



Messe Düsseldorf schließt das Corona-Jahr 2020 mit einem Umsatz von 119 Millionen Euro ab

Strategisches Maßnahmenpaket für 2021 aufgesetzt

Start des Messejahres 2021 mit der boot Düsseldorf im April

OB Dr. Stephan Keller zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates gewählt

Die Messe Düsseldorf schließt das Geschäftsjahr 2020 trotz der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie mit einer nach wie vor starken Eigenkapitalquote von knapp 55 Prozent ab. Durch solides und nachhaltiges Wirtschaften in den vergangenen Jahren hat sich das Unternehmen finanzielle Spielräume geschaffen, die sich in der aktuellen Lagebewältigung positiv auswirken. Darüber hinaus begegnet das Unternehmen dem aktuellen Pandemiegeschehen mit einem ausgewogenen Maßnahmenpaket.

Düsseldorf, 15. Dezember 2020. Die Geschäftsführung der Messe Düsseldorf hat den Aufsichtsrat in seiner heutigen Sitzung über die Geschäftsentwicklung 2020 sowie die Prognose 2021 informiert. Die Messe Düsseldorf Gruppe vermeldet einen Umsatz von 131,5 Millionen Euro, der aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie um 65,3 Prozent niedriger ausfällt als im Vorjahr (378,5 Millionen Euro). Ähnlich verhält es sich bei der Messe Düsseldorf GmbH, die mit 118,9 Millionen Euro 65,4 Prozent weniger Umsatz als 2019 aufweist (344 Millionen Euro). Der GmbH-Gewinn ist auf -64,7 Millionen Euro gesunken (Vorjahr 70,6 Millionen Euro). Trotz dieser Entwicklung hat die Messe Düsseldorf GmbH mit 364,3 Millionen Euro nach wie vor eine hohe Eigenkapitaldecke (Vorjahr 448 Millionen Euro). Die Eigenkapitalquote liegt mit 54,8 Prozent (Vorjahr 64 Prozent) weiterhin auf einem hohen Niveau.

Neuer Aufsichtsratsvorsitzender gewählt

In der Aufsichtsratssitzung wurde Dr. Stephan Keller, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf, zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates gewählt. Dr. Stephan Keller: „Das Jahresergebnis fiel angesichts von Covid-19 wie erwartet niedriger aus als im Vorjahr. Deshalb ist es gerade jetzt umso relevanter, dass die Gesellschafter die nach wie vor wichtige Marktposition der Messe Düsseldorf als Partner der Industrie sowie ihre finanzielle Stabilität positiv bewerten: Sie hat in den vergangenen Jahren profitabel und nachhaltig gewirtschaftet, was bei der Bewältigung dieses schwierigen Jahres hilft.“

Keller hebt darüber hinaus die Bedeutung der Messe als Wirtschaftsmotor für den Standort hervor: „Die zahlreichen ausgefallenen Weltleitmessen waren nicht nur ein harter Einschnitt für die Messe Düsseldorf, sondern insbesondere für die lokale Wirtschaft und alle anhängenden Branchen. Durch Reisebeschränkungen konnten Aussteller und Besucher nicht anreisen, was zu Umsatzeinbrüchen in der Gastronomie, in der Hotellerie, im Transportwesen, im Einzelhandel und im Handwerk führte. Auch deshalb müssen wir alles dafür tun, die Corona-Pandemie zu überwinden.“

Geschäftsführung setzt Maßnahmenpaket auf

Nach aktuellem Stand prognostiziert die Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2021 einen Umsatz von 107,3 Millionen Euro und einen Verlust von 77 Millionen Euro. „Vor dem Hintergrund der negativen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Messebranche setzen wir auf langfristig wirkende, strategische Maßnahmen, um dem aktuell coronabedingten Rückgang der Geschäftsentwicklung nachhaltig und bestandssichernd zu begegnen“, unterstreicht Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf.

Zentrales Ziel sei die Sicherung der Liquidität, betont Bernhard J. Stempfle, Geschäftsführer Finanzen & Infrastruktur. So wird die Kurzarbeit vorerst bis Ende März ausgeweitet, Neueinstellungen und Nachbesetzungen pausieren, befristete Verträge laufen aus und über langfristig wirksame Altersteilzeitmodelle wird beraten. Zudem 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) und die Instandhaltungen 10,2 Millionen Euro. 2021 liegen die Investitionen bei 10,5 Millionen Euro und die Instandhaltungen bei 7,6 Millionen Euro.

Virtuelle Formate ergänzen Präsenzmessen

Die Messe Düsseldorf baut darüber hinaus ihre Geschäftsfelder aus, indem sie beispielsweise digitale Formate vorantreibt. So fand vom 20. bis 22. Oktober 2020 die glasstec VIRTUAL als erstes rein virtuelles Event der Messe Düsseldorf mit 10.000 Teilnehmern aus mehr als 110 Ländern statt. Im sogenannten Exhibition Space präsentierten sich rund 800 Aussteller aus 44 Ländern. Das Angebot der virtual.MEDICA und virtual.COM-PAMED nutzten vom 16. bis 19. November rund 45.000 Fachbesucher aus 169 Nationen; hinzu kamen 1.500 Aussteller aus 63 Ländern. Wolfram N. Diener betont: „Unsere virtuellen Events ziehen ein breites internationales Publikum an. Hier können Branchenakteure aus aller Welt auch in Zeiten von Corona netzwerken“. Das virtuelle Engagement werde sich auch nach der Pandemie auszahlen: „Der Trend zur Verzahnung von physischen und digitalen Formaten setzt sich fort. Wir setzen auf Hybride Messen – also einen Mix aus der physischen Veranstaltung vor Ort und digitalen Angeboten. Das festigt die führende Position der Düsseldorfer Weltleitmessen als zentrale Kommunikations- und Informationsplattform ihrer jeweiligen Branche – zu den Laufzeiten der Präsenzmessen und über das ganze Jahr hinweg.“

Messen notwendig für den Re-Start der Wirtschaft

Die Messe Düsseldorf hat ein umfassendes Hygiene- und Infektionsschutzkonzept auf Grundlage der Coronaschutzverordnung NRW entwickelt, um Präsenzmessen zu ermöglichen. So fand der CARAVAN SALON Düsseldorf vom 4. bis 13. September 2020 mit 107.000 Besuchern als erste deutsche Großmesse erfolgreich nach dem Lockdown im Frühjahr statt. Hinzu kommt die Gastveranstaltung DoKomi der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress GmbH, die am 26. und 27. September 2020 als Europas größte Anime- und Japan-Expo 28.000 Teilnehmer begrüßte.

„Damit haben wir gezeigt: Erfolgreiche Messen sind unter größtmöglichem Schutz für alle Beteiligten auch in Corona-Zeiten möglich“, sagt Erhard Wienkamp, Geschäftsführer Messen. „Die Veranstaltungen markierten den Neustart des Messebetriebes, den die Wirtschaft dringend braucht. Sie benötigt Plattformen für Präsentation, Information, Austausch und Networking. Hinzu kommen zahlreichen Betriebe, die mit den Veranstaltungen zusammenhängen“, erläutert Wienkamp. Allein das Düsseldorfer Messe- und Kongresswesen induziert laut einer Studie des Münchner ifo-Instituts deutschlandweit jährlich rund 2,98 Milliarden Euro an Umsätzen (in Düsseldorf: 1,66 Milliarden Euro), sichert 27.692 Arbeitsplätze (in Düsseldorf: 16.664) und führt zu steuerlichen Mehreinnahmen von 567 Millionen Euro (in Düsseldorf: 36,3 Millionen Euro). Ein Drittel aller Hotelübernachtungen in Düsseldorf gehen auf die Messen und Kongresse zurück.

Positive Signale im internationalen Veranstaltungsgeschäft

Am Standort Düsseldorf fanden 2020 insgesamt sieben Präsenzmessen mit 5.558 Ausstellern und 534.914 Besuchern statt – verteilt auf vier Eigenveranstaltungen (boot, EuroShop, CARAVAN SALON, TourNatur) und drei Partner- und Gastveranstaltungen (PSI, PromoTex Expo und viscom). Im Ausland fanden insgesamt 16 Veranstaltungen statt, die meisten davon in China (7). Dort ist das Geschäft bereits wieder angelaufen: Ab Juli 2020 veranstaltete die Tochtergesellschaft Messe Düsseldorf Shanghai erfolgreich sechs Messen mit mehr als 3.200 Ausstellern und 160.000 Fachbesuchern. Den Auftakt machte die 100. China International Occupational Safety & Health Goods Expo (CIOSH) vom 3. bis 5. Juli 2020 als eine der ersten Messen Chinas nach dem pandemiebedingten Stillstand mit 1.035 Ausstellern und 21.207 Besuchern. Es folgten die Einzelhandelsmesse C-star (134 Aussteller und 9.006 Besucher), die wire China und die Tube China (953 Aussteller und 36.552 Besucher), die All in Print China (687 Aussteller und 70.000 Besucher) sowie die ProWine China (400 Aussteller und 22.542 Besucher).

Ausblick 2021: Planungssicherheit für Kunden

Die Messe Düsseldorf setzt auf den Neustart des Messebetriebes an ihrer Homebase Ende April 2021. Aufgrund des zuletzt erhöhten Covid-19-Infektionsgeschehens, der anhaltend schwierigen Reisesituation und diverser Bund-Länder-Entscheidungen, wonach Messen vorerst nicht stattfinden können, hat die Messe Düsseldorf die Messen tasc (19.-20.02.), interpack und components (25.02.-03.03.), Energy Storage Europe (16.-18.03.), EuroCIS (16.-18.03.), ProWein (19.-23.03.) und drupa (20.-28.04) abgesagt. Die boot Düsseldorf (23.-31.01.) wurde auf den 17. bis 25. April 2021 verschoben, während die anderen genannten Fachmessen turnusgemäß wieder zu den jeweils nächsten geplanten Laufzeiten stattfinden. „Mit diesem Schritt ermöglichen wir unseren Kunden und Partnern größtmögliche Planungssicherheit für 2021 und verringern für sie bestmöglich wirtschaftliche Einbußen“, so Wolfram N. Diener. „Wir sind gut vorbereitet und gehen davon aus, dass sich im Laufe des kommenden Jahres das allgemeine Pandemiegeschehen und die Reisemöglichkeiten positiv entwickeln werden.“

Als weitere Eigenveranstaltungen 2021 folgen BEAUTY (28.-30.05.), TOP HAIR (29.-30.05.), glasstec (15.-18.06.), CARAVAN SALON (27.08-05.09), TourNatur (03.-05.09.), REHACARE (06.-09.10.), A+A (26.-29.10.), MEDICA und COMPAMED (15.-18.11.).

Zeichen: 9.289 (inkl. Leerzeichen)

Die Messe Düsseldorf Gruppe*

Die Messe Düsseldorf Gruppe erzielte im Corona-Jahr 2020 einen Umsatz von 131,5 Millionen Euro. Auf den sieben Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten 5.558 Aussteller 534.914 Mio. 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 22 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.

*Alle Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

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