

Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

Messe Düsseldorf mit solidem Geschäftsergebnis 2025 und klarer Zukunftsagenda

Die Messe Düsseldorf blickt auf ein positives Geschäftsjahr 2025 zurück: Mit einer steigenden Anzahl an Neuveranstaltungen weltweit und einem soliden Ergebnis bestätigt das Unternehmen seine globale Spitzenposition im Messemarkt. Zugleich setzt die Düsseldorfer Messegesellschaft mit einer klaren Investitions- und Expansionsstrategie wichtige Impulse für die Zukunft.

Düsseldorf, 21. Januar 2026. Die Messe Düsseldorf bestätigt ihre starke Position im internationalen Messegeschäft und ihre Bedeutung als Wirtschaftsmotor der Region mit einem stabilen Geschäftsergebnis. Die globale Unternehmensgruppe, zu der unter anderem neun internationale Tochtergesellschaften von Chicago bis Tokio zählen, erwirtschaftete – vorbehaltlich der finalen Bilanzierung – einen Umsatz von ca. 370 Mio. Euro. Davon entfallen ca. 342 Mio. Euro auf die Messe Düsseldorf GmbH, deren Gewinn nach Steuern ca. 29 Mio. Euro beträgt.

„Erneut zeigt die Messe Düsseldorf ihre Stärke“, sagt Dr. Stephan Keller, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf und Aufsichtsratsvorsitzender der Messe Düsseldorf. „In einer weltweit angespannten Wirtschaftslage belegt dieses Ergebnis eindrucksvoll die Leistungsfähigkeit unserer Messegesellschaft. Auf die Messe Düsseldorf ist Verlass – als Impulsgeber in unserer Region und als Partner von Unternehmen aus aller Welt. Sie schafft Wertschöpfung, sichert Arbeitsplätze und gibt der Wirtschaft wichtige Impulse.“

Globale Präsenz und gezielter Ausbau des Messeportfolios

Ein Erfolgsfaktor der Messe Düsseldorf: Sie baut ihre Rolle als globaler Messeveranstalter konsequent aus. Insgesamt 81 Messen veranstaltete das Unternehmen 2025 rund um den Globus – davon 26 in Düsseldorf. Parallel treibt die Messegesellschaft ihr Neugeschäft konsequent voran. Zwischen 2025 und 2027 sind 19 Neuveranstaltungen geplant oder bereits umgesetzt, darunter sieben Premieren in Düsseldorf sowie fünf neue Formate in der Golfregion.

„In dynamischen Zeiten erfolgreich zu sein, heißt agil zu handeln“, betont Wolfram Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „Wir entwickeln unser Portfolio konsequent weiter, expandieren in den Wachstumsmärkten der globalen Wirtschaft und investieren in unser Düsseldorfer Messegelände. So bleiben wir relevant für unsere Kunden und stärken die internationale Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens und des Messestandorts Düsseldorf.“

Ein Fokus der globalen Neugeschäftsaktivitäten der Messe Düsseldorf liegt klar auf dem Wachstumsmarkt Mittlerer Osten. Mit dem neuen Messe Düsseldorf Gulf Office in Dubai, der ersten Messe in Riad (metalflow ALLIANCE Saudi Arabia) und Beteiligungen an Messen in Dubai (AccessAbilities Expo) und Riad (Saudi Plastics & Petrochem / Saudi Print & Pack) hat die Messegesellschaft ihre Präsenz in der Golfregion deutlich gestärkt. 2026 folgen mit der EuroShop Middle East und der OS+H Middle East zwei neue Messen in Dubai.

Düsseldorf bleibt internationaler Anziehungspunkt der Messewirtschaft

Die fortlaufende Internationalisierung zeigt Wirkung an der Homebase in Düsseldorf. 74 Prozent der ausstellenden Unternehmen kamen aus dem Ausland, bei den Fachbesucherinnen und -besuchern waren es 35 Prozent (ohne Partner- und Gastveranstaltungen). Insgesamt zogen die 26 Messen in Düsseldorf 23.695 ausstellende Unternehmen sowie mehr als eine Million Fachbesucherinnen und Fachbesucher an.

Neben den etablierten Weltleitmessen wie K und CARAVAN SALON prägten 2025 vor allem zwei neue, innovative Formate das Düsseldorfer Messejahr: Mit der XPO-NENTIAL Europe entstand Europas neue Leitmesse für autonome Systeme und Robotik, die 2026 erstmals um das Themenfeld Verteidigung erweitert wird. Während die XPONENTIAL Europe technologische Zukunftsthemen adressiert, präsentiert sich The Art of Beauty & Health als zeitgemäßes B2C-Event für die Beauty- und Wellnessbranche, das Markenerlebnisse für Endkunden schafft.

„Mit der Einführung neuer Formate erweitern wir unser Portfolio bewusst in Richtung Zukunft“, sagt Geschäftsführer Marius Berlemann. „Beide Veranstaltungen feierten einen erfolgreichen Auftakt und bestätigen die hohe Attraktivität des Standorts für neue Themen und Märkte sowie internationale Communities. Gleichzeitig entwickeln wir unsere Weltleitmessen wie die ProWein und die MEDICA konsequent weiter und stellen unsere Veranstaltungen in Düsseldorf für die kommenden Jahre neu auf.“

Modernisierung des Messegeländes gewinnt an Tempo

Mit Blick auf die kommenden Jahre weitet die Messe Düsseldorf ihr Investitionsvolumen kontinuierlich aus. Von 24 Mio. Euro im Jahr 2025 steigt dieses voraussichtlich auf 80 Mio. Euro 2026 und 124 Mio. Euro 2027. Der Fokus liegt dabei auf der Modernisierung des Düsseldorfer Messegeländes – insbesondere auf der Halle 9 (Gesamtvolumen 200 Mio. Euro) und der neuen Verwaltungszentrale (Gesamtvolumen 100 Mio. Euro). Beide Projekte sollen 2028 fertiggestellt sein. Bis 2040 sind weitere Modernisierungsarbeiten geplant – unter anderem im nördlichen Eingangsbereich und an Halle 7. Von 2000 bis 2040 investiert die Messe Düsseldorf somit eine Gesamtinvestitionssumme von 1,45 Mrd. Euro ins Gelände.

„Wir investieren aus einer Position der Stärke heraus und stellen den Messeplatz Düsseldorf für die Zukunft auf“, sagt Geschäftsführer Bernhard Stempfle. „Während wir Halle 9 um 2.000 Quadratmeter Fläche erweitern und ein modernes Funktionsgebäude mit Eingängen und Konferenzräumen schaffen, entstehen in unserer

neuen Verwaltungszentrale moderne Arbeitswelten, die uns als attraktiven Arbeitgeber positionieren und die Leistungen für unsere Kunden weiter optimieren.“

Die Transformation des Geländes wird zeitnah sichtbar: Ab Februar starten die Baumaßnahmen an der Zentrale, im Juni wird die Halle 9 außer Betrieb genommen. Wolfram Diener betont: „Die Messe Düsseldorf befindet sich in einer Phase des Aufbruchs und Umbruchs – global und lokal, im Sinne unserer Kunden, unserer Partner und Gesellschafter.“

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 und Tube), „Handel, Handwerk und Dienstleistungen“ (EuroShop, EuroCIS, ProWein), „Gesundheit und Medizintechnik“ (MEDICA, COMPAMED, REHACARE, A+A), „Lifestyle und Beauty“ (BEAUTY, TOP HAIR, The Art of Beauty & Health), „Freizeit“ (boot, CARAVAN SALON) und „Mobilität“ (XPONENTIAL Europe, Flotte!). Hinzu kommen jährlich zahlreiche Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Im Ausland richtet die Messe Düsseldorf mehr als 80 Veranstaltungen aus. 78 Auslandsvertretungen für 142 Länder – darunter neun internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Gruppe.

Medienkontakt:

Messe Düsseldorf

Dr. Andrea Gränzdörffer

Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin

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

E-Mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de