

Pressekonferenz der NürnbergMesse Group
Montag, 11. Juli 2022, 11:00 Uhr

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

- Es gilt das gesprochene Wort –

Statement Prof. Dr. Roland Fleck, CEO NürnbergMesse Group

Sehr geehrte Damen und Herren,
herzlich willkommen zu unserer Bilanzpressekonferenz 2022! Wie schon im vergangenen Jahr, so begrüßen wir Sie auch in diesem Jahr ganz herzlich zur hybriden Bilanzpressekonferenz hier bei uns im Messezentrum Nürnberg im NCC Ost – und natürlich vor den Bildschirmen oder im Homeoffice: Medienvertreterinnen und Medienvertreter genauso wie Kolleginnen und Kollegen. Egal ob onsite oder online – Peter Ottmann und ich heißen Sie herzlich willkommen! Schön, dass Sie heute alle mit dabei sind!

Während wir Sie, liebe Repräsentantinnen und Repräsentanten der Medien, zu dieser Jahreszeit üblicherweise in die Sommerpause entlassen und Ihnen und uns allen das berühmte Sommerloch droht, ist in diesem Jahr – wieder mal – alles anders. Denn: Wir befinden uns – glücklicherweise – mitten im heißen Messesommer 2022!

Nach dem Ende aller Veranstaltungsverbote haben an den Messeplätzen in Deutschland im Mai gut 50 Messen und im Juni mehr als 40 Messen stattgefunden – so viele Branchenschauen wie nie zuvor in diesen Monaten! Mehr als die Hälfte der noch gut 250 Messen in diesem Jahr finden in diesem Sommer statt. Ein absolutes Novum, denn Messesaison ist, das wissen Sie, in der Regel das Winterhalbjahr. Auch hier hat die Pandemie vieles durcheinandergewirbelt.

Auch bei uns im Messezentrum hat das Messejahr pandemiebedingt erstmals im Frühjahr begonnen. Den Startschuss bildeten die Enforce Tac und die IWA Outdoor Classics Anfang März. Seitdem reiht sich eine Veranstaltung an die nächste: Angefangen mit PCIM Europe, SMTconnect, Sensor+Test und der Interzoo im Mai über die EUROGUSS, embedded world, Stone+tec und FeuerTrutz im Juni bis hin zu HOLZ-HANDWERK und FENSTERBAU FRONTALE, die – Sie werden es bemerkt haben - morgen beginnen.

Der eng getaktete Messekalender zeigt, dass das Marketinginstrument „Messe“ auch während der Pandemie nichts an Bedeutung verloren hat. Doch es ist und bleibt eine große Herausforderung für uns, unsere Aussteller, Besucher und Service-Partner, so viele Veranstaltungen innerhalb dieses kurzen Zeitfensters zu organisieren - und durchzuführen.

Doch die Veranstaltungskennzahlen des ersten Halbjahrs 2022 entlohnen uns für die vielen Anstrengungen: Über 6.200 Aussteller, rund 200.000 Besucher und über 228.000 gebuchte Quadratmeter zählten die Veranstaltungen im Messezentrum 2022 bis zum heutigen Tag. Das ist ein äußerst positives Zeichen nach den vergangenen beiden Jahren!

Und wie Sie es in unserem kurzen Film sehen konnten, werden unsere Veranstaltungen wirklich hervorragend angenommen. In unseren Messehallen herrscht eine ganz besondere Wiedersehensfreude! Es bestätigt sich – wie von mir bereits im vergangenen Jahr zitiert – die These des italienischen Soziologen Franco Ferrarotti aus Rom, der bereits im ersten Jahr der Pandemie eine „Explosion der Lebensfreude“ nach dem Abklingen der Virenlast prognostiziert hatte!

So viel zum hier und jetzt. Heute haben wir Sie eingeladen, um neben dem derzeit laufenden Geschäfts- und Veranstaltungsbetrieb natürlich auf das vergangene Geschäftsjahr zurückzublicken und Bilanz zu ziehen. 2021 – ein Geschäftsjahr im Ausnahme-Zustand!

Corona hatte uns auch 2021 fest im Griff. 19 Monate oder 243 Tage Veranstaltungs-Zwangspause wurden im September 2021 endlich beendet. Daraufhin konnten wir in Nürnberg und an unseren Standorten in Athen, Mumbai und Sao Paulo endlich wieder Präsenzmessen durchführen. Immerhin: 57 Live-Veranstaltungen kommen so für 2021 zusammen. Dabei zählten wir 5.493 Aussteller und 315.440 Besucher auf einer Nettofläche von 176.558 Quadratmetern.

Allerdings gab es in Deutschland ab Mitte November 2021 coronabedingt schon wieder deutliche Einschränkungen, die Veranstaltungen faktisch fast wieder unmöglich machten. Diese Einschränkungen wurden erst ab März 2022 wieder sukzessive aufgehoben.

Die durch die pandemiebedingten Einschränkungen und Veranstaltungsverbote deutlich reduzierten Veranstaltungskennzahlen wirken sich natürlich direkt auf unsere Finanzkennzahlen aus. Die geringere Anzahl an Live-Events, Ausstellern und Besuchern spiegelt sich natürlich auch im Umsatz für 2021 wider: Mit 68,3 Mio. Euro liegen wir 2021 nochmal ein gutes Stück unter dem Niveau des ersten Corona-Jahres 2020 mit 110,3 Mio. Euro Umsatz und deutlich unter dem Vergleichsjahr 2019 vor Corona mit 285,7 Mio. Euro Umsatz.

Im Ergebnis führt das zu einem Jahresfehlbetrag von 42,0 Mio. Euro. Deutlich besser als noch im Vorjahr, aber kein Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019, als wir mit einem Gewinn von 2,3 Mio. Euro das Jahr abgeschlossen hatten. Der Transparenz halber sei angemerkt, dass der Konzernverlust ohne die Corona-Hilfen des Bundes in Höhe von 39 Mio. Euro für die NürnbergMesse Group noch drastisch höher ausgefallen wäre.

Unser EBITDA beträgt für 2021 -4,4 Mio. Euro, hier haben wir uns gegenüber dem Vorjahr mit -29,3 Mio. Euro deutlich verbessert. Und auch beim operativen Ergebnis haben wir uns von -67,6 Mio. Euro im Jahr 2020 auf -38,5 Mio. Euro deutlich verbessert und konnten damit unseren Vorjahres-Verlust in etwa halbieren.

Das schrumpfende Minus ist vor allem auf unsere frühzeitige und konsequente Kosten- und Investitionsbremse zurückzuführen. Dies zeigt sich an den Investitionen, die im vergangenen Jahr noch einmal deutlich auf 6,5 Mio. Euro zurückgegangen sind. 17,1 Mio. Euro waren es noch im Vorjahr und 24,2 Mio. 2019 vor Corona.

Durch unser Krisenmanagement- und Sparprogramm „Phönix“, das wir mit Beginn der Pandemie angestoßen haben, konnten wir allein in 2021 insgesamt 90 Mio. Euro im Vergleich zu den Vor-Corona-Planungen einsparen. Diese Einsparungen setzen sich zusammen aus Einsparungen beim Personal, die wir insbesondere über einen Einstellungsstopp und Kurzarbeit erreicht haben. So konnten wir die Personalkosten 2021 um 10 Mio. Euro senken. Das Investitionsvolumen konnten wir um 70 Mio. Euro reduzieren, wozu insbesondere natürlich die Verschiebung von Großinvestitionen ins Messegelände Nürnberg wie der geplante Bau des NCC Süd zählen.

Insgesamt haben wir seit Beginn der Pandemie bis heute über eine Viertelmilliarde Euro Ausgabevolumen gegenüber dem letzten Wirtschaftsplan vor Corona eingespart und damit das bwl. Überleben des Unternehmens gesichert. Konkret heißt das, dass wir mit „Phönix“ drei zentrale Ziele erreicht haben:

1. Die Liquidität des Unternehmens war und ist zu jeder Zeit gesichert!
2. Unser Jahresergebnis konnten wir signifikant verbessern!
3. Wir haben uns eine klare Fortführungs- und Zukunftsperspektive erarbeitet. Ein wichtiges Signal an Gesellschafter, Stakeholder und Banken!

Und auch in diesem Jahr läuft unser Sparprogramm Phönix unvermindert weiter, das heißt, dass wir in allen Bereichen des Unternehmens nach wie vor konsequent Kosten einsparen. Unser Ziel ist es, dass wir ähnlich wie 2021 bei Investitionen und Personal erneut insgesamt 90 Mio. Euro gegenüber den Vor-Corona-Planungen einsparen können. Diese Sparerfolge ermöglichen es uns, dass wir auch nach zwei Jahren der Pandemie grundsätzlich betriebsbedingte Kündigungen vermeiden konnten – in Messedeutschland ist das keineswegs die Regel! Aktuell beschäftigen wir in Nürnberg 534 und weltweit insgesamt 946 Mitarbeitende (*Stand: 31.03.2022*).

Und damit die NürnbergMesse nicht nur möglichst gut durch die Krise kommt, sondern bald schon wieder richtig Fahrt aufnehmen kann, investieren wir bereits jetzt wieder gezielt in die Zukunft des Unternehmens:

Das betrifft in erster Linie unsere Belegschaft – ihr wertvolles Know-how und ihre ganze Erfahrung, ohne die wir diese Pandemie und die Transformation des Unternehmens nicht so gut bewältigt hätten. So haben wir im vergangenen Jahr in Nürnberg 33 und weltweit insgesamt 117 Mitarbeitende neu eingestellt. Im laufenden Jahr 2022 konnten wir bereits 18 neue Mitarbeitende begrüßen und sind derzeit dabei, rund 40 offene Stellen im Konzern zu besetzen. So suchen wir zum Beispiel Digital Action Manager, Produktmanager für Digitale Services und für Vertriebssysteme, aber auch für „klassische“ Messedisziplinen wie Eventmarketing, Marketing und Controlling.

Zur modernen Arbeitswelt gehört spätestens seit der Pandemie auch das Thema Homeoffice. Dieses regelt unsere neue Betriebsvereinbarung „Offsite Arbeiten“, die wir gemeinsam mit unserem Betriebsrat und der Personalabteilung entwickelt haben – unser herzlicher Dank an dieser Stelle an alle Beteiligten! Die flexible Ausgestaltung der Arbeitszeit und des Arbeitsortes legen wir damit zu großen Teilen vertrauensvoll in die Hände unserer Mitarbeitenden. Höchste Priorität haben dabei natürlich weiterhin unsere Kunden.

Fit machen für die Zukunft wollen wir unsere Belegschaft auch im wörtlichen Sinne. So bieten wir in unserem neuen Programm „Fit in Balance“ als Teil des Betrieblichen Gesundheitsmanagements eine ganze Reihe an Angeboten sowie analoge und digitale Veranstaltungen an, die die Gesundheit unserer Mitarbeitenden stärken sollen – vom Rückentraining bis zur Ernährungsberatung.

Stichwort Zukunftsinvestitionen: Gerade für Gründer und junge Unternehmen sind Messen enorm wichtig. Messen bieten diesen Startups wichtige Sprungbretter in die jeweiligen Märkte. Dort können sie erste Kontakte in ihre Branchen hinein knüpfen und präsentieren sich und ihre Produkte gleichzeitig vor einem größeren Publikum. Für uns bedeuten Startups wiederum die Zukunft unserer Formate. Denn schließlich sind die Shootingstars von heute oftmals die Innovatoren und Aussteller von morgen.

Aus diesem Verständnis heraus bieten wir seit vielen Jahren besondere Angebote für Startups an. Zum Beispiel organisieren wir Gemeinschaftsstände aus dem Messeprogramm für „junge innovative Unternehmen“, die von der Bundesregierung gefördert werden. 58 finden in diesem Jahr insgesamt in Deutschland statt, allein 16 davon in Nürnberg – damit sind wir als NürnbergMesse in Deutschland erneut der Messeplatz Nummer 1 für Startups! Gemeinschaftsstände für Startups gibt es im Messejahr 2022 in Nürnberg zum Beispiel auf der BIOFACH/VIVANESS, EUROGUSS, FENSTERBAU FRONTALE und HOLZ-HANDWERK sowie bei FACHPACK und POWTECH.

Um die Zukunft unserer Marke NürnbergMesse geht es jetzt auch im zweiten Teil unserer Präsentation, für die jetzt gerne an meinen Kollegen Peter Ottmann abgebe.

Statement Peter Ottmann, CEO NürnbergMesse Group

Danke Roland! Fit für die Zukunft machen wir natürlich auch unser Messe-Portfolio, das in den vergangenen zwei Jahren von der Pandemie zwar hart getroffen wurde, in diesen Monaten aber zu unser aller Freude stark zurückkommt. Die gute Nachricht heute ist: Die Lagerfeuer brennen wieder. Manche kleiner, manche genau so groß, manche sogar größer als vor der Pandemie. Aber sie brennen wieder! Und wer, wie ich, erlebt hat, dass Embedded-Entwickler abends auf dem Rasen auf der Messепarty tanzen, der weiß – wir haben´s geschafft! Wir erleben auf unseren Messen gerade die von Roland angesprochene Explosion der Lebensfreude!

Also alles wieder gut? Noch lange nicht. Der heiße Messesommer verlangt gerade den Kolleginnen und Kollegen der NürnbergMesse aber auch unseren ServicePartnern alles ab. Unser herzlicher Dank an dieser Stelle für eine echte Energieleistung!

Dazu kommt natürlich der Blick auf die Pandemiesituation im Herbst, der Krieg in der Ukraine, die Energieversorgung im Winter. Neben diesen großen Themen gibt es natürlich auch eine Vielzahl von operativen Herausforderungen. Nur ein Beispiel: Unsere indischen Kunden haben gerade massive Probleme, ein Visum für Deutschland zu bekommen. So fehlen allen deutschen Messegesellschaften aktuell nicht nur viele indische Aussteller, es fehlen insbesondere die für internationale Fachmessen so wichtigen Fachbesucher. Bei diesem Thema bitten wir das Auswärtige Amt dringend um Nachbesserung. Dass uns pandemiebedingt chinesische Aussteller und Besucher fehlen, ist eine Sache. Dass und visabedingt viele indische Aussteller und Besucher fehlen ist schlicht nicht akzeptabel.

Es bleiben also genügend Herausforderungen. Mit diesen Herausforderungen werden wir umgehen, in der Gewissheit, dass sich unser Geschäftsmodell zwar verändern wird, dass es aber trägt. Wir sind zwar immer noch auf einer Schlaglochpiste unterwegs, aber immerhin: die Richtung stimmt. Die Erfahrungen, die wir in zwei Jahren Pandemie gemacht haben, lassen uns unseren Weg konsequent weitergehen.

Die Zukunftsformel für unseren Weg lautet „Onsite plus Online“. Künftig geht es um die richtige Mischung aus starker Präsenzmesse und den passenden digitalen Zusatzangeboten. Das können digitale Plattformen und Communities sein, aber auch Online-Events und das sogenannte Matchmaking für Aussteller und Besucher. In der Sparte „Online“ ist unsere Entwicklungs- und Erfahrungskurve unverändert sehr steil. Im vergangenen Jahr haben wir allein hier in Nürnberg sieben „rein“ digitale Events und zwei hybride Events durchgeführt. In diesem Jahr ist das Verhältnis genau umgekehrt: Stand heute wird keine einzige unserer Messen in Nürnberg rein digital stattfinden. Von den 17 Eigen- und Partnerveranstaltungen, die in diesem Jahr in unserem Kalender stehen, sind vier als hybride Veranstaltungen angelegt, weitere 13 werden rein physisch stattfinden.

Präsenzmesse und digitaler Wissensaustausch vermischen sich bei den neuen Konzepten zunehmend. Das ermöglicht es Teilnehmenden aus der ganzen Welt, noch einfacher an ihren jeweiligen Branchentreffen teilzunehmen – und macht die Messebranche dadurch natürlich auch ein Stück weit unabhängiger von globalen Krisen oder Reisebeschränkungen. Spannend ist in diesem Zusammenhang aber auch, dass nicht wenige Teilnehmer, die hier in Nürnberg vor Ort sind, sich gleichzeitig auch digital aufschalten und so zu hybriden Teilnehmern werden. Beispiel embedded world: Von den rund 18.000 Fachbesuchern hat jeder dritte auch die digitale Plattform der embedded world genutzt.

Um die hybride wie rein digitale Nutzung weiter zu pushen, bieten wir unseren Ausstellern seit letzter Woche einen weiteren Service an, der onsite und online miteinander verknüpfen soll: das erste Green-Screen-Studio für virtuelle Medienproduktionen auf einem deutschen Messegelände! Die Technologie bringt erstmals Virtual Reality und Medienproduktion zusammen. Direkt am Set

werden reale und virtuelle Bilder kombiniert, so dass sich Präsentatoren frei im virtuellen Raum bewegen können.

Was uns sehr freut: die Expertise dafür kommt aus der Metropolregion. Entwickelt haben wir das neue Angebot mit den Spezialisten der hl Studios aus Erlangen. Ausgestattet mit modernster Technik können unsere Aussteller künftig das Studio für Übertragungen aus dem Messezentrum, Produktpräsentationen oder Workshops buchen. Gemeinsam mit einer mobilen Lösung können so ausstellende Unternehmen ihren Messeauftritt nutzen, um zum Beispiel Content für die kommenden Wochen und Monate zu produzieren. Denn auch Unternehmen müssen ihre eigenen digitalen Plattformen kontinuierlich füttern. Zur Contentgenerierung bietet sich ein Messeauftritt geradezu an. hl Studios aus Erlangen-Tennenlohe ist nur einer unserer verschiedenen Partner, mit denen wir die digitale Transformation der NürnbergMesse forcieren. Die Kompetenzen unserer Partner für digitale und hybride Themen bündeln wir in unserem neuen „Digital Network“. Ähnlich wie in unserem ServicePartner-Netzwerk können so unsere Kunden und Mitarbeitenden darüber auf die verschiedenen digitalen Kompetenzen zugreifen – beispielsweise auf Entwickler von Aussteller- und Produktdatenbanken oder Agenturen für Filmaufnahmen und hybride Formate.

Stichwort ServicePartner: Vor zwei Jahren haben wir unserem neuen Bereichsleiter Remo Zimmermann die Aufgabe übertragen, den Service der NürnbergMesse neu auszurichten. Wichtig war uns dabei vor allem, alle Service-Dienstleister, unsere „ServicePartner“, zu integrieren. Denn das Ziel ist es, Synergien zwischen den einzelnen Serviceangeboten auszuschöpfen – von der Reinigung über Catering, Messestandbau, Strom und Wasser bis hin zur Sicherheit.

Eine zentrale Rolle im neuen ServiceConcept nehmen unsere Kolleginnen und Kollegen ein – und zwar ausdrücklich alle! Die Idee dahinter ist: Wir alle verstehen uns als sogenannte „Service Buddies“, das heißt wir agieren als Partner unserer Kunden und setzen uns für die Belange unserer Aussteller und Besucher ein. Sollte es Monita geben, werden diese digital erfasst und automatisch an die zuständigen Abteilungen und ServicePartner weitergeleitet. Mit einer Service-Buddy-Weste und einem digitalen Tool ausgestattet gehen die Mitarbeitenden während der Messen auf unsere Aussteller zu und erkundigen sich nach deren Zufriedenheit.

Smart ist auch unser neues LKW-Abrufsystem „Transitfair“, denn auch hier steckt ein digitales System dahinter: Speditionen und Zulieferer für den Auf- oder Abbau unserer Messen melden sich digital an und bekommen ein bestimmtes Zeitfenster zugewiesen. Sollte ein LKW zu früh in Nürnberg ankommen, steht den Fahrern ein Sammelparkplatz mit Warte- und Sanitäreinrichtungen in Messenähe zur Verfügung. Sobald ihr Zeitfenster erreicht ist, können die Fahrer starten und dann die letzten Meter bis ins Messezentrum rollen. Auf diese Weise reduziert unser LKW-Abrufsystem die Wartezeit bei den Speditionen – Zeit ist schließlich Geld – und verringert den Verkehrsdruck rund um das Messezentrum, worüber sich wiederum unsere Nachbarn in Langwasser freuen!

Neben unseren digitalen Innovationen haben wir im vergangenen Jahr innerhalb der NMG auch ganz „klassisch“ in Messe-Innovationen investiert.

In São Paulo fand im Juni erstmals die „Catarina Aviation Show“ statt. Beim diesem Event auf einem großen Privatflughafen präsentierten sich verschiedene Anbieter von Premium-Gütern vor einem exklusiven Publikum. Im Oktober startet die NürnbergMesse Brasil dann die neue Hybrid-Konferenz C.HOC (Crypto House of Commons). Die Eventreihe befasst sich mit Crypto-Assets und der Blockchain-Technologie, die in Brasilien überdurchschnittlich wachsen. Ein Jahr lang wird die Hybrid-Konferenz in unterschiedlichen Formaten wie Diskussionsrunden, Kursen und Webinaren verschiedene Themen behandeln. Im März 2023 soll dann erstmals parallel zur Expo Revistir, die das Thema Fassaden behandelt, die Haus Decor Show stattfinden und das Thema Inneneinrichtung in den Mittelpunkt rücken.

Neues aus Asien kommt in diesem Jahr vor allem aus Indien. Das Land ist weltweit der zweitgrößte Hersteller von Fahrrädern und die CFOSE (Cycle, Fitness & Outdoor Sports Expo) ist die wichtigste Plattform für die Branche. Unsere Tochtergesellschaft wird diese Messe im September in Neu-Delhi erstmals mitorganisieren. Jede Menge Neuigkeiten hatten wir in diesem Jahr auch in China geplant. Allerdings war unsere Tochtergesellschaft in Shanghai natürlich auch vom langen Corona-Lockdown betroffen und konnte deshalb die Planungen für 2022 nicht mehr aufrechterhalten. So mussten wir die Premiere der embedded world China notgedrungen auf 2023 verschieben.

Ein Jahr der Premieren wird es auch für die NürnbergMesse Italia. Im Mai fand mit der „Focus on PCB“ die neue Fachmesse für die Leiterplatten-Industrie statt. Für November ist mit der Ospitiamo eine weitere Neuheit geplant. Diese neue Fachmesse richtet sich mit einem Ausstellungsangebot und Konferenzprogramm an Hoteliers und Fachleute des Gastgewerbes. Zum Erfolg der Veranstaltung werden auch die wichtigen Branchenplattformen TripAdvisor, Booking.com und Airbnb beitragen, die als „Supporter“ die Ospitiamo unterstützen.

Gute Nachrichten können wir auch aus Griechenland vermelden: Nicht zuletzt wegen der guten Performance inmitten der Corona-Pandemie sind wir stolz darauf, dass unsere Tochtergesellschaft FORUM, die 2019 in die NürnbergMesse Group aufgenommen wurde, im April dieses Jahres zu 100 Prozent in die NürnbergMesse Group integriert werden konnte. Und auch beim Blick nach vorne enttäuscht FORUM wieder einmal nicht: So ist die nächste Veranstaltung in Athen, das Athens Coffee Festival im September, mit über 100 Ausstellern bereits seit Juni ausverkauft. Und zur Xenia, der führenden Messe für das Gastgewerbe in Griechenland im November, werden sich mehr als 500 Aussteller präsentieren.

Im letzten Jahr hatten wir Ihnen an dieser Stelle erstmals von der Arbeit an unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie berichtet. In den vergangenen zwölf Monaten haben wir uns intensiv mit diesem für uns so wichtigen Thema beschäftigt. Unser neues, bereichsübergreifend arbeitendes Nachhaltigkeitsteam hat dazu mit der FAU Erlangen-Nürnberg unter Federführung von Prof. Matthias Fifka eng zusammengearbeitet. Wir orientieren uns, dem Beispiel unserer Gesellschafter Freistaat Bayern und Stadt Nürnberg folgend, an den 17 Nachhaltigkeits-

Entwicklungszielen der Vereinten Nationen, den Sustainable Development Goals (SDGs). Ein Ziel ist die klimaneutrale Energieversorgung der NürnbergMesse bis 2028.

Dabei starten wir nicht bei null, denn bereits seit 2015 läuft unsere Energieoffensive, mit der wir bereits rund 3,7 Mio. kWh Strom und damit rund 1.612 Tonnen CO₂ eingespart haben (zusätzlich auch rund 4 Mio. kWh Warmwasser). Zum Vergleich: Ein 4-Personen-Haushalt verbraucht im Jahr rund 4.000 kWh Strom. Rund 280.000 Kilowattstunden im Jahr sparen wir beispielsweise durch Trafoabschaltungen ein und 70.000 Kilowattstunden jährlich durch die Installation von Dämmerungsschaltern auf den Parkdecks. Weitere Sparziele sehen wir beim Wasser und beim Müll, wo wir die Mengen bis 2025 um 15 bzw. 20 Prozent reduzieren wollen. Großes Einsparpotenzial gibt es auch bei der nachhaltigeren Durchführung unserer Veranstaltungen. So wollen wir in Zukunft das Verlegen von Teppichen in unseren Messehallen deutlich reduzieren und bei der Beschilderung ganz auf digitale Lösungen setzen. Auch unser regionales Einkaufsvolumen werden wir weiter ausweiten. Zum Beispiel beim Catering, denn dort wird unsere Tochtergesellschaft Lehrieder noch viel mehr als früher auf Lebensmittel aus der Region setzen.

Zur Nachhaltigkeit gehört natürlich auch das Thema Mobilität und da ist der Audi charging hub, der im vergangenen Dezember seinen Betrieb aufgenommen hat, ein echtes Vorzeigeprojekt. Über 5.500 Besucherinnen und Besucher haben seitdem das neuartige Ladekonzept, das Audi bei uns am Messezentrum erstmals testet, bereits genutzt (seit Eröffnung Dezember 2021). Über 3.700 Ladevorgänge wurden an den sechs Ladestationen bislang durchgeführt.

Neben dem charging hub bieten wir unseren Kunden derzeit insgesamt 38 Elektro-Ladepunkte auf unserem Messegelände an. In den nächsten drei Jahren kommen weitere 200 zusätzliche E-Ladepunkte hinzu, die wir auf dem Messegelände anbieten werden. Gemessen an unseren eigenen Parkplatzkapazitäten wird dann jeder 20ste Parkplatz über eine E-Ladesäule verfügen (4.400 Parkplätze, in Zukunft 250 Ladepunkte = 5% der Parkplätze mit Ladepunkt).

Sie sehen, es gibt bereits zahlreiche Nachhaltigkeitsinitiativen bei der NürnbergMesse, die wir allerdings bislang noch nicht ganzheitlich betrachtet bzw. gemessen haben. Das wird sich mit unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie ändern. Insgesamt sind es 10 Handlungsfelder, in denen wir Potenzial für die NürnbergMesse sehen. Diese können Sie im Detail im aktuellen Geschäftsbericht nachlesen, der erstmals eine „nicht-finanzielle Erklärung“ beinhaltet – auf Deutsch: einen Nachhaltigkeitsbericht. Darin gehen wir im Einzelnen unter anderem auf unsere Verantwortung als Messegesellschaft und attraktiver Arbeitgeber in der Region ein.

Verantwortung übernehmen wir auch für Menschen, die in Nürnberg Schutz suchen. Ich meine damit die ukrainischen Flüchtlinge, die im Frühjahr nach dem völkerrechtswidrigen Angriffskrieg Russlands in der Ukraine in Nürnberg ankamen. Gemeinsam mit der Stadt, dem Roten Kreuz und der Feuerwehr haben wir in unserer modernsten Halle, der 3C, quasi über Nacht eine Notunterkunft errichtet. Von Ende März bis Mai fanden dort insgesamt 321 Flüchtlinge, vor allem Frauen, Kinder und ältere Menschen, eine erste Unterkunft in Nürnberg nach ihrer Flucht aus der Ukraine. Wir sind froh, dass aktuell keine Menschen mehr in der Halle untergebracht werden

müssen. Doch wenn es die Lage erfordert, unterstützen wir selbstverständlich unsere Stadt und die Menschen aus der Ukraine.

Damit sind wir beim Ausblick angekommen und dafür übergebe ich wieder an Roland Fleck.

Statement II Prof. Dr. Roland Fleck, CEO NürnbergMesse Group

Danke, Peter. Wie Du schon sagtest: Glücklicherweise wird die Halle 3C zum jetzigen Zeitpunkt nicht mehr als Notunterkunft benötigt. Dennoch beschäftigt uns der Krieg in der Ukraine als internationale Messegesellschaft auch weiterhin.

Wir haben uns dazu entschieden, die Beviare Moscow 2022 nicht durchzuführen. Mit Blick auf unser Team, das auf diese Veranstaltung lange hingearbeitet hat und wegen Corona mehrmals verschoben musste, fiel uns das nicht leicht. Doch angesichts der aktuellen politischen Rahmenbedingungen war dieser Schritt letztlich alternativlos. Der Krieg in Osteuropa, der Krieg in der Ukraine bleibt natürlich auch weiterhin präsent und wirkt sich auf die gesamte Weltwirtschaft aus. Rohstoffpreise, Wirtschaftssanktionen und Nahrungsmittelknappheit beeinflussen auch das Handeln unserer Aussteller und Besucher und können natürlich auch dazu führen, dass Unternehmen nicht an Messen teilnehmen können. Schon bei vergangenen Krisen waren Messen stets die Gradmesser dafür, wie es aktuell um unsere Weltwirtschaft steht.

Darüber hinaus bleibt auch Corona ein Risiko für das Messegeschäft und damit auch für unser Unternehmen. Wir haben Ihnen aufgezeigt, wie sich die Messen in Deutschland in den vergangenen zwölf Monaten schrittweise erholt haben. Doch ein Blick auf unsere Tochtergesellschaft in Shanghai macht deutlich, wie fragil diese Situation weiterhin bleibt. Schon im Frühling warnten die Gesundheitsexperten vor einer möglichen neuen Welle im Herbst 2022. Deshalb ist und bleibt es unsere Aufgabe, dass wir uns gemeinsam mit der Politik auf eine sichere und planbare Durchführung von Messen im anstehenden dritten Pandemie-Winter verständigen.

Aber: Es gibt sehr viele positive Entwicklungen in der Messebranche! So haben sich unsere Präsenzmessen seit dem vergangenen September stark zurückgemeldet und unser erster heißer Messesommer in 48 Jahren Unternehmensgeschichte kann sich wirklich sehen lassen. Gleichzeitig entwickelt sich unser Portfolio an digitalen Zusatzangeboten kontinuierlich weiter und rund um den Globus begeistern unsere Tochtergesellschaften mit neuen Konzepten und kreativen Ideen. Deswegen gehen wir trotz Krieg, Inflation und den anhaltenden Risiken durch Corona, also trotz all dieser Ausnahmetatbestände, von einer langsamen Erholung des Messegeschäfts aus.

Für das Jahr 2022 rechnen wir daher mit einem Umsatz von deutlich über 200 Mio. Euro und gehen auch davon aus, dass sich auch unser Ergebnis weiter verbessern wird. Die angepeilte Umsatzgrößenordnung führt dann auch die von uns als Messegesellschaft induzierten regionalwirtschaftlichen Effekte in Stadt und Metropolregion Nürnberg wieder in die Dimension von einer Milliarde Euro!

Und ganz zum Schluss unserer Ausführungen wollen wir gerne noch eine Nachricht mit viel Perspektive mit Ihnen teilen: Im Lichte der Erfordernisse des Klimaschutzes einerseits und der Notwendigkeit der Verringerung unserer Energieabhängigkeiten von der Russischen Föderation andererseits forcieren wir in diesem Jahr unsere Planungen einer eigenen regenerativen Kraftwerks-Infrastruktur auf unserem Messegelände. Mehr und Konkretes dazu gibt's im ersten Quartal 2023!

Sie sehen: Wir freuen uns auf die Zukunft und wir haben noch einiges vor, um die NürnbergMesse noch nachhaltiger, noch serviceorientierter, noch internationaler und noch digitaler zu machen. Der Kern unseres Geschäfts bleibt dabei aber das reale Treffen von Menschen in der Messehalle!

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