

Messeplatz Deutschland: Jubiläen und Umsatzrekorde



NürnbergMesse: Gewinner der Wiedervereinigung.

■ **Die Messen Berlin, Friedrichshafen, Frankfurt, Hamburg und Stuttgart verzeichneten im 2014 Umsatzrekorde. Trotz eines durchwegs guten Geschäftsjahrs ist aber auch unübersehbar, dass das Messengeschäft schwieriger wird.**

BERLIN: WIEDER UMSATZREKORD

Die Unternehmensgruppe Messe Berlin hat im laufenden Geschäftsjahr 2014 mit über 265 Millionen Euro den höchsten Umsatz in ihrer Unternehmensgeschichte erzielt. Damit wurde das bis dato stärkste Jahr 2012 mit

247 Millionen Euro Umsatz deutlich übertroffen. Bei insgesamt 69 Messe- und Kongressveranstaltungen mit über 27000 Ausstellern wurden mehr als 1,9 Millionen Besucher registriert. Ein besonderer Höhepunkt des laufenden Jahres war die erfolgreiche Inbetriebnahme des CityCube Berlin.

Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH: «Berlin verfügt über eine aussergewöhnliche Attraktivität und ein ideales Umfeld für das Veranstaltungsgeschäft, mit denen wir die interessantesten Messen, Kongresse und Events für Berlin konzipieren und akquirieren können. Auf diese Weise hat die Messe Berlin seit dem Jahr 2000 rund 30 Milliarden Euro an zusätzlicher Kaufkraft für die Hauptstadtregion generiert.» Der Bereich Guest Events mit seinen Gastmessen und Kongressen trug auch im Jahr 2014 signifikant zum geschäftlichen Er-

folg der Messe Berlin bei. Voraussetzung dafür war der gelungene Wechsel vom stillgelegten Internationalen Congress Centrum Berlin in die neu eröffnete Messe- und Kongresshalle CityCube Berlin.

MESSE DÜSSELDORF: UMSATZ ÜBER PLAN

Die Messe Düsseldorf Gruppe kann ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 bilanzieren. Der Gesamtkonzern erzielte einen Umsatz in Höhe von 410 Millionen Euro (Vorjahr: 323 Millionen). Der Umsatz der Messe Düsseldorf GmbH liegt rund vier Prozent über Plan und beläuft sich auf 340 Millionen Euro (Vorjahr: 258 Millionen), davon wurden 44 Millionen im Ausland generiert. Für die Messe Düsseldorf GmbH wird mit einem Jahresüberschuss nach Steuern von über 30 Millionen Euro gerechnet (Vorjahr: 10,9 Millionen). «Wir sind sehr zufrieden», sagte Messechef Werner

M. Dornscheidt. «Der Höhepunkt 2014 war die flächenmässig ausverkaufte interpack mit sechs Prozent mehr Besuchern – das gab es noch nie», so Dornscheidt.

Fachbesucher der Messen in Düsseldorf geben in einem durchschnittlichen Messejahr insgesamt 600 Millionen Euro aus, davon rund 50 Prozent für Gastronomie und Hotellerie. Hinzu kommen Ausstellerausgaben in der Höhe von 207 Millionen Euro für Übernachtung, Verpflegung und private Einkäufe und 242 Millionen Euro für den Standbau.

START FÜR DIE «NEUE MESSE ESSEN»

Die Messe Essen setzt die Modernisierung des Messegeländes wie geplant um. Mit dem Aus- und Umbau bietet Essen technisch eines der modernsten Messegelände Deutschlands und somit einen zeitgemässen und wettbewerbsfähigen Marktplatz. Die Modernisierungsmassnahmen werden nicht nur architektonisch echte Hingucker sein, sondern vor allem die Ansprüche von Ausstellern und Besuchern an ein Messegelände voll erfüllen.

Der Spatenstich für das Bauprojekt mit einem Investitionsvolumen von rund 90 Millionen Euro erfolgt am 2. Mai 2016. «Die Modernisierung ist ein wichtiger Schritt in Richtung Attraktivität und Konkurrenzfähigkeit unseres Messestandorts», sagt Messe-Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt. «Ich freue mich sehr, dass unser Umbaukonzept die Wünsche von Ausstellern und Besuchern aufgreift. Kurze Wege, zeitgemässe Architektur sowie eine grossräumige, eingeschossige Hallenstruktur mit einfacher Wegeführung – damit bietet die «Neue Messe Essen» sowohl für Fach- als auch für Verbrauchermessen perfekte Bedingungen.» Zudem beinhaltet das Konzept die Schaffung weiterer Räumlichkeiten im Bereich des heutigen Foyers, um das Angebot an Tagungs- und Kongressfläche zu vergrössern. «Die Pläne zeichnen einen Messestandort, der alle Anforderungen unseres aktuellen und zukünftigen Messeportfolios mehr als erfüllt», so Oliver P. Kuhrt.

MESSE FRANKFURT: UMSATZREKORD

Die Messe Frankfurt hat im Geschäftsjahr 2014 ihre Umsätze weiter gesteigert und ein nachhaltig positives Ergebnis erzielt. Der Umsatz der Unternehmensgruppe ist moderat auf insgesamt über 550 Millionen Euro gestiegen, eine neue Bestmarke. Aus dem Umsatz wurde mit mehr als 45 Millionen erneut ein auf hohem Niveau stabiles Ergebnis vor Steuern erwirtschaftet. Der Konzern-Jahresüberschuss wird erneut mehr als 30 Millionen Euro betragen.

Im Rahmen des langfristig angelegten Unternehmens-Masterplans «Messe Frankfurt

2020» hat die Unternehmensgruppe in einem nicht immer einfachen wirtschaftspolitischen Umfeld wichtige Etappenziele erreicht und die nächsten Meilensteine für die kommenden Jahre anvisiert. «Mit unserer nachhaltigen Profitabilität schaffen wir den Freiraum für die Weiterentwicklung unseres Unternehmens und stärken damit unsere herausragende Marktposition in den globalen Wachstumsmärkten», sagte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, bei Vorlage der vorläufigen Kennzahlen für 2014 in Frankfurt am Main. Weltweit kamen mehr als 84 900 Aussteller, so viele wie noch nie, sowie mehr als drei Millionen Besucher zu Veranstaltungen der Messe Frankfurt. Trotz dieser erfreulichen Ergebnisse dürfe man das volatile Umfeld und die weiter anhaltenden Strukturumbrüche in einzelnen Branchen nicht vergessen», sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

FRIEDRICHSHAFEN AUF REKORDKURS

Im Geschäftsjahr 2014 lief das Messegelände «unter Volllast», wie es Messechef Klaus Wellmann formulierte. Teilweise erzielten Messen wie die Motorradwelt Bodensee und die Pferd Bodensee Rekordbesuche, die grossen Sommer- und Herbstmessen liessen erkennen, dass die Umsätze teilweise weit über Plan liegen. Die Messe Friedrichshafen rechnet mit einem Umsatz in Höhe von deutlich mehr als 32 Millionen Euro. «Das sieht nach einem neuen Rekordergebnis aus», ergänzte Stefan Mittag, Prokurist und Leiter Finanzen und Administration. Im Messejahr 2014 fanden turnusbedingt alle Messen statt. Mit der Gastveranstaltung «all about automation» und der Maker World sorgten auch neue Veranstaltungen für Aufmerksamkeit. Das Messegelände ist an über 300 Tagen im Jahr mit unterschiedlichen Aktivitäten belegt, die im unmittelbaren und weiteren Umfeld für wirtschaftliche Effekte sorgen. Besonders schlagen hier die insgesamt 80 Veranstaltungen, darunter internationale Leitmesse, nationale und regionale Ausstellungen, sowie Tagungen, Gastveranstaltungen, Firmenevents und Konzerte zu Buche.


650 JAHRE MESSEN IM HAMBURG


Am 29. Januar 1365 verlieh Kaiser Karl IV. Hamburg das Messeprivileg. Damit zählt die Hansestadt zu den ältesten Messestädten Deutschlands. Passend zum Jubiläum im 2015 verzeichnete die Hamburg Messe und Congress GmbH im 2014 ein Jahr der Rekorde. Erfolgreiche Premieren, eine hohe Veranstaltungsdichte und mehr Aussteller als je zuvor haben zu einem Umsatz von 100 Mil-





SEIT 850 JAHREN ZUKUNFT IM PROGRAMM

Leipzigs Messetradition reicht bis ins Mittelalter, 1165 besiegelt mit Stadtrecht und Marktprivileg. Erfahrung und Innovationen aus 850 Jahren begründen unsere Stärke: Wir gehören zu den zehn führenden Messegesellschaften Deutschlands und den Top 50 weltweit. Basis sind eine enge Verbindung zu unserem Heimatstandort und die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Leipziger Messe – das sind Messen, Kongresse, Events und Dienstleistungen auf höchstem Niveau. Nutzen Sie die hohe Aufmerksamkeit für unser Jubiläumsjahr – als Veranstalter, Aussteller oder Fachbesucher. Messeplatz Leipzig 2015:
Wir feiern die Zukunft!



Gemeinsam feiern mit: **1000** Jahre Stadt



www.leipziger-messe.de

lionen Euro geführt. «Wir hatten ein Rekordjahr erwartet. Dass es so gut geworden ist, übertrifft alle Erwartungen. Mit Erreichen der 100-Millionen-Euro-Marke haben wir ein erstes Etappenziel zwei Jahre vor dem ursprünglich geplanten Zeitpunkt erreicht», sagte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress GmbH.

Laut einer Studie des Münchener ifo Instituts geben Besucher und Aussteller pro Euro Umsatz bei der Hamburg Messe und Congress GmbH weitere 7,60 Euro für Dienstleistungen, Übernachtungen, Restaurantbesuche oder im Einzelhandel aus. Bei rund 1,2 Millionen Übernachtungen durch die Gäste der Hamburg Messe und des CCH sowie einem Umsatz von 100 Millionen Euro sind das 760 Millionen zusätzlicher Umsatz in der Stadt. Das, so die ifo-Studie, sichert rund 4100 Arbeitsplätze ausserhalb der HMC.

Bei einem Umsatz von 100 Millionen Euro wird die Hamburg Messe und Congress GmbH das Jahr 2014 mit einem operativen Ergebnis von plus 23,9 Millionen Euro ab-

schliessen. Hohe Belastungen durch die Immobilien führen nach Abzug der Kosten für Leasing, Finanzierung und Abschreibung jedoch zu einem Jahresergebnis von minus 4,1 Millionen Euro. Im Geschäftsjahr 2015 rechnet die HMC wie 2013 mit einem Umsatz von rund 60 Millionen. 2016 wird ein Umsatz von deutlich mehr als 100 Millionen Euro erwartet.

DEUTSCHE MESSE HANNOVER

Die Deutsche Messe AG ist gemäss vorläufigen Zahlen mit einem Umsatzvolumen von 280 Millionen Euro im Jahr 2014 eine der zehn grössten Messegesellschaften weltweit und betreibt das grösste Messegelände der Welt. Sie entwickelte, plante und realisierte im Jahr 2014 insgesamt 134 Messen und Kongresse im In- und Ausland mit mehr als 41000 Ausstellern und 3,6 Millionen Besuchern. Zu ihrem Eventportfolio gehören internationale Leitmesse wie die CeBIT, die HANNOVER MESSE, die BIOTECHNICA, die CeMAT, die didacta, die DOMOTEX, die INTERSCHUTZ und die LIGNA. Mit rund 1200 Beschäftigten und 66 Repräsentanzen, Tochtergesellschaften und Niederlassungen ist sie in mehr als hundert Ländern präsent.

KARLSRUHE MESSE: MEHR UMSATZ

Die Karlsruher Messe- und Kongress GmbH KMK verbesserte sich im 2014 bei einem Umsatz von 25,9 Millionen Euro im Jahr 2013 auf 29 Millionen. Im Fünfjahresvergleich stieg der Umsatz um 12,2 Millionen Euro (Umsatz 2009: 16,8 Millionen), was einem Plus von 73 Prozent entspricht.

Britta Wirtz, Geschäftsführerin der KMK, erläutert dazu: «Dieser Anstieg konnte nur durch eine strategische Neuausrichtung erfolgen. Seit 2009 setzen wir auf eine dynamische Wachstumsstrategie, die nun Früchte trägt. Wir haben das Messeportfolio durch Zukäufe, Eigenentwicklungen und langfristige Vertragsgestaltung auf eine stabile und durch uns steuerbare Basis gestellt.»

Nicht nur der Umsatz entwickelte sich positiv, auch der Deckungsbeitrag II stieg von 4,4 Millionen Euro im 2013 auf 6 Millionen im 2014. Am Plus von 1,6 Millionen war der Geschäftsbereich Messe mit 0,6 Millionen und der Geschäftsbereich Kongress mit 0,4 Millionen Euro beteiligt. Weitere positive Effekte wurden durch Einsparungen bei Personal- und Sachkosten sowie Erlösen im Servicebereich erzielt.

KOELNMESSE: ÜBER PLAN

Im turnusbedingt umsatzschwächeren Jahr 2014 hat die Koelnmesse deutlich bessere Zahlen erreicht als geplant: Der Umsatz liegt

bei rund 230 Millionen Euro und ist damit 7 Millionen höher als kalkuliert. Der turnusbedingte und damit erwartete Verlust liegt im einstelligen Millionenbereich und damit erheblich niedriger als das für 2014 geplante Minus. Nach dem bisherigen Rekordjahr 2013 wird die Koelnmesse bereits 2015 wieder Bestmarken erreichen. Sie plant für das laufende Geschäftsjahr mit Rekordumsatz (rund 300 Millionen) und Rekordgewinn (rund 20 Millionen). Nach jetzigem Planungsstand wird das Unternehmen bis 2019 einen Gesamtüberschuss in Höhe von fast 60 Millionen Euro erreichen. Dieser wird komplett in Koelnmesse 3.0, das mit rund 600 Millionen grösste Investitionsprogramm der Koelnmesse-Geschichte, fliessen.

«Wir haben erneut ein selbst gestecktes Etappenziel übertroffen und zwischen zwei Rekordjahren deutlich bessere Zahlen geschrieben als erwartet», sagte Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. 2014 hat sich ein grosser Teil der Koelnmesse-Veranstaltungen bei allen drei im Messewesen wichtigen Parametern über dem vom deutschen Messeverband AUMA ermittelten Durchschnitt entwickelt. Liegt dieser in Sachen Ausstellerwachstum bei rund ein Prozent, sind gegenüber der Vorveranstaltung beispielsweise die Internationale Eisenwarenmesse Köln um fast fünf Prozent, die ISM um über sechs Prozent sowie die gamescom um ebenfalls über sechs Prozent gewachsen. Einige Messen verzeichneten höhere Besucherzahlen als bei der Vorveranstaltung.

Die in den kommenden Jahren erwarteten Überschüsse investiert die Koelnmesse komplett in die Modernisierung ihres Geländes sowie in den weiteren Ausbau des Veranstaltungsportfolios im In- und Ausland.

LEIPZIG: JUBILÄUM IM 2015

Als einer der ältesten Messeplätze weltweit begeht sie 2015 das Jubiläum «850 Jahre Leipziger Messen». Mit den fünf Tochtergesellschaften und dem Congress Center Leipzig (CCL) bietet die Unternehmensgruppe eine integrierte Veranstaltungskompetenz, die beispielhaft für die Organisation moderner Messen, Kongresse und Events ist. Der Messeplatz Leipzig umfasst eine Ausstellungsfläche von 111 300 Quadratmetern und ein Freigelände von 70 000 Quadratmetern. Jährlich finden etwa 40 Messen, rund 100 Kongresse, zahlreiche Corporate-Business-Veranstaltungen und Events mit über 11 000 Ausstellern und 1,2 Millionen Besuchern aus aller Welt statt. Als erste deutsche Messegesellschaft wurde Leipzig nach Green Globe Standards zertifiziert. Die Leipziger Messe GmbH und ihre fünf Tochtergesellschaften blicken auf ein er-

SCHWEIZER WIRTSCHAFT: WICHTIGER PARTNER AUF DEUTSCHEN MESSEN

Schweizer Unternehmen sind ein massgebender Faktor an den deutschen Messstädten. An zahlreichen Anlässen ist die Schweiz eines der ersten ausländischen Aussteller- oder Besucherländer. Das Beispiel Nürnberg kann das verdeutlichen: 2014 nahmen über 11 500 Fachbesucher aus der Schweiz und mehr als 400 Aussteller an Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg teil. Im Ergebnis stellen die eidgenössischen Unternehmen damit die Besuchernation Nummer 5 und rangieren bei den ausländischen Ausstellern auf Position 8.

25 Jahre nach dem Fall der Mauer und zehn Jahre nach der Osterweiterung der Europäischen Union wird deutlich: Keine deutsche Messegesellschaft profitiert bis heute stärker von diesem historischen Paradigmenwechsel. Nürnberg ist eine der 15 grössten Messegesellschaften der Welt und zählt in Europa zu den Top Ten. Darüber hinaus verfügt die NürnbergMesse Group über ein Netzwerk von etwa 50 Vertretungen, die in über 100 Ländern aktiv sind. Nicht nur Veranstaltungen in Nürnberg, sondern Messen und Kongresse der NürnbergMesse in Asien, Amerika und Europa sind damit gleichermassen interessant für Unternehmen aus der Schweiz.



90 Millionen Euro werden in die «Neue Messe Essen» investiert.

folgreiches Geschäftsjahr zurück. Die Gruppe schliesst mit einem Jahresumsatz von voraussichtlich über 75 Millionen Euro ab. In den Messehallen und im Congress Center Leipzig (CCL) fanden im Jahr 2014 insgesamt 157 Veranstaltungen statt, davon 36 Messen, 88 Kongresse und 33 Events in den Bereichen Business, Politik und Unterhaltung. Sehr positiv entwickelte sich das Kongress- und Auslandsgeschäft. «Im Vergleich zum turnusgemäss entsprechenden Jahr 2012 (72,3 Millionen Euro) ist der Umsatz um rund vier Prozent gestiegen», sagte Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Messe Unternehmensgruppe. Das Jahr 2014 war geprägt durch die Weiterentwicklung des Veranstaltungsportfolios, den Ausbau des Geschäfts im und mit dem Ausland sowie vom konsequenten Einsatz der integrierten Veranstaltungskompetenz der Unternehmensgruppe am Standort Leipzig und weltweit.

MESSE MÜNCHEN: WACHSTUM

Nach den Hochrechnungen für das Jahr 2014 liegt der Umsatz der Messe München bei 220,1 Millionen Euro und damit 5,3 Millionen über dem Plan. Der Gewinn liegt vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen bei 40,4 Millionen Euro – das sind 6,2 Millionen über dem Plan. Gleichzeitig zahlt die Messe München im Jahr rund 50 Millionen an Zins und Tilgung für den ersten Bauabschnitt des Meseneubaus. Im Vergleich zu den anderen Messeplätzen in Deutschland ist das Münchner Unternehmen zum wiederholten Mal stärker gewachsen. Zum fünften Mal in Folge kommt die Messe München International auch 2014 ohne Zuschüsse ihrer beiden Hauptgesellschafter aus. Der Freistaat Bayern und die Landeshauptstadt München erhalten den Überschuss als Zinsen für ihre Gesellschafterdarlehen. «Alle unsere Veranstaltungen konnten sich deutlich über den Planansätzen verbessern. Der Messeplatz

München ist stärker gewachsen als der deutsche Gesamtmarkt», erklärte Klaus Dittrich, der Vorsitzende der Geschäftsführung. München gehört weltweit zu den Topdestinationen für Kongresse, in Europa liegt man unter den Top Five.

NÜRNBERGMESSE: HÖCHSTWERTE

Nürnberg ist eine internationale Drehscheibe der Wirtschaft – und die Messe zentraler Kristallisationspunkt: 2014 nahmen über 29 000 Aussteller und 1,3 Millionen Besucher an 151 Veranstaltungen der NürnbergMesse Group im In- und Ausland teil. Das aktuelle Geschäftsjahr bietet die höchsten Werte bei ausländischen Ausstellern, Besuchern und der vermieteten Ausstellungsfläche in der Unternehmensgeschichte. Für die CEOs der NürnbergMesse Group, Roland Fleck und Peter Ottmann, steht damit fest: «2014 war eines unserer besten Geschäftsjahre in der Unternehmensgeschichte. Noch nie waren wir so international wie heute.» Insgesamt rechnet die NürnbergMesse mit rund 230 Millionen Euro Umsatz, wobei im Vergleich zum Rekordjahr 2012 (236 Millionen Euro) die Messe FachPack turnusgemäss aussetzte. Die Veranstaltungsrhythmen der NürnbergMesse dominieren auch den Unternehmensausblick auf 2015, der grundsätzlich positiv ist. Demnach kann für das kommende Geschäftsjahr turnusgemäss ein Umsatz von rund 190 bis 200 Millionen Euro erwartet werden.

MESSE STUTTGART: UMSATZREKORD

Die Messe Stuttgart hat im Geschäftsjahr 2014 den höchsten Umsatz der Unternehmensgeschichte erzielt. Der Gesamtertrag liegt bei rund 137 Millionen Euro. Aus dem Umsatz wurde zum zweiten Mal in der 75-jährigen Geschäftstätigkeit ein zweistelliges Millionenergebnis erwirtschaftet. Vor Pacht und Ertragssteuer liegt das Ergebnis 2014 bei rund 15 Millionen Euro.

«Trotz eines wirtschaftspolitisch angespannten Umfelds in unseren Kernmärkten ist es gelungen, das Ergebnis in einem geraden, starken Messejahr erneut zu verbessern. Wir legen mit unserer nachhaltigen Profitabilität den Grundstein für die weitere Entwicklung der Messe Stuttgart», sagte Geschäftsführer Ulrich Kromer bei der Vorlage der vorläufigen Geschäftszahlen fürs Jahr 2014 in Stuttgart. 1 327 000 Besucher waren bei den Veranstaltungen in den Messehallen und im Internationalen Congresscenter zu Gast, 76 000 davon kamen aus dem Ausland. «In den sieben Jahren auf dem neuen Messegelände haben wir unsere Umsätze fast verdoppelt. Unsere Messen sind nahezu alle gewachsen, die Hallen in geraden Jahren mehr als 250 Tage im Jahr belegt. Wir stossen an unsere Grenzen. Insbesondere bei unseren Messe-Flaggschiffen könnten wir bedeutend mehr Fläche verkaufen, als uns aktuell zur Verfügung steht», beschreibt Ulrich Kromer die Geschäftsentwicklung. Abhilfe wird ab 2018 eine neue Halle schaffen. Auch für Firmenveranstaltungen oder als Location für Events aller Art ist Europas modernstes Messe- und Kongresszentrum ein attraktiver Standort. Grund zum Feiern hat in 2015 auch das Unternehmen Messe Stuttgart. 75 Jahre alt wird das Unternehmen in diesem Jahr. Im Jubiläumsjahr geht das Unternehmen mit einem Messe-Bus auf Tour durch die Region, zeigt im Bus eine multimediale Ausstellung zur Geschichte der Messe, präsentiert Informationen zu aktuellen Veranstaltungen. (US)

DIE UMSATZSTÄRKSTEN MESSEPLÄTZE IN DEUTSCHLAND

Umsatz in Millionen Euro	2014	(2013)
Frankfurt	550	(543)
Düsseldorf	410	(323)
Hannover		
(Deutsche Messe AG)	280	(317)
Berlin	265	(190)
Köln	230	(280)
Nürnberg	230	(185)
München	220	(308)
Messe Stuttgart	137	(95)
Hamburg	100	(56,9)
Leipziger Messe	+75	(85)
Essen	66,5	(k. A.)
Friedrichshafen	+32	(28)
Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH	29	(25,9)
Gesamt		
in Milliarden Euro	2,6	2,4