



Presseinformation / Press release / Communiqué de presse / Comunicato stampa /
Nota de prensa / Informação de imprensa / 新闻稿

Nürnberg, 21.01.2022

Digitale Transformation und erfolgreicher Restart: NürnbergMesse hofft auf ein besseres 2022

- **Jahr 2 des pandemiebedingten Ausnahmezustands führt 2021 zu einem Umsatz von rund 70 Mio. Euro und einem gegenüber 2020 reduzierten Jahresfehlbetrag von unter 50 Mio. Euro**
- **Kosteneinsparungen, Kurzarbeit und Investitionsverschiebungen sichern wertvolle Liquidität in der Corona-Krise**
- **Geschäftsmodell „Messe“ bestätigt: Restart begeisterte Kunden**
- **Ausblick durchwachsen: Voller Terminkalender mit über 100 Veranstaltungen und neue hybride Messeformate lassen trotz weiterer Messeverschiebungen und -absagen auf ein im Vergleich zu 2021 besseres Messejahr hoffen**

Die Corona-Pandemie hat auch im Geschäftsjahr 2021 der NürnbergMesse tiefe Spuren hinterlassen: Von den 77 im Jahr 2021 weltweit geplanten Messen mussten 51 abgesagt oder verschoben werden. Daraus ergab sich für die NürnbergMesse Group im Jahr 2 der Pandemie ein Umsatz in Höhe von rund 70 Mio. Euro (Vorjahr 110,3 Mio. Euro) und ein Verlust von unter 50 Mio. Euro (Vorjahr 68,6 Mio. Euro). NürnbergMesse-CEO Dr. Roland Fleck zieht Bilanz: „Wir blicken auf ein Geschäftsjahr 2021 im pandemiebedingten Ausnahmezustand zurück. Durch konsequente Kosteneinsparungen, Kurzarbeit und das Verschieben von geplanten Investitionen konnten wir einerseits ein deutlich negativeres Ergebnis verhindern. Andererseits haben wir in Nürnberg und auch weltweit einen erfolgreichen Restart im Herbst des Jahres erlebt, der mit seiner hohen Kundenresonanz unser Geschäftsmodell Messe eindrucksvoll bestätigt hat.“ Gleichzeitig erhöhte die NürnbergMesse durch den gezielten Ausbau von digitalen Angeboten die Reichweite ihrer Messethemen – und mehr noch: „Erstmals haben wir mit unseren digitalen Formaten zehn Prozent vom Gesamtumsatz erzielt“, freut sich NürnbergMesse-CEO Peter Ottmann über den Erfolg der Digitalstrategie der Messegesellschaft.

NürnbergMesse GmbH
Unternehmenskommunikation
Corporate Communications
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany

T +49 9 11 86 06-80 28
F +49 9 11 86 06-12 80 28

presse@nuernbergmesse.de
www.nuernbergmesse.de

Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board
Marcus König
Oberbürgermeister
der Stadt Nürnberg
Lord Mayor of the
City of Nuremberg

Geschäftsführer
CEOs
Dr. Roland Fleck
Peter Ottmann

Registergericht
Registration Number
HRB 761 Nürnberg

Mitglied der
Member of



European Major Exhibition
Centres Association



The Global Association of
the Exhibition Industry

Durch ihre konsequente Kosten- und Investitionsbremse verhinderte die NürnbergMesse ein noch schlechteres Geschäftsergebnis 2021 und leistete dadurch einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der erforderlichen Liquidität. So wurden Sach- und Personalkosten gegenüber den Vor-Corona-Planungen um rund 25 Prozent reduziert. Am Standort Nürnberg sind derzeit 566 Mitarbeitende (NürnbergMesse Group: 943) beschäftigt, eine um rund 10 Prozent (NürnbergMesse Group: 20 Prozent) verringerte Belegschaft im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019. Die Streichung oder Verschiebung von Investitionsvorhaben auf dem Messegelände erbrachte im abgelaufenen Jahr gegenüber den Vor-Corona-Planungen Einsparungen in Höhe von knapp 70 Mio. Euro, was einem Rückgang von knapp 90 Prozent entspricht.

Herbst-Restart im Messezentrum Nürnberg

Nach rund 19 Monaten ohne Präsenzveranstaltungen und insgesamt 243 Tagen mit Veranstaltungsverbot feierten verschiedene Branchen im Herbst 2021 einen erfolgreichen und emotionalen Messe-Restart: HUBANA, FACHPACK, it-sa, FeuerTrutz, ConSozial und KOMMUNALE sowie die Gastveranstaltungen CONSUMENTA, BIOGAS und RETRO CLASSICS BAVARIA begeisterten Aussteller und Besucher unter den geltenden Hygienevorschriften gleichermaßen. „Sie bekräftigten durch ihre Teilnahme einmal mehr die Bedeutung unserer Eigen-, Partner- und Gastveranstaltungen als wichtige und unverzichtbare Plattformen für die jeweiligen Branchen und als Wirtschaftsmotor für die Metropolregion“, so Dr. Roland Fleck.

Globaler Restart in der NürnbergMesse Group

Wiedersehensfreude erlebten auch die Aussteller und Besucher der Messen der NürnbergMesse Group mit ihren Tochtergesellschaften weltweit. So versammelten sich zu artoza, FOODTECH und XENIA bei FORUM S.A. in Athen verschiedene Branchen der Lebensmittel- und Tourismusindustrie. Ebenfalls mit einem Messe-Trio feierte die NürnbergMesse Brasil den Messe-Restart in São Paulo: FCE Pharma und FCE Cosmetique sowie die PET South America waren die ersten Messen der brasilianischen Tochtergesellschaft, die seit der Corona-Pandemie Ende des Jahres wieder stattfanden. In Neu-Delhi fand die BIOFACH INDIA statt. Weiter auf dem Pfad der annähernden Normalität ging es für die NürnbergMesse China, wo es aufgrund konsequenter Kontaktnachverfolgung nahezu keine Veranstaltungspause gab. Die CHINA DIECASTING und CRAFT BEER CHINA in Shanghai konnten, gemessen an Ausstellern und Ausstellungsfläche, im Vergleich zu 2019 bereits wieder an das Vor-Corona-Niveau anschließen, respektive dieses sogar übertreffen. Dr. Roland Fleck: „Der Restart hat es gezeigt – unsere Kunden wollen wieder Messen, und zwar live und vor Ort!“



Digitale Formate mit starker Resonanz

Neben den etablierten Präsenzveranstaltungen hat die NürnbergMesse den Weg der digitalen Transformation eingeschlagen, um ihre Kunden im In- und Ausland am Messeerlebnis teilhaben zu lassen. So entstanden bereits 2020 erste digitale Konzepte, die 2021 erfolgreich zu insgesamt zehn digitalen Formaten weiterentwickelt wurden. Sie ermöglichten den Teilnehmern den Austausch mit passgenauen Kontakten, die Wissensvermittlung über das angebotene Vortrags- und Kongressprogramm sowie eine daraus resultierende Lead-Generierung – auch ohne die Teilnahme an einer analogen Veranstaltung. Der digitalen Erweiterung der Präsenzveranstaltung gelang im Rahmen des erfolgreichen Messe-Restarts im Herbst 2021 ein weiterer großer Sprung nach vorne: Zur FACHPACK waren über 4.300 Teilnehmer auf myFachpack aktiv und stellten damit fast 20 Prozent aller Messebesucher. Die FeuerTrutz verzeichnete insgesamt 1.228 digitale Teilnehmer, die damit sogar über ein Drittel aller Messeteilnehmer ausmachten. Mit itsa365 und myBeviale bietet die NürnbergMesse zudem Digitalplattformen an, welche der IT-Community auch unterjährig zur Verfügung steht. Peter Ottmann: „Im nächsten Schritt werden wir nun unsere digitalen Formate noch enger mit den Präsenzveranstaltungen verknüpfen und unseren Kunden mit unserer Erfolgsformel ‚onsite plus online‘ 2022 insgesamt sechs hybride Veranstaltungskonzepte anbieten.“

Verantwortung in der Pandemie

Die NürnbergMesse leistete im vergangenen Jahr zudem einen wichtigen Beitrag bei der Umsetzung der nationalen Impfstrategie und damit zur sicheren Durchführung von Veranstaltungen. Die Halle 3C diente dabei als Impfzentrum für die Stadt Nürnberg. Rund 276.000 Bürgerinnen und Bürger wurden gegen Corona geimpft. Auch der eigenen Belegschaft ermöglichte die Messegesellschaft alle drei Schutzimpfungen und konnte so unter den Mitarbeitenden eine Impfquote von über 90 Prozent erzielen, die damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt. Während die politische Diskussion um die gesetzliche Regelung von Homeoffice noch anhält, ermöglichte die NürnbergMesse ihren Mitarbeitenden bereits eine Vielzahl von flexiblen Modellen zu Arbeitszeit und -ort. Damit reagierte das Unternehmen nicht nur bestmöglich auf das jeweils aktuelle Infektionsgeschehen, sondern unterstrich auch seine Bedeutung als attraktiver Arbeitgeber. „Zu unserer Verantwortung in der Pandemie gehört auch, dass wir die Zahl der Ausbildungs- und Trainee-Plätze in der Pandemie auf 51 erhöht haben und alle besetzen konnten“, so Ottmann.

Hoffnungsvoller Ausblick 2022

Ein gut gefüllter Messekalender mit über 100 Messen, Kongressen und weiteren Veranstaltungen für die NürnbergMesse Group, erfreuliche Buchungszahlen, die in Einzelfällen sogar die Quote „vor Corona“ übertreffen sowie viele neue Formate stimmen das Management für das Geschäftsjahr 2022 vorsichtig optimistisch, auch wenn der Jahresauftakt zunächst durch Verschiebungen und Absagen gekennzeichnet ist.

Produktinnovationen gibt es in China 2022 mit dem Car Symposium China (22.04.2022) und der Car Battery China/EVTec, die für das zweite Halbjahr 2022 geplant sind und die das Zukunftsthema Elektromobilität in den Fokus rücken. In China startet erstmals auch die internationale Fachmesse für eingebettete Systeme embedded world China (15.-17.06.2022). Die NürnbergMesse Italia plant erstmals die neue Fachmesse zur Leiterplatten-Produktion „Focus on PCB“ am 18.-19.05.2022 in Vicenza. Um zwei weitere Veranstaltungen in Indonesien (21.-23.09.2022) und Dubai (16.-18.10.2022) wächst die Produktfamilie der Coating Shows (Farben und Lacke).

Eine valide Umsatz-Prognose für das Geschäftsjahr 2022 ist weiterhin abhängig von der Entwicklung des weltweiten Infektionsgeschehens, einer weiteren Lockerung der internationalen Reiserestriktionen sowie der Bereitschaft der Besucher, wieder in ausreichender Zahl an Präsenzveranstaltungen teilzunehmen. Vor diesem Hintergrund geht die Geschäftsführung der NürnbergMesse von einem Jahr der positiven Richtungsänderung aus und erwartet ein durchwachsendes Geschäftsjahr 2022, in dem sich letztlich sowohl der Umsatz als auch das Ergebnis gegenüber den ersten beiden „Corona-Jahren“ 2020 und 2021 deutlich besser entwickeln werden.

Über die NürnbergMesse Group

Die NürnbergMesse Group ist eine der 15 größten Messegesellschaften der Welt. Sie setzt sich zusammen aus der NürnbergMesse GmbH sowie deren 15 Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Rund 900 Mitarbeiter sind an elf Standorten in Deutschland, Brasilien, China, Indien, Italien, Griechenland, Österreich und den USA für das Unternehmen tätig. Darüber hinaus verfügt die NürnbergMesse Group über ein Netzwerk von Auslandsvertretungen in über 100 Ländern. Das Portfolio umfasst rund 120 Fachmessen und Kongresse, die sich als Präsenzveranstaltungen und digitale Events auf die fünf Themenfelder Retail & Consumer Goods, Building & Construction, Process Technology, Electronics & Security sowie Social & Public fokussieren. Ihre Veranstaltungen sichern Arbeitsplätze und generieren jährlich Steuereinnahmen und Kaufkrafteffekte in Milliardenhöhe. Das macht die NürnbergMesse zu einem wichtigen Wirtschaftsmotor für die Metropolregion Nürnberg und ganz Deutschland.

Ansprechpartner für Presse und Medien

Dr. Ulf Santjer

T +49 9 11 86 06-80 28

M +49 170 56 58 228

ulf.santjer@nuernbergmesse.de

Maximilian Hensel

T +49 9 11 86 06-85 15

M +49 170 70 57 646

maximilian.hensel@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos und Fotos zur NürnbergMesse zum kostenlosen Download unter: www.nuernbergmesse.de/presse