

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

08.07.2022

Jahresergebnis 2021: Umsatz mit 16,582 Mio. Euro über Vorjahresniveau – fairnamic Gründung sichert Liquidität – 2022 verspricht deutlich mehr Messedurchführungen als das Jahr ZUVOR

Neue Maßnahmen stellen die Weichen für den zukünftigen Erfolg der Messe Friedrichshafen

Friedrichshafen – Im dritten Pandemiejahr vermeldet die Messe Friedrichshafen positive Ergebnisse – mehr Umsatz und wichtige strategische Weichenstellungen prägten das Geschäftsjahr 2021. „Die Pandemie ist noch nicht vorbei und dennoch ist es uns gelungen, mit den richtigen strategischen Entscheidungen das Unternehmen für die Zukunft gut zu präparieren“, betont Messegeschäftsführer Klaus Wellmann. Mit 16,582 Mio. Euro liegt der Umsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr deutlich über dem Niveau des ebenfalls durch Corona geprägten Vorjahres (2020: 6,2 Mio Euro). Verheißungsvoll läuft auch das aktuelle Messejahr: Bereits neun Eigen- und Gastveranstaltungen konnten seit Ende des Lockdowns im März 2022 durch das Messteam vom Bodensee umgesetzt werden. Eine Premiere der Superlative steht vom 13. bis 17. Juli bevor: Erstmals findet die Eurobike in Frankfurt statt. Die internationale Leitmesse fürs Fahrrad und Future Mobility verzeichnet bereits neue Bestmarken bei Ausstellerzahl und Flächenbelegung. Sie wird durch das Team vom Bodensee als Teil des Joint Ventures fairnamic umgesetzt, das 2021 gemeinsam mit der Messe Frankfurt ins Leben gerufen wurde.

Geschäftig wird auch das zweite Halbjahr 2022. Das Messegelände in Friedrichshafen ist Schauplatz für Eigenveranstaltungen wie die Interboot (17.–25. September), die von Februar auf Herbst verschobene Messe um Ross und Reiter Pferd Bodensee (14.–16. Oktober) sowie die zum zweiten Mal stattfindende Vertical Pro (25. & 26. November). Ebenso attraktiv sind

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

die zwölf Hallen und zwei Foyers für die Durchführung externer Veranstaltungen: So werden die ZDF Show „Wetten, dass..?“ und der SPD Landesparteitag am selben Wochenende im November die Doppelbelegung des Messegeländes nutzen und der Messestadt am Bodensee deutschlandweite Medienpräsenz verschaffen.

Geschäftsjahr 2021

Die Pandemie prägte auch das Jahr 2021: Lediglich fünf von 13 eigenen Messen und 32 Gastveranstaltungen konnten im zweiten Corona-Jahr durchgeführt werden. Damit waren 174.771 Besucherinnen und Besucher (2020: 157.230) sowie 3.410 ausstellende Unternehmen (2020: 1.489) zu Gast. Bemerkenswert dabei: Trotz Lockdown und politischer Einschränkungen ging die Erstveranstaltung Vertical Pro erfolgreich an den Start. Die Nutzung des Messegeländes wurde durch alternative Bespielungsmöglichkeiten, wie beispielweise durch die Belegung mit dem Kreisimpfzentrum, weiter gewährleistet.

Das Geschäftsjahr 2021 zeichnete zudem eine wichtige strategische Weichenstellung aus: Die Messen Friedrichshafen und Frankfurt hoben die fairnamic aus der Taufe – eine Kooperation, die es so in der Messebranche noch nie gab. Das Mobilitäts-Joint Venture veranstaltet die Messen Eurobike in Frankfurt und AERO in Friedrichshafen. „Die Gründung der fairnamic war ein wichtiger und erfolgreicher Schritt, der auch in Zukunft auf das Jahresergebnis der Messe Friedrichshafen, die 51 Prozent an dem Joint Venture hält, einzahlt. Die Eurobike kann an einem anderen Standort unter eigener Federführung weiter inhaltlich und räumlich wachsen – am Bodensee wäre eine adäquate Abbildung dieser Zukunftsbranche nicht mehr möglich gewesen. Zusätzlich schafft die finanzielle Beteiligung der Messe Frankfurt eine solide finanzielle Basis für die kommenden Jahre“, erklärt Finanzchef und fairnamic CFO Stefan Mittag. Während das ehemalige Team der Messe Friedrichshafen mit der Umsetzung der Messen Eurobike und AERO betraut ist, bringt sich die Messe Frankfurt finanziell und mit ihrem globalen Netzwerk an der Tochtergesellschaft fairnamic ein.

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

Die Messegesellschaft am Bodensee erzielte 2021 einen Umsatz in Höhe von 16,582 Mio. Euro (2020: 6,2 Mio Euro). Dies bedeutet ein Jahresergebnis von 2,22 Mio Euro. Nachdem die Messe Friedrichshafen im Jahr 2020 sowohl die Mietzahlung an die Besitzgesellschaft, die Internationale Bodenseemesse GmbH, aussetzen als auch pandemiebedingt eine finanzielle Unterstützung durch den Hauptgesellschafter, die Stadt Friedrichshafen, in Anspruch nehmen musste, ist dies 2021 und 2022 nicht der Fall. Im Gegenteil: 2021 wurde eine hohe Mietzahlung ermöglicht. Damit wird auch die Entschuldung weiter vorangetrieben und die Messe kann finanziell unabhängig agieren.

Geschäftsjahr 2022

Das laufende Messejahr startete pandemiebedingt mit sieben Absagen beziehungsweise Verschiebungen, darunter die Motorradwelt Bodensee und die Frühjahrsmesse IBO. Der Messeterminkalender ist seit Ende März gut belegt. Insgesamt 15 Messen, Gastveranstaltungen und Firmenevents fanden bis Ende Juni 2022 statt. Dabei bewiesen nicht nur die Eigenmessen AERO, Motorworld Classics Bodensee, My Cake, Tuning World Bodensee und die HAM Radio, dass Treffen, Netzwerken, sich Austauschen und Erleben in live von Ausstellern und Besuchern lange ersehnt wurden. Lust auf das zweite Messehalbjahr machen weitere 21 Veranstaltungen darunter die gut gebuchte Leitmesse Eurobike in Frankfurt (13.–17. Juli), die internationale Wassersport-Ausstellung Interboot (17.–25. September), die Fernsehübertragung von „Wetten, dass...?“ (19.11.) sowie die zweite Auflage der Vertical Pro (25. & 26. November). „Das volle Veranstaltungsprogramm stellt eine große Herausforderung für alle Beteiligten dar. Unsere Messemannschaft war und ist dabei hochmotiviert – zumal die Umsetzung der bisherigen Veranstaltungen bestätigt, dass Live-Treffen für die jeweiligen Branchen unverzichtbar sind“, sagt Messegeschäftsführer Klaus Wellmann.

Auch für 2023 stehen bereits zusätzliche Neuveranstaltungen auf dem Plan: So wird das Gastveranstaltungs-Portfolio um die Messen Poolgarden (31. März – 2. April), Saw Expo (13.–16. Juni) und Spiel doch (2.–4. Juni) erweitert.

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

„Trotz des vorsichtigen Optimismus und all unserer Bemühungen befinden wir uns weiterhin inmitten einer Pandemie, in der bis März diesen Jahres ein komplettes Veranstaltungsverbot herrschte. Dies führt dazu, dass sich im derzeit laufenden Geschäftsjahr 2022 Umsatzeinbußen abzeichnen. Begründet liegt dies auch darin, dass beispielsweise die Fakuma turnusbedingt nicht stattfindet und mit dem fainamic Deal die Weichen für die Zukunft sehr positiv gestellt wurden, Ausschüttungen aber erst ab 2023 fließen können,“ erklärt Klaus Wellmann. „Eine finanzielle Unterstützung durch die Stadt Friedrichshafen wird dank der im letzten Jahr geschaffenen Liquiditätsverbesserung in 2022 nicht erforderlich sein. Ich blicke zuversichtlich auf die Erholung der Veranstaltungsbranche und bin davon überzeugt, dass die Messe Friedrichshafen in herausfordernden Zeiten mit hoher Flexibilität und einem umfangreichen Portfolio gut vorbereitet ist.“

Weitere Informationen unter: www.messe-friedrichshafen.de,
www.facebook.com/MesseFriedrichshafen/ oder
www.instagram.com/messe_friedrichshafen/.