



MESSE
MÜNCHEN

Pressemitteilung | 22. Juni 2023

Aufschwung nach der Pandemie

Messe München hat neue Wachstumsmärkte im Blick

- Mit 123 Millionen Euro EBITDA im Jahr 2022 wieder in den schwarzen Zahlen
- Erfolg setzt sich 2023 fort: Neubeginn war kein Strohfeuer
- Unerwartete Rekorde bei Ausstellern und Besuchern
- Lust auf den Besuch realer Messen ist groß
- Corona war ein Trendverstärker der Digitalisierung
- Messen sind systemrelevant

Das Messegeschäft ist in München wieder zu vollem Leben erwacht. Nach der Schockstarre der Coronajahre sind die Veranstaltungen nicht ins Internet emigriert. Im Gegenteil. Das Prinzip der realen Messen hat sich durchgesetzt. So hat die Messe München den Neubeginn 2022 noch besser geschafft, als die Hochrechnungen im Dezember vermuten ließen: Das Ergebnis verbesserte sich nach dem Pandemie-Defizit beim EBITDA um 156 Millionen Euro: von minus 33 Millionen Euro 2021 auf ein Plus von 123 Millionen für das Jahr 2022. Die Messe München schreibt damit wieder schwarze Zahlen und macht einen Gewinn von 52 Millionen Euro. Mit einem Umsatz von 413 Millionen Euro liegt sie über dem Markt-Durchschnitt. Der Erfolg setzt sich auch 2023 mit neuen Bestwerten fort.

„Messen sind eben systemrelevant“, sagen die beiden Messechefs Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel: „Für Aussteller sind sie weiter ein unverzichtbares Marketing- und Vertriebsinstrument, das nicht digital ersetzt werden kann.“ Das belegen auch die beeindruckenden Bilanzzahlen für das Jahr 2022, als Messen wieder erlaubt wurden. Machte die Messe München im Coronajahr 2021 wegen der Schließungen ein Defizit von 33 Millionen Euro, schaffte sie 2022 ein EBITDA-Ergebnis (vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) mit einem Plus von 123 Millionen Euro: Ein Sprung von 156 Millionen Euro in die schwarzen Zahlen. Davon bleibt ein Gewinn von 52 Millionen Euro. „Dieses Guthaben wollen wir zielgerichtet in Personal, Digitalisierung, das Gelände und den Schuldenabbau investieren“, erläutern Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel.

Der Messekalendar war zum Neustart 2022 dicht gedrängt: Es waren 17 eigene Veranstaltungen im Inland, 21 im Ausland und 88 Gastveranstaltungen. Zu den insgesamt 126 Veranstaltungen in München und im Ausland meldeten sich 2022 die Aussteller und Besucher stärker zurück, als erwartet worden war: Nach München

Willi Bock
Unternehmenssprecher
Tel. +49 89 949-21112
willi.ock@messe-muenchen.de

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



kamen 29.000 Aussteller und 1,4 Millionen Besucher, zu den Veranstaltungen im Ausland 2.800 Aussteller und 162.000 Besucher. Es war deutlich zu spüren, dass wegen der Coronaauflagen in China und des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine Aussteller und Besucher aus Russland, der Ukraine und China wegblieben. Außerdem hat die Messe München ihr Geschäft in Russland eingestellt.

Der Aufwärtstrend geht auch 2023 weiter

Dieser Neubeginn der Messen 2022 war kein Strohfeuer, denn der Aufwärtstrend setzt sich nahtlos in diesem Jahr fort. Das bestätigt der überaus erfolgreiche Start ins Jahr 2023. Man spürt auch den Nachholbedarf bei allen. „Die ersten Messen des Jahres 2023 schließen in München und im Ausland mit Rekorden bei den Aussteller- und Besucherzahlen ab, die wir so bald nicht erwartet hatten“, so die beiden Geschäftsführer. Die Pluspunkte: Die Messe München ist eine Plattform für Innovationstreiber. Außerdem ist sie ein weltweit gefragter Partner und zuverlässiger Dienstleister für Messen und große Kongresse. Und so war der Start 2023:

- Gleich im Februar meldete sich die f.re.e eindrucksvoll mit 900 Ausstellern aus über 50 Ländern und einem Besucherrekord zurück: mehr als 160.000 kamen zu Bayerns größter Reise- und Freizeitmesse, die erstmals mit der Motorradmesse IMOT zusammenfiel. Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel sind begeistert: „Es war die stärkste f.re.e aller Zeiten. Die enorm hohe Besucherzahl und die Zufriedenheit der Aussteller zeigen, dass auch Publikumsmessen stark gefragt sind und gebraucht werden.“
- Nach über vier Jahren Pause belegte die BAU – Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme – alle 19 Hallen und registrierte einen Ausstellerrekord (2.260 aus 45 Ländern). Rund 190.000 Besucher kamen. Warnstreiks an deutschen Flughäfen und im öffentlichen Nah- und Fernverkehr bremsen leider den positiven Besuchertrend der ersten Messetage. Die zwei Monate vorher gestartete neue 365-Tage Branchen-Plattform BAU Insights zählte täglich bis 40.000 Nutzer. Ein sehr guter Start für das neue Online-Portal der Baubranche.
- Die ISPO in Beijing war im Februar 2020 weltweit die erste Messe, die wegen Corona abgesagt werden musste. Im Februar 2023 war sie die erste Messe, die nach Corona in Beijing stattfinden durfte. Der Andrang von Ausstellern und Besuchern war gewaltig. Auch unsere anderen Messen in China boomten: Mit 820 Ausstellern war die productronica China groß wie nie. Die Umwelttechnologiemesse IE expo füllte mit einer Rekordbeteiligung zum ersten Mal alle 17 Hallen des Shanghai New International Expo Centre.
- Die transport logistic und die integrierte air cargo Europe zählten im Mai drei Rekorde: So viele Besucher wie noch nie (75.000 Besucher aus über 120 Ländern), so viele internationale Besucher wie noch nie (mehr als 50 Prozent) und so viele Nationen bei den Ausstellern wie noch nie.
- Für die OutDoor by ISPO war im Juni das MOC – Event Center Messe München in München-Freimann komplett belegt (35.000 Quadratmeter). Der Zuwachs kam

vor allem aus Übersee, insbesondere aus den USA und China. Die OutDoor by ISPO bestätigte damit ihren Platz als die weltweite Plattform für die Outdoor-Branche und -Community.

„Der Hunger der Menschen nach Messen ist groß und ebenso die Lust, sich auf Plattformen wie Messen zu präsentieren und zu besuchen“, kommentieren die Messe-Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel den positiven Trend: „Messen haben eine Kernkompetenz. Wenn es komplex und erklärungsbedürftig wird, sind sie weiter gefragt. Da sind die physische Messe und das Gespräch von Angesicht zu Angesicht unschlagbar.“

Der Messekalender 2023 ist dicht belegt: 15 Veranstaltungen im Inland (davon zehn im ersten Halbjahr), 40 im Ausland und 91 Gastveranstaltungen auf der Messe, im ICM-International Congress Center Messe München oder dem MOC in Freimann.

Viele Herausforderungen für das Messegeschäft

Corona war nicht die einzige Herausforderung für das Messegeschäft im In- und Ausland: Der Angriffskrieg auf die Ukraine, Inflation oder gestörte Lieferketten. „Diese Auswirkungen haben Einfluss auf unser Unternehmen, auf unsere Kunden, auf die Wertschöpfungsketten der Industrien und damit auch auf unsere Messen“, so die beiden Messechefs Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel: „Messen sind eben auch Seismographen politischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen.“

Die Messe München reagiert darauf: Mit der Konzentration auf das Kerngeschäft, Digitalisierung und mit einem erweiterten Blick auf neue Wachstumsmärkte im Ausland. Dazu gehören Südostasien, die USA und Südamerika. Dr. Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel: „China ist und bleibt für die Messe München ein wichtiger Fokus- und Wachstumsmarkt. Insgesamt ist eine Lehre aus den neuen Herausforderungen, dass wir unsere Abhängigkeiten vermeiden. Deshalb diversifizieren wir unsere Auslandsstrategie.“

Die eigenen Messen stärken

Die Messe legt dabei den Fokus auf organisches Wachstum – also die Stärkung der eigenen Messen und die Akquise neuer Gastveranstaltungen.

- So geht die Umwelttechnologiemesse IFAT 2024 zum ersten Mal nach Südamerika: nach São Paulo in Brasilien.
- Die IFAT geht außerdem eine Kooperation mit der Singapore International Water Week ein, der wichtigsten Veranstaltung zum Thema Wasser in Südostasien.
- Singapur ist das Tor zur Region Südostasien. Die Messe München richtet deshalb dort mit der transport logistic und air cargo Southeast Asia 2023 die erste multimodale Logistik-Fachmesse aus.

- Neu sind auch die Messen transport logistic Americas & air cargo forum Miami, die erstmals im November 2022 veranstaltet wurden.
- Bei den Gastveranstaltungen hat die „The smarter E Europe“ ihren Vertrag in München bis 2028 verlängert. Sie ist die weltweit führende Fachmesse der Solarwirtschaft.
- Neu nach München kommen 2024 der internationale Aidskongress und 2025 der Medizinkongress ISAKOS.

Corona war ein Trendverstärker für die Digitalisierung

Ein positiver Effekt der Pandemiejahre ist: Corona ist ein Trendverstärker, der Digitalisierung und Nachhaltigkeit mehr in den Fokus gerückt hat. „Wir verstehen Digitalisierung als eine Ergänzung vor, während und nach Messen“, so die beiden Geschäftsführer: „Wir glauben an Präsenzmessen und werden sie digital erweitern, zum Beispiel mit Branchenplattformen. Denn in der Digitalisierung steckt unsere Chance, die Customer Experience weiter zu verbessern und zu individualisieren.“

Beispiele für Branchenplattformen sind die BAU Insights, die erste personalisierte und interaktive Informationsplattform der Bauindustrie. Sie erweitert die physische Messe BAU auf 365 Tage im Jahr. Oder die digitalBAU, eine Konferenz und Netzwerk-Plattform. Dr. Reinhard Pfeifer und Stefan Rummel wissen: „Früher waren Messeveranstalter Flächenvermieter. Heute sind wir multifunktionale und verlässliche Servicepartner für die Customer Journey.“

Mit Schwung ins zweite Halbjahr 2023

Die Messe München geht mit diesen positiven Umständen optimistisch in das zweite Halbjahr 2023.

- Noch im Juni findet die Weltleitmesse automatica (27.-30. Juni) mit den zentralen Themen „Digitalisierung und KI“, „Nachhaltige Produktion“ oder „Zukunft der Arbeit“ statt.
- Die IAA MOBILITY (5.-10. September) zieht wieder weltweite Aufmerksamkeit auf sich. Es gibt erstmals Teststrecken für Fahrräder im Englischen Garten.
- Die internationale Immobilienmesse EXPO REAL (4.-6. Oktober)
- Und zum Jahresende die ISPO Munich (28.-30. November).

„Messen schaffen Erlebnisse, und sie zeigen heute die Welt von Morgen. Der Wettbewerb wird intensiver, und da müssen wir angesichts der globalen Herausforderungen sehr wachsam bleiben“, resümieren die beiden Geschäftsführer Dr. Reinhard Pfeifer und Stefan Rummel: „Unsere Ausstellungen spielen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Menschen mit ihren Ideen und Wünschen zu verbinden, Innovationen voranzutreiben und das Wirtschaftswachstum zu fördern.“ Die Chancen der Messen seien beispiellos: „Die Möglichkeit, sich persönlich zu treffen, Wissen

auszutauschen, Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren und langfristige Partnerschaften einzugehen. – Messen sind eben systemrelevant.“

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, im CCN – Conference Center North Messe München und im MOC – Event Center 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.