



Pressemitteilung

MESSE MÜNCHEN SCHLIESST 2016 MIT GLÄNZENDEM REKORDERGEBNIS AB

- Erstmals über 400 Millionen Euro Umsatz und rund 100 Millionen Euro EBITDA
- „Fenestration China“ der größte Zukauf in der Unternehmensgeschichte
- Alle Investitionen werden vollständig aus eigenen Mitteln finanziert

München, 12. Januar 2017

Die Messe München hat das Jahr 2016 mit neuen Bestmarken glänzend abgeschlossen. Es ist das wirtschaftlich erfolgreichste Jahr seit Bestehen der Messe: Zum ersten Mal wurde ein Umsatz von mehr als 400 Millionen Euro erzielt. Nach den Hochrechnungen bleibt ein EBITDA von rund 100 Millionen Euro. 2016 fanden weltweit mehr als 210 Veranstaltungen unter dem Dach der Messe München statt. Zum Abschluss des außergewöhnlichen Rekordjahres konnte die Messe München den bedeutendsten Zukauf der Unternehmensgeschichte unterzeichnen: die Akquisition der „Fenestration China“. „Das alles zeigt, dass unsere zielgerichtete Wachstumsstrategie richtig ist“, erklärt Messechef Klaus Dittrich.

„Die Messe München ist ein kerngesundes und wirtschaftlich starkes Unternehmen“, beschreibt Klaus Dittrich den Erfolg. Der Vorsitzende der Geschäftsführung betont dabei: „Wir gehören zu den ganz wenigen deutschen Messegesellschaften mit eigenem Gelände, die ganz ohne Zuschüsse auskommen.“ Und das schon seit vielen Jahren.

Die Münchner Strategie macht sich bezahlt. Beim Rekord-Umsatz von erstmals mehr als 400 Millionen Euro bleibt vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen ein EBITDA von rund 100 Millionen Euro. Die Hauptgesellschafter der Messe München, der Freistaat Bayern und die Landeshauptstadt München, erhalten als Zinsen für ihre Darlehen zum Bau des neuen Messegeländes über 50 Millionen Euro. Zusätzlich zahlte die Messe München rund 40 Millionen Euro für ihre Fremddarlehen ab.

Willi Bock
Leiter Unternehmens-PR
Tel. +49 89 949-20734
mobil: +49 172 3936929
Fax +49 89 949-97-20734
willi.bock@messe-muenchen.de
messe-muenchen.de
Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
www.messe-muenchen.de





Die Glückskleeblätter bauma und IFAT

Die Gründe für diese positive Entwicklung sind das weltweite Zusammenfallen der größten Weltleitmessen. In München waren es die alle drei Jahre stattfindende bauma, die ISPO, Expo Real und die beiden jeweils alle zwei Jahre stattfindenden Messen IFAT und electronica. Zu den Eigenveranstaltungen der Messe München kamen vier Prozent mehr Besucher und 1 Prozent mehr Aussteller, als bei den jeweiligen Vorveranstaltungen.

International war 2016 das Jahr des vierblättrigen Glückskleeblattes: mit vier Baumaschinenmessen in München, Shanghai, Delhi und in Moskau. Und es war ein vierfaches IFAT Jahr – in München, Guangzhou, Shanghai und Mumbai. Auch die Auslandsmessen boomten: Dort gab es zum Teil zweistellige Zuwachsraten.

Die größten Zukäufe in der Unternehmensgeschichte

Die Messe München ist seit Jahren finanziell so gut aufgestellt, dass sie Investitionen komplett aus eigenen Mitteln finanzieren kann. Dazu gehörten innerhalb von nur einem Jahr die beiden bislang größten Investitionen in neue Veranstaltungen: Ende 2015 die Akquisition der Baumaschinenmesse CTT in Moskau – die größte Messe Russlands. Im Dezember 2016 wurde das Rekordjahr durch den Zukauf der „Fenestration China“ perfekt gemacht, der führenden Fachmesse für Fassadenelemente, Fenster und Türen in China. „Sie ist die ideale Ergänzung zu unserer Weltleitmesse BAU“, so Dr. Reinhard Pfeiffer, der stellvertretende Vorsitzende der Geschäftsführung: „Wir sind stolz auf die Entwicklung der BAU in München zur weltgrößten Messe für Architektur und Baustoffe. Mit dem Zukauf der bedeutendsten Messe für Fenster und Fassaden in China werden wir im größten Bau-Markt der Welt eine ähnlich gestaltete Veranstaltung etablieren, die Nachhaltigkeit und Qualität bei Planen und Bauen im Fokus hat. Die BAU in München ist dazu das Vorbild.“

Finanziert wurden beide Zukäufe aus den Gewinnen des Auslandsgeschäfts. Außerdem finanziert das Unternehmen den Neubau von zwei Hallen mit dem künftigen Conference Center Nord für über 105 Millionen Euro komplett aus eigener Kraft. Zur IFAT 2018 sollen die Hallen fertig sein. Dann ist der Neubau des Messegeländes abgeschlossen, wie es Mitte der 90er Jahre geplant worden ist. Es verfügt dann über



18 moderne Hallen mit 200.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Klaus Dittrich: „Wir liegen im Zeit- und Kostenplan.“

Mehr als zwei Millionen Besucher in München

Unter dem Dach der Messe München wurden 2016 insgesamt 213 Veranstaltungen organisiert. Davon waren 16 Eigenveranstaltungen in München und 28 im Ausland. Hinzu kommen 169 Kongresse und Gastveranstaltungen. „2016 war auch ein exzellentes Kongressjahr“, wie Dr. Reinhard Pfeiffer betont: „Mit dem Kongress der European Association of Urology (EAS) und dem Jahreskongress der European Association for Study of Diabetes (EASD) waren erneut zwei große europäische Medizinkongresse bei uns zu Gast.“ Dorthin kamen rund 27.000 Delegierte. München bleibt damit ein beliebter Hotspot für große Medizinkongresse.

Zu den Veranstaltungen in München kamen 2,4 Millionen Besucher – eine neue Höchstmarke – und rund 37.000 Aussteller. Der internationale Anteil steigt kontinuierlich an: 50 Prozent der Aussteller kamen aus dem Ausland und 36 Prozent der Besucher. Zu den Veranstaltungen der Messe München kamen weltweit mehr als drei Millionen Besucher und 50.500 Aussteller.

Auf den Wachstumsmärkten der Welt gefragt

Das Auslandsgeschäft spielt für den Erfolg der Messe München eine sehr zentrale Rolle. „Wir sind mit 13 Auslandsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika und rund 70 Vertretungen in mehr als 100 Ländern weltweit perfekt vernetzt“, erläutert der Auslandsgeschäftsführer Stefan Rummel. Aktuell ist die Messe München mit mehr als 20 Veranstaltungen in China, Indien, Afrika, Türkei und Russland aktiv. Rummel: „Wir exportieren unsere Weltleitmessen aus München in die wichtigsten Wachstumsmärkte im Ausland.“ So ist beispielsweise in Asien die Umwelttechnologiemesse IFAT wegen der großen Umweltprobleme mit rasant steigenden Besucher- und Ausstellerzahlen sehr gefragt. Luftreinhaltung, Wasser oder Abfallentsorgung sind in Asien derzeit zentrale Themen. Für die ISPO enorm wichtig: China hat sich auch für die Sportindustrie zum größten Wachstumsmarkt entwickelt. Deshalb ist die ISPO dort auch gleich an zwei Standorten in Beijing und in Shanghai vertreten.



Das Auslandsengagement nutzt auch dem Heimatstandort München. Klaus Dittrich: „Seit wir im Ausland aktiv sind, steigen die Aussteller- und Besucherzahlen aus diesen Ländern in München stetig an.“

Digital-Offensive

Für das Messegeschäft bekommt die Digitalisierung eine wachsende Bedeutung. Die Messe München hat zum 1. Januar einen eigenen Geschäftsbereich Digital gegründet: Chief Digital Officer (CDO) ist Dr. Markus Dirr. Er wird die Digitalstrategie des Unternehmens weiterentwickeln. Ziel des Geschäftsbereichs Digital ist es, attraktive digitale Produkte und Services und neue Geschäftsmodelle mit zusätzlichen Umsätzen zu entwickeln. Klaus Dittrich: „Um zukunftsfähig zu bleiben, müssen wir moderne digitale Prozesse und Produkte nachhaltig in der Messe München verankern.“

Ausblick 2017:

Nach der Rekordserie wird 2017 ein durchschnittliches Messejahr. Es startet am 16. Januar mit der BAU, dieser folgen im Februar die ISPO (5.-8. Februar) und die Freizeitmesse f.re.e (22.-26. Februar). Im Jahr 2018 wird die Messe München erstmals auch in den USA aktiv. Zusammen mit amerikanischen Partnern organisiert sie in Atlanta die Transportation & Logistics Americas.

Messe München

Die Messe München ist mit mehr als 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien am Standort München und im Ausland einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM - Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Außerdem veranstaltet die Messe München Fachmessen in China, Indien, der Türkei, in Afrika, Russland und in den USA. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Amerika sowie über 60 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder, ist die Messe München weltweit präsent.