

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

02.07.2021

Jahresergebnis 2020: Umsatz pandemiebedingt reduziert auf 6,2 Mio. Euro – Schadensminimierung durch intensive Gegenmaßnahmen – Neue Projekte angekündigt

Kreative Maßnahmen schmälern Corona-Schaden des Messejahres 2020 und schaffen neue Zuversicht

Friedrichshafen – Der erste Messe-Startschuss Deutschlands seit Beginn der dritten Coronawelle fällt am 8. Juli in Friedrichshafen. Mit der Sommerausgabe der IBO öffnen sich erstmals wieder die Messtore für das Kerngeschäft der Branche. Die Messe Friedrichshafen zeigt, wie Veranstaltungen 2021 unter nach wie vor herrschenden Pandemiebedingungen sicher und erfolgreich durchgeführt werden. Bis zu diesem Restart litt das Messteam quasi unter einem monatelangen Berufsverbot. Mit der Konsequenz, dass im zurückliegenden Geschäftsjahr 2020 nur geringe Erlöse generiert werden konnten und der Umsatz auf 6,2 Millionen Euro (2019: 26,6 Mio. Euro) einbrach. „Corona hat dem vergangenen Geschäftsjahr seinen schwerwiegenden Stempel aufgedrückt. Intensive Gegenmaßnahmen führten jedoch zur Reduzierung des Schadens“, erklärt Klaus Wellman, Geschäftsführer der Messe Friedrichshafen. Ergebnisprognosen seien derzeit schwierig, dennoch ist er überzeugt: „Wir haben durch kreatives Handeln bereits die Voraussetzungen geschaffen, uns nach Abklingen der Pandemie zurück in die Erfolgsspur zu bringen.“

Mit großem Interesse richtet sich nun der Blick auf den Start der Sommer-IBO und die zwölf anschließenden Messen im laufenden Jahr an den Standorten Friedrichshafen, Frankfurt am Main und Köln. „Wir freuen uns, dass wir nun – nach branchenweiter Ernüchterung gegenüber digitalen

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

Messe-Alternativen – wieder starke Plattformen mit persönlichen Begegnungen bieten können, um so die Wirtschaft anzukurbeln“, sagt Klaus Wellmann.

Geschäftsjahr 2020

Lediglich vier Veranstaltungen bis Ende Februar konnten 2020 ohne Einschränkungen durchgeführt werden: Die Motorradwelt Bodensee verzeichnete zum Auftakt einen Doppelrekord mit mehr als 50.000 Besuchern und mehr als 300 ausstellenden Unternehmen. Ebenso deutliche Steigerungen meldete die dritte Auflage der My Cake und auch die anschließenden Messen Fruchtwelt Bodensee und Pferd Bodensee verliefen sehr erfolgreich. Was folgte, war ein radikaler Messestopp durch Corona über einen Zeitraum von sechs Monaten mit insgesamt 26 abgesagten Veranstaltungen. Als eine von wenigen Messen deutschlandweit konnte im Herbst noch die Interboot unter strengen Hygienebedingungen und angesichts der Umstände höchst erfolgreich durchgeführt werden. Insgesamt 40 Messen und Gastveranstaltungen, Tagungen und Seminare standen im Messejahr 2020 auf dem Terminplan. 157.230 Gäste und 1.489 ausstellende Unternehmen aus 21 Ländern wurden auf dem Messegelände gezählt. 591 Medienschaaffende besuchten die Veranstaltungen am Bodensee.

Kaufmännisch betrachtet erzielte die Messe Friedrichshafen GmbH 2020 einen Umsatz in Höhe von 6,2 Millionen Euro mit einem negativen Jahresergebnis von 5,66 Millionen Euro; eine Mietzahlung an die Besitzgesellschaft IBO GmbH war 2020 nicht möglich. Dabei sicherte die Finanzhilfe der Stadt Friedrichshafen in Form einer Kapitalrücklage in Höhe von 5 Millionen Euro die Liquidität und einen großen Teil des Eigenkapitals. Finanzchef Stefan Mittag erklärt: „Corona hat auch uns unverschuldet hart getroffen. Die Stadt Friedrichshafen stand uns in dieser Situation zur Seite und war ein starker Rückhalt. Zusätzlich wurde durch eine Vielzahl von Maßnahmen die Minimierung negativer Effekte erreicht.“ Diese umfassten die intensive Nutzung der Kurzarbeit, keine Stellennachbesetzungen trotz Vakanz, das Überprüfen aller Einsparmöglichkeiten sowie die Nutzung der Corona-Hilfsprogramme des Bundes.

**Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa**

Kreative Alternativen

In Krisenzeiten ist Kreativität gefragt. Somit sorgte eine vorübergehende Nutzung des Messegeländes für neue Impulse und eine willkommene Belebung in schwierigen Zeiten. Als weitere Umsatzbringer kamen das Autokino mit 14.000 Filmfans und 82 Vorstellungen über vier Wochen hinweg sehr gut an, wie auch Hallenvermietungen an Unternehmen aus der Region, die Einrichtung der Fieberambulanz oder zusätzliche Belegungen durch Sitzungen wie beispielsweise des Gemeinderats. Der VfB Volleyballsport fand im vergangenen Jahr seine neue Übergangsheimat in der Zeppelin Cat Halle A1, nachdem für die ursprüngliche Spielstätte aufgrund baulicher Mängel eine Nutzungsuntersagung ausgesprochen werden musste.

Auch digitale Erfolge kann die Messe Friedrichshafen seit 2020 verbuchen: Mit der Einrichtung eines Digital Studios wurden neue Möglichkeiten geschaffen, die digitale Kommunikation zu den jeweiligen Veranstaltungen weiter auszubauen und die Studionutzung auch Messekunden oder Firmen der Region anzubieten. Darüber hinaus wurde mit den Digitalformaten Eurobike Digital Days, dem Tuning World Shopping Event oder der Ham Radio World ein internationales Publikum erfolgreich erreicht.

Geschäftsjahr 2021

Im Januar wurde das Kreisimpfzentrum des Bodenseekreises in Messehalle A2 in Betrieb genommen, um somit die Pandemiebekämpfung zu stärken. Die Messegesellschaft unterstützt neben der Flächenvermietung auch den Betrieb und die Organisation der Einrichtung. Durch eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden hier Aushilfstätigkeiten wie beispielsweise Call Center-Dienstleistungen übernommen.

Weiterhin bestimmt höchstes Kostenbewusstsein das Handeln des Messemanagements. Zu den Einsparmaßnahmen zählt neben der aktiven Nutzung der Kurzarbeit mit weiterhin monatlicher individueller Beurteilung die Übernahme von bisher externen Aufgaben.

Presseinformation
Press release
Communiqué de presse
Informazione stampa

Nach dem Start der Sommer-IBO blüht das internationale Messeflair 2021 am Bodensee weiter auf. In der Pipeline stehen die Großveranstaltungen Eurobike, Interboot, Fakuma und Faszination Modellbau Friedrichshafen. Zu den Premieren zählen die Eurobico (24. bis 26. Juli in Frankfurt), die Adventure Southside – die Messe für Offroad-Begeisterte, Abenteurer und Weltreisende (20.-22. August), die Gastro Fachmesse Bodensee-Oberschwaben (24.-26. Oktober), die Süddeutschen Berufs- und Erwerbssimkertage (29.-31. Oktober), die European Rotors (16.-18. November in Köln) und die Vertical Pro als Treffpunkt für Kletterhallenbetreiber und Seilzugangstechniker (19.-20. November).

Die konsequente Fortführung der zukünftigen Internationalisierungsstrategie gab die Messe Friedrichshafen jüngst bekannt. Das geplante neue Joint Venture „fairnamic GmbH“ mit der Messe Frankfurt stärkt die Marktposition und entwickelt die Leitmessen Aero und Eurobike weiter.

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