



Pressemitteilung

Messe München feiert Rekordjahr 2019 und zeigt sich in Corona-Krise resilient

19. Juni 2020 | Die Messe München hat das Jahr 2019 mit einem neuen Rekordumsatz von 474,2 Millionen Euro abgeschlossen. Das EBITDA – das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen – beträgt 138,4 Millionen Euro. Durch die Corona-Pandemie bedingten Absagen von Messen und Kongressen steht die Messe München im laufenden Jahr vor erheblichen wirtschaftlichen Herausforderungen. Digitale Formate sollen das bestehende Messeportfolio erweitern.

- Highlights 2019: Rekord bauma, Outdoor by ISPO Premiere und Barack Obama bei Bits & Pretzels
- Geschäftsjahr 2020 im Zeichen der Corona-Pandemie
- Messen als wichtiger Impulsgeber für Erholung der deutschen Wirtschaft
- Prognose: IAA induziert rund 500 Mio. Euro Umsatz bei Dritten

Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München blickt durchweg positiv auf das vergangene Jahr zurück: „2019 war das erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte der Messe München. Wir sind sehr stolz auf die Ergebnisse, die wir bei unseren Veranstaltungen in München und an unseren Standorten im Ausland erzielen konnten.“ Gleichzeitig betont Dittrich die Herausforderungen in der aktuellen Situation: „Die Corona-Pandemie zeigt wie verletzlich die globale Wirtschaft trotz Rekordergebnissen ist. Daher müssen wir als Unternehmen weiterhin innovative Formate entwickeln, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.“

2019 – bauma Jahr der Superlative

Mit über 32.000 Ausstellern und rund 2,5 Millionen Besuchern am Standort Riem verzeichnete die Messe München 2019 ein Rekordjahr. Großen Anteil daran hatte die bauma – die flächenmäßig größte Messe der Welt – mit über 3.000 Ausstellern und mehr als 620.000 Besuchern aus 200 Ländern. Insgesamt fanden im vergangenen Jahr 15 Eigen- und 163 Gastveranstaltungen auf dem Gelände der Messe München statt, 30 Veranstaltungen im Ausland.

Stephanie Schuler
Brandmanagerin
Tel. +49 89 949-20737
Fax +49 89 949-97-20737
stephanie.schuler@messe-muenchen.de

Aleksandra Solda-Zaccaro
Chief Marketing & Communications
Officer (CMCO)
Tel. +49 89 949-20730
Fax +49 89 949-97-20719
aleksandra.solda@messe-muenchen.de

Messe München GmbH
Messegelände
81823 München
Deutschland
www.messe-muenchen.de





Outdoor by ISPO feierte 2019 Premiere in München

Neben der bauma gab es im Jahr 2019 noch weitere Highlights bei Messen und Konferenzen. Im Juni öffnete Europas größte Outdoor Fachmesse erstmals in München ihre Tore. Über 20.000 Besucher und mehr als 1.000 Aussteller nahmen an der Outdoor by ISPO teil. Für einen historischen Moment sorgte die Gründerplattform Bits & Pretzels im September. Der ehemalige US-Präsident Barack Obama eröffnete das Event vor 5.000 Teilnehmern.

Messe München als Wirtschaftsmotor für Stadt und Land

Welche wirtschaftliche Bedeutung die Messen und Kongresse der Messe München für die Wirtschaft in München, Bayern und Deutschland besitzen, zeigt die aktuelle Studie des ifo Institutes zur Umwegrentabilität. Jeder Euro Umsatz bei der Messe München führt zu zehn Euro Umsatz bei Dritten, wie z.B. Hotellerie, Gastronomie, Standbau, Reise- und Speditionsgewerbe, Einzelhandel oder Agenturen. In einem durchschnittlichen Messejahr sorgen Aussteller und Besucher der Münchner Messen und Kongresse für einen Gesamtumsatz von 3,3 Mrd. Euro. Rund 80 Prozent dieser Kaufkrafteffekte entfallen auf München (1,8 Mrd. Euro) und das übrige Bayern (0,8 Mrd. Euro). Im Rekordjahr 2019 lag die Umwegrentabilität sogar bei 4,3 Mrd. Euro.

Einen ähnlichen Effekt erwartet die Messe München von der IAA – der Plattform für die Mobilität der Zukunft – die im September 2021 zum ersten Mal in München stattfinden wird. Die neue Veranstaltung wird einen Gesamtumsatz von rund 500 Mio. Euro in die Region München bringen. „Deshalb ist der Neustart von Messen im Moment unser vorrangigstes Ziel. Denn Messen sind das wirksamste Konjunkturprogramm zur Ankurbelung der Wirtschaft“, erklärte dazu Klaus Dittrich.

Digitale Formate und Hybrid-Plattformen erweitern das Geschäftsmodell

Als Veranstalter von Messen und Kongressen wurde die Messe München von der Corona-Pandemie unmittelbar und hart getroffen. Seit März finden keine Events mehr statt. „Im schlimmsten Fall rechnen wir mit Umsatzverlusten von bis zu 240 Mio. Euro im laufenden Jahr. Wir haben in den vergangenen Jahren gut gewirtschaftet und aktuell einen konsequenten Sparkurs eingeschlagen. Wir unternehmen alles, um die Gesundheit unserer Aussteller, Besucher und Mitarbeiter



zu schützen und die im Herbst bevorstehenden Veranstaltungen erfolgreich durchführen zu können, fasst Klaus Dittrich die aktuelle Situation zusammen. Als Ersatz für abgesagte Veranstaltungen hat die Messe München digitale Konferenzen und Plattformen entwickelt, um ihren Kunden zumindest online Präsentations-, Kontakt- und Geschäftsmöglichkeiten zu bieten. „Wir wollen gestärkt aus dieser Krise hervorgehen und sehen sie auch als Chance, unser Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Zu den innovativen Formaten, die von der Messe München entwickelt wurden, zählen die „ISPO Re.Start Days“, „IFAT impact“ sowie der „Expo Real Hybrid Summit“.

Messe München

Die Messe München ist eine der weltweit führenden Plattformen für Vernetzung. 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 rund 200 Veranstaltungen der Messe München ziehen rund 50.000 Aussteller und drei Millionen Besucher an.

Die Messe München verfügt über eines der modernsten Messegelände der Welt und bietet ihren Kunden mit dem gesamten Messegelände in Riem, dem ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München und im Conference Center Nord 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, Südafrika, Brasilien, Russland 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.