

Presse  
Press

## **Re-Start des Auslandsgeschäfts setzt positive Signale für den Standort Düsseldorf**



**Veranstaltungen in China und Russland laufen gut an  
Virtuelle Events stimmen auf Neustart der Düsseldorfer Präsenzmessen ein  
Maßnahmenpaket Corona wird weiter umgesetzt**

**Die Messe Düsseldorf bilanziert für das Geschäftsjahr 2020 leicht höhere Zahlen als erwartet. Sie begegnet den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie, indem sie weiterhin auf Kosteneinsparungen sowie strategische Maßnahmen zur weiteren Geschäftsentwicklung setzt. Hierzu zählen unter anderem digitale Events wie zuletzt die virtual.drupa im April. Die dabei neu entstandenen Formate werden künftig die Präsenzmessen ergänzen und in Kombination einen größeren Nutzen für Aussteller und Besucher schaffen. Das wiedereinsetzende Auslandsgeschäft zeigt darüber hinaus den hohen Zuspruch für Präsenzmessen und setzt positive Signale für den anstehenden Re-Start in Düsseldorf.**

**Düsseldorf, 12. Mai 2021.** Die Messe Düsseldorf Gruppe kann ihren Umsatz für das Geschäftsjahr 2020 mit 136,8 Millionen Euro gegenüber den im Dezember 2020 veröffentlichten vorläufigen Zahlen (131,5 Millionen Euro) leicht nach oben korrigieren. Im Vergleich zum starken Umsatzjahr 2019 (378,5 Millionen Euro) verzeichnet die Gruppe aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie einen Umsatzrückgang von 63,8 Prozent. Der Verlust nach Steuern beträgt 53,5 Millionen Euro (Vorjahr +56,6 Millionen Euro).

Durch solides und nachhaltiges Wirtschaften in den vergangenen starken Geschäftsjahren kann die Unternehmensgruppe nach wie vor eine hohe Eigenkapitaldecke von 434,3 Millionen Euro (Vorjahr 518,6 Millionen Euro) ausweisen. Die Eigenkapitalquote liegt mit 62,2 Prozent (Vorjahr 66 Prozent) nach wie vor auf einem hohen Niveau. Die Unternehmensgruppe verfügt damit über eine stabile Basis in der Überbrückung der aktuellen Situation.

Die Messe Düsseldorf GmbH verzeichnet einen Umsatz von 126 Millionen Euro und somit einen Rückgang von 63,4 Prozent gegenüber dem Jahr 2019 (344 Millionen Euro). Der GmbH-Verlust nach Steuern beträgt 43,5 Millionen Euro (Vorjahr +50,8 Millionen Euro). Weiterhin hoch zeigen sich das Eigenkapital mit 385,6 Millionen Euro (Vorjahr 448 Millionen Euro) und die Eigenkapitalquote von 60,1 Prozent (Vorjahr 64 Prozent). Auch diese Werte sind leicht höher als die im Dezember veröffentlichten vorläufigen Zahlen.

### **Hohe Bedeutung für den Standort**

Die Gesellschafterversammlung hat in ihrer Sitzung am 12. Mai 2021 beschlossen, angesichts der aktuellen Situation der Messe Düsseldorf auf eine Ausschüttung zu verzich-

ten. Dr. Stephan Keller, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf und Aufsichtsratsvorsitzender der Messe Düsseldorf, hebt die Bedeutung der Messe Düsseldorf für den Standort hervor: „Jetzt gilt es, die Messe Düsseldorf zu stärken, damit sie nach der Pandemie wieder ihre herausragende Rolle für Düsseldorf wahrnehmen kann. Sie hat über Jahrzehnte Gäste aus aller Welt in die Region gelockt, die hier viel Geld ausgegeben und Arbeitsplätze gesichert haben und so wird es auch wieder sein. Denn nach einer Zeit intensiven virtuellen Schaffens und Kommunizierens sehnen sich die Menschen wieder nach persönlichen Begegnungen – auch in der Wirtschaft.“

Im Jahr 2020 mussten in Düsseldorf 14 Eigenveranstaltungen mit 24.400 erwarteten Ausstellern sowie 915.700 erwarteten Besuchern abgesagt oder verschoben werden. Auf den sieben durchgeführten Veranstaltungen – davon vier Eigenveranstaltungen und drei Partner- und Gastveranstaltungen – kamen 5.422 Aussteller und 534.367 Besucher zusammen. Darunter war auch der CARAVAN SALON, der im September 2020 als erste deutsche Großmesse nach dem Lockdown im Frühjahr mit 107.000 Besuchern und 337 Ausstellern stattfand. Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf, hebt das umfassende Hygiene- und Infektionsschutzkonzept der Messe Düsseldorf hervor, das erstmals beim CARAVAN SALON zum Einsatz kam: „Damit haben wir bewiesen: Erfolgreiche Messen sind unter größtmöglichen Schutz für alle Beteiligten auch in Corona-Zeiten möglich.“

Im ersten Halbjahr 2021 konnten aufgrund der Lockdown-Bestimmungen keine Messen am Standort Düsseldorf stattfinden. Aktuell ist die Wiederaufnahme des Geschäfts an der Homepage Düsseldorf für den Herbst geplant. Im Messekalender stehen der CARAVAN SALON Düsseldorf (27.08.-05.09.), die REHACARE (06.10.-09.10.), die A+A (26.10.-29.10.), die MEDICA und die COMPAMED (beide 15.11.-18.11.). „Die Durchführung ist von vielen Faktoren abhängig“, erläutert Wolfram N. Diener: „Eine Voraussetzung ist unter anderem, dass Aussteller und Besucher anreisen, hier in der Stadt untergebracht und bewirtet werden können. Das voranschreitende Impfgeschehen stimmt uns hierbei vorsichtig optimistisch. Wir beobachten aufmerksam die aktuelle Situation und werden rechtzeitig in Abstimmung mit unseren Partnern die Lage neu bewerten und verantwortungsvoll entscheiden.“

### **Priorität hat nachhaltiges Wirtschaften**

Die Prognose der Messe Düsseldorf GmbH für das laufende Geschäftsjahr 2021 muss derzeit nicht nach unten korrigiert werden und liegt nach aktuellem Stand weiter bei einem Umsatz von 107,3 Millionen Euro und einem Verlust von 77 Millionen Euro. Wolfram N. Diener sieht die beständige Prognose als Ergebnis des nachhaltigen Wirtschaftens des Unternehmens: „Durch die weiterhin großen Auswirkungen auf die gesamte Messewirtschaft durch die Covid-19-Pandemie planen wir umsichtig und langfristig wirksam. Wir setzen sowohl auf Kosteneinsparungen als auch auf strategische Maßnahmen zur weiteren Geschäftsentwicklung.“

Das bisher wirksame Maßnahmenpaket wird weiter umgesetzt: Neueinstellungen und Nachbesetzungen pausieren, befristete Verträge laufen aus und über langfristig wirksame Altersteilzeitmodelle wird entschieden. Zudem wurde die Kurzarbeit bis Ende des Jahres 2021 verlängert. „All diese Maßnahmen helfen uns, die Liquidität des Unternehmens zu sichern“, so Bernhard J. Stempfle, Geschäftsführer Finanzen & Infrastruktur. „Gleichzeitig sind wir flexibel genug, um sofort wieder unser komplettes Geschäftsmodell

anbieten zu können, sobald uns dies möglich ist. Die Vereinbarung zur Kurzarbeit enthält zum Beispiel die Option, ihren Umfang bereits vor dem Jahresende nach und nach zu reduzieren, sobald wir wieder Präsenzmessen veranstalten können.“

Darüber hinaus werden weitere geplante Budgets sowie Investitionen und Instandhaltungen auf ein vertretbares Minimum zurückgefahren. Die Investitionen 2020 betragen 35,7 Millionen Euro (geplant 70 Millionen Euro), die Instandhaltungen 10,2 Millionen Euro. Im laufenden Geschäftsjahr 2021 liegen die Investitionen bei 10,5 Millionen Euro, die Instandhaltungen bei 7,6 Millionen Euro. Dabei wird unter anderem der ursprünglich mit rund 100 Millionen Euro geplante Umbau der Halle 9 zurückgestellt.

### **Virtuelle Formate mit Zukunftspotenzial**

Die Messe Düsseldorf baut außerdem ihre Geschäftsfelder zur Diversifizierung ihrer Umsatzströme kontinuierlich aus, indem sie beispielsweise digitale Formate vorantreibt. „Die aktuelle Situation beschleunigt viele Entwicklungen, denen wir bereits vor der Pandemie unter anderem mit Messeportalen, Messe-Apps, interaktiven Hallenplänen und digitalen Infostelen begegnet sind“, erläutert Wolfram N. Diener. „Wir haben unser virtuelles Engagement in der Covid-19-Zeit nochmals intensiviert, um unseren Kunden auch in der aktuellen Situation Kommunikations- und Informationsplattformen für ihre Branchen bieten zu können“. Als erstes rein virtuelles Event der Messe Düsseldorf fand im Oktober 2020 die glasstec VIRTUAL mit 10.000 Teilnehmern aus mehr als 110 Ländern sowie 800 Ausstellern aus 44 Ländern statt. Das Angebot der virtual.MEDICA und virtual.COMPAMED nutzten im November rund 45.000 Fachbesucher aus 169 Nationen; hinzu kamen 1.500 Aussteller aus 63 Ländern. Im April 2021 folgte die virtual.drupa mit 212 Ausstellern aus 35 Ländern und rund 45.000 Besuchern aus 155 Nationen.

„Die entstandenen digitalen Formate werden künftig mehr in unsere Präsenzmessen einfließen“, kündigt Wolfram N. Diener an. „Dank Streamings, On-Demand-Angeboten und Ausstellerprofilen werden Personen teilhaben können, ohne physisch vor Ort zu sein. Unsere Aussteller erreichen zugleich mehr potenzielle Kunden durch die Verlängerung einer Messe ins Digitale. Zusammen bilden alle eine Community, die 365 Tage im Jahr aktiv sein kann. Die Kombination aus Präsenzmesse und digitalen Elementen schafft den größten Nutzen für unsere Kunden und festigt die führende Position der Düsseldorfer Weltleitmessen als zentrale Plattformen ihrer jeweiligen Branche – zu den Laufzeiten der Präsenzmessen und über das ganze Jahr hinweg.“

Mit der Gründung der neuen Abteilung „Geschäftsentwicklung“ und der Bündelung von Kompetenzen in diesem Bereich stärkt die Messe Düsseldorf zudem dieses strategisch wichtige Thema. Hier sollen unter anderem neue Geschäftsideen für Messen am Standort Düsseldorf entwickelt und akquiriert werden.

### **Internationaler Re-Start erfolgreich**

Die Messe Düsseldorf Gruppe veranstaltete im Ausland 16 Messen (Vorjahr 57), die meisten davon in China (7) gefolgt von Russland (4) und Indien (2). Insgesamt wurden 43 internationale Veranstaltungen weltweit abgesagt oder verschoben. Das Auslandsgeschäft nimmt nun wieder Fahrt auf: Allein im 2. Halbjahr 2020 veranstaltete die Messe Düsseldorf Shanghai sechs Messen mit mehr als 3.200 Ausstellern und 160.000 Fachbesuchern. Im April dieses Jahres fanden bereits erfolgreich die Kunststoffmesse CHI-

NAPLAS mit 3.612 Ausstellern (Vorveranstaltung: 3.622) und 152.134 Besuchern (Vorveranstaltung: 163.314) sowie die Arbeitsschutzmesse CIOASH mit 1.565 Ausstellern (Vorveranstaltung: 1.035) und 36.000 Besuchern statt (Vorveranstaltung: 21.207). Insgesamt sind zehn Eigenveranstaltungen in diesem Jahr geplant.

Anfang des Jahres konnte auch das Russlandgeschäft neu starten. Russlands führende Modemesse, die CPM - Collection Première Moscow, bildete im Februar mit 10.762 Einkäufern und 550 präsentierten Modemarken den Auftakt für die Wiederaufnahme des Messebetriebs auf dem Gelände des Moskauer Kooperationspartners Expocentre. Ende April folgte die NEFTEGAZ mit 450 Ausstellern aus 23 Ländern und mehr als 14.000 Besuchern. Die Messe Düsseldorf Moskau wird 2021 zwölf Eigen- und Kooperationsveranstaltungen, Beteiligungen und Konferenzen veranstalten.

„Die schnelle Wiederaufnahme des Geschäfts an den internationalen Standorten zeigt, dass die Geschäftsgrundlage für Messen weiterhin gegeben und die Nachfrage nach Präsenzveranstaltungen ungebrochen hoch ist“, analysiert Erhard Wienkamp, Geschäftsführer Operatives Messegeschäft. „Das spiegeln uns auch Partner und Kunden in Europa wieder. Beim Wiederaufleben der Wirtschaft werden Messen eine zentrale Rolle spielen. Die Branchen benötigen Plattformen für Präsentation, Information, Austausch und Networking. Präsenzmessen bieten Begegnungen zwischen Menschen – unerlässlich, um Vertrauen zu schaffen.“

Zeichen: 10.939 (inkl. Leerzeichen)

#### **Die Messe Düsseldorf Gruppe**

Die Messe Düsseldorf Gruppe erzielte im Pandemie-Jahr 2020 einen Umsatz von 136,8 Millionen Euro. Auf den sieben Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten 5.422 Aussteller 534.367 Fachbesuchern ihre Produkte. Die Messe Düsseldorf hat ein wegweisendes Hygiene- und Infektionsschutzkonzept entwickelt, das beim CARAVAN SALON als erste deutsche Großmesse seit dem Frühjahr 2020 erfolgreich zum Einsatz kam. Am Standort Düsseldorf finden insgesamt rund 40 Fachmessen in den fünf Kompetenzfeldern „Maschinen, Anlagen & Ausrüstungen“, „Handel, Handwerk & Dienstleistungen“, „Medizin & Gesundheit“, „Lifestyle & Beauty“ sowie „Freizeit“ statt, darunter 20 eigene N° 1-Messen sowie derzeit 15 starke Partner- und Gastveranstaltungen. Dazu kommen mehr als 1.000 Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Außerdem organisiert die Messe Düsseldorf Gruppe 75 Eigenveranstaltungen, Beteiligungen und Auftragsveranstaltungen im Ausland und ist eine der führenden Exportplattformen weltweit. 77 Auslandsvertretungen für 141 Länder – darunter 7 internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

#### **Kontakt:**

Dr. Andrea Gränzdörffer  
Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin  
Tel.: +49 (0) 211/4560-555  
Fax: +49 (0) 211/4560-87555  
E-Mail: [GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de](mailto:GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de)