

23.05.2012 - 12:41 Uhr

Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2011 gestiegen: Düsseldorfer Messechef setzt Erfolgskurs fort



Düsseldorf (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter
<http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

- Umsatzerlöse Konzern auf 373 Mio. Euro erhöht
- Ergebnis Konzern von 39 Mio. Euro ausgewiesen
- Ergebnis Messe Düsseldorf GmbH von fast 14 Mio. Euro
- Eigenkapitalquote Konzern auf rund 50 Prozent gestiegen
- Internationalisierungsgrad unverändert hoch

Konzernumsatz Messe Düsseldorf in 2011 erneut gestiegen

Der Konzern Messe Düsseldorf hat das Geschäftsjahr 2011 erfolgreich abgeschlossen. Die Umsatzerlöse wurden um 11,4 Prozent auf 373 Mio. Euro (2010: 335 Mio. Euro) gesteigert. "Ein tolles Ergebnis, das wir erwartet hatten in dem zyklisch bedingt stärkeren Messejahr 2011", betont Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH. Knapp 30 Prozent des Konzernumsatzes wird außerhalb Deutschlands erzielt. "Unser Unternehmen ist sehr gut aufgestellt", so der Messechef weiter. "Das liegt an der bewährten Unternehmensstrategie, die wir konsequent verfolgen: die Sicherung und Fortentwicklung des Messeprogramms am Heimatstandort und die Erweiterung des internationalen Geschäfts durch eigene Aktivitäten oder in Kooperation mit Partnern. Immer mit Blick auf die Spitzenposition bei der Veranstaltung von Investitionsgütermessen". Integraler Bestandteil seiner Strategie sei eine subventionsfreie und nachhaltige Entwicklung.

Konzernergebnis nach Steuern im Vergleich zum Vorjahr erhöht

Für das Geschäftsjahr 2011 weist der Konzern einen Konzernjahresüberschuss nach Steuern von 39 Mio. Euro aus (2010: 13 Mio. Euro).

Die Bilanzsumme des Konzerns steigerte sich um 3,7 Prozent auf 687 Mio. Euro (2010: 663 Mio. Euro). Die Vermögenslage ist wesentlich durch das Anlagevermögen mit einem Anteil von 72,5 Prozent an der Bilanzsumme geprägt. Auf der Passivseite weist der Konzern 342 Mio. Euro (2010: 304 Mio. Euro) Eigenkapital aus. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 49,7 Prozent, die damit gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht wurde (2010: 45,9 Prozent) und den höchsten Wert der vergangenen zwanzig Jahre ausweist (Beispiel 1999: 11,9 Prozent). Die liquiden Mittel stiegen im Geschäftsjahr 2011 auf 155 Mio. Euro (2010: 125 Mio. Euro). Dornscheidt hierzu: "Die solide finanzielle Basis des Konzerns schafft uns auch in der Zukunft Raum für Investitionen in Düsseldorf und international."

Umsatz Messe Düsseldorf GmbH in 2011 deutlich über Plan

Der Umsatz der Messe Düsseldorf GmbH belief sich auf 301 Mio. Euro und liegt damit 10,6 Prozent über dem des Vorjahres (2010: 272 Mio. Euro). Die Umsätze resultieren mit 241 Mio. Euro (2010: 216 Mio. Euro) aus eigenen Projekten am Standort Düsseldorf sowie 23 Mio. Euro (2010: 18 Mio. Euro) aus Gastveranstaltungen und sonstigen Erlösen. Für das Geschäftsjahr 2011 weist die Messe Düsseldorf GmbH ein Ergebnis nach Steuern von 13,7 Mio. Euro aus (2010: 8 Mio. Euro). "Die konjunkturelle Grunddynamik des Jahres 2011 schlägt sich auch im Messewesen nieder", kommentiert Dornscheidt das gute Ergebnis. Gerade auch für die exportorientierte deutsche Wirtschaft sei das Investitionsgüter orientierte Portfolio der Messe Düsseldorf Gruppe ein ideales Angebot. "Wie sich die nachlassende Dynamik der Weltwirtschaft entwickelt, ist allerdings zurzeit nicht absehbar." Die Messe Düsseldorf GmbH kann mit 21 Eigen- und 17 Gastveranstaltungen am Standort Düsseldorf in 2011 ein insgesamt erfolgreiches Veranstaltungsjahr vermelden. Insgesamt nahmen 28.000 Aussteller und 1,4 Mio. Fachbesucher an Messen in Düsseldorf teil.

Internationale Nachfrage nach Düsseldorfer Veranstaltungen gestiegen

Bei fast allen Eigenveranstaltungen in Düsseldorf konnte der Anteil internationaler Aussteller 2011 noch einmal ausgebaut werden, der Anteil der Fachbesucher aus dem Ausland stabilisierte sich auf hohem Niveau. In diesem Jahr kamen 64 Prozent der Aussteller (2010: 62 Prozent) und rund 33 Prozent der Fachbesucher (2010: 33 Prozent) aus dem Ausland. "Bei den für uns so wichtigen Investitionsgütermessen lag der Faktor Internationalität noch einmal deutlich darüber", so Dornscheidt. Zu den Weltleitmessen interpack, GDS und MEDICA kamen bis zu 74 Prozent der Aussteller und mehr als 50 Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland.

Messe Düsseldorf begleitet aktiv den Wandel von Branchen

Erstmals führte die Düsseldorfer Messengesellschaft im April 2011 die digi:media als Ergänzung zur drupa durch. Die Fachmesse für commercial publishing & digital printing wird jährlich stattfinden und alle vier Jahre, erstmals

2012, Bestandteil der drupa sein. Die Premiere registrierte 5.595 internationale Fachbesucher und 166 Aussteller. Die Messe wurde von 13 Kongressen, Seminaren und Workshops mit über 170 Referenten begleitet.

Die drupa 2012 präsentierte sich als "drupa innovativer Geschäftsmodelle" und "drupa der vernetzten Technologien". Zukunftsfähige Themen bestimmten die Weltleitmesse der Branche. Der erwartete, aus dem Wandel der Branche resultierende Rückgang der Besucherzahlen stand nicht gegen einen Erfolg der Messe. Reges Kundeninteresse und gefüllte Auftragsbücher machten deutlich, dass nach drei Jahren der Schockstarre die Branche positive Impulse erfährt. Die drupa positionierte sich erneut als wichtigste Innovations- und Technologieplattform und unverzichtbare Weltleitmesse der Print-Medien-Industrie.

"Strategisch zielen wir am Standort Düsseldorf primär darauf ab", so Dornscheidt, "die bestehenden Geschäfte in Düsseldorf zu halten und um kleinere Veranstaltungen zu erweitern, die in das Portfolio passen. So wie die digi:media." Dieser Erfolg belege die Strategie der Messe Düsseldorf, den Wandel einer Branche zu antizipieren und deren Themen zu integrieren. "Wir in Düsseldorf erleiden also nichts, sondern gestalten begleitend den Wandel der Branchen", betont Dornscheidt.

Kongresse stärken Messeplattform Düsseldorf 2011

Positiv entwickelte sich auch das Geschäft der DüsseldorfCongress-Veranstaltungs mbH am Standort Düsseldorf. An 322 Veranstaltungstagen (2010: 317) konnten 1.971.506 Teilnehmer (2010: 1.816.749) auf 2.816 Veranstaltungen (2010 2.410) begrüßt werden. Laut Dornscheidt gewinnt das messebegleitende Kongressgeschäft angesichts der immer stärkeren Entwicklung der Leitmessen zu globalen Innovationsplattformen zunehmend an Bedeutung.

Stabile Entwicklung des internationalen Messegeschäfts Der Umsatzanteil des internationalen Geschäfts, das direkt durch die GmbH realisiert wurde, betrug im Jahr 2011 mehr als 36 Mio. EUR. (Vorjahr rund 38 Mio. EUR). In den GUS-Staaten, den Vereinigten Arabischen Emiraten und China wurden 83 Prozent des Auslandsumsatzes erzielt. Umsatzträger des Auslandsgeschäfts waren Collection Première Moscow, INTERPLASTICA, wire Russia, Tube Russia, METALLURGY-LITMASH, ARABPLAST sowie Tekno/Tube Arabia und ZDRAVOOCHRANENIYE.

Dornscheidt zu den Perspektiven des internationalen Messegeschäfts: "Wir sehen starke Zuwächse in den Märkten Brasilien, Indien, Afrika, Vietnam und Indonesien, insbesondere in der Wachstumsentwicklung der Prozessindustrien, der wir mit dem Ausbau der internationalen Veranstaltungen die nötigen Präsentationsplattformen bieten." Das bedeute auch, international - über Produktfamilien - in den Bereichen zu expandieren, in denen man besonders stark sei: Kunststoff- und Medizintechnik, Verpackungs- und Druckmaschinen.

Ausblick 2012f: Intensives Veranstaltungsgeschäft

2012 ist für die Messe Düsseldorf GmbH mit 26 Eigen- und 15 Gastveranstaltungen am Standort Düsseldorf - unter anderem den fünf Investitionsgütermessen wire & Tube, drupa, glasstec und MEDICA - wieder ein veranstaltungsintensives Jahr. Ausgebaut wird das Portfolio in Düsseldorf 2012 mit der Energy Storage - Internationale Fachausstellung und Konferenz für Speicherlösungen für erneuerbare Energie und den Gastveranstaltungen ALUMINIUM und COMPOSITES. Hinzu kommen im Jahr 2012 insgesamt etwa 100 Eigenveranstaltungen und Beteiligungen der Unternehmensgruppe im Ausland. Erstmals richtete die Messe Düsseldorf 2012 die INDOPLAS/INDOPAC/INDOPRINT in Jakarta, Indonesien, aus. Das Veranstaltungstrio erweitert die Produktfamilien der interpack, K und drupa. 2013 wird der Messe Düsseldorf Konzern mit der wire South America in Sao Paulo, Brasilien präsent sein. Die Messe Düsseldorf Asia Pte. Ltd. wird im Februar 2013 erstmals die indometal in Jakarta, Indonesien, organisieren.

Engagements außerhalb des klassischen Messegeschäfts

Wichtigste Veranstaltung außerhalb des klassischen Messegeschäfts wird 2012 die Organisation und der Betrieb des Deutschen Hauses zu den Olympischen Spielen (27. Juli bis 12. August) und den Paralympics (29. August bis 9. September) sein. "Wir freuen uns, unsere internationale Veranstaltungskompetenz nun schon zum siebten Mal bei den Olympischen Spielen und zum zweiten Mal bei den Paralympics einbringen zu können", sagt Dornscheidt. Die Partnerschaft mit dem Deutschen Olympischen Sportbund sei wichtiger Teil des Messe-Engagements.

Ihre Kompetenz und weltweite Vernetzung nutzte die Messe Düsseldorf Gruppe im Jahr 2011, um gemeinsam mit der Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) die Unternehmensinitiative SAVE FOOD in die Öffentlichkeit zu bringen. Ziel ist es, Akteure aus Wirtschaft, Politik und Forschung zu vernetzen, einen konstruktiven Dialog anzuregen und Lösungen zur Verminderung von Lebensmittelverlusten entlang der Nahrungsmittelwertschöpfungskette zu erarbeiten. "Inzwischen haben wir fünfzig Unternehmen und Verbände für die Initiative gewinnen können", freut sich Dornscheidt. Die SAVE FOOD-Ausstellung, die zu Ihrer Premiere im

Rahmen der interpack 2011 über das Ausmaß von weltweiten Lebensmittelverlusten informierte, wird 2013 nach ihrer Station beim World Food Day der FAO in Rom auch in Moskau zur UPAKOVKA/UPAK ITALIA und den USA zur PROCESS EXPO zu sehen sein.

Kontakt:

Messe Düsseldorf GmbH
Dr. Andrea Gränzörffer
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel. 0211-4560-555
Fax. 0211-4560-87555
GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de

Medieninhalte



Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Duesseldorf GmbH. Die Verwendung dieses Bildes ist fuer redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veroeffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots.Bild/Messe Duesseldorf"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006098/100718907> abgerufen werden.