



MESSE  
MÜNCHEN

# Pressemitteilung

## **Mit Zuversicht in einen starken Messeherbst: Nach zwei schwierigen Messejahren erwartet die Messe München ein positives Ergebnis 2022**

**7. Juli 2022. Die Messe München unter Führung ihrer neuen Doppelspitze Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel, die seit 1. Juli 2022 das Unternehmen als gleichberechtigte Geschäftsführer / CEOs leiten, sieht das laufende Geschäftsjahr 2022 mit einer noch nie dagewesenen Dichte von Veranstaltungen als entscheidend für die Messe München an.**

- Fokus auf profitables Wachstum im Kerngeschäft im In- und Ausland
- 2022 soll mit klar positivem EBITDA abgeschlossen werden
- Nachhaltigkeitsstrategie strebt Klimaneutralität bis 2030 an
- Voller Veranstaltungskalender im Herbst, u.a. mit drinktec, EXPO REAL, bauma und electronica

„Den Messestart in 2022 mit dem zweiten Quartal kann man als wirklich gelungen bezeichnen. Unsere Kunden haben uns bestätigt, dass gerade bei komplexen und innovativen Themen Messen unverzichtbar sind. Genauso unverzichtbar ist der persönliche Kontakt, der sich nicht digitalisieren lässt“, so die beiden Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel. Sie nehmen dabei Bezug auf Leitmessen wie LASER World of PHOTONICS, INHORGENTA MUNICH, analytica, automatica, ceramitec, OutDoor by ISPO oder die IFAT Munich, die im Mai das gesamte Gelände belegt hat.

### **Jahresabschluss 2021**

Der Jahresabschluss 2021 war coronabedingt wie 2020 ernüchternd. Für die Messe München GmbH wurde ein Umsatz von 127,2 Millionen Euro erzielt (2020: 93,6 Millionen Euro). Weltweit erwirtschaftete das Unternehmen einen Konzernumsatz von 158,1 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) für die GmbH lag für 2021 bei -33,0 Millionen Euro.

Dr. Holger Feist  
Chief Strategy Officer und  
Unternehmenssprecher  
Tel. +49 89 949-20030  
holger.feist@messe-muenchen.de

Messe München GmbH  
Am Messesee 2  
81829 München  
Deutschland  
messe-muenchen.de



Trotz aller Herausforderungen hat die Messe München mit ihren Tochtergesellschaften im Ausland und den Gastveranstaltungen 2021 insgesamt 125 Veranstaltungen mit über 1,1 Millionen Besuchern bzw. Teilnehmenden umgesetzt – sowohl online als auch als Präsenzveranstaltung. Davon fanden fünf eigene Präsenzveranstaltungen in München statt, darunter auch die gemeinsam mit dem Verband der Automobilindustrie erstmals in München veranstaltete IAA MOBILITY. Zudem blieb die Messe München GmbH mit 17 eigenen Online-Veranstaltungen am Heimatmarkt und weiteren digitalen Events der Tochtergesellschaften im Ausland für ihre Aussteller und Besucher ein verlässlicher Partner und versorgte sie über digitale Formate mit neuesten Entwicklungen und Brancheninformationen. An den internationalen Standorten hat das Unternehmen 21 Events organisiert. Hinzu kamen in München 82 Gastveranstaltungen.

### **Das zweite Halbjahr 2022**

Im Jahr 2022 finden insgesamt neben 79 Gastveranstaltungen (Internationale Handwerksmesse IHM, The Smarter E Europe sowie Kongresse, u.a. der medizinische Fachkongress EuroMedLab) auch 43 Eigenveranstaltungen im In- und Ausland statt. Allein im Herbst veranstaltet die Messe München fünf Weltleitmessen, allen voran die flächenmäßig größte Messe der Welt, die bauma, die vom 24. bis 30. Oktober wieder wichtige Zukunftsthemen der Bau-, Baustoff- und Bergbaumaschinenindustrie in den Fokus stellt. Zuvor werden bereits die drinktec, Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie (12.–16.9.2022) und die EXPO REAL (4.–6.10.2022) stattgefunden haben. Im November folgt die electronica, Weltleitmesse und Konferenz der Elektronik (15.–18.11.2022). Die ISPO Munich wird dieses Jahr erstmals zum Auftakt der Wintersaison veranstaltet (28.–30.11.2022) und bleibt dann dauerhaft auf diesem von der Branche präferierten Termin. Ein besonderes Highlight wird der Konzertsommer auf dem Messegelände in Riem darstellen: Im August werden zu den Großkonzerten von Andreas Gabalier, Helene Fischer und Robbie Williams über 100.000 Besucher erwartet.

Die beiden CEOs zeigen sich zuversichtlich: „Die Resonanz unserer Kunden ist sehr positiv. Die Erfahrungen der letzten zwei Jahre lässt sich wie folgt

zusammenfassen: Der persönliche Kontakt lässt sich weder digitalisieren noch ersetzen. Neue Netzwerke, neue Innovationen und neue Kunden entstehen in persönlichen Begegnungen auf unseren Messen. Und in diesem Jahr haben wir einen sehr vollen Veranstaltungskalender.“

„Unser Ziel“, so die beiden CEOs, „ist es daher, 2022 mit einem klar positiven EBITDA abzuschließen.“

### **Aktuelle Lage**

Der Aufschwung im Messegeschäft nach zwei pandemiebedingten Ausnahmejahren trifft aktuell auf den Krieg in der Ukraine, verbunden mit wachsenden Energiekosten und allgemein steigender Inflation. In diesem Umfeld hat die sichere Durchführung aller geplanten Veranstaltungen oberste Priorität für die Messe München. Zugleich gilt es, weitere Chancen bestmöglich zu nutzen, auch im Kerngeschäft. Ob dies gelingt, hängt natürlich davon ab, ob sich die Situation um Lieferketten, Personalmangel, Rohstoffkosten oder Energiekosten nicht weiter verschärft. Gut gerüstet sehen sich die CEOs dagegen beim Thema Corona: „Wir haben mit zahlreichen Veranstaltungen in 2020 und 2021 bewiesen, dass wir hygienegerecht auch große Messen durchführen können.“

### **Strategischer Ausblick**

Die Doppelspitze sieht ein **profitables Wachstum** im Ausbau des Kerngeschäfts: „Organisches Wachstum wird im Fokus stehen. Dass das erfolgreich geschehen kann, haben gerade die digitalBAU in Köln gezeigt oder in China die vier IFAT Messen der IE expo.“

Digitale Lösungen und Abläufe sind inzwischen wichtige Bestandteile des Messegeschäfts und werden in Zukunft immer wichtiger. Das Kerngeschäft kann dadurch sinnvoll ergänzt und ausgebaut werden. Umgekehrt helfen Messen auch, die **Digitalisierung** voranzutreiben, wie zum Beispiel die digitalBAU die Bauindustrie. In Zukunft wird es noch einmal verstärkt darum gehen, die Customer Journey – also die Reise eines möglichen Kunden vom ersten Kontakt bis weit nach dem ersten Messebesuch – weiter zu optimieren und ihn in seinem Geschäft auf unseren Plattformen optimal zu unterstützen.

Im Bereich der **Nachhaltigkeit** hat die Messe München frühzeitig die Weichen für klimaneutrale Messen gestellt. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, Klimaneutralität bis spätestens 2030 zu erreichen: „Nachhaltigkeit ist ein zunehmend entscheidender Wettbewerbsfaktor im Messegeschäft. Die Nachhaltigkeitsstrategie der Messe München umfasst deshalb eine Vielzahl von Maßnahmen und Projekten in den Bereichen Energie, Wasser, Mobilität, Biodiversität, Soziales, Governance und Ressourcen. Wichtige Ziele sind Nachhaltigkeit messbar zu machen, eine Zero-Waste-Strategie – also Abfall vermeiden und Ressourcen-Kreisläufe schließen –, CO<sub>2</sub>-Kompensationsmöglichkeiten für Kunden zu etablieren oder Mobilitätsangebote intern und extern weitgehend CO<sub>2</sub>-arm zu gestalten“, so die beiden Geschäftsführer.

Das **internationale Geschäft** und mit ihm der globale Austausch von Wissen und Innovationen, um die zentralen Themen der Zukunft mit konkreten Lösungen voranzutreiben, ist eine treibende Kraft der Messe München. Seit Jahren baut sie erfolgreich ihr Portfolio rund um starke Leitmessen weltweit aus, vor allem in China und Indien. Doch die aktuelle Weltlage schlägt sich auch in der internationalen Ausrichtung nieder. Die Messe München hat sich aus dem russischen Markt zurückgezogen und hat die Baumaschinenmesse bauma CTT Russia verkauft. Seit Ende des Jahres 2021 können in Shanghai durch die strikte Corona-Politik in China keine Messen stattfinden. Die Volksrepublik bleibt als vielversprechende Wachstumsregion aber weiterhin Fokusland der Messe München.

Für beide CEOs bleibt die Verankerung in den wichtigsten Wachstumsmärkten der Welt auch zukünftig unverzichtbar: „Nur so können wir die Stärke unserer international ausgerichteten Messecluster ausspielen und den Status unserer Weltleitmessen in München festigen.“

Weitere Kennzahlen und Informationen finden Sie auf der Unternehmens-Website:

[www.messe-muenchen.de](http://www.messe-muenchen.de)

#### **Messe München**

Die Messe München ist eine der international führenden Plattformen für Vernetzung – in München und in der Welt, vor Ort und digital. Getreu dem Claim „Connecting Global Competence“ bringt die Messe München Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich aktuellen Themen befassen. Hierzu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, electronica, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich mehr als 200 Veranstaltungen auf der Messe München ziehen ausgenommen in Pandemie Jahren rund 50.000 Aussteller und rund drei Millionen

Besucher an. Seit 2021 veranstaltet der VDA in Zusammenarbeit mit der Messe München die IAA MOBILITY.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – International Congress Center Messe München, im MOC – Event Center Messe München und im CCN – Conference Center North Messe München vier Locations, die sämtliche Kundenwünsche individuell erfüllen. Neben dem Heimatmarkt München ist die Messe München auch im Ausland sehr erfolgreich und in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv, unter anderem in China und Indien. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.