

MESSE
MÜNCHEN

Pressemitteilung

Messe München findet nach zwei verlustreichen Pandemie Jahren zu solider Stärke zurück: Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel erwarten profitables Messeergebnis

8. Dezember 2022

- Messe München erwartet klar positives EBIDTA in 2022
- Auch 2023 und 2024 positives Messeergebnis erwartet, wenn auch nicht auf dem Niveau von 2022
- Digitale und nachhaltige Lösungen sind die entscheidenden Wettbewerbsvorteile der nächsten Jahre

Das Messegeschäft ist in den letzten drei Quartalen des Jahres 2022 stark zurückgekommen. Nach den deutlichen Verlustjahren 2020 und 2021 hat sich das Geschäft der Messe München mit rund 40 Eigenveranstaltungen im In- und Ausland sowie rund 90 Gastveranstaltungen wieder erfolgreich eingestellt. Die Besucher- und Ausstellerzahlen der derzeitigen Messen liegen zwar immer noch unter den Rekordzahlen im Vergleich zu Vor-Corona, dennoch kommt die Messe München auf ein Besucherniveau von etwa Dreiviertel und liegt mit dieser Quote über dem deutschen Branchendurchschnitt. Die beiden Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel, die seit 1. Juli 2022 an der Spitze der Messe München stehen, erwarten daher für das Jahr 2022 einen positiven Abschluss.

Dabei zeigte sich, dass die Messe München in 2022 bei Investitionsgüter- und Technologiemesen besonders stark performte und das bei einer hohen Internationalität. Die CEO-Doppelspitze zieht eine entsprechende erste Bilanz: "Wir sind hochofreut, dass gerade Messen im Bereich Investitionsgüter und Neuer Technologien wieder so kraftvoll zurückgekommen sind und vor allem bei der Internationalität punkten konnten. Zugleich hat sich eindrucksvoll manifestiert, dass Präsenzmessen für diese Industrien zum Teil mit digitalen Ergänzungen eines der wichtigsten Instrumente im Vertriebs- und Marketingmix sind. Das ist eine hervorragende Basis für die nächsten Jahre und bestätigt uns auf unserem Weg, den Fokus auf organisches Wachstum gesetzt zu haben".

Die beiden Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel erwarten nach den aktuellen Hochrechnungen (Stand: November 2022) einen Umsatz von über 400 Millionen Euro (2021: 127,2 Millionen Euro) und ein EBITDA von über 100 Millionen Euro. Zum Vergleich: Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) lag für die GmbH in 2021 noch bei - 33,0 Millionen

Dr. Carola Hesse
Unternehmenssprecherin
Tel. +49 89 949-20731
carola.hesse@messe-
muenchen.de

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



Euro. Dieses enorm starke Ergebnis liegt zusätzlich an dem Sondereffekt, dass zwei Veranstaltungen (drinktec, Laser) erfolgreich aus dem Corona-Jahr 2021 in das Jahr 2022 verschoben werden konnten.

Trotz dieses positiven Resümees des Messejahres 2022 warnt die **CEO-Doppelspitze** vor zu großer Euphorie: „Auch die Jahre 2023 und 2024 werden intensive Messejahre, die aber im Ergebnis nicht an 2022 anschließen werden.“ Grund dafür sind die weitreichenden Einschränkungen der wirtschaftlichen Aktivität wie Corona-Nachwirkungen, der Lieferkettenproblematik, der mangelnden Energiesicherheit aber vor allem auch der Messekalender in den nächsten beiden Jahren. **Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel** betonen daher: „Umso wichtiger ist unser Fokus auf organisches Wachstum mit dem Ziel, auch künftig unsere Geschäftsjahre mit einem positiven EBITDA abzuschließen. Dazu gehören neben der Weiterentwicklung des Eigenmarkenportfolios auch die weitere Einwerbung vom klassischen Gastveranstaltungsgeschäft wie Gastmessen oder Kongressen“.

Ein Beispiel für organisches Wachstum im Bereich der Eigenmarken war die erste **World of QUANTUM**, die der internationalen Quantencommunity 2022 erstmals eine eigene Plattform bot. Sie fand parallel zur **LASER World of PHOTONICS** im April dieses Jahres statt. Die Premiere stieß auf derart gute Resonanz, dass die Veranstalter für 2023 eine Fortführung planen, die im Rahmen einer weiteren Premiere in 2023 stattfinden wird. Ab 2023 findet die **LASER World of PHOTONICS** parallel zur **automatica** statt.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind entscheidende Wettbewerbsvorteile

„Wenngleich sich die nächsten Jahre noch nicht auf dem Niveau vor Corona bewegen werden, hat das Jahr 2022 aber auch gezeigt: Wir haben die richtigen Messen im Portfolio“, so die beiden **Geschäftsführer der Messe München**. Mit organischem Wachstum im Kerngeschäft und dem Fokus auf Festigung des internationalen Engagements will die Doppelspitze der Messe München daher auch in herausfordernden Zeiten die solide Basis für das Zukunftsgeschäft weiter stärken.

Dabei sind zwei Trends ausschlaggebend für die Wettbewerbsfähigkeit in der Zukunft, die das Unternehmen verfolgt: Zum einen werden **Daten und Digitalisierung** entlang der Wertschöpfungskette und nah am Kerngeschäft zur Prozess-beschleunigung ausgerichtet. Beispielhaft startet ganz neu im nächsten Jahr die BAU Insight als erste personalisierte und interaktive Informationsplattform der Bauindustrie und erweitert damit die physische Messe BAU auf 365 Tage im Jahr.

“Mit der BAU Insight machen wir Messen erlebbar, schaffen eine optimale Voraussetzung für Begegnung und Austausch auf den Messen und bieten unseren Kunden auch unterjährig an, ihre Produkte und Dienstleistungen für die Besucher der BAU, insbesondere Architekten, online zu präsentieren. Damit verlängern wir die BAU quasi auf 365 Tage im Jahr”, erläutert **Dr. Reinhard Pfeiffer** dieses Beispiel für den künftigen digitalen Ansatz der Messe München.

Der zweite Trend ist das Thema **Nachhaltigkeit**, das die Messe München zwar schon seit vielen Jahren begleitet, aber inzwischen eine der wichtigsten Säulen der strategischen Grundrichtungen geworden ist. Im Rahmen der Messe München Nachhaltigkeitsstrategie geht sie gemeinsam mit den Ausstellern und den Besuchern in den nächsten Jahren den Weg in eine nachhaltige Zukunft mit dem Ziel der CO₂ Neutralität bis 2030. In diesem Jahr wurde z.B. erstmals mit dem „GoGreen-Audit“ den Ausstellern die Möglichkeit geboten, den CO₂-Fußabdruck ihres Messeauftritts messen zu lassen und – wenn gewünscht – dann auch zu kompensieren. Für die Besucher der Weltleitmesse wie IFAT, drinktec, Expo Real oder auch Bauma gibt es das „GoGreen“-Ticket für eine mögliche Kompensation ihrer Anreise. Rund 30 Prozent der Tickets auf den vergangenen Weltleitmessen wurden als „GoGreen“-Ticket erworben. Ebenfalls Teil der Nachhaltigkeitsstrategie ist die kontinuierliche Verbesserung des Energieverbrauches. Bereits seit 2011 wird dies jährlich durch einen Energieaudit des TÜV Süd begleitet. Als nächster Schritt zu mehr Energieeffizienz wird z.B. die Beleuchtung in allen Messehallen und Haupteingängen ab dem Jahr 2023 Zug um Zug gegen LED-Beleuchtung ausgetauscht, in einigen Messegebäuden ist dies bereits geschehen. Bei der Heizung, Klimatisierung und Warmwasserbereitung wurden ebenfalls diverse Anpassungen vorgenommen. Der Austausch sämtlicher großer zentraler Heizungspumpen auf dem Gelände gegen moderne energieeffiziente Pumpen wird im Frühjahr 2023 abgeschlossen.

Stefan Rummel erläutert die Nachhaltigkeitsstrategie der Messe München:

“Das Thema Nachhaltigkeit wird in den kommenden Jahren noch konsequenter vorangetrieben. Dabei stehen neben vielen einzelnen Maßnahmen besonders die Themen Abfallentsorgung und Energiemix auf der obersten Prioritätenliste. Wir machen uns auf den Weg in Richtung Kreislaufwirtschaft und CO₂ Neutralität. Hier befinden wir uns heute am Anfang eines breit angelegte Transformationsprogramms. Denn es steht außer Frage, dass nachhaltiges Handeln auch in der Messebranche ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein wird.”

Der starke Messeherbst 2022

Das zweite Messehalbjahr war geprägt von einem dicht gedrängten Messekalender. Dabei wurde bei allen Messen, insbesondere den Weltleitmessen, deutlich, dass sie

Treiber von Innovationen und gesellschaftlich relevante Themen im Mittelpunkt stehen. So war Nachhaltigkeit von Verpackungen und Produktionsprozessen eines der zentralen Themen der **Weltaleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie drinktec** im September. Mit einem internationalen Anteil von 65 Prozent bei den Ausstellern und fast 70 Prozent bei den Besuchern war die drinktec der globale Wirtschaftsgipfel dieser Branche. Immerhin kam jeder dritte Besucher von außerhalb Europas. Wie kann bezahlbarer Wohnraum geschaffen werden? Diese und andere Fragen diskutierte die Immobilienwirtschaft Anfang Oktober auf der **EXPO REAL**. Auch die Politik nutzte dieses Forum zum Austausch auf der führenden Fachmesse für Immobilien und Investitionen intensiv. Eine halbe Million Besucher, rund 3.200 Aussteller auf über 600.000 Quadratmetern Fläche – das sind die Kennzeichen der **bauma**, der flächenmäßig größten Messe der Welt. Nach dreieinhalb Jahren fand die **bauma** im Oktober wieder statt und manifestierte die Innovationsfähigkeit der Branche. Mit zahlreichen Innovationen der Kunden, guten Geschäftsabschlüssen und vielen Besuchern aus aller Welt ist die bauma unverändert ein Kraftzentrum der Baumaschinenbranche. Zudem genoss sie großen internationalen Zuspruch.

Das persönliche Treffen ist unersetzbar – darin waren sich Aussteller und Besucher der diesjährigen **electronica** einig. Die Weltaleitmesse und Konferenz der Elektronik, die im November stattfand, bewies dies mit beeindruckenden Zahlen. Die Zufriedenheitswerte bei Ausstellern und Besuchern lagen so hoch wie noch nie und der Anteil an internationalen Besucher war mit rund 54 Prozent sogar höher als bei den Vorveranstaltungen. Nachdem die electronica 2020 rein digital stattfinden musste, konnte sich die internationale Elektronikindustrie mit rund 70.000 Fachbesuchern nach vier Jahren endlich wieder in Präsenz treffen. Unter dem Motto: „New Perspectives on Sports“ bot die weltweit führende Sportfachmesse **ISPO Munich** vom 28. bis 30. November jede Menge Produktinnovationen, ein prominent besetztes Konferenzprogramm und viele bekannte Sportler als Gäste. 1.700 internationale Aussteller und rund 40.000 Fachbesucher aus 117 Ländern feierten mit dem Restart der ISPO Munich auf dem Münchner Messegelände ein gelungenes Wiedersehen der Sportscommunity.

Die Messe München ist und bleibt auch ein hochattraktiver Standort für **Gastveranstaltungen** in verschiedensten Branchen, wie IT, Medizin, Pharmazie, Wissenschaft, Energie, Medien, Politik und Kultur. Besonderem Zuspruch erfreute sich die weltweit führende Fachmesse der Solarwirtschaft, The smarter E Europe, im Mai. Mit über 65.000 Besuchern aus 149 Ländern informierten sie in 12 Hallen und verzeichnete damit sogar 33 Prozent mehr als vor der Corona-Pandemie bei der letzten regulären Veranstaltung im Jahr 2019. In 2023 sind bereits 16 Hallen gebucht. Anlässlich der expopharm – die europäische Leitmesse für den Apothekenmarkt - konnten sich 500 Aussteller über mehr als 23.000 Besucher freuen.

Zeitgleich zur expopharm fand der Deutsche Apothekertag, die Hauptversammlung der deutschen Apothekerinnen und Apotheker statt. Die MUNICH SHOW mit den Bereichen Mineralientage München und Gemworld Munich konnte sich über großen Zuspruch erfreuen. Die 1.000 Ausstellern präsentierten den 21.500 Besuchern Mineralien, Fossilien, Schmuck, Edelsteinen und Perlen. Die drei Gastveranstaltungen Heim + Handwerk und die Endverbrauermesse FOOD & Life der GHM sowie die Fachmesse für Luftfahrtbranche „Aviation Forum“ im November und Dezember auf dem Messegelände in Riem beendeten schließlich das beeindruckende Veranstaltungsjahr 2022.

Entwicklung international

Seit Jahren baut die Messe München erfolgreich ihr Portfolio rund um starke Leitmessen weltweit aus. Die Situation im Ausland war im Jahr 2022 durchwachsen: Seit Ende 2021 können in Shanghai durch die strikte Corona-Politik in China keine Messen stattfinden. Lediglich an anderen Standorten in China, vor allem zweit- und drittrangigen Städten, konnten vereinzelt Messen veranstaltet werden. Die Volksrepublik bleibt als vielversprechende Wachstumsregion aber weiterhin eines der Fokustländer der Messe München. Im derzeitigen Umfeld ist es aber erforderlich, den Blick zusätzlich auf weitere Wachstumsregionen zu lenken.

Der asiatische Markt hielt in diesem Jahr positive Highlights bereit. So gab es erfreuliche Nachrichten aus Indien mit der IFAT India in Mumbai, die Aussteller aus mehr als 21 Nationen begrüßte und der electronica und productronica in Greater Noida mit 25 Prozent Wachstum bei der nationalen Beteiligung oder mit der Glasstech Asia, die erstmals nach der Akquisition in 2019 Highlights aus dem südostasiatischen Glas- und Verglasungssektor in Singapur zusammenbrachte.

Auch außerhalb Asiens erweiterte die Messe München ihr Engagement: Die Messen transport logistic Americas & air cargo forum Miami fanden erstmals im November in Miami unter der Regie der Messe München statt. Das transport logistic Cluster der Messe München, welches bereits den air cargo Bereich unter anderem mit der air cargo Europe vertrat, erweiterte damit sein weltweit umspannendes Netzwerk mit der neuen Plattform für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management.

Ausblick Veranstaltungsjahr 2023

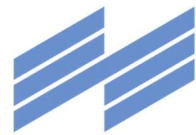
Im Jahr 2023 stehen bei der Messe München erneut eine Vielzahl an Messen an: 13 Veranstaltungen in Deutschland, 40 im Ausland sowie 91 Gastveranstaltungen und Kongresse. Den Messeauftakt bildet im Februar 2023 die **f.ree.**, Bayerns größte Reise- und Freizeitmesse. In insgesamt sechs Hallen präsentiert die Veranstaltung an fünf Messetagen zahlreiche Highlights aus den Bereichen Reisen, Caravaning &

Camping, Wassersport, Outdoor & Fitness sowie Fahrrad.

Die **INHORGENTA MUNICH** bestätigt mit rund 800 Ausstellern und hoher Internationalität ihre Position als Europas führende Fachmesse für Schmuck, Uhren und Edelsteine. Gemeinschaftsstände aus Italien und Frankreich feiern Premiere, zahlreiche internationale Neuaussteller sind an Bord. Die Messe findet vom 24. bis 27. Februar 2023 statt. Vom 28. Februar bis 2. März 2023 bringt die **LOPEC** in München wieder die internationale Industrie für gedruckte Elektronik zusammen. Die führende Fachmesse und der wichtigste Kongress für flexible, organische und gedruckte Elektronik beleuchten drei Tage lang im ICM - International Congress Center Messe München die aktuellen Branchentrends und präsentieren die Innovationen einer der Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts.

Nach vier Jahren findet im April die **BAU** – Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme – wieder in Präsenz statt. Die Veranstaltung belegt alle 18 Hallen plus das ICM inklusive der Halle B0. Im Mittelpunkt der BAU stehen die Themen „Herausforderung Klimawandel“, „Digitale Transformation“, „Zukunft Wohnen“ sowie „Ressourcen & Recycling“. Gut sechs Monate vor ihrer Eröffnung im Mai kann die **transport logistic** eine äußerst positive Zwischenbilanz ziehen: Die Internationale Leitmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management rechnet wieder mit zehn Hallen und wird insgesamt rund 110.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche belegen. Eine Premiere steht vom 27. bis 30. Juni auf dem Plan, wenn die **automatica** erstmals parallel mit der **LASER World of PHOTONICS** veranstaltet wird und künftig im Zwei-Jahresturnus zeitgleich und unter einem Dach stattfindet. Damit werden Zukunftsfelder wie Quantentechnologie und künstliche Intelligenz zusammengeführt. An vier Tagen werden auf dem Münchner Messegelände sowohl die **automatica** als Leitmesse für Automation und Robotik als auch die **LASER World of PHOTONICS**, die Weltleitmesse für Komponenten, Systeme und Anwendungen der Photonik, veranstaltet. Im Juli findet die **digitalBAU** – Fachmesse für digitale Lösungen in der Baubranche zum ersten Mal als Konferenz mit angeschlossener Ausstellung in München statt.

Im September 2023 startet dann die zweite Ausgabe der führenden Mobilitätsplattform **IAA MOBILITY** in München. Als weltweit progressivste Plattform für die Zukunft von Mobilität, Nachhaltigkeit und Technologie verbindet sie alle Unternehmen, die im Ökosystem Mobilität aktiv sind, untereinander – sowie mit neuen Zielgruppen. Im Fokus stehen nachhaltige und intelligent vernetzte Mobilitätslösungen. Unter dem neuen Motto "Experience Connected Mobility" soll die intelligente Vernetzung von Fahrzeugen und Infrastruktur auf der IAA MOBILITY erlebbar gemacht werden. Die **EXPO REAL**, **productronica** und **ispo** schließen unsere Eigenveranstaltungen im Jahr 2023 ab.



MESSE
MÜNCHEN

Pressemitteilung | 8. Dezember 2022 | 7/7

Im Ausland erwartet die Kunden der Messe München im kommenden Jahr unter anderem wieder die bauma **CONEXPO INDIA**, die mit einer Laufzeit von vier Tagen sowohl die globalen Marktführer als auch die indische Industrie der Baumaschinenbranche in Delhi zusammenführt. Zudem wird die MMI Asia erstmals die **analytica Vietnam** und die **ASEAN Ceramics** (Vietnam) selbst veranstalten. 2023 wird auch zum ersten Mal die transport logistic Southeast Asia in Singapur stattfinden. Erstmals seit Pandemiebeginn wird die Messe München zudem ihr Programm in Südafrika wieder aufnehmen mit der air Cargo Africa sowie der IFAT Africa und analytica Lab Africa.

Auch 2023 finden wieder hochkarätige **Gastveranstaltungen** statt. Insbesondere das etablierte Standing im Medizinbereich belegt den Stellenwert der Locations der Messe München für Kunden und Veranstaltungen aus aller Welt: Auftakt macht im Januar die **TrendSet**, die Internationale Fachmesse für Interiors, Inspiration und Lifestyle, die vom 7. bis 9. Januar 2023 in insgesamt sechs Hallen stattfindet und Fachbesuchern die Möglichkeit bietet, sich inspirieren zu lassen. Im April findet der **Kongress der Deutschen Gesellschaft für Chirurgie** statt und im Juni konzentriert sich die weltweit größte Fachmesse der Solarwirtschaft, die **The smarter E Europe**, wieder auf die Bereiche Photovoltaik, Solarthermie und Solarkraftwerke. Darüber hinaus wird es auch in 2023 Veranstaltungen wie Konzerte oder Festivals geben.

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“ agiert die Messe München als globale Vernetzungsplattform und bringt Entscheider aus der ganzen Welt zusammen. Im Portfolio der Messe München finden sich über 50 eigene Fachmessen für Investitions- und Konsumgüter sowie Neue Technologien, die sich mit gesellschaftlich aktuellen Themen befassen. Hierzu gehören die Weltleitmessen bauma, BAU, IFAT und ISPO Munich. Die jährlich mehr als 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an. Zudem wird seit 2021 die IAA MOBILITY vom Verband der Automobilindustrie e.V. (VDA) in Zusammenarbeit mit der Messe München GmbH veranstaltet.

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, dem MOC – Event Center Messe München und dem 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 mit Präsenzen in China, Indien, Brasilien und der Türkei in allen wichtigen Wachstumsmärkten der Welt aktiv. Insgesamt ist die Messe München mit ihrem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften und Auslandsvertretungen in mehr als 100 Ländern präsent.