

Messe Düsseldorf schafft neue Wachstumsstruktur in Asien

„Messe Düsseldorf for Asia“ bündelt Asiengeschäft unter einem Dach

Die Messe Düsseldorf vereint ihre fünf asiatischen Tochtergesellschaften in einem zentral koordinierten Netzwerk: Der neue Regional Hub „Messe Düsseldorf for Asia“ (MDfA) steuert zukünftig aus Singapur heraus das Asiengeschäft des Unternehmens. Die schlagkräftige Struktur soll noch mehr Wachstum in Asien schaffen und Rückkopplungseffekte für die Düsseldorfer Weltleitmessen nutzen. Kunden profitieren von einem auf die regionalen Bedürfnisse zugeschnittenen Angebot in Asien, zentralen Ansprechpersonen und noch stärkeren Business-Plattformen – in Asien und Düsseldorf.

Singapur, 10. April 2024. Die Messe Düsseldorf besitzt beste Voraussetzungen, um an der rasanten Entwicklung der asiatischen Märkte zu partizipieren – im Sinne ihrer Kunden, Gesellschafter und des Messestandorts Düsseldorf/NRW. Mit Tochtergesellschaften in Indien, Singapur, China und Japan ist sie nicht nur großflächig in Asien vertreten, sondern auch in vier der zehn weltweit größten Volkswirtschaften: China, Indien, Japan und ASEAN/Südostasien. Asien zeichnet sich zugleich durch hohe Wachstumsraten aus. Indien wird bis 2026 weltweit das Wirtschaftswachstum mit einem jährlichen Plus von sechs bis sieben Prozent anführen, gefolgt von ASEAN und China. Im Ergebnis nehmen diese Märkte ein immer größeres Gewicht in der Weltwirtschaft ein.

Um dieses Potenzial bestmöglich auszuschöpfen, schafft die Messe Düsseldorf für ihre fünf asiatischen Tochtergesellschaften ein gemeinsames Dach: Die Messe Düsseldorf Asia (Singapur), Messe Düsseldorf China (Hongkong), Messe Düsseldorf India (Neu-Delhi), Messe Düsseldorf Japan (Tokio) und Messe Düsseldorf Shanghai (Shanghai) bilden nun den neuen Regional Hub „Messe Düsseldorf for Asia“. Regional Head Marius Berlemann (zugleich Geschäftsführer der Messe Düsseldorf in China), Deputy Regional Head Gernot Ringling (zugleich Geschäftsführer der Messe Düsseldorf Asia) und ihr Team steuern zentral den Vertrieb und die Besucherwerbung der Messe Düsseldorf in Asien – sowohl für die Messen vor Ort als auch für die Düsseldorfer Weltleitmessen. Das Marketing und die Themen- und Programmschwerpunkte der asiatischen Messen werden koordiniert und gesteuert.

Folgerichtiges Handeln

Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf, sieht dies als notwendigen Schritt: „Die Welt verändert sich, Schwerpunkte verschieben sich – und das geht am Messewesen nicht vorbei. Alle Prognosen zeigen: In Asien liegt die Zukunft der Weltwirtschaft. Und wir sorgen dafür, dass die Messe Düsseldorf, ihre Kunden, ihre Gesellschafter und der Standort Düsseldorf/NRW aus dieser Entwicklung als Gewinner hervorgehen. Der Regional Hub stärkt unsere weltweite Spitzenposition durch noch mehr und noch erfolgreichere Messen in Asien sowie zusätzliche asiatische

Unternehmen und Besucher für die Düsseldorfer Weltleitmessen.“ Regional Head Marius Berlemann verweist auf die Vorteile für seine Kunden: „Wir bieten Unternehmen, die in Asien wachsen wollen, starke Plattformen in allen relevanten asiatischen Märkten aus einer Hand. Ob China, Indien, Südostasien oder Japan: Sie finden überall die gleich hohe Servicequalität der Messe Düsseldorf.“

Schrittweises Vorgehen

Den Anfang machen die acht Medizintechnik und Reha-Messen in Asien. Das neue Kompetenzzentrum Medizintechnik/Rehabilitation wird diese künftig zentral von Singapur aus steuern, ihr Wachstum vorantreiben und das Portfolio um neue Veranstaltungen erweitern. Deputy Regional Head Gernot Ringling betont das hohe Potenzial in diesem Bereich: „Der überall spürbare demografische Wandel, das an Relevanz gewinnende Thema der Inklusion und der steigende Lebensstandard gehen einher mit dem Wunsch nach einer besseren medizinischen Versorgung. All dies führt in Asien zu einer hohen Nachfrage nach Medizintechnik- und Reha-Lösungen – und nach Messen für diese Bereiche.“

Mehrwert für alle

Wolfram N. Diener sieht den Regional Hub als essenzielle Investition in die Zukunft: „Wir besetzen unsere Messethemen in allen relevanten Wachstumsmärkten. So können unsere Kunden sicher sein, dass sie bei der Messe Düsseldorf stets genau richtig sind. Mit starken regionalen Leitmessen in Asien schaffen wir Aushängeschilder für den Wirtschafts- und Asienstandort Düsseldorf. So gewinnen wir neue asiatische Kunden für unsere Düsseldorfer Weltleitmessen, damit diese auch in Zukunft als zentrale Treffpunkte für die globalen Marktführer ihrer jeweiligen Branche dienen.“

Die Messe Düsseldorf Gruppe

Die Messe Düsseldorf zählt zu den erfolgreichsten Messegesellschaften weltweit. Auf ihrem 613.000 Quadratmeter großen Gelände finden rund 40 Fachmessen statt, darunter 20 Weltleitmessen. In den 18 Hallen kommen jährlich die internationalen Marktführer und Top-Entscheider unterschiedlicher Branchen zusammen, um Innovationen zu präsentieren und zu entdecken, sich auszutauschen und zu netzwerken. Zu den Kompetenzfeldern der Messe Düsseldorf zählen „Maschinen, Anlagen und Ausrüstungen“ inklusive Metallurgie- und Gießereitechnologie (u.a. drupa, K, interpack, glasstec, wire and Tube), „Handel, Handwerk und Dienstleistungen“ (EuroShop, EuroCIS, ProWein), „Gesundheit und Medizintechnik“ (MEDICA, COMPAMED, REHACARE), „Lifestyle und Beauty“ (BEAUTY, TOP HAIR) sowie „Freizeit“ (boot, CARAVAN SALON). Hinzu kommen jährlich zahlreiche Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Im Ausland richtet die Messe Düsseldorf 65 Veranstaltungen und Beteiligungen aus. 77 Auslandsvertretungen für 141 Länder – darunter sieben internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

Kontakt:

Dr. Andrea Gränzdörffer

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

Tel.: +49 (0) 211/4560-555

E-Mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de