

**Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung**

## **Messe Düsseldorf verbucht eines ihrer erfolgreichsten Geschäftsjahre der letzten zwei Jahrzehnte**

### **Expansion nach Dubai und neue Architektur am Messeplatz Düsseldorf**

Die strategischen Weichenstellungen der Messe Düsseldorf GmbH zahlen sich aus: 2024 war ein Top-Messe- und Geschäftsjahr – mit rund 363 Mio. Euro Umsatz, knapp 60 Mio. Euro Gewinn nach Steuern sowie 76 Messen in Düsseldorf und weltweit. Hierzu zählen zahlreiche Neuveranstaltungen. 2025 nimmt die Expansion weiter Fahrt auf. Eine neue Durchführungsgesellschaft in Dubai wird exklusiv im Auftrag der Messe Düsseldorf ihr Portfolio in der Golfregion erweitern. Die starke wirtschaftliche Basis ermöglicht es dem Düsseldorfer Unternehmen, aus eigener Kraft in die Zukunft zu investieren: in neue Messeprojekte, ein neues Headquarter („Messe Düsseldorf Cube“), neue Solaranlagen, eine neue Halle 9 mit dem Eingang Nord sowie in digitale Services für ihre Kundinnen und Kunden. All dies positioniert den Messeplatz Düsseldorf bestens im globalen Wettbewerb.

**Düsseldorf, 22. Januar 2025.** Die Messe Düsseldorf hat das vergangene Jahr genutzt, um ihre Position als einer der weltweit führenden Messeveranstalter auszubauen. 2024 fanden an der Düsseldorfer Homebase mit 22 Messen zwar turnusbedingt weniger Veranstaltungen statt als im Vorjahr (27), dennoch verbucht das Unternehmen eines der wirtschaftlichen Top-Jahre der vergangenen zwei Jahrzehnte. Der Konzernumsatz erreichte ca. 392 Mio. Euro (Vorjahr 422,5 Mio. Euro), der Umsatz der Messe Düsseldorf GmbH beträgt ca. 363 Mio. Euro. Vorbehaltlich der finalen Bilanzierung wird ein Gewinn nach Steuern in Höhe von knapp 60 Mio. Euro erwartet (Vorjahr 87 Mio. Euro). „Einmal mehr stellt die Messe Düsseldorf ihre Exzellenz unter Beweis und festigt damit ihre Position im internationalen Vergleich“, freut sich Dr. Stephan Keller, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf und Aufsichtsratsvorsitzender der Messegesellschaft. „Dies unterstreicht die hohe Bedeutung ihrer Weltleitmessen, die globale Strahlkraft unserer Messestadt und die Vitalität eines Unternehmens, dessen Strategien voll aufgehen.“

### **Mittlerer Osten im Fokus**

Die Messe Düsseldorf baut ihre globale Spitzenposition kontinuierlich aus. Nachdem sie 2024 in die Türkei expandiert (neue Tochtergesellschaft in Ankara) und in den mexikanischen Markt eingetreten ist (Neuveranstaltungen GIFA Mexico und wire Mexico), rückt 2025 der Mittlere Osten in den Fokus. Das neue „Messe Düsseldorf Gulf Office“ soll von Dubai aus ihr Messeportfolio in der Region erweitern. Dahinter steht die Durchführungsgesellschaft „Messe Düsseldorf Connex Gulf Exhibiton Organizing LLCC“, die exklusiv im Auftrag der Messe Düsseldorf aktiv ist. Zu den geplanten Neuveranstaltungen in Dubai zählen ab 2026 regionale Versionen der Düsseldorfer Weltleitmessen EuroShop, A+A und REHACARE. Bereits 2025 ist das Unternehmen erstmals mit sieben Messethemen in Saudi-Arabien präsent: wire, Tube, GIFA, METEC, THERMPROCESS, NEWCAST und VALVE WORLD.

„Die arabische Halbinsel ist einer der dynamischsten Messemärkte weltweit“, betont Wolfram N. Diener. „Die Golfstaaten haben ihre Wirtschaft zuletzt massiv diversifiziert, was neue Potenziale für unsere Geschäftsaktivitäten in der Region freisetzt. Mit der Durchführungsgesellschaft stellen wir die strategischen Weichen, um das große Wachstumspotenzial des Mittleren Ostens bestmöglich auszuschöpfen. Dies stärkt weiter unsere Position in der globalen Messebranche, wodurch wir künftig noch mehr internationale Aussteller und Besucher nach Düsseldorf bringen werden.“

### **Düsseldorf: Zahl der Neuveranstaltungen steigt**

2024 fanden sieben Neuveranstaltungen in Düsseldorf und weltweit statt, dieses Jahr folgen 17 weitere – darunter sechs in Düsseldorf. „Die Zahl der Neuveranstaltungen in Düsseldorf ist so hoch wie seit Jahren nicht. Wir besetzen dabei relevante Zukunftsthemen mit hohem Marktpotenzial“, betont Diener. Hierzu zählen die XPONENTIAL Europe für autonome Technologien, die Circular Valley Convention rund um Kreislaufwirtschaft und die GRIDexpo zu intelligenten Stromnetzen. Mit „The Art of Beauty & Health“ erweitert sie zudem ihre Leitmessen BEAUTY und TOP HAIR um ein hochkarätiges neues Event für Endkonsumentinnen und Endkonsumenten. Zu den neuen Gastveranstaltungen in Düsseldorf 2025 zählen die Asia Apparel Expo und die iba, die führende Weltmesse für Bäckerei, Konditorei und Snacks.

### **Hohe Bedeutung der Düsseldorfer Weltleitmessen**

Auf den 22 Messen in Düsseldorf im Jahr 2024, darunter acht Partner- und Gastveranstaltungen, haben nahezu 25.000 Unternehmen ausgestellt (Vorjahr: 26.866 auf 27 Messen), die sich mehr als 1 Mio. Besucherinnen und Besucher präsentierten (Vorjahr: 1.146.874). Mit Auslandsanteilen von 76% auf Ausstellerseite (Vorjahr 78%) und 39% auf Besucherseite (wie im Vorjahr) bleibt die Internationalität der eigenen Messen auf einem hohen Niveau – und übertrifft die Vor-Covid-Werte (2019: 73% und 37%). Marius J. Berlemann, seit 1. August operativer Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, begrüßt diese hohe Resonanz: „2024 hat gezeigt: Die Düsseldorfer Weltleitmessen sind die Dreh- und Angelpunkte ihrer jeweiligen Branche. Dies war auf einer drupa ebenso zu spüren, die nach acht Jahren wieder die weltweite Printindustrie zusammengebracht hat, wie auf dem größten CARAVAN SALON und auf der größten wire aller Zeiten. Die REHACARE und die glasstec haben starke Wachstumsraten erzielt und ihre Bedeutung als beste Branchentreffpunkte bestätigt.“

### **Mehr Auslandsmessen und neuer Hub in Asien**

Ein wichtiger Erfolgsfaktor für Düsseldorf: die wachsende Zahl an Auslandsmessen. „Unsere Veranstaltungen rund um den Globus sichern die Position der Düsseldorfer Weltleitmessen im internationalen Wettbewerb und dienen als wertvolle Aushängeschilder für die Messestadt Düsseldorf“, so Berlemann. 2024 fanden 54 Auslandsmessen statt (Vorjahr 46). Zusätzlich zu ihrer Neugeschäftsoffensive hat sich die Messe Düsseldorf 2024 auch strukturell neu aufgestellt. Um das Potenzial der starken asiatischen Wirtschaft bestmöglich auszuschöpfen, hat das Unternehmen seine fünf Tochtergesellschaften in Neu-Delhi, Singapur, Hongkong, Shanghai und Tokio in einem zentral koordinierten Netzwerk gebündelt: „Messe Düsseldorf for Asia“ (MDfA) steuert seit April aus Singapur heraus sukzessive den Vertrieb und die Besucherwerbung des Unternehmens in Asien – sowohl für die Messen vor Ort als auch für die Düsseldorfer Weltleitmessen. Startpunkt bilden die sieben asiatischen Gesundheitsmessen, die unter dem Dach MEDICARE ASIA zusammengefasst wurden.

## **Steigende Investitionen am Standort**

Um auch in Zukunft nicht nur mit spannenden Messeformaten, sondern auch mit einem attraktiven Messegelände und neuen digitalen Services überzeugen zu können, fährt das Unternehmen seine Investitionen sukzessive hoch. Sie springen von 17 Mio. Euro im Jahr 2024 auf 31 Mio. Euro in diesem Jahr und weiter auf 69 Mio. Euro im Jahr 2026. Bis zur nächsten drupa 2028 modernisiert das Unternehmen nicht nur die Halle 9 und den Eingang Nord für 200 Mio. Euro, sondern errichtet mit einem Volumen von 100 Mio. Euro eine zukunftsweisende neue Unternehmenszentrale. Hierfür wird eines der beiden bisherigen Hochhäuser (Turm B) kernsaniert und das andere Hochhaus (Turm A) durch den neuen „Messe Düsseldorf Cube“ ersetzt. Bernhard J. Stempfle, Geschäftsführer Finanzen & Infrastruktur, hebt die Vorteile hervor: „Mit unserem neuen Headquarter legen wir das Fundament für eine offene und moderne Arbeitswelt. Damit stärken wir nicht nur die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter, sondern auch unsere Leistungsfähigkeit gegenüber unseren Kunden.“

## **Ausbau erneuerbarer Energie**

Sowohl der neue Verwaltungskomplex als auch die neue Halle 9 werden mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Bereits 2025 wird die Messe Düsseldorf PV-Anlagen auf fünf Hallendächer mit einer Fläche von 79.000 qm installieren. Sie ergänzen die bestehenden drei PV-Anlagen, die gemeinsam mit dem Energiemanagement der Messe Düsseldorf zu einem beträchtlichen Erfolg beigetragen haben: „Schon jetzt haben wir die Klimaziele der Stadt Düsseldorf für 2035 erreicht – und wir investieren weiter in Nachhaltigkeit“, betont Bernhard J. Stempfle. „Unsere starke wirtschaftliche Basis ermöglicht es uns, diese Investitionen aus eigener Kraft zu stemmen.“

## **Neue digitale Services**

Mit der digitalen Transformation fließen die Investitionen in ein weiteres Zukunftsfeld, das gleich mit vier neuen Tools aufwartet: Der neue 3D-Advertising-Konfigurator macht Werbepplatzierungen vorab virtuell erlebbar. Die Basis hierfür liefert der neue 3D-Hallen- und Geländeplan, eine detailgetreue Rekonstruktion des Messegeländes sowohl innen als auch außen. Während dieses bisher einzigartige Tool in der Messewelt die Vorbereitung für ausstellende Unternehmen vereinfachen soll, richtet sich das neue Matchmaking-Tool „Fair Match“ an alle Messegäste. Ab der ProWein 2025 wird es registrierte Mitglieder nach Interessen zusammenbringen und die Messeteilnahme noch effektiver machen. Dafür sorgen unter anderem Such- und Filterfunktionen, Vorschläge relevanter Kontakte und ein integrierter Chat. Um die Vorbereitung und Teilnahme an den Messen setzt die Messe Düsseldorf zudem auf KI: ein entsprechender Chatbot wurde erstmals auf der MEDICA 2024 getestet

Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller betont: „Die Messe Düsseldorf zeigt, wie Zukunft geht. Ihre Initiativen werden dazu beitragen, dass international agierende Unternehmen auch künftig in Düsseldorf zusammenkommen – ein wichtiger Pfeiler des Wohlstands unserer Stadt und Region.“

## **Die Messe Düsseldorf Gruppe**

Die Messe Düsseldorf zählt zu den erfolgreichsten Messegesellschaften weltweit. Auf ihrem 613.000 Quadratmeter großen Gelände am Rhein 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 und 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 142 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](mailto:GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de)