



Pressemitteilung

MESSE MÜNCHEN: MIT ZWEISTELLIGEN ZUWACHSRATEN WELTWEIT AUF ERFOLGSKURS

- Klaus Dittrich: „Der höchste Umsatz, der je in einem Jahr ohne bauma erreicht wurde.“
- Marktanteil in Deutschland weiter gewachsen
- Outdoor kommt 2019 zurück nach München

München, 28. Juni 2018

Die Messe München hat das Jahr 2017 mit weit überplanmäßigen Ergebnissen und überdurchschnittlichen Zuwachsraten abgeschlossen. Neue Bestmarken in München und im Ausland markieren auch im ersten Halbjahr 2018 den seit Jahren ungebrochenen Wachstumskurs. Mit dem Zuschlag für die Messe OutDoor hat das Jahr 2018 für die Messe München fulminant begonnen. Mit neuen digitalen Formaten wie dem ISPO Digitize Summit, der Command Control oder Innovation Journeys wird das Veranstaltungsportfolio zukunftsorientiert erweitert.

„Wir sind gut aufgestellt und entwickeln unser Portfolio und unsere Strategien stetig weiter, so dass sie die Anforderungen und Bedürfnisse unserer internationalen Kunden erfüllen“, erläutert Klaus Dittrich, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe München den Erfolgskurs.

Die Ergebnisse sprechen für sich: Mit einem Konzernumsatz von 332,6 Millionen Euro hat die Messe München im Jahr 2017 sogar 26 Millionen Euro mehr erwirtschaftet, als geplant war. „Mit 275,3 Millionen Euro haben wir in der Messe München GmbH den höchsten Umsatz erwirtschaftet, der je in einem Jahr ohne bauma erzielt wurde“, so der Messechef.

Der Ebitda beläuft sich auf 78 Millionen Euro. Damit können die Gesellschafterdarlehen der beiden Hauptgesellschafter Freistaat Bayern und Landeshaupt-

Willi Bock
Leiter Unternehmens-PR
Tel. +49 89 949-20734
Mobil: +49 172 39 36 929
Fax +49 89 949-97-20734
willi.bock@
messe-muenchen.de

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



stadt München mit 23,7 Millionen Euro verzinst werden. Dittrich: „Seit 2010 haben wir damit ununterbrochen schwarze Zahlen geschrieben und werden das auch in diesem Jahr wieder tun.“

„Unsere Liquidität wird sich in den kommenden Jahren weiter verbessern“, sagt der Finanz-Geschäftsführer und stellvertretende Messechef Dr. Reinhard Pfeiffer: „Im Herbst zahlen wir die letzte Rate für das Fremddarlehen in Höhe von insgesamt 680 Millionen Euro für den ersten Bauabschnitt.“ Das waren 40 Millionen Euro im Jahr. Der Betrag kann nun für Investitionen in den Unterhalt und die Weiterentwicklung des Geländes genutzt werden. Unter anderem für die beiden neuen Hallen und das neue Conference Center Nord. Die Baukosten in Höhe von 105 Millionen Euro finanziert die Messe aus eigener Kraft. Dr. Reinhard Pfeiffer: „Wir investieren fortwährend in unsere Zukunft und zahlen das aus eigenen Mitteln.“

Die Veranstaltungen sind 2017 mit zum Teil zweistelligen Steigerungsraten sehr gut gelaufen. Die größten Zuwächse gab es im Ausland. Dort wurden drei Themenbereiche regelrecht überrannt: Umwelt, Bau und Sport – mit bis zu 40 Prozent höheren Ergebnissen. An ihrem Heimatstandort hat die Messe München dabei weit über dem Durchschnitt der übrigen Messeveranstalter abgeschnitten und konnte damit ihren Marktanteil weiter ausbauen.

- Aussteller: Bundesdurchschnitt + 3,7 Prozent – Messe München + 8,9 Prozent
- Aussteller Inland: 0,0 Prozent – Messe München + 4,0 Prozent
- Ausländische Aussteller: + 6,3 Prozent – Messe München + 14,5 Prozent
- Besucher: 0,0 – Messe München + 5,3 Prozent
- Standfläche: + 3,1 Prozent – Messe München + 8,2 Prozent

(Quelle: AUMA)

Der Erfolg hat sich auch bei den Veranstaltungen im ersten Halbjahr 2018 fortgesetzt. Das Jahr ist fulminant gestartet: Im Februar setzte sich die Messe München gegen vier Mitbewerber durch und bekam den Zuschlag für die Fachmesse OutDoor. Damit kehrt die Branche nach 25 Jahren von Friedrichshafen nach München zurück. Ausschlaggebende Gründe waren die hohe Kompetenz der Messe München dank



ihrer Weltleitmesse ISPO und ihrer Digitalstrategie. Die erste OutDoor by ISPO findet vom 30. Juni bis 3. Juli 2019 in München statt.

„Die Aufgabe ist nun, die ‚OutDoor by ISPO‘ zu einer modernen Branchenplattform für die digitale Zukunft weiterzuentwickeln“, so Klaus Dittrich: „Dazu wird sie ganzjährig und weltweit über digitale Dienstleistungen für Händler und Konsumenten erlebbar gemacht.“ Außerdem kommen weitere Segmente wie Running, Trailrunning, Wassersport, Yoga, Wellness, Fitness und Mountainbike dazu.

Eine neue digitale Plattform für die Sportbranche ist der ISPO Digitize Summit, der erstmals Ende Juni im ICM stattfand. Ein wichtiger Partner ist dabei adidas. Ziel der Veranstaltung ist es, den Sportfachhandel und die Sportartikelindustrie zu stärken und fit für den digitalen Wandel zu machen. Hier bekommen sie Orientierung und Handlungsempfehlungen. Wie weit die Digitalisierung im Sport bereits fortgeschritten ist, das ist auch das Titelthema des neuen Messe München Magazins: Sport 4.0.

Ein weiteres neues digitales Format ist im September die Veranstaltung Command Control zum Thema Cyber Security. Digitalisierung muss Chefsache sein. Klaus Dittrich: „Deshalb richtet sich die Command Control an CEOs, Geschäftsführer und alle Entscheider, die die Chancen der Digitalisierung auf sicheren Wegen nutzen wollen.“

Ein weiterer Erfolg war die erstmalige Nutzung der beiden neuen Hallen durch die Umwelttechnologiemesse IFAT im Mai 2018: Die Messe München verfügt jetzt über 18 Hallen mit 200.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Dazu kommen 414.000 Quadratmeter Freifläche. Die Weltleitmesse BAU hat jetzt schon für Januar 2019 alle 18 Hallen ausgebucht. Es folgt im April 2019 mit 614.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche die größte bauma aller Zeiten: Sie ist um 9.000 Quadratmeter größer als vor drei Jahren.

Klaus Dittrich: „Die Messe München steckt voller Energie. Wir sind für die weitere Zukunft bestens aufgestellt.“



Messe München

Die Messe München ist mit über 50 eigenen Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Insgesamt nehmen jährlich über 50.000 Aussteller und rund drei Millionen Besucher an den mehr als 200 Veranstaltungen auf dem Messegelände in München, im ICM – Internationales Congress Center München, im MOC Veranstaltungszentrum München sowie im Ausland teil. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften organisiert die Messe München Fachmessen in China, Indien, Brasilien, Russland, der Türkei, Südafrika, Nigeria, Vietnam und im Iran. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien, Afrika und Südamerika sowie rund 70 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder ist die Messe München weltweit präsent.