

Pressekonferenz der NürnbergMesse Group

Donnerstag, 8. Juli 2021, 11:00 Uhr

**Statement Dr. Roland Fleck, CEO NürnbergMesse Group
Statement Peter Ottmann, CEO NürnbergMesse Group**

- Es gilt das gesprochene Wort –

Statement Dr. Roland Fleck, CEO NürnbergMesse Group

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wie schon im vergangenen Jahr, so begrüßen wir Sie auch in diesem Jahr ganz herzlich zur hybriden Bilanzpressekonferenz hier im Messezentrum Nürnberg - und natürlich vor den Bildschirmen rund um den Globus im Büro oder im Homeoffice: Medienvertreterinnen und Medienvertreter genauso wie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Egal ob onsite oder online – Peter Ottmann und ich heißen Sie herzlich willkommen! Schön, dass Sie alle mit dabei sind!

Was war das zunächst für ein vielversprechender Start in das Geschäftsjahr 2020: Ein Plus von 15 % bei den Ausstellern und Plus von 16 % bei der Ausstellerstandfläche auf unseren Fachmessen BIOFACH und VIVANESS, EUROGUSS und Perimeter Protection. Was klingt wie aus einer „anderen Messe-Welt“, sind aber tatsächlich Zahlen aus dem ersten Quartal 2020, bis dann Corona unserem Wachstum ein jähes Ende bereitete.

Was mit der Verbreitung des Virus für die Messewirtschaft und Veranstaltungsbranche folgte, das kennen Sie bereits zum großen Teil. Aus unserer Perspektive nochmal kurz zusammengefasst: Von 86 für das Jahr 2020 weltweit geplanten Fach- und Publikumsmessen mussten wir corona-bedingt 65 verschieben oder absagen.

Doch rückblickend wird damit klar: Das starke erste Quartal bewahrte die NürnbergMesse insgesamt vor noch stärkeren Verlusten. Denn es fanden weltweit immerhin noch 57 Präsenzveranstaltungen, das heißt also Messen, Kongresse und Corporate Events statt, davon 28 im Messezentrum Nürnberg. Daraus ergeben sich folgende Veranstaltungskennzahlen für die NürnbergMesse Group 2020:

- 12.385 Aussteller (2018: 35.462),
- eine Gesamtnettofläche von 360.870 Quadratmeter (2018: über 1,2 Mio. qm) und
- 430.887 Besucher (2018: über 1,5 Mio.).

Auf der Finanzseite wirkt sich das auf unser Unternehmen folgendermaßen aus: 2020 erzielte die NürnbergMesse Group corona-bedingt einen Umsatz von 110,3 Mio. Euro (Vorjahr: 285,7 Mio. EUR). In Relation zum turnusgemäß vergleichbaren Geschäftsjahr 2018 entspricht dies einem Umsatzrückgang von 204,8 Mio. Euro oder 65,0 %. Diesen Umsatz haben wir zuletzt im Jahr 2005 (96 Mio. Euro) und 2004 (108 Mio. Euro) erzielt. Der Verlust der NürnbergMesse liegt bei -68,6 Mio. Euro (2019: 2,3 Mio. Euro; 2018: 28 Mio. Euro). Das EBITDA beträgt -29,3 Mio. Euro.

Alle relevanten Kennzahlen finden Sie im Detail wie gewohnt in unserem heute veröffentlichten Geschäftsbericht 2020.

Um es nach den Zahlen nochmal in Worte zu fassen: Corona hat die gesamte Messebranche nach einem goldenen Messe-Jahrzehnt schockgefrostet – und damit natürlich auch die NürnbergMesse. Doch glauben Sie mir: Trotz der derzeit sommerlichen Temperaturen draußen – es hätte noch deutlich frostiger für unser Unternehmen ausgehen können!

Denn auch eine corona-bedingte Krise wie diese hat die NürnbergMesse nicht völlig unvorbereitet getroffen. Bereits im Jahr 2014 haben wir einen Maßnahmenplan entwickelt, um für den Krisenfall handlungsfähig zu sein. Dieser Maßnahmenplan heißt „Phoenix“ und wurde abstrakt und vorsorglich als Schubladenplan für den Fall gestaltet, dass - aus welchen Gründen auch immer – wir überraschend mit einem gravierenden Umsatzausfall konfrontiert werden. Dadurch war das Management des Unternehmens im März 2020 in der Lage, frühzeitig zu reagieren und ist nach Ausbruch der Pandemie konsequent auf die Kosten- und Investitionsbremse getreten. Welche Einsparungen haben wir vorgenommen?

1. Die Reduzierung von Personalkosten: Durch einen Einstellungsstopp, die Streichung von Leistungsprämien und die Einführung von Kurzarbeit konnten wir gegenüber der eigenen Planung um 25 % oder 11,1 Mio. Euro unserer Personalkosten einsparen. Wichtig: Bei der NürnbergMesse wurde niemandem betriebsbedingt gekündigt! Wir glauben auch weiterhin fest an das Marketinginstrument Messe und dafür brauchen wir auch künftig ein starkes Team!
2. Die Reduzierung der Sachkosten um 40 %, insbesondere Einsparungen auf allen Kostenpositionen und die Verschiebung von Großreparaturen im zweistelligen Millionenbereich.
3. Reduzierung des Investitionsvolumens in Höhe von 54 Mio. Euro oder 77 % gegenüber dem Wirtschaftsplan 2020, unter anderem die Verschiebung von Großinvestitionen ins Messegelände in Nürnberg wie den Bau des NCC Süd.

Mit dieser Kosten- und Investitionsbremse ist es uns gelungen, die Liquidität des Unternehmens zu sichern – und das war, um es kurz vor dem EM Finale etwas sportlich auszudrücken – das Ergebnis einer geschlossenen Mannschaftsleistung des ganzen Teams der NürnbergMesse Group! Doch Mannschaftsleistung bedeutet auch: Alle verzichten! So

kommt es, dass wir bei den Personalkosten 25 % Einsparung erzielen, obwohl wir die Köpfe nur um rund 5 % reduziert haben – und das ohne betriebsbedingte Kündigungen!

An dieser Stelle gilt unser herzlichster Dank der Personalabteilung um Dr. Thomas Koch und unserem Betriebsrat. Ihnen ist es auch zu verdanken, dass sich die NürnbergMesse so schnell an die neue Situation angepasst hat und als erste deutsche Messegesellschaft im letzten Jahr Kurzarbeit einführen konnte. Oder ebenso, dass wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als erste deutsche Messegesellschaft ein freiwilliges Impfangebot unterbreitet haben.

Trotz aller Herausforderungen, Kurs zu halten inmitten des Corona-Sturms – das ist nicht jedem Unternehmen der Veranstaltungsbranche gelungen. Deshalb lassen Sie mich an dieser Stelle insbesondere auf die vielen kleinen und mittleren Unternehmen hinweisen wie auch auf unsere ServicePartner, denen das Überleben in der Krise naturgemäß schwerer gefallen ist. Das ganze Ausmaß wird wohl erst dann deutlich werden, wenn sich die letzte Corona-Wolke verzogen hat. Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die bisher international führende deutsche Messewirtschaft sind jedenfalls jetzt schon gravierend.

Ende des Jahres 2020 haben wir erneut das ifo Institut beauftragt, die Auswirkungen unserer Veranstaltungen auf die Region zu untersuchen. Die Ergebnisse zeigen eindrücklich, wie viel von den Messen und Kongressen in Nürnberg abhängt: Das ifo Institut hat nämlich errechnet, dass die Veranstaltungen der NürnbergMesse in den Jahren 2018 und 2019 – also bis zur Pandemie – durchschnittlich pro Jahr in ganz Deutschland Kaufkrafteffekte von rund 2 Mrd. EURO, exakt sind es 1,93 Mrd. EURO und Steuereinnahmen in Höhe von rund 365 Mio. EURO generieren und rund 15.600 Arbeitsplätze sichern.

Alarmierend sind die Verluste des Corona-Jahres 2020, die das ifo Institut errechnet hat: 1,55 Mrd. Euro sind an Kaufkrafteffekten in ganz Deutschland durch allein in Nürnberg ausgefallene Messen und Kongresse ausgeblieben. Doch während es im Messezentrum plötzlich still wurde, hat die Arbeit hinter den Kulissen für uns im letzten Jahr erst so richtig begonnen! Um unseren Ausstellern und Besuchern trotz der Kontaktbeschränkungen die dringend benötigten Plattformen für Geschäft und Wissensaustausch zu bieten, haben wir neue digitale Produkte entwickelt. Und das wiederum zahlt ein auf einen ganz wichtigen Baustein der Zukunftsformel der NürnbergMesse: Wissen managen – der Titel unseres diesjährigen Geschäftsberichts. Was dabei entstanden ist, berichtet Ihnen nun mein Kollege Peter Ottmann.

Statement Peter Ottmann, CEO NürnbergMesse Group

Ein herzliches Willkommen auch von meiner Seite!

Im Zusammenhang mit dem Corona-Jahr 2020 ist oft die Rede vom Digitalisierungs-Turbo. Den haben wir allerdings schon vor der Krise angeworfen. Unser Kollege Dr. Martin Kassubek hat mit seinem Bereich „Corporate & Digital Development“ bereits in den letzten drei Jahren Konzepte entwickelt, welche unsere Präsenzveranstaltungen mit der digitalen Welt verbinden. Doch als wir unsere realen Messehallen plötzlich komplett schließen mussten, ergab sich eine neue, unerwartete Situation – denn jetzt mussten digitale Plattformen her für unsere Aussteller und Besucher! 2020 geht deshalb in die Geschichtsbücher der NürnbergMesse ein als Beginn ihrer Transformation. Transformation unseres Geschäftsmodells, Transformation unseres Arbeitens, Transformation unseres Unternehmens zu mehr Nachhaltigkeit.

Wir haben eine steile Lernkurve hinter uns, in Rekordzeit enormes digitales Know-how entwickelt und neue Kompetenzen im Unternehmen aufgebaut. Nach der embedded world im März 2020 haben wir deshalb zahlreiche neue digitale Events und Plattformen entwickelt. Erstmals für die Medizintechnik-Branche mit der MedtecLIVE, in der Folgezeit für die IT Security-Branche mit der it sa, für die Brandschutz-Branche mit der FeuerTrutz und schließlich für den Stammtisch der Getränke-Technologiebranche, die BrauBeviale. Bis zum Ende des ersten Halbjahrs 2021 haben wir digitale Formate für 55.700 registrierte Teilnehmer entwickelt. Allein in den vergangenen Wochen hatten wir mit it-sa 365 IT Security Talks, MedtecLIVE, und dem HYDROGEN DIALOGUE drei digitale Angebote bereits zum zweiten Mal am Start.

Allein am zweiten, diesmal international ausgerichteten HYDROGEN DIALOGUE beteiligten sich über 800 Fachexperten und bewiesen damit einmal mehr, das die wachsende Wasserstoff-Community diese starke Plattform braucht. Insgesamt haben in Nürnberg und weltweit im ersten Halbjahr 2021 elf digitale Formate und drei Präsenzveranstaltungen stattgefunden.

Dabei wurde uns sehr klar: Digitale Formate sind eine wichtige Brücke hin zu unseren hybriden Veranstaltungsformaten, aber es fehlt auch etwas. Es fehlt der vertrauensschaffende Händedruck, der ein Geschäft besiegelt; es fehlt das konzentrierte Gespräch unter vier Augen - und zwar ohne eingblendetes Zoom-Hintergrundfoto; es fehlt der gemeinsame Flow, das Eintauchen in eine drei- oder viertägige Veranstaltung und das daraus entstehende Gemeinschaftserlebnis eines Live-Events. Es fehlt der glückliche Zufall, das heißt die zufällige Begegnung in der Messehalle, die zu einem neuen Kontakt oder einer neuen Geschäftsidee führt! Und es fehlt natürlich das Neukundengeschäft. Daraus haben wir gelernt: Es braucht für unsere Präsenzmessen digitale Maßanzüge. Eine

Präsenzveranstaltung als Erlebnis und Highlight einer ganzen Branche mit passgenauen digitalen Zusatzangeboten für alle, die nicht vor Ort sein können – das ist für uns die Messe der Zukunft. Deshalb heißt unsere künftige Erfolgsformel auch: Onsite plus Online!

Neben der Digitalisierung haben wir ein weiteres Thema forciert: Nachhaltigkeit. Unsere „Energieoffensive“ haben wir bereits 2014 gestartet und sie hat in den letzten Jahren Zehntausende Tonnen an CO₂-eingespart, in dem wir beispielsweise die Geländebeleuchtung auf LED umgestellt haben. In der von Corona verordneten Messepause haben wir eine Inventur durchgeführt, bei der wir die zahlreichen Nachhaltigkeitsprojekte im Unternehmen erstmals zusammengefasst und katalogisiert haben. Das Ergebnis: Die NürnbergMesse leistet bereits mit einer Vielzahl an Projekten ihren Beitrag zu 12 der 17 Nachhaltigkeitsentwicklungsziele der Vereinten Nationen (SDG). Unsere eigenen Handlungsziele haben wir in einem Nachhaltigkeitskompass zusammengeführt, der Orientierung und Ansporn gleichermaßen ist. Unser diesjähriger Geschäftsbericht geht mit gutem Beispiel voran und ist übrigens erstmals klimaneutral gedruckt worden. Und beim neu ins Leben gerufenen Klimaschutzfonds der Metropolregion Nürnberg ist die NürnbergMesse eines der ersten Fördermitglieder und unterstützt im Rahmen ihrer Mitgliedschaft nachhaltige Projekte in der Metropolregion.

Sie sehen: Die NürnbergMesse hat die corona-bedingte Zwangspause bestmöglich genutzt und bereitet sich jetzt in allen Bereichen des Unternehmens konsequent auf den Neustart in Nürnberg vor. Der Messe-Restart in China 2020 hat uns allen gezeigt, dass Fachmessen von Ausstellern und Besuchern auch nach Corona hervorragend angenommen werden.

Um unseren Restart auf eine stabile Basis zu stellen, haben wir trotz unserer Kosteneinsparungen gezielt in unsere eigene Infrastruktur investiert. Beispiel 5G: Hier haben wir bereits im April 2020 eine 5G-Lizenz erworben, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Anwendungen bei uns im Messezentrum im Rahmen eines 5G-Campus-Netzwerkes zu testen. Damit wollen wir als eine der bei dieser Technologie führenden Messegesellschaften in Europa unseren Kunden diesen Mehrwert künftig auf dem Messegelände anbieten. Neben der Investition von 10 Mio. Euro vor der Corona-Pandemie in ein neues W-Lan- und Lan-Netzwerk investieren wir damit beim Thema 5G ganz gezielt in einen verbesserten Kundenservice im Messezentrum.

Bleiben wir beim Stichwort Kundenservice. In unserem neuen Unternehmensbereich „Services“ unter der Leitung von Remo Zimmermann bündeln wir unter dem Stichwort ServicePartner-Konzept wir alle unsere Service-Dienstleistungen sowie ein Beschwerde- und Qualitätsmanagement an einer zentralen Stelle – mit einem klaren Leistungsversprechen für unsere Kunden – one touch! Das bedeutet: weniger Aufwand, kürzere Wege und einfache Lösungen!

Weil auch im Messeleben Liebe durch den Magen geht, haben wir nicht nur unseren Geschäftsanteil bei unserem Messe-Caterer Lehrieder zum Jahreswechsel auf 100 Prozent

aufgestockt, wir haben mit Thomas Domani auch die Doppelspitze bei Lehrieder neu besetzt. Ab August wird er gemeinsam mit Frau Dr. Cauers-Lehrieder unsere Gastro-Tochter stärken und ausbauen.

Bleiben wir noch einen Moment bei unseren Tochtergesellschaften. Wie Sie wissen, besteht die NürnbergMesse Group aus der NürnbergMesse GmbH und 15 Tochtergesellschaften weltweit. Unser Dank geht an dieser Stelle an alle Kolleginnen und Kollegen, die unter teilweise extrem schwierigen Bedingungen die Unternehmen durch die Pandemie führen – in Italien, USA, Brasilien, Indien, China aber auch in Griechenland und hier in Deutschland selbst. Zur Stärkung unserer Beteiligungen haben wir in den letzten Monaten unseren Anteil bei Forum in Griechenland auf 90 Prozent und bei Holtmann auf 66 Prozent aufgestockt.

Sie sehen: Wir glauben fest an die Zukunft unseres Geschäftsmodells und wollen nach der Pandemie besser aufgestellt wieder starten. Dementsprechend sind unsere Vorbereitungen auf den realen Messeherbst 2021 in Deutschland, Griechenland und Brasilien in vollem Gange!

In den kommenden 12 Monaten stehen 86 Messen und Veranstaltungen im Terminkalender der NürnbergMesse Group. Darunter befinden sich erfreulich viele Neuveranstaltungen, auf die Roland Fleck gleich noch einmal eingehen wird.

Doch zurück aus der Zukunft und hinein in unseren unmittelbar bevorstehenden Messeherbst. Los geht es im September mit der Leitmesse für Verpackungstechnologie FACHPACK. Unsere Veranstaltungsleiterin Heike Slotta meldete erst gestern knapp 700 angemeldete Aussteller. Für alle Fachexpertinnen und -experten, die wegen der Reiserestriktionen noch immer nicht vor Ort teilnehmen können, bieten wir zur FACHPACK digitalen Ergänzungen an. So werden sich die Verpackungsprofis vor, während und nach der Messe über die Plattform myFACHPACK online austauschen können.

Weiter geht es dann mit der it-sa im Oktober. Europas größte Fachmesse zum Thema IT-Security hat bereits jetzt den Ausstellerstand von 2017 erreicht. Das stimmt uns sehr positiv und entsprechend vielversprechend sind auch die Rückmeldungen aus der Branche. Die IT Expertinnen und -Experten freuen sich auf den Austausch live vor Ort – trotz der Tatsache, dass sie sich seit einem Jahr jederzeit auf der Online-Plattform „it sa 365“ austauschen können. Unsere Eigenentwicklung verzeichnete bis Anfang Juli über 4.500 registrierte Nutzer.

Beide Fachmessen sind sehr gute Beispiele für unsere hybriden Messekonzepte der Zukunft. Als Verknüpfungen von „online“ und „onsite“ schaffen wir damit echten Mehrwert für unsere Kunden – auch nach Corona und dann vor und nach der jeweiligen Messelaufzeit.

Und natürlich hoffen wir alle, dass sich die Inzidenzwerte weiter so gut entwickeln, so dass auch die Restriktionen beim Reisen schrittweise zurückgenommen werden. Und damit wieder zurück zu Roland Fleck.

Statement II Dr. Roland Fleck, CEO NürnbergMesse Group

Meine Damen und Herren, lassen Sie mich zum Abschluss ein Fazit ziehen:
Die NürnbergMesse durchlebt aktuell – wie viele andere Unternehmen, insbesondere der Veranstaltungsbranche – ein herausforderndes zweites Corona-Jahr.

Während 2020 zumindest ein starkes erstes Quartal vorweisen kann, steht 2021 – bislang – noch komplett im Schatten der Pandemie. Um unseren Kunden die notwendigen digitalen Brücken bis zum Restart der Messewirtschaft zu bauen, haben wir im vergangenen Jahr die Transformation unseres Geschäftsmodells hin zu hybriden Veranstaltungen forciert. Während in China bereits seit einem Jahr Messen wieder die wichtigen Plattformen für die Unternehmen bilden und ihren Teil zum Wirtschaftswachstum beitragen, zeichnet sich in Deutschland und insbesondere in Bayern der Restart der Messen ab 1. September ab. Mit

1. einem gut durchdachten Schutz- und Hygienekonzept,
2. Lockerungen beim Reiseverkehr und einer entsprechenden Normalisierung, sowie
3. bestärkt durch gute Buchungszahlen für unsere Herbstmessen 2021 und Messen im 1. Quartal 2022 sehen wir dem nahen Neustart der Messewirtschaft nach aktuellem Stand optimistisch entgegen.

Mut machen uns auch die Buchungszahlen für unsere Frühjahrmessen 2022 und viele neue Messeformate, die wir am Messestandort Nürnberg und international für das kommende Jahr 2022 bereits entwickelt haben: Da ist zum einen unsere neue Messe wildlife.fair, die den Umwelt- und Naturschutz künftig wieder stärker weiter in den Fokus rückt. wildlife.fair ist eine Publikumsveranstaltung für Natur- und Jagdbegeisterte und wird erstmals im April 2022 im Messezentrum Nürnberg stattfinden. Der Bayerische Jagdverband ist nicht nur der ideale Partner der Messe, sondern auch Veranstalter des begleitenden Kongresses.

In Vicenza, Italien werden die Kolleginnen unserer Tochtergesellschaft NürnbergMesse Italia ab Juni 2022 erstmals jährlich die „Focus on PCB“ organisieren. Diese neue Fachmesse für die Leiterplatten-Industrie ist die zweite Eigenveranstaltung im Portfolio der NürnbergMesse Italia. Und im Herbst 2022 feiert auch schon die dritte Veranstaltung in Italien Premiere: Die Ospitiamo in Mailand fokussiert das Thema Hotellerie und „Parahotellerie“, das heißt nicht-klassische Beherbergungsformen. Dieses Premieren-Doppel in Vicenza und Milano freut mich außerordentlich!

Und nicht nur in Europa, auch in Asien treiben wir neue Messeformate voran.

„Der treibende Automobilmarkt der Welt“ ist China – auch für den renommierten Mobilitäts-Experten Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer. Im April dieses Jahres hat die NürnbergMesse China mit ihm und seinem Institut „CAR“ – das steht für Center Automotive Research – eine exklusive Partnerschaft für 2022 und darüber hinaus begründet. Wir wollen in Zukunft unser Know-how aus den Automobil-nahen Fachmessen in Shanghai mit dem Netzwerk von Prof. Dudenhöffer verbinden. Als erste gemeinsame Veranstaltung findet die EVTec im Oktober in Shanghai statt, an der sich CAR (D+S Automotive) als ein strategischer Partner beteiligt. Im April 2022 soll dann erstmals das CAR Symposium China stattfinden. Unser gemeinsames Ziel: Zusammen mit Dudenhöffers CAR-Institut, das führende Automobil-Events in Deutschland veranstaltet, wollen wir auch in China zukunftssträchtige Veranstaltungen für die wachsende Automobilbranche entwickeln.

Trotz all unserer geplanten Produktinnovationen für das nächste Jahr: Der Erfolg unseres Neustarts ist natürlich immer abhängig von drei Fragen, auf die wir Ihnen heute leider noch keine Antworten liefern können:

1. Wie sind wir als Gesellschaft auf eine mögliche „vierte Welle“ vorbereitet und wie entwickeln sich Mutanten?
2. Wie sieht es mit Reiserestriktionen sowie der Verfügbarkeit und dem Preisniveau von Flügen aus?
3. Wie lange ist – auch nach Abklingen des Infektionsgeschehens – die „Nachhall-Zeit“ in den Köpfen der Entscheidungsträger in den Unternehmen?

Allesamt Unwägbarkeiten, die eine valide Prognose objektiv unmöglich machen.

Je nachdem, wie erfolgreich der Restart gelingt, wird sich das Geschäftsjahr 2021 in etwa auf dem Niveau des Vorjahres bewegen. Fakt jedenfalls ist: Jede Pandemie in der Geschichte hatte ein Ende. Und deshalb wird auch die Corona-Pandemie ein Ende haben. Unabhängig davon, ob das 2022, 2023 oder 2024 sein wird: Mit den Aus- und Nachwirkungen dieser Pandemie werden wir noch viele Jahre beschäftigt sein. Trotzdem oder vielleicht auch gerade deshalb bleibt unser klares Ziel: die Rückkehr auf unseren bewährten und erfolgreichen NürnbergMesse-Wachstumspfad!

Wir bedanken uns für Ihre Aufmerksamkeit und stehen Ihnen nun – analog oder digital – für Ihre Fragen gerne zur Verfügung!