

12.12.2007 - 11:04 Uhr

Deutsche Messe in 2007 mit positivem Ergebnis

Hannover (ots) -

- Unternehmen mit erfolgreichen Messen auf Wachstumskurs
- Fortsetzung des Konsolidierungskurses

Die Deutsche Messe wird das Jahr 2007 nach vorläufigen Zahlen deutlich besser als erwartet abschließen und ein Ergebnis von mehr als 1 Mio. Euro ausweisen. "Wir haben ein sehr intensives und erfolgreiches Messejahr hinter uns", sagte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Messe AG, Sepp D. Heckmann, am Mittwoch in Hannover. "Durch starkes Wachstum bei unseren Veranstaltungen und einer Vielzahl von Prozessoptimierungen im Unternehmen hat sich das Ergebnis deutlich besser entwickelt als Anfang des Jahres erwartet." Zum Jahresbeginn war noch ein Verlust von 5,7 Mio. Euro prognostiziert worden.

Nach vorläufigen Zahlen steigerte die Deutsche Messe den Umsatz um 21 Prozent auf 283 Mio. Euro. Während im Ausland der Umsatz von 25 Mio. Euro turnusgemäß geringfügig sank, wuchs der Inlandsumsatz von 210 Mio. Euro auf 260 Mio. Euro. Nach einem Verlust von 8,7 Mio. Euro im Jahr 2006 wird für 2007 ein siebenstelliger Gewinn ausgewiesen. Gleichzeitig reduzierte die Deutsche Messe ihre Kreditinanspruchnahme im zu Ende gehenden Jahr von 155 Mio. Euro auf 130 Mio. Euro. Dies entspricht seit 2001 einer Halbierung des Schuldenstandes aus eigener Kraft. Der Gewinn vor Steuern, Abschreibungen und Zinsen (EBITDA) legte im Vergleich zu 2006 um 20 Prozent auf 43 Mio. Euro zu.

Stephan Ph. Kühne, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG, stellte fest: "Es ist uns im Verlauf des Jahres gelungen, mit intelligenten Maßnahmen und einer hoch motivierten Mannschaft vor allem das operative Geschäft zu verbessern. 2007 hat uns auf unserem Konsolidierungskurs ein erhebliches Stück vorangebracht und gezeigt, welche Kraft in der Deutschen Messe steckt." Diese Kraft gelte es auch in den kommenden Jahren zu nutzen, um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens weiter zu stärken. Denn angesichts öffentlicher Subventionen für andere deutsche Messeveranstalter sei der Wettbewerb erheblich verzerrt, was zu nicht ausreichenden Margen in der Messe-Branche führe.

Insgesamt richtete die Deutsche Messe 2007 weltweit 110 Messen aus, davon 54 im Ausland und 42 Gastveranstaltungen. Insgesamt zählte das Unternehmen 25 300 Aussteller auf den Veranstaltungen und damit rund 2 000 mehr als noch 2006. Die Zahl der Besucher auf allen Veranstaltungen stieg von 1,8 Mio. auf 2 Mio. im Jahr 2007. Die Netto-Ausstellungsfläche wuchs um 15 Prozent auf 1,4 Mio. Quadratmeter.

"Zu dem positiven Ergebnis hat vor allem beigetragen, dass sowohl unsere eigenen Messen, aber auch die Gastveranstaltungen deutlich zulegen konnten", betonte Heckmann. Die CeBIT habe einen zehnprozentigen Zuwachs bei den Besucherzahlen auf insgesamt 480 000 erzielt. Die HANNOVER MESSE erreichte mit 241 000 Fachbesuchern das beste Ergebnis der vergangenen fünf Jahre. "Mit einer starken DOMOTEX und einem Rekord bei der LIGNA sind wir gut ins erste Halbjahr gestartet. Die Gastveranstaltungen EMO und AGRITECHNICA haben zu einem furiosen Abschluss beigetragen." Derart erfolgreiche Gastveranstaltungen seien nicht nur für die Veranstalter wichtig, sondern auch für die Deutsche Messe als Unternehmen und die Region Hannover. "Wiederum hat sich die hervorragende Qualität des Geländes und der Mannschaft gezeigt, die von unseren Kunden hoch gelobt werden", sagte Heckmann.

Mit Blick auf das Jahr 2008 sagte Heckmann: "Wir werden im kommenden Jahr unseren konsequenten Konsolidierungskurs weiter verfolgen." Gleichzeitig arbeite das Unternehmen daran, neue Wachstumspotenziale zu erschließen. "Wir haben zahlreiche Stellschrauben, die für zusätzlichen Umsatz sorgen werden." Eine entscheidende Säule des Wachstums werde die weitere Internationalisierung der Messen sein. Ernst Raue, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG, betonte: "Wir haben in wenigen Jahren unser Auslandsengagement profitabel gemacht. Das werden wir konsequent fortsetzen." Anfang Dezember wurden die ersten drei Veranstaltungen im indischen Bangalore eröffnet. "Der Erfolg dort zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind." Welche Bedeutung das Auslandsgeschäft künftig haben werde, zeige auch die Entscheidung, einen zusätzlichen neuen Vorstand zu berufen, der sich ausschließlich auf die Weiterentwicklung dieses Geschäftsfeldes konzentriert.

Auch die Weiterentwicklung des Geschäfts im Internet sei ein Baustein für zusätzliches Geschäft. "Das Internet ist keine Konkurrenz für unsere Messen, aber es kann sie hervorragend ergänzen", betonte Heckmann. "Unser jetzt gestartetes Programm Internet 2010 ist ein Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte. Wir werden in der deutschen Messelandschaft im Bereich des Internets die Maßstäbe setzen." Um dies zu erreichen, werde die Deutsche Messe mit dem Berliner Internet-Unternehmen ngn (Next Generation Network) ein Gemeinschaftsunternehmen gründen. "Die Deutsche Messe war schon oft Vorreiter im Internet. Wir werden diese Position weiter ausbauen und im Internet Geld verdienen."

Als dritte Säule des Wachstums werde der Bereich Konferenzen und Tagungen konsequent erweitert. "Die Messelandschaft hat sich quer durch alle Industriebranchen verändert. Die Unternehmen suchen intensiver denn je den Austausch, wollen Best-Practice-Anwendungen und Know-how-Transfer. Das müssen wir auf unseren Messen, aber auch mit anderen Veranstaltungsformaten abdecken." Die Deutsche Messe werde deshalb zusammen mit der Landesmesse Stuttgart sowie einem professionellen Kongressveranstalter ein Gemeinschaftsunternehmen gründen. "Auf diesem Weg werden wir diesen Trend konsequent nutzen", sagte Heckmann.

Pressekontakt:

Ansprechpartner für die Redaktion:
Hartwig von Saß
Tel.: +49 511-89-31060
E-Mail: hartwig.vonsass@messe.de

Weitere Presstexte und Fotos finden Sie unter
www.messe.de/presseservice

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100551278> abgerufen werden.