

Messe Düsseldorf stellt sich in China neu auf: Marius Berlemann wird neuer General Manager der Messe Düsseldorf Shanghai Ltd.



**Düsseldorfer Messemacher setzen auch in Zukunft auf Wachstum:
Shanghai weiter im Zentrum der Aktivitäten**

**Messechef Dornscheidt: „Wir wollen das Neugeschäft weiter ausbauen,
in unser globales Portfolio investieren und mehr Besucher nach Düsseldorf
holen.“**

Zum 1. April 2019 übernimmt Marius Berlemann als General Manager Messe Düsseldorf Shanghai Co., Ltd. die gesamte Projekt- und Personalverantwortung für das Portfolio der Messe Düsseldorf in China. Er folgt auf Heiko M. Stutzinger, der zum 31. Januar 2019 das Unternehmen verlassen hat. Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH: „Die Messe Düsseldorf Gruppe wird den Ausbau des Neugeschäfts und unserer Portfolios in China weiter vorantreiben. Berlemann wird dabei eine maßgebliche Rolle spielen.“ Axel Bartkus, Managing Director Messe Düsseldorf China Ltd., wird weiterhin das Vertretungsgeschäft aus China für die weltweiten Veranstaltungen der Messe Düsseldorf Gruppe betreuen. Zusätzlich wird Bartkus für die Prüfung und Durchführung geeigneter Zukäufe und Beteiligungen an neuen Messen verantwortlich zeichnen. Berlemanns bisherige Funktion als Global Head Wine & Spirits (unter anderem ProWein) übernimmt zum 1. April 2019 Bastian Mingers, der bereits 2011 bis 2015 als Senior Project Manager im ProWein-Team tätig war und aktuell verantwortlich zeichnet für das Thema New Business Development bei der ENERGY STORAGE EUROPE, der internationalen Leitmesse für Energiespeicher.

Chinesischer Markt gewinnt an Bedeutung

Mit einem Anteil von 26,1 Prozent am Auslandsumsatz belegt China Platz zwei der wichtigsten Auslandsmärkte der Messe Düsseldorf Gruppe hinter Russland (44,8 Prozent) – und gewinnt zunehmend an Bedeutung. „Dieser Entwicklung wollen wir auch personell Rechnung tragen“, erläutert Hans Werner Reinhard, Chairman of the Board of Directors der Messe Düsseldorf China Ltd. Zudem werde die Messe Düsseldorf die Verstärkung des Teams nutzen, auch Neuland zu betreten und entsprechend der Bedarfe ihrer Kunden ausgewählte Themen entwickeln. Unternehmen sind schließlich zunehmend in China aktiv. Die Volksre-

publik ist der Welthandelsorganisation WTO zufolge mit einem Volumen von 2.263 Mrd. US-Dollar die größte Exportnation weltweit und mit einem Volumen von 1.842 Mrd. US-Dollar die zweitgrößte Importnation weltweit hinter den USA. Das Bruttoinlandsprodukt Chinas liegt laut Internationalem Währungsfonds (IWF) im Jahr 2018 bei 14.092 Mrd. US-Dollar – dies macht 18,7 Prozent am weltweiten BIP aus. Die Volksrepublik baut diesen Wert kontinuierlich aus – 2008 lag der Anteil noch bei 12,05 Prozent. Der Beitrag der etablierten Industrienationen zur Weltwirtschaft sinke, erläutert Reinhard. Schon heute seien die G7-Länder nicht mehr die sieben größten Volkswirtschaften der Welt: „Das bedeutet auch für Messemacher, dass die Schwellenländer und China als Innovationsstandorte im globalen Wettbewerb immer wichtiger werden.“

Shanghai weiterhin im Zentrum der Aktivitäten

Ihre erfolgreiche Tätigkeit im chinesischen Markt konzentriert die Messe Düsseldorf Gruppe auf die Region Shanghai. Hier ist sie seit neun Jahren mit der eigenen Veranstaltungsgesellschaft, der Messe Düsseldorf Shanghai Co., Ltd. vertreten. Gemeinsam mit der Tochtergesellschaft Messe Düsseldorf China, die sich auf die Akquise chinesischer Aussteller und Besucher für die Messen am Heimatstandort Düsseldorf konzentriert, sichert sie die Position der Unternehmensgruppe in einem der wichtigsten Märkte weltweit. Neben der Hauptniederlassung in Shanghai unterhält das Unternehmen Büros in Hongkong und Beijing. Die Messe Düsseldorf Gruppe veranstaltet zurzeit 16 Messen in China entsprechend den Kernthemen des Mutterkonzerns: Maschinen, Anlagen & Ausrüstungen, Handel, Handwerk & Dienstleistungen, Medizin & Gesundheit und Freizeit. „Über die beiden Töchter gelingt es uns, die Kompetenzen unserer 22 Weltleitmessen am Standort Düsseldorf erfolgreich mit Ablegern in den chinesischen Markt zu übertragen“, kommentiert Dornscheidt.

2018 organisierte Messe Düsseldorf Shanghai neun Messen mit 8.000 Ausstellern, die auf einer Gesamtfläche von 326.000 Quadratmetern ihr Angebot 420.000 Besuchern präsentierten. Darüber hinaus unterstützte Messe Düsseldorf China weltweit 28 Veranstaltungen der Messe Düsseldorf Gruppe und sorgte dafür, dass sich 3.057 chinesische Aussteller auf ausländischen Messen präsentieren konnten. Anstehende Messehighlights sind die ProWine Asia im Mai 2019 und die swop – Shanghai World of Packaging im November 2019. In den nächsten Jahren plant die Messe Düsseldorf ihr Veranstaltungsangebot und vor allem ihre Global Portfolios in China verstärkt auszubauen.

Erfolgreiche Entwicklung globaler Themen: ProWine China

Mit Marius Berlemann verstärkt die Messe Düsseldorf ihr Team um einen ausgesprochenen Experten für die Entwicklung von Themen. Berlemann zeichnete bei der Messe Düsseldorf bislang verantwortlich für das Portfolio Wine & Spirits. Im kommenden März begrüßt die ProWein die internationale Wein- und Spirituosenbranche mit rund 7.000 Ausstellern aus 64 Ländern in Düsseldorf. Über 60.000 Fachbesucher aus 133 Ländern werden zur kommenden Veranstaltung erwartet, die dieses Jahr ihr 25. Jubiläum feiert. Mit der ersten ProWine China in Shanghai 2013 legte die ProWein den Grundstein für ihr internationales Satelliten-Netzwerk. Rund 4.000 Aussteller aus 40 Ländern haben sich seitdem präsentiert; rund 70.000 Fachbesucher hat die ProWine China in diesem Zeitraum gezählt. Bereits damals verbrachte Berlemann für den Launch dieser Veranstaltung ein Jahr für die Messe Düsseldorf in China.

2016 hatte die ProWine Asia in Singapur ihre Premiere und war mit über 7.300 Besuchern und rund 260 Ausstellern so erfolgreich, dass ein Jahr später die ProWine Asia in Hong Kong folgte und mit 310 Ausstellern und über 12.000 Weinprofis ein ebenfalls erfolgreiches Debut absolvierte. Seitdem pendelt die ProWine Asia jährlich im Frühjahr zwischen Singapur und Hong Kong. Beide Messen ergänzen sich bestens: Erschließt die ProWine Asia mit Singapur den südostasiatischen Weinmarkt (zur letzten ProWine Asia 2018 reisten 40 Prozent der Besucher von außerhalb Singapurs an) und mit Hong Kong die umliegenden Märkte, fokussiert sich die ProWine China auf das Festland China.

Positive Rückkopplungseffekte des Engagements in China

Die Geschäftstätigkeit in der VR China zeigt zudem deutliche Rückkopplungseffekte für den Messeplatz Düsseldorf. Hier lag China 2018 mit 1.960 Ausstellern und 32.641 Quadratmetern Netto-Ausstellungsfläche jeweils auf Platz 3 hinter Italien und Frankreich. Bei den Besuchern belegte China Platz 9 (9.052). Dabei ist die Ausstellerzahl in den vergangenen zehn Jahren um 70 Prozent, die Netto-Fläche um 26 Prozent und die Besucherzahl um ganze 357 Prozent angestiegen. Für die nächsten Jahre wird eine kontinuierliche Steigerung der chinesischen Aussteller- und Besucherzahlen am Messeplatz Düsseldorf erwartet.

SNIEC weiter auf Expansionskurs: erfolgreichstes Messegelände der Welt

Sitz der Messe Düsseldorf Shanghai ist die Sonderwirtschaftszone Shanghai-Pudong in unmittelbarer Nähe zum Shanghai New International Expo Centre

(SNIEC). Auf dem Messegelände mit 17 Hallen, einer Gesamtfläche von 200.000 Quadratmetern und einem Freigelände von 100.000 Quadratmetern liegt der Schwerpunkt der Düsseldorfer Aktivitäten im chinesischen Markt. Das SNIEC wächst seit seiner Gründung 1999 kontinuierlich und hat sich zum modernsten sowie am besten ausgelasteten Messegelände in der VR China entwickelt. Die Brutto-Auslastungsrate im Jahr 2017 betrug 65 Prozent. Insgesamt fanden im vergangenen Jahr 134 Veranstaltungen im SNIEC statt (Vorjahr: 114). Eigentümer sind auf deutscher Seite ein Joint-Venture der Messegesellschaften Düsseldorf, Hannover und München sowie auf chinesischer Seite eine Gesellschaft der Stadt Shanghai.

Zeichen: 7.966 (inkl. Leerzeichen).

Die Messe Düsseldorf Gruppe*:

Mit rund 290 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2018 konnte die Messe Düsseldorf Gruppe ihre Position als eine der erfolgreichsten deutschen Messegesellschaften behaupten. Auf den Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten in diesem Messejahr rund 26.800 Aussteller 1,14 Mio. Fachbesuchern ihre Produkte. Damit stiegen sowohl Aussteller- und Besucherzahlen im Vergleich zu den Vorveranstaltungen. Am Standort Düsseldorf finden rund 50 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 etwa 2.800 Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress mit rund 640.000 Kongressbesuchern. Außerdem organisiert die Messe Düsseldorf Gruppe 70 Eigenveranstaltungen, Beteiligungen und Auftragsveranstaltungen im Ausland und ist eine der führenden Exportplattformen weltweit. Besonders hoch ist die Internationalität bei Investitionsgütermessen der Messe Düsseldorf GmbH. Auf den Eigenveranstaltungen im Kompetenzfeld „Maschinen, Anlagen & Ausrüstungen“ kamen 2018 rund 77 Prozent der Aussteller und 70 Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland an den Rhein, insgesamt besuchten Kunden aus rund 180 Ländern Messen in Düsseldorf. Vertriebsstützpunkte für 141 Länder (77 Auslandsvertretungen), Tochtergesellschaften in 6 Ländern sowie weitere internationale Beteiligungen bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

*Alle Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

Kontakt:

Dr. Andrea Gränzdoerffer

Tel.: 0211/4560-555

Fax: 0211/4560-8548

GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de

Düsseldorf, 18. Februar 2019