

Presse  
Press

## Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

### Messe Düsseldorf verzeichnet starkes Wachstum

**Das veranstaltungsstarke Messejahr 2019 führt zu deutlichen Umsatz- und Gewinnsteigerungen**

**Für 2020 erwartet das Unternehmen ein weiteres Plus: Das Jahresergebnis wird zyklusbedingt einen neuen Höchstwert erreichen**



**Durch das starke Inlandsgeschäft im veranstaltungsintensiven Messejahr 2019 kann die Messe Düsseldorf ein solides Wachstum bilanzieren: Die Messe Düsseldorf Gruppe erreichte einen Umsatz von 369 Millionen Euro (Vorjahr: 294 Millionen Euro) – ein Anstieg von 25,6 Prozent. Die Messe Düsseldorf GmbH verzeichnet ein Umsatzplus von 29,8 Prozent. Ihre Erlöse stiegen von 260,4 Millionen Euro auf 338 Millionen Euro. Der Gewinn der GmbH hat sich mehr als verdreifacht. Ihr Jahresüberschuss stieg um 217 Prozent auf 49 Millionen Euro (2018: 15,3 Millionen Euro). Daraus ergibt sich eine Umsatzrendite von 14,4 Prozent (Vorjahr: 5,9 Prozent).**

Aufgrund der Messezyklen, die bis zur Vier-Jahres-Taktung reichen, ist das Düsseldorfer Messegelände im Zeitraum August 2019 bis Juni 2020 Schauplatz aller ihrer großen Weltleitmessen: Die K und die A+A fanden bereits 2019 statt, dieses Jahr folgen unter anderem die wire und Tube, die interpack und die drupa. Diese Veranstaltungen garantieren der Messe Düsseldorf im Inlandsgeschäft hohe Zuwächse. „Während unserer Messeralleye, die im Herbst 2019 mit dem bislang besucherstärksten CARAVAN SALON gestartet ist und mit einer ausgebuchten drupa im Juni 2020 enden wird, begrüßen wir in Düsseldorf allein auf unseren Eigenveranstaltungen in nur zehn Monaten rund 1,6 Millionen Besucher und 35.000 Aussteller“, kommentiert Werner M. Dornscheidt das erfolgreiche Inlandsgeschäft. Der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH zieht daher für das abgelaufene Geschäftsjahr ein durchweg positives Resümee: „Unser Gewinn hat sich 2019 gegenüber dem Vorjahr mehr als verdreifacht. Wir haben äußerst profitabel gewirtschaftet und damit eine solide Grundlage für zukünftige Investitionen geschaffen.“

Auch der Blick nach vorne ist vielversprechend: „Die Aussichten auf das laufende Geschäftsjahr sind mehr als erfreulich“, so der Messechef. Der Gewinn der GmbH wird sich 2020 nochmals deutlich erhöhen: Der Überschuss wird laut Prognose um 69,5 Prozent auf 82,2 Millionen Euro steigen. Der Umsatz soll laut Prognose um 40,2 Prozent auf 474 Millionen Euro wachsen. Das Unternehmen wird dadurch noch profitabler: Die Rendite wird kommendes Jahr voraussichtlich 17,3 Prozent betragen. Die üblichen Messezyklen werden erst 2021 wieder zu einem ruhigeren Jahr führen.

## **Wachstum bei bestehenden und neuen Veranstaltungen**

In der Landeshauptstadt am Rhein organisierte die Messe Düsseldorf GmbH im Jahr 2019 insgesamt 29 Veranstaltungen (Vorjahr 27), davon 18 Eigen- sowie 11 Partner- und Gastveranstaltungen. Bei den Eigenveranstaltungen zeigten 26.259 Aussteller auf knapp 835.000 Quadratmetern Nettofläche rund 1,3 Millionen Fachbesuchern ihre Innovationen. „Wir verzeichneten 2,9 Prozent mehr Aussteller und Besucher sowie 2,3 Prozent mehr Nettofläche gegenüber den Vorveranstaltungen“, erläutert Dornscheidt die neuen Bestmarken der Eigenveranstaltungen am Heimatstandort. Zu den größten Umsatzträgern im abgelaufenen Jahr zählten die Nummer-1-Veranstaltungen K, MEDICA, A+A, ProWein und das Messequartett der „Bright World of Metals“ (GIFA, METEC, THERMPROCESS, NEWCAST).

„Unsere Weltleitmessen wachsen. Zugleich gründen wir immer wieder Spezialmessen zu Nischenthemen mit großem Zukunftspotenzial“, so der Messechef über die Neugründungen seiner Messegesellschaft. Sowohl die Kongressmesse PRINT & DIGITAL CONVENTION für Multichannel- und Dialogmarketing, als auch die tasc, die weltweit erste Fachmesse für Autoglas, Smart Repair und Fahrzeugaufbereitung, überzeugten 2019 mit zweistelligen Zuwachsraten bei Ausstellern und Besuchern. Die SPORTS INNOVATION findet 2020 zum zweiten Mal in der Düsseldorfer Arena statt – direkt angebunden an das Messegelände. Mit ihrem Partner, der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH, bietet die Messe Düsseldorf eine Plattform für neue Technologien rund um Spielanalyse, Broadcasting, Stadionerlebnis und Co.

Neu im Portfolio ist die Saw EXPO. Ab 2020 wird die Sägetechnikmesse unter der Regie der Messe Düsseldorf als Sonderpavillon der wire und Tube stattfinden. In den Jahren dazwischen öffnet sie ab 2021 als eigenständige Messe in Friedrichshafen ihre Türen. Ein Spin-off im Rahmen der Tube China 2020 in Shanghai ist ebenfalls geplant.

## **Messen als Plattform für gesellschaftliche Herausforderungen**

„Wir bauen unsere Portfolios aus und entwickeln unsere Veranstaltungen inhaltlich weiter“, erklärt Dornscheidt. „Messen befinden sich im Wandel. Neben Branchenfachthemen rücken immer häufiger ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Fragen in den Mittelpunkt und verlangen nach Antworten. Mit unseren Weltleitmessen bieten wir den Industrien die Plattformen, auf denen sie ihre Lösungen für die aktuellen Herausforderungen unserer Zeit präsentieren und mit Experten diskutieren können.“ Auf der K2019 thematisierte die Industrie in verschiedenen Sonderschauen die Facetten einer zukünftigen Kreislaufwirtschaft. Mit der 2011 gegründeten Initiative SAVE FOOD setzen die Düsseldorfer im Umfeld ihrer Verpackungsmessen (interpack alliance) Zeichen gegen weltweite Lebensmittelverluste und -verschwendung. Zur interpack 2020 wird sie in

der Stadt Düsseldorf das SAVE FOOD-Festival ausrichten, auf dem Start-ups allen Akteuren entlang der Nahrungsmittelwertschöpfungskette bis hin zum Endverbraucher ihre Ideen und Lösungen hierfür informativ und interaktiv präsentieren werden. Zugleich widmet die interpack dem Thema „Life without Packaging“ eine eigene Konferenz. Meeres- und Klimaschutz stehen wieder bei der boot auf der Agenda. Im Rahmen der Initiative „love your ocean“ von Messe Düsseldorf, Deutsche Meeresstiftung und Fürst Albert II. Stiftung präsentieren Unternehmen, Verbände und Institutionen auf einer Sonderfläche, wie sie sich für saubere Gewässer engagieren. „Neben der inhaltlichen Weiterentwicklung unserer Messen sichern Investitionen in die Internationalisierung, Geländeoptimierung und Digitale Transformation langfristig unseren Erfolg“, so der Messechef und betont: „Alle dafür erforderlichen Mittel finanzieren wir aus eigener Kraft.“

### **Stärkung des Vertriebs durch Ausbau des internationalen Netzwerks**

Nach der Eröffnung der neuen Auslandsvertretung in Colombo/Sri Lanka am 1. Januar 2019 ist die Messe Düsseldorf nun mit 77 Auslandsvertretungen – darunter sieben ausländischen Tochtergesellschaften – in 141 Ländern vertreten. „Wir bauen unser internationales Vertriebsnetz aus, um der Marktnachfrage in einer immer globaleren Wirtschaftswelt entgegen zu kommen, mehr internationale Aussteller und Besucher für die Weltleitmessen an unserer Homebase Düsseldorf zu gewinnen und zyklusbedingte Schwankungen durch ein stabiles Auslandsgeschäft besser abzufedern“, so Dornscheidt. Von den insgesamt rund 67 Millionen Euro, die der Konzern 2019 im Ausland erwirtschaftet hat, entfallen 33 Millionen Euro auf Russland, 14 Millionen Euro auf China und zehn Millionen Euro auf Singapur.

„International zu agieren, hat Tradition bei der Messe Düsseldorf“, berichtet Dornscheidt. Die Messe Düsseldorf feierte 2019 das 40-jährige Bestehen ihres Moskauer Standorts. Das Unternehmen engagierte sich bereits 1963 als erste ausländische Messegesellschaft in Russland. „Seit 1979 sind wir kontinuierlich mit einem eigenen Standort in Moskau vertreten – auch in politisch und wirtschaftlich schwierigen Zeiten“, betont der Messechef. „Heute ist Russland unser größter Auslandsmarkt mit 14 Messen und Messebeteiligungen in Moskau, Novokuznetsk, Kazan, Ufa und Jekaterinburg.“

Auch die Tochtergesellschaften der Messe Düsseldorf in China, dem zweitgrößten Auslandsmarkt des Unternehmens, feierten Jubiläum: 20 Jahre Messe Düsseldorf China in Hongkong, die chinesische Aussteller auf den weltweiten Veranstaltungen der Messe Düsseldorf Gruppe betreut, und zehn Jahre Messe Düsseldorf Shanghai, die aktuell 16 Messen in China veranstaltet.

### **Messen als Impulsgeber für Wachstumsmärkte**

Insgesamt hat die Messe Düsseldorf im Ausland 57 Eigenveranstaltungen und Beteiligungen realisiert. Insbesondere in dynamischen Zukunftsmärkten mit hohem Wachstumspotenzial wie Afrika, Südamerika und dem mittleren Osten baut sie ihr internationales Geschäft unter dem Dach der vier großen Düsseldorfer Weltleitmessen interpack (Processing & Packaging), MEDICA (Health & Medical Technologies), K (Plastics & Rubber) und wire und Tube (Metals & Flow Technologies) weiter aus. Zu den neuen Auslandsveranstaltungen 2019 gehören die FAMDENT Show in Mumbai, eine der führenden indischen Fachveranstaltungen für die Zahnmedizin, die pacprocess Middle East Africa in Kairo, ein Mitglied der interpack alliance, und die Pack Print Plas (PPP) Philippines in Manila als Teil des Portfolios Print Technologies rund um die Weltleitmesse drupa. 2020 werden unter anderem erstmals die Medizintechnikmessen MEDICAL FAIR BRASIL in São Paulo und die Meditech Colombia in Bogotá stattfinden.

### **Internationalität stärkt Homebase in Düsseldorf**

Der positive Rückkopplungseffekt für den Messeplatz Düsseldorf bestätigt die Globalisierungsstrategie des Unternehmens. Der Anteil der Gäste aus dem Ausland steigt seit Jahren. 2019 kamen 73,4 Prozent aller Aussteller der Eigenveranstaltungen in Düsseldorf aus dem Ausland (Vorveranstaltungen 71,3 Prozent); der Anteil internationaler Besucher lag bei 37,1 Prozent (Vorveranstaltungen 36,6 Prozent). Besonders hoch ist dieser bei den Düsseldorfer Weltleitmessen der vier Global Portfolios: Hier reisten 2019 knapp 70 Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland an. „Unsere Eigenveranstaltungen am Rhein konnten damit erneut Spitzenwerte aufweisen, die für deutsche Industriegütermessen einzigartig sind“, freut sich Dornscheidt.

### **Geländeoptimierung: Mehrwert für Kunden und Umwelt**

Um auch zukünftig wettbewerbsfähig und attraktiv für Kunden zu bleiben, hält die Messe Düsseldorf ihre Flächen und Räumlichkeiten auf der Höhe der Zeit – in Bezug auf Technologie, Funktionalität, Komfort und Architektur. Im Herbst 2019 wurde nach zweijähriger Bauzeit die neue Halle 1 in Betrieb genommen. Mit mehr als 12.000 Quadratmetern Fläche bietet sie Platz für 10.000 Menschen. Zusätzlich stehen sechs verglaste Konferenzräume im Obergeschoss à 200 Quadratmeter sowie das über 2.112 Quadratmeter große Foyer als Veranstaltungsfläche zur Verfügung. Die Halle 1 ist von Beginn an durchgängig ausgebucht. Die expopharm, Europas größte Fachmesse rund um den Apothekenmarkt, bildete als Gastveranstaltung den Auftakt für ihre durchgängige Belegung bis zur drupa Ende Juni 2020. Als erste Eigenveranstaltung belegte die K im Oktober die neue Halle. „Die hohe Auslastung vom Start weg zeigt, dass wir nah am Bedarf unserer Kunden

bauen“, so Dornscheidt. Im Frühjahr 2020 wird der neue Eingang Süd mit seinem architektonisch anspruchsvollen, 20 Meter hohen und 7.800 Quadratmetern großen Vordach fertiggestellt sein. Insgesamt werden 140 Millionen Euro in dieses Projekt fließen.

Die Neue Messe Süd ist Teil des Masterplans Messe Düsseldorf 2030, in dessen Zuge seit der Jahrtausendwende bereits die Hallen 6, 7a, 8a und 8b, der Neubau des Eingangs Nord und die Komplettmodernisierung von sieben Hallen fertiggestellt wurde. Die Halle 9 steht als nächstes auf dem Plan. Sämtliche Messehallen sollen bis 2030 energetisch auf dem neuesten Stand sein. „Wir gehen davon aus, dass wir in den nächsten zwölf bis 15 Jahren Investitionen in Höhe von über 700 Mio. Euro für die Komplettmodernisierung des Düsseldorfer Messegeländes tätigen werden. Über die Einzelmaßnahmen werden unsere Aufsichtsgremien entscheiden.“

### **Digitale Transformation: Investition in die Zukunft**

Die Messe Düsseldorf ist eine der weltweit wichtigsten Plattformen zur Präsentation digitaler Innovationen verschiedener Industrien. Sie treibt zugleich selbst die Digitalisierung des Formats Messe, der digitalen Infrastruktur und der Transformation des eigenen Unternehmens voran. Neuestes Projekt der Messe ist neben dem sukzessiven Relaunch ihrer Messe-Apps auch die Weiterentwicklung des Matchmaking-Tools, das Aussteller und Besucher mit passenden Interessen per Klick zusammenbringt. Mehr als 1.500 Meetings kamen auf diesem Wege auf der MEDICA und COMPAMED 2019 zustande. Die ProWein wird 2020 in Kooperation mit dem Unternehmen Bottlebooks einen ähnlichen Ansatz verfolgen: Angesichts des umfassenden Angebots ist es für die Facheinkäufer unverzichtbar, sich schnell einen Überblick zu verschaffen und gezielt nach einzelnen Produkten zu suchen. Aussteller haben im Vorfeld der Messe erstmals die Möglichkeit, ihre Auswahl in eine Online-Datenbank einzupflegen. Besucher wiederum können dann ganz einfach und unkompliziert die gewünschten Produktgruppen suchen. So wird die Effizienz und der Nutzen einer Messe für die Kunden erhöht.

### **Zukunft fördern: Weltleitmessen als Bühne für Start-ups**

Darüber hinaus fördert die Messe Düsseldorf Start-ups, die zu den wichtigsten Akteuren der Digitalisierung zählen. Das Unternehmen ist unter anderem Partner des digihub Düsseldorf, einem Kompetenzzentrum für digitale Gründungsideen, und bietet auf allen großen Düsseldorfer Messen spezielle Sonderflächen für Gründer an – unter anderem den Start-up-Hub auf der EuroCIS 2019 und der EuroShop 2020, die Start-up-Zone bei der A+A 2019 und der glasstec 2020 als auch den jährlichen MEDICA START-UP PARK. „Unser Ausstellungsangebot wird von der Gründerszene sehr gut angenommen“, freut sich Dornscheidt. „Ein neues und inspirierendes Hallenkonzept werden wir 2020 auf der drupa etablieren. Das neue Forum drupa next age versteht sich als Zentrum disruptiver

Entwicklungen und will einen Vernetzungsraum schaffen, in dem Global Player, Start-ups und Key Player der Branche im produktiven Austausch über neue Produktideen, Technologien und Geschäftsmodelle stehen.“

### **Neuordnung der Geschäftsführung**

Die weltweit größte Messe für Drucktechnologien 2020 wird die letzte Nummer-1-Veranstaltung sein, die unter der Führung von Werner M. Dornscheidt stattfindet. Ende Juni geht der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH nach fast 17 Jahren an der Spitze des Unternehmens in den Ruhestand. Sein Nachfolger wird am 1. Juli Wolfram N. Diener, der seit seinem Eintritt in das Unternehmen 2018 für das operative Geschäft mehrerer Global Portfolios verantwortlich ist. Bereits seit dem 1. Januar 2020 ist Erhard Wienkamp neuer operativer Geschäftsführer. Er trat die Nachfolge von Hans Werner Reinhard an, der das Unternehmen 2019 verlassen hat. Bernhard J. Stempfle, verantwortlich für Finanzen und Technik, komplettiert das Geschäftsführerteam. Werner M. Dornscheidt ist von der neu besetzten Geschäftsführung überzeugt: „Märkte verschieben sich, die Welt wird internationaler, digitaler und komplexer. Mit ihrer langjährigen Messeerfahrung sind Wolfram N. Diener, Bernhard J. Stempfle und Erhard Wienkamp die idealen Treiber, um die Messe Düsseldorf in die Zukunft zu führen. Sie stehen sowohl für Erneuerung als auch für Kontinuität.“ Dies schaffe beste Voraussetzungen dafür, das Produktportfolio der Messe Düsseldorf im In- und Ausland nah am Kunden weiter zu entwickeln und den Düsseldorfer Standort zu stärken, so Dornscheidt.

Zeichen: 15.301 (inkl. Leerzeichen)

#### **Die Messe Düsseldorf Gruppe\***

Mit rund 369 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2019 konnte die Messe Düsseldorf Gruppe ihre Position als eine der erfolgreichsten deutschen Messegesellschaften behaupten. Auf den Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten in diesem Messejahr 29.195 Aussteller 1,4 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 mehr als 1.000 Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress mit rund 365.000 Teilnehmern im Jahr 2019. Außerdem organisiert die Messe Düsseldorf Gruppe 75 Eigenveranstaltungen, Beteiligungen und Auftragsveranstaltungen im Ausland und ist eine der führenden Exportplattformen weltweit. Auf den Eigenveranstaltungen in Düsseldorf kamen 2019 rund 73 Prozent der Aussteller und 37 Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland an den Rhein. 77 Auslandsvertretungen für 141 Länder – darunter 7 internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

\*Alle Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

#### **Kontakt:**

Unternehmenskommunikation  
Dr. Andrea Gränzdoerffer  
Tel.: 0211/4560-555  
Fax: 0211/4560-8548  
E-Mail: [graenzdoerffera@messe-duesseldorf.de](mailto:graenzdoerffera@messe-duesseldorf.de)

Düsseldorf, 15. Januar 2020