NürnbergMesse

Internationalisierung wird weiter forciert

Mittwoch, 10.07.2019

315,1 Mio. Euro Umsatz, ein Gewinn von 28 Mio. Euro und ein EBITDA von 67,9 Mio. Euro. Das sind die Ergebnisse der NürnbergMesse für das Geschäftsjahr 2018. Laut CEO Dr. Roland Fleck stellen diese Zahlen den „Eintritt in eine neue Dimension“ dar. Über 35.000 Aussteller, mehr als 1,5 Mio. Besucher und über 1,2 Mio. qm Netto-Ausstellungsfläche stehen für „grandiose Veranstaltungsrekorde“, wie es heißt. Hinzu komme, so Flecks CEO-Kollege Peter Ottmann, dass mit der Forum SA der griechische Marktführer künftig als größte internationale Tochtergesellschaft die NürnbergMesse verstärkt.

Inhaltlich steht damit für beide NürnbergMesse-Geschäftsführer im Rahmen der Bilanzpressekonferenz in Athen fest: „Die gesteckten Ziele im Rahmen unserer Unternehmensstrategie erreichen wir bereits zwei Jahre früher als geplant. Und dieser große Schritt verleiht uns den nötigen Schwung, um die nächsten Kapitel in der Erfolgsgeschichte der NürnbergMesse anzugehen.“

Strategisch eröffnet der Einstieg bei der griechischen Nummer 1 ein Veranstaltungsportfolio, das mit „Biofestival“ (08.-10.05.2020), „Food Tech“ (12.-14.10.2019) oder „Oenotelia“ (07.-09.03.2020) hervorragend mit Nürnberger Leitmesse wie Biofach (12.-15.02.2020), BrauBeviale (12.-14.11.2019) oder FachPack (24.-26.09.2019) korrespondiert. Und vor Ort in Athen bieten sich – neben dem griechischen Portfolio – zudem beste Marktentwicklungschancen in Richtung Italien, Balkan und des gesamten Mittelmeerraumes.

Neben dem Markteintritt mit gleich acht etablierten Messen in Griechenland, eröffnen sich für die NürnbergMesse weitere Geschäftsoptionen: So findet vom 29. bis 31. Juli 2020 im Centro Citibanamex mit der Beviale Mexico die erste Getränkemesse in Mittelamerika statt.. Und vom 10. bis 12. November 2020 feiert auf dem Messegelände Expo Guadalajara die Euroguss Mexico ihre Premiere. In Summe richtet die NürnbergMesse damit ihre Produktfamilienstrategie in Mexiko nicht nur auf einen wichtigen Wachstumsmarkt aus, sondern etabliert damit auch gleich zwei neue Messen mit guten Prognosen.

Auch in den Märkten der bereits bestehenden internationalen Tochtergesellschaften der NürnbergMesse wächst das Portfolio: So wurde in Brasilien erstmals die Expo Revestir (Innenausbau und Sanitär) durchgeführt. Eingeplant für 2019 sind zudem als Neuerungen noch die Latam Retail Show (Einzelhandel, Franchising, E-Commerce. 27.-29.08.2019), Pet Experience (Heimtierbedarf, 30.08-01.09.2019) und die Abrafati (Farben und Oberflächenbeschichtung. 01.-03.10.2019, alle: São Paulo). In Shanghai ging erstmals die Pak-Id (Verpackungen, Prozesse und Technik) an den Start und in Indien stand neben der Integration der drei neuen Holzbearbeitungsmessen Delhiwood, Mumbaiwood und Indiawood in den Veranstaltungskanon die Premiere der India Mattresstech Expo (Matratzen- und Polsterherstellungstechnik. Bangalore) an. In Summe wächst damit das internationale Veranstaltungsportfolio innerhalb der NürnbergMesse Group auf 75 Fachmessen und bietet dank der eingeschlagenen Produktfamilienstrategie des Unternehmens noch erhebliches weiteres Wachstumspotenzial.

Auch am Heimatstandort entwickelt sich die NürnbergMesse 2019 auf hohem Niveau positiv weiter. Die

zehn internationalen Messen des ersten Halbjahres seien überproportional stark gewachsen (Aussteller: +8%, Aussteller-Standfläche: +6%, Besucher +3%).

Internationalisierung wird weiter forciert

Links

- [NürnbergMesse](#)