sup>24</sup> Denn bei ihrer Premiere 1979 startete die INTERMODELLBAU in einer einzigen Halle. Viele Jahre belegte die Messe später alle Hallen und damit die gesamte in Dortmund zur Verfügung stehende Messefläche. Sie lockt alljährlich im Frühjahr rund 100 000 Besucher, jeder fünfte davon aus dem Ausland, in die Hallen. Mit über 20 000 Einzelmodellen und Modellbahn-Anlagen und interessanten Vorführungen präsentiert die INTERMODELLBAU das größte Angebot in Europa.<sup>25</sup> Über 500 Aussteller, darunter mehr als 400 Unternehmen, Hersteller und Händler sowie bundesweit tätige Modellbauverbände, beteiligen sich. Zu den Hauptattraktionen gehören die Flugvorführungen der Hubschraubermodelle und das 400 Quadratmeter große Vorführbecken für Schiffsmodelle sowie Mini-Truck-Vorführungen auf mehreren großen Verkehrsflächen.

Im Jubiläumsjahr 2008 fand die Messe zum 30. Male statt und zeigte nicht nur sämtliche Spielarten des Modellbaus und des Modellsports, sondern passend zum runden Geburtstag eine Sonderschau zur Geschichte des Flugzeug-Modellsports. Darüber hinaus wimmelte es auf der Ausstellung wieder einmal nur so von Ungewöhnlichem und jeder Menge handwerklicher



Viel Betrieb auf der CREATIVA.

Modellbaukunst. So waren u.a. zu sehen: das 5,35 Meter breite und immerhin 97 Kilogramm schwere Modell eines Airbus 380-900, ein handgefertigtes Modell von New York und die Nachstellung der historischen Schlacht von Waterloo mit über 40 000 handbemalten Figuren. 2009 verließ die Messe erstmalig die Hallen: Im nebenan gelegenen Stadion Rote Erde wurden spektakulär Modellflugzeuge vorgeführt.

#### **ELEKTROTECHNIK: Führende regionale Fachmesse für Elektrotechnik und Industrie-Elektronik**

Sie ist ein Klassiker im Dortmunder Messeprogramm und nur ein Jahr jünger als der Boulevard.DORTMUNDER HERBST. 1973 fand die ELEKTROTECHNIK erstmals statt und hat sich seither zur führenden deutschen Regionalmesse der Branche entwickelt. Es sind vor allem die Fachbesucher aus Industrie, Elektrohändler, Energieversorgungsunternehmen und Großhandel, die sich auf der Fachmesse über aktuelle Trends und Produktneuheiten informieren. Aber auch Fachleute aus Behörden, Verwaltung und technischen Institutionen, aus Wohnungsbaugesellschaften, Hochschulen und dem Aus- und Weiterbildungssektor sowie Architekten und beratende Ingenieure sind regelmäßige Gäste.

Das Angebot wird ständig der wachsenden Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnik angepasst.



Ein Highlight unter den Fachmessen: die ELEKTROTECHNIK, hier im Jahr 2009.

Angebotsschwerpunkte sind heute Elektroinstallationstechnik, Mess- und Regelungstechnik, Beleuchtungstechnik, Klima- und Lüftungstechnik sowie EDV-Branchenlösungen. Hochaktuell sind angesichts knapper werdender Energieressourcen die Themen Gebäudesystemtechnik und Energieeffizienz.

Partner der Messe Westfalenhallen Dortmund und fachlicher Träger der erfolgreichen Fachmesse ist der Fachverband Elektro- und Informationstechnische Handwerke NRW. Mehr als 450 Aussteller sind auf der ELEKTROTECHNIK auf über 40 000 Quadratmetern Ausstellungsfläche vertreten. Rund 30 000 Besucher informieren sich über das Angebot.

#### **„Inter-tabac“: Weltweit führende Fachmesse für Tabakwaren und Raucherbedarf**

Diese Messe schlägt die Brücke von Herstellern und Importeuren zum Fachhandel. Die „Inter-tabac“ hat sich mittlerweile über Deutschland hinaus zur weltweit führenden Fachmesse für Tabakwaren und Raucherbedarf entwickelt und ist damit wichtigster Einkaufstermin des Jahres für den Fachhandel.

Mit einer Ausnahme fand sie seit 1978 jährlich statt. 2008 wurde sie zum 30. Mal durchgeführt, und zwar sehr erfolgreich: Über 250 Aussteller mit einem Auslandsanteil von nahezu 40 Prozent belegten eine Netto-Ausstellungsfläche von



Auf der „Inter-tabac“, der weltweit führenden Fachmesse für Tabakwaren und Raucherbedarf, gibt es reichlich zu sehen und zu probieren.

rund 10 000 Quadratmetern. Nie war die „Inter-tabac“ größer und internationaler.

Die „Inter-tabac“ richtet sich an Tabakwarenfach-, Groß- und Einzelhändler aus der gesamten Bundesrepublik und dem Ausland. Sie zählt inzwischen mehr als 6 000 Fachbesucher. Das Jubiläum 2008 wurde mit einem spektakulären internationalen Branchenabend in Stil der Zwanzigerjahre begangen. Titel: „Swing Together“.

Die Geschichte der „Inter-tabac“ ist eine Erfolgsgeschichte. Nach 1 750 Besuchern zum Auftakt 1978 fanden schon fünf Jahre später erstmals 3 000 Besucher den Weg nach Dortmund. Nach der Jahrtausendwende knackte die „Inter-tabac“ die nächsten Schallmauern: Erst 4 000, später sogar über 5 000 Fachleute strömten in die Messe Westfalenhallen Dortmund. Parallel dazu kamen auch immer mehr Aussteller. Mitte der Neunzigerjahre

gab es erstmals über 100 Messestände zu begutachten. 2006 und 2007 stellten auch diese Marke in den Schatten.

Aber nicht nur die Zahl der Aussteller und Fachbesucher stieg, auch die Qualität der Messe steigerte sich von Jahr zu Jahr. 2005 zog die „Inter-tabac“ in die Hallen 4 und 7 um, und der Tabak-Boulevard wurde als strukturierendes Element in das Gesamtkonzept integriert. Direkt am Boulevard siedelte man die maßgeblichen Aussteller für Tabak, Tabakfeinschnitt, Zigarren, Zigarillos und Pfeifen als Kern des Angebotsspektrums der „Inter-tabac“ an.

Das Konzept gefiel. Schon zwei Jahre später musste man erneut erweitern. Die wachsende Nachfrage hatte die bisherigen Hallenkapazitäten gesprengt. 2007 fand die Fachmesse erstmals in den Hallen 4, 7 und 8 statt. Herzstück der „Inter-tabac“ bleibt der Tabak-Boulevard, der die Hallen verbindet und in die Inter-

tabac-Lounge mündet. Hier trifft sich die Branche zum zwanglosen Austausch, um Kontakte zu pflegen und Geschäftsabschlüsse zu tätigen.

#### Boulevard.DORTMUNDER HERBST: Verbrauchermesse – eine der größten der Region

Wenn es Herbst wird, fallen in Dortmund die Blätter wie an jedem anderen Ort auch. Und dennoch ist der Dortmunder Herbst mehr als nur eine Jahreszeit. Wer vom Boulevard.DORTMUNDER HERBST, wie er sich mit neuem Konzept seit 2005 nennt, spricht, der meint den Klassiker im Messeprogramm, eine der größten Verbrauchermessen der Region. Nach dem neuen Konzept trifft der Besucher im Messegeschehen auf sogenannte „Event-Plazas“. Das sind Aktionsflächen, auf denen jährlich aktuelle Themen präsentiert werden, zum Beispiel ein Musical-Highlight.

Die Besonderheit beim Boulevard.DORTMUNDER HERBST und das Geheimnis seines Erfolgs liegen in der Vielfalt, verbunden mit dem Erlebnischarakter. Das Angebot der Aussteller lässt fast keinen Bereich des täglichen Lebens unberührt. Ob Haus und Garten, Mode und Schmuck, Wohnen und Einrichten, Heimwerken, Hobby, Reise oder Freizeit – zu all diesen Themen finden sich Produkte, Anregungen, Informationen. Viele Aktionen können die Besucher direkt vor Ort erleben, selbst ausprobieren und dabei auch manches „Schnäppchen“ machen. Dass die Messe Westfalenhallen sich zum Boulevard.DORTMUNDER HERBST in eine riesige Erlebniswelt verwandelt, macht den speziellen Reiz aus. Nicht nur Konsum steht im Mittelpunkt. Energieversorger, Verbände und Institutionen, Medien, Versicherungen, Automobilclubs, die Bundeswehr und viele weitere Aussteller bieten eine Fülle von Informationen und damit manchmal auch ein Stück „Lebenshilfe“ für die Besucher.

Wer vom Messerundgang ein wenig müde geworden ist, der kann es sich während einer Pause schmecken lassen. Ein großer Teil der Ausstellungsfläche ist den kulinarischen Genüssen vorbehalten.

1972 hatte die Verbrauchermesse ihre Premiere in Dortmund, damals noch – wie bereits erwähnt – mit dem Untertitel



Ein Blick auf den Boulevard.DORTMUNDER HERBST.

„Frau – Heim – Hobby“. 243 Aussteller präsentierten zum Auftakt ihr Angebot, und etwa 70 000 Besucher kamen. In den Folgejahren eroberte der „Dortmunder Herbst“, wie er zunächst hieß, durch enorme Steigerungsraten bei den Aussteller- und Besucherzahlen seine Position als „Platzhirsch“ unter den Verbrauchermessen in Westdeutschland. Die Nachfrage der Aussteller überstieg häufig das Angebot an Ausstellungsfläche. Dieser Nachfragedruck war mitentscheidend für den Bau weiterer Hallen.

Die bisher höchste Besucherzahl wurde 1993 erreicht, als fast 195 000 Menschen über den „Herbst“ bummelten. 1998 kamen über 181 000 Besucher und informierten sich bei 731 Ausstellern. Die Messe-Verantwortlichen träumten davon, einmal die magische Zahl von 200 000 Besuchern zu übertreffen. Dies wurde aber nicht erreicht.

Nach wie vor kommen jedoch alljährlich im Herbst rund 100 000 Besucher in das „größte Kaufhaus“ im Einzugsbereich von Dortmund, um das riesige Informations-, Kauf- und Erlebnisangebot „unter einem Dach“ zu genießen. Sie erwarten die Angebote von mehr als 600 kommerziellen und ideellen Ausstellern nicht nur aus Deutschland, sondern auch aus Europa und Übersee sowie die jährlich wechselnden Aktionen auf den „Event-Plazas“.





„Welt-Hunde-Ausstellung“ 2003.

Auch wichtige Gastmessen haben sich im Laufe der Zeit erfolgreich am Messeplatz Dortmund etabliert:

#### MOTORRÄDER

Zur traditionsreichsten Großveranstaltung der Zweiradbranche hat sich die MOTORRÄDER entwickelt. Im Jahre 2009 schrieb die Messe in Dortmund „25 Jahre Motorradgeschichte“. Zur Premiere im Jahre 1985 startete sie gleich mit 30 000 Besuchern. 1996 und 1997 kamen sogar rund 140 000 Menschen in die Messe Westfalenhallen Dortmund. Im Jubiläumsjahr wurden zirka 100 000 Besucher und über 400 Aussteller in den Westfalenhallen 3B bis 7 gezählt. Über viele Jahre war die Messe die größte jährlich stattfindende Zweiradmesse der Welt.

Auf der Messe zeigt der Veranstalter alles, was zum Motorradfahren dazugehört: Maschinen, Bekleidung, Technik, Serviceangebote und Reisen. Darunter auch Fahrzeuge, die man nicht an jeder Ecke sieht: originelle Roller und sportliche Motorräder, Custom-Bikes und Streetfighter. Darüber hinaus pflegen Sonderschauen Motorradthemen abseits des kommerziellen Angebots. Auch Zukunftsthemen werden behandelt, wie im Jubiläumsjahr Elektroantriebe im Zweirad. Zusammen mit vielen Motorradclubs präsentieren die Veranstalter auch Kult-Bikes und versunkene Marken, zum Beispiel den Heinkel-Roller. Live-Action

erleben die Besucher bei Trialvorführungen, Mini-Steilwand und Quad-Artistik. Eine Oldtimerschau setzt immer wieder wechselnde Akzente.

Im Laufe der Jahrzehnte hat sich in Dortmund auch mancher Prominente seiner Motorradleidenschaft gewidmet, darunter Musik- und Showgrößen wie Thomas Gottschalk und Helge Schneider oder auch Politiker wie der damalige Bundesverkehrsminister Werner Dollinger.

#### „Hund & Pferd“

Edelste Pferde sorgen seit 2006 auf der „Hund & Pferd“, einer VDH-Bundessieger-Zuchtschau und Messe für Pferdefreunde, zusammen mit den schönsten Hunden für unvergessliche Momente. Zur Premiere kamen gleich über 75 000 Besucher, um die vielseitigen Vierbeiner aus allernächster Nähe zu erleben. Die Pferdeliebhaber erwarten ein anspruchsvolles Show- und Begleitprogramm. Dazu gehören Aktionsflächen der Reitverbände sowie eine große Showarena. Auf der größten Hundeausstellung Deutschlands im Rahmen der „Hund & Pferd“ werden etwa 9 000 Hunde aus weit mehr als 200 Rassen gezählt.

Der Verband für das Deutsche Hundewesen ist auch Veranstalter der VDH-Europasieger-Ausstellung, die zirka 45 000 Besucher zählt, und muss damit als einer der aktivsten Gastveranstalter in der Messe Westfalenhallen Dortmund gelten. Darüber hinaus ist der Verband regelmäßig Gast im Kongresszentrum Westfalenhallen. Die Aktivitäten des VDH machen Dortmund sicherlich zur „Hundehauptstadt“ Deutschlands. 2003 holte der Verband sogar die „Welt-Hunde-Ausstellung“ in die Westfalenhallen, genauso wie bereits 1956, 1973, 1981 und 1991.

#### DKM

Seit 1999 hat die DKM in den Westfalenhallen ihr Zuhause. Hinter der Abkürzung verbirgt sich die für Laien zunächst wenig verständliche Bezeichnung „Deckungskonzeptmesse“. Es handelt sich nach Angaben des Veranstalters um Deutschlands größte Fachmesse der Finanz- und Versicherungswirtschaft. Die DKM ist Treffpunkt für unabhängige Vermittler und Finanzdienstleister

## Messen in der Messe Westfalenhallen Dortmund 2010

	<b>INNOWAI*</b> INNOVATIVE WOHNART / Ordermesse (nur für Fachbesucher)		<b>easyFairs VERPACKUNG West*</b> Plattform für die Verpackungsindustrie des Westens (nur für Fachbesucher)
	<b>DORTMUNDER ANTIK &amp; SAMMLERMARKT*</b>		<b>Proform</b> Fachmesse für Stanz- und Spritzgießtechnik im innovativen Technologieverbund mit Fachforum Verfahrensintegration (nur für Fachbesucher)
	<b>Best of Events*</b> Internationale Fachmesse für Events - Live-Marketing - Veranstaltungsservices & Kongress (nur für Fachbesucher)		<b>Internationale Tattoo und Piercingconvention*</b>
	<b>Brille &amp; Co*</b> Die Augenoptik-Fachmesse (nur für Fachbesucher)		<b>FAHOBA.kreativ</b> Fachmesse für kreatives Gestalten (nur für Fachbesucher)
	<b>Hochzeitstage*</b> Informieren, Anprobieren, Kaufen Auf den schönsten Hochzeitstagen Deutschlands		<b>EINSTIEG Abi Messe in Dortmund*</b>
	<b>JAGD &amp; HUND</b> Internationale Messe für Jagd & Angelfischerei		<b>Inter-tabac</b> Internationale Fachmesse für Tabakwaren & Raucherbedarf (nur für Fachbesucher – Zutritt ab 16 Jahren)
	<b>Deutsche Brieftaubenausstellung*</b> Weltgrößte Veranstaltung des Brieftaubensports		<b>FAIR</b> Die Messe für Fairen Handel
	<b>Westfälische Münz- &amp; Sammler-Börse</b> Münzen, Medaillen, Orden, Papiergeld, Sammler-Literatur, Postkarten		<b>Boulevard.DORTMUNDER HERBST</b> Verbrauchermesse
	<b>Eurocide*</b> Internationaler Kongress und Fachmesse für Schädlingsbekämpfung (nur für Fachbesucher)		<b>UNTERWEGS</b> Outdoor + Reisen
	<b>food sensation*</b> Food Messe für Großverbraucher der evglgroup (nur für Fachbesucher)		<b>Gesundheitsmesse BODY &amp; HEALTH Dortmund*</b> Die Messe fürs Leben
	<b>Wäsche und mehr...*</b> Lingerie Ordermesse (nur für Fachbesucher)		<b>Hund &amp; Pferd*</b> VDH-Bundessieger Ausstellung und Messe für Pferdefreunde
	<b>easyFairs ANTRIEBSTECHNIK &amp; INSTANDHALTUNG*</b> Zwei Themen – ein Standort. Regionale Fachmesse für Industrieanwendungen in NRW (nur für Fachbesucher)		<b>DKM Konzepte &amp; Lösungen*</b> Internationale Fachmesse für die Finanz- und Versicherungswirtschaft (nur für Fachbesucher)
	<b>MOTORRÄDER*</b> Internationale Motorrad-Ausstellung		<b>konaktiva Dortmund*</b> Die Jobmesse im Ruhrgebiet
	<b>ME - Mobile Electronics*</b> Messe für mobile Elektronik und Kommunikation		<b>Lärmschutz*</b> Internationale Fachtagung mit begleitender Beratungs- und Informationsausstellung
	<b>CREATIVA</b> Europas größte Messe für kreatives Gestalten		<b>MY CAR*</b> Internationale Tuning- & Sportwagen-Show
	<b>BauMesse NRW*</b> Messe rund ums Bauen & Wohnen, Kaufen & Finanzieren, Modernisieren & Einrichten, Renovieren & Energie sparen		<b>QualiPro*</b> Die Fachmesse für Qualitätssicherung in der Produktion
	<b>INTERMODELLBAU</b> Messe für Modellbau und Modellsport		<b>Westdeutsche Mineralientage Dortmund</b> Das internationale Ereignis für Freunde und Sammler von Mineralien, Fossilien, Edelsteinen und Schmuck
	<b>HUND &amp; HEIMTIER*</b> VDH-Europasieger-Ausstellung und Messe für Tierfreunde		<b>Dortmunder Amateurfunkmarkt*</b>
	<b>PATCHWORKTAGE 2010</b>		

Die mit einem \* gekennzeichneten Ausstellungen werden nicht von der Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH organisiert. (Stand: Dezember 2009)

Jederzeit aktuelle Messetermine erhalten Sie unter [www.messe-dortmund.de](http://www.messe-dortmund.de)

Messe Westfalenhallen Dortmund

in den Bereichen Versicherung, Bausparen und Investment. Sie war ursprünglich eine Präsentation von Ausstellern mit einem sehr umfangreichen Tagungsprogramm zum Informations- und Erfahrungsaustausch. Ihre vierte Austragung fand erstmals in Dortmund statt, da mit der Erweiterung des Messeprogramms die am vorherigen Standort Bayreuth vorhandenen Kapazitäten nicht mehr ausreichten. Die Veranstalter suchten daher nach einem zentralen Messeort mit guter Infrastruktur und entschieden sich für die Westfalenhallen. Nach ihrem Umzug nach Dortmund eilte die Messe von Rekord zu Rekord. Inzwischen zählt sie rund 400 Aussteller und fast 20 000 Teilnehmer. Ein Festabend in den Westfalenhallen beendet traditionell den Eröffnungstag.

## Ausblick

Viel Licht und wenig Schatten am Anfang des neuen Jahrtausends: In einem hart umkämpften Markt hat die Messe Westfalenhallen Dortmund einen Stammpplatz unter den deutschen Messestädten behauptet und ist mit einem vielfältigen Messeprogramm bei hoher Auslastung für die Zukunft gewappnet. Die Umschlagziffer der klassischen Messehallen liegt bei 15 – ein Spitzenwert in der Branche.

An die 60 Messen finden alljährlich auf dem Messeplatz Dortmund statt und werden von vielen Hunderttausend Menschen besucht. Die meisten dieser Veranstaltungen haben sich seit vielen Jahren im Messeprogramm der Gesellschaft etabliert.

Dennoch unterliegt das Messewesen einem dynamischen Wandel. Einerseits entwickeln sich die Messen selbst inhaltlich weiter, andererseits sind die Veranstalter gefordert, Gespür für neue Themen zu beweisen. Deshalb vergeht ungeachtet der schwierigen Terminkoordination kaum ein Jahr ohne neue Messen.

Auch aufgrund des Baus mehrerer neuer Hallen, des Messezentrums, des Messeforums, von zusätzlichen Logistikflächen für den Auf- und Abbau auf dem ehemaligen Sportplatz südlich der Halle 4 und auf dem Gelände Ardeyblick, der Klimatisierung der Messehallen und der Halle 4 sowie der Erweiterung des Messeeingangs West hat die Messe Westfalenhallen Dortmund ihre

Position als größter und bedeutendster Messeplatz in Westfalen und viertgrößter im Land NRW weiter festigen und ausbauen können.

Das Messegeschäft hat sich freilich zu Beginn des 21. Jahrhunderts drastisch verändert. Die Ansprüche der Kunden wachsen ebenso wie die Anstrengungen zur Vermarktung. Persönlicher, enger Kundenkontakt, überzeugende Messethemen und ein funktionierender nationaler wie internationaler Vertrieb sind die Herausforderungen der Zukunft. Die Messe Westfalenhallen Dortmund stellt sich diesen Aufgaben erfolgreich.