



## NürnbergMesse erhöht Umsatzprognose für 2010

- **Neue Bestmarken bei Umsatz und Gewinn erwartet**
- **Walter Hufnagel zieht sich nach 35 Jahren ins Privatleben zurück**

Die NürnbergMesse hakt die Krise ab. „Natürlich müssen wir mehr um Aussteller und Besucher kämpfen, natürlich haben wir unsere Erwartungen nach unten geschraubt, natürlich senken wir Kosten, wo dies sinnvoll und möglich ist. Aber Krise sieht anders aus. Wir sind deshalb optimistisch und erwarten für das kommende Jahr einen neuen Umsatzrekord von über 170 Mio. Euro, weitere Zukäufe nicht eingerechnet“, erklärt Bernd A. Diederichs, Geschäftsführer der NürnbergMesse. Im Sommer dieses Jahres war die Prognose für 2010 noch deutlich verhaltener. Von 160 Mio. Euro plus X war damals die Rede. „Heute sehen wir klarer und stellen fest, dass die befürchteten Rückgänge bei unseren Veranstaltungen entweder gar nicht kommen oder deutlich kleiner ausfallen.“ Auch 2009 liegt der Umsatz mit rund 132 Mio. Euro deutlich über Plan. Einziger Wermutstropfen: Walter Hufnagel, dienstältester Bereichsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung, zieht sich Ende des Jahres ins Privatleben zurück.

„Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise hat uns 2009 Wachstum gekostet, nicht Substanz“, blickt Diederichs auf das zu Ende gehende Messejahr zurück. Deshalb ist der Nürnberger Messechef ausgesprochen zufrieden mit den voraussichtlichen

Ergebnissen: Mit rund 132 Mio. Euro Umsatz liegt die NürnbergMesse Group deutlich über Plan und realisiert in einem zyklisch schwachen Messejahr den zweithöchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte.

Auch beim operativen Ergebnis wird wohl eine Punktlandung erreicht. „Das zeigt, dass wir das Umsatzwachstum nicht auf Kosten des Ertrags realisiert haben“, betont Diederichs. Dennoch musste sich sein Team noch mehr als sonst anstrengen, um die ehrgeizigen Ziele zu erreichen. „Ich bin sehr stolz auf die Kolleginnen und Kollegen, sie haben eindrucksvoll bewiesen, dass sie die Messen auch unter schwierigsten Umfeldbedingungen zum Erfolg führen.“

### NürnbergMesse vor Boomjahr 2010

Für das kommende Geschäftsjahr 2010 erwartet Diederichs neue Bestmarken bei Umsatz und Gewinn. „Wir stehen vor einem ausgesprochen starken Messejahr bei unseren Fachmessen in Nürnberg und bei unseren Tochtergesellschaften in Brasilien, China und Nordamerika. In der NürnbergMesse Group soll der Umsatz deshalb auf rund 170 Mio. Euro klettern und damit deutlich über der letzten Bestmarke von 153 Mio. Euro liegen. Seinen Optimismus leitet Diederichs aus

den guten Buchungszahlen bei den Eigenveranstaltungen des ersten Halbjahres 2010 ab. Insbesondere bei den großen Veranstaltungen wie dem Messeverbund aus fensterbau/frontale und HOLZ-HANDWERK, der POWTECH sowie den Konsumgüter-Leitmessen IWA & OutdoorClassics und Interzoo rechnet die Nürnberg Messe mit hoher Stabilität oder weiterem Wachstum.

Rückgänge verzeichnen Fachmessen wie die EUROGUSS, die stark vom europäischen Automobil- und Lkw-Sektor abhängt, sowie die BioFach und die Vivaness. „Allein in den letzten zehn Jahren konnte die Fläche bei der BioFach verdreifacht und die Vivaness neu ins Programm genommen werden. Da ist es zwar bedauerlich, letztlich aber nicht verwunderlich, wenn nach diesem furiosen Wachstum auch mal eine Konsolidierung eintritt. Diese Phase werden wir nutzen, um Hausaufgaben zu machen und die nachhaltige Entwicklung der BioFach sicher zu stellen. So wird die Orientierung in den Hallen aber auch die Zuordnung einzelner Segmente zueinander deutlich verbessert werden“, verspricht Diederichs, der die Bedeutung der BioFach als internationale Leitmesse und globalen Treffpunkt der Biobranche weiter ausbauen will.

## → AUSSTELLUNGEN & MESSEN



### Neues Erfolgsportal für das Messe- und Kongresszentrum

Nach einer rekordverdächtigen Bauzeit von weniger als 18 Monaten wird im September 2010 der neu gestaltete Bereich Mitte mit den Funktionen Eingang, Service, Gastronomie und Kongress seinen Betrieb aufnehmen. „Unser neuer Eingangs- und Kongressbereich Mitte soll für unsere Kunden ein Erfolgsportal werden und insbesondere dem Kongressbereich Mitte/West neue Impulse geben. Schließlich stehen hier nun deutlich größere Kapazitäten als im CCN Ost zur Verfügung“, erklärt Diederichs den Grund für das 47 Mio. Euro Investment, derzeit Deutschlands größte Messebaustelle.

### Walter Hufnagel geht, Rolf Keller und Richard Krowoza folgen nach

35 Jahre lang hat Walter Hufnagel die Entwicklung des Bereichs Eigen- und Partnerveranstaltungen geprägt, unzählige Messen neu und anschließend stetig weiterentwickelt, so manche Veranstaltung gekauft und in seltenen Fällen auch eingestellt. Dabei ließ er sich stets von seinem Ziel leiten: ein gesundes, wachstums- und ertragsorientiertes Messeprogramm, das zukunftsfest ist. „Walter Hufnagel hat sich um die NürnbergMesse verdient gemacht. Mehr noch: Ohne ihn wäre unser Erfolg nicht möglich gewesen. Er kann stolz sein auf sein Lebenswerk“, betont Diederichs bei der Verabschiedung vor 500 Kunden und Kollegen. Hufnagel

nimmt das Kompliment auf und reicht es weiter: „Es ist nie ein Mann allein, der Messen zum Erfolg führt. Es braucht immer ein gutes Team aus Partnern, Kunden und Kollegen. Ich hatte das Glück, häufig Teil solcher Teams sein zu dürfen. Dieses Glück wünsche ich auch meinen Nachfolgern Richard Krowoza und Rolf Keller.“

Richard Krowoza ist im besten Sinne ein „Eigengewächs“ der NürnbergMesse. Seit 23 Jahren arbeitet der heute 54-jährige im Unternehmen, hatte Verantwortung für rund 80 Messeveranstaltungen in Nürnberg, im europäischen Ausland und den Vereinigten Staaten. Viel Erfahrung auch im internationalen Messegeschäft bringt der neue Bereichsleiter also mit, der künftig mit seinen Teams neben internationalen Fachmessen auch themenverwandte Veranstaltungen verantwortet. Dazu gehören Altenpflege+ProPflege, Chillventa und European Heat Pump Summit, embedded world, European Coatings SHOW, Interzoo und IWA & OutdoorClassics mit den Sonderschauen für die Jagd- und Sportwaffenbranche sowie Evenord und Cacib.

Mit Rolf Keller ist es gelungen, einen vertriebsgestählten Marketingprofi aus der Industrie zu gewinnen. Knapp zwei Jahrzehnte war der 47-jährige für ein Kunststoff verarbeitendes Unternehmen der Verpackungsbranche tätig, die letzten fünf davon als Mitglied der Geschäftsleitung. Allein schon thema-

tisch finden sich rasch eine Reihe von Bezugspunkten zum Messetrio FachPack, PrintPack, LogIntern, das der Marketingstrategie künftig ebenso steuern wird wie die Brau Beviale, EUROGUSS und HOLZ-HANDWERK, GaLaBau, e\_procure & supply und die ELTEC. „Natürlich ist mir die NürnbergMesse aus Branchenkreisen und von Ausstellerseite längst gut bekannt gewesen. Was ich bis dato eher von außen sah, bestätigt sich mir nach wenigen Wochen im Unternehmen aufs Angenehmste. Ich fühle mich hier ausgesprochen wohl, freue mich auf meine Aufgaben und darauf, meinen Beitrag zum weiteren Wachstum des Unternehmens zu leisten.“

### Über die NürnbergMesse Group

Die NürnbergMesse ist eine der 20 größten Messegesellschaften der Welt, und zählt in Europa zu den Top Ten. Das Portfolio umfasst rund 120 internationale Fachmessen und Kongresse am Standort Nürnberg und weltweit. Jährlich beteiligen sich rund 24.500 Aussteller (Internationalität 33 %), 785.000 Fachbesucher (Internationalität 17 %) und 305.000 Konsumenten an den Eigen-, Partner- und Gastveranstaltungen der NürnbergMesse Group, die mit Tochtergesellschaften unter anderem in China, Nordamerika, Brasilien und, neu, in Italien präsent ist. Darüber hinaus verfügt die NürnbergMesse Group über ein Netzwerk von rund 40 Vertretungen, die in über 80 Ländern aktiv sind.

