



Messe München
International

CONNECTING PEOPLE

Geschäftsbericht 2013



Connecting Global Competence

KENNZAHLEN 2013

		2013 ¹⁾	2012	2011	2010
Verfügbare Hallenfläche Messegelände	m ²	180.000	180.000	180.000	180.000
Verfügbares Freigelände Messegelände	m ²	425.000	360.000	360.000	360.000
Verfügbare Ausstellungsfläche MOC Veranstaltungszentrum München	m ²	37.400	37.400	37.400	37.400
Messen und Ausstellungen ²⁾		16	15	18	22
Gastveranstaltungen		203 ³⁾	230	254	241
Bruttofläche ⁴⁾	m ²	2.724.250	2.401.080	2.163.916	2.911.502
Umschlagshäufigkeit ⁵⁾		13	12	11	13
Nettofläche ⁶⁾	m ²	1.171.016	755.827	619.022	1.094.351
Aussteller gesamt		36.400	35.047	31.379	37.895
Aussteller aus dem Ausland		10.344	8.738	6.453	9.216
Zusätzlich vertretene Unternehmen		87	523	174	587
Besucher gesamt		2.313.701	1.778.466	1.753.776	2.364.322
Umsatz Messe München GmbH	Mio. EUR	309,5	221,9	189,3	257,9
Konzernumsatz	Mio. EUR	353,0	298,4	222,5	301,8
Mitarbeiter Messe München GmbH ⁷⁾		576	567	544	565
Mitarbeiter Konzern ⁷⁾		809	785	737	756

Die jeweiligen Kennzahlen eines Messejahres sind aufgrund der jährlich wechselnden und somit stark unterschiedlichen Anzahl und Zusammensetzung der Messerveranstaltungen nur bedingt miteinander vergleichbar.

1) Zahlen beziehen sich, soweit nicht anders vermerkt, auf alle Veranstaltungen in der Messe München (inkl. ICM – Internationales Congress Center München), im Bauzentrum Poing und im MOC Veranstaltungszentrum München

2) Nur Veranstaltungen der Messe München GmbH und GHM ohne sonstige Veranstaltungen Dritter (= Gastveranstaltungen)

3) 107 Gastveranstaltungen auf dem Messegelände, 96 im MOC Veranstaltungszentrum München

4) Belegte Hallen- und Freigelände

5) Quotient aus belegter Gesamt-Hallen-Bruttofläche und Hallenkapazität der Messe München und des MOC Veranstaltungszentrum München

6) Vermietete Fläche (Hallenfläche und Freigelände) inkl. ca. 5 % Sonderschaufläche; ohne ICM – Internationales Congress Center München, Gastveranstaltungen und Bauzentrum

7) Bis einschließlich 2012 inklusive Auszubildende, ab 2013 gemäß Definition HGB





INHALTSVERZEICHNIS

02	Kennzahlen 2013
06	Vorwort des Aufsichtsrats
08	Editorial
10	Meilensteine 2013

1

CONNECTING PEOPLE

16	1.1 Der entscheidende Faktor: Von Mensch zu Mensch
20	1.2 Mit eigenen Augen
24	1.3 Kaufkraft, Steuern, Arbeitsplätze
26	1.4 Beteiligungsstruktur

2

LEISTUNGEN UND ENTWICKLUNGEN

30	2.1 Erfolgsfaktor Auslandsnetzwerk
34	2.2 Eine Messe zeigt Größe
36	2.3 Perfekte Plattform für Marktführer
38	2.4 Weggefährten der ersten Stunde
40	2.5 Netzwerk online
42	2.6 Ein Mega-Messejahr: Die Highlights 2013
54	2.7 Ergebnisse aus den Messeveranstaltungen 2013
56	2.8 ADAM Award – ausgezeichnete Standqualität

3

MITARBEITER UND STANDORT

60	3.1 Kleine Teams mit großer Wirkung
64	3.2 Heimvorteil für München
68	3.3 Happy Birthday, Messe München!

4

JAHRESABSCHLUSS

72	Jahresabschluss
104	Impressum

OBERBÜRGERMEISTER
CHRISTIAN UDE

„Die Messe München International ist auf ihrem Weg zur wirtschaftlichen Unabhängigkeit erneut ein großes Stück vorangekommen.“



VORWORT DES AUFSICHTSRATS

Die Messe München International hat es im Jahr 2013 auf herausragende Weise geschafft, Angebot und Nachfrage effizient zusammenzuführen, sich als Umschlagplatz für Wissen und Innovation zu bewähren und nicht nur den Ausstellern und Besuchern, sondern auch der regionalen Wirtschaft im Einzugsgebiet Nutzen zu bringen. In besonderer Weise diente sie dem exportorientierten Mittelstand als Plattform.

Das außerordentlich erfolgreiche Messejahr schlägt sich auch im wirtschaftlichen Ergebnis nieder, dem besten in der 50-jährigen Unternehmensgeschichte, wozu der Aufsichtsrat der Geschäftsführung und der gesamten Belegschaft nur herzlich gratulieren kann. Zum Ausdruck kommen darin auch die positiven Effekte der im Jahr 2010 begonnenen Neuausrichtung des Unternehmens. Der Veränderungs- und Modernisierungsprozess zur Steigerung von Wachstum und Effizienz im Konzern wird konsequent fortgesetzt.



STAATSMINISTERIN
ILSE AIGNER

„Das Unternehmen ist ein bedeutender Hebel für den Erfolg des Wirtschaftsstandortes Bayern.“

Die Messe München International ist auf ihrem Weg zur wirtschaftlichen Unabhängigkeit bei gleichzeitigem Ausbau ihrer Wettbewerbsposition erneut ein großes Stück vorangekommen. Damit stärkt sie einerseits ihre führende Rolle im internationalen Messewesen, vor allem aber ist sie ein bedeutender Hebel für den Erfolg des Wirtschaftsstandortes Bayern.

Mit der sehr erfolgreichen Bilanz 2013 und den Rekordwerten bei Umsatz und Ergebnis hat die Messe München International das Vertrauen, das der Aufsichtsrat in die Kompetenz des Unternehmens und seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzt, eindrucksvoll untermauert.

DER AUFSICHTSRAT

**OBERBÜRGERMEISTER
CHRISTIAN UDE**
VORSITZENDER

STAATSMINISTERIN ILSE AIGNER
1. STELLVERTRETENDE
VORSITZENDE

HEINRICH TRAUBLINGER
WEITERER STELLVERTRETENDER
VORSITZENDER

STEFAN OSTERMEIER
WEITERER STELLVERTRETENDER
VORSITZENDER

Liebe Leserinnen und Leser,

2013 war ein für die Messe München International in vielerlei Hinsicht außergewöhnliches Jahr. Getragen vom überaus starken Messeprogramm können wir auf das beste und wirtschaftlich erfolgreichste Jahr unserer 50-jährigen Unternehmensgeschichte blicken. Wir haben – trotz eines jährlichen Kapitaldienstes von rund 50 Mio. EUR – zum vierten Mal in Folge ein positives Jahresergebnis erwirtschaftet und sind damit ohne Zweifel nachhaltig auf Erfolgskurs. Unseren Gesellschaftern, die mit der mutigen Entscheidung zum Neubau des Messegeländes den Grundstein für unseren langfristigen Erfolg gelegt haben, können wir erneut hohe Zinsen auf ihr Gesellschafterdarlehen abführen, und zwar in Rekordhöhe von 37 Mio. EUR (gegenüber 17,8 Mio. EUR in 2012).

Der Messeplatz München hat 2013 einen echten Bedeutungsgewinn erfahren. Bei Aussteller- wie Besucherzahlen haben wir eine Vielzahl neuer Bestmarken gesetzt und sind damit zum wiederholten Mal stärker gewachsen als der Messeplatz Deutschland. Der Messe München Konzern konnte einen Rekordumsatz von 353 Mio. EUR erwirtschaften (2012: 298,4 Mio. EUR). Die Messe München GmbH allein erzielte einen Umsatz von 309,5 Mio. EUR (2012: 221,9 Mio. EUR). Das EBITDA hat mit 112,9 Mio. EUR (2012: 66,7 Mio. EUR) einen nie da gewesenen Wert erreicht und unsere Planung um 26,9 Mio. EUR übertroffen.

Diese Bilanz ist das Ergebnis einer Reihe von Faktoren. Zu nennen sind an allererster Stelle natürlich unsere Weltleitmesse. Sie begeistern Aussteller wie Besucher und lösen ihr jeweiliges Leistungsversprechen, die Nummer eins in ihrer Branche zu sein, zu jeder Veranstaltung aufs Neue ein. Zu nennen ist auch unser jahrzehntelanges Know-how von Märkten, auf denen wir als Konzern Geschäftschancen entschlossen ergreifen. Und schließlich hat eine auf Effizienz und Wachstum ausgerichtete Unternehmenssteuerung, die bei Organisation wie auch Geschäftsprozessen konsequent auf Modernisierung und Zukunftsfähigkeit setzt, maßgeblich zu diesem hervorragenden Ergebnis beigetragen.

Weltweit gibt es keine größere Messe als die bauma. Auch im Messeprogramm des vergangenen Jahres hat sie wieder ein großes Ausrufezeichen gesetzt, mit 575.000 Quadratmetern Bruttofläche und 535.065 Besuchern aus über 200 Ländern. Die bauma ist inzwischen auch ein Exportschlager mit Spin-offs in China, Indien und Südafrika. Mit der bauma Africa in Johannesburg haben wir 2013 erstmals in unserer Unternehmensgeschichte mit einer großen Fachmesse den

afrikanischen Kontinent betreten. Die für eine Erstveranstaltung überwältigende Nachfrage nach Ausstellungsfläche zeigt, wie richtig der Schritt in diesen herausfordernden, aber auch spannenden Wachstumsmarkt südliches Afrika war. Eine weitere erfolgreiche Premiere konnte 2013 die IFAT India feiern, trotz der im vergangenen Jahr insgesamt schwierigen Wirtschaftslage auf dem indischen Subkontinent.

In München haben 2013 neben der bauma auch die BAU und die ISPO Munich für ein ausverkauftes Messegelände gesorgt, letztere sogar als größte ISPO aller Zeiten. Verlässlich stark liefen auch unsere jährlich stattfindenden Veranstaltungen wie die f.re.e und die EXPO REAL sowie die Zwei-Jahres-Messen productronica und transport logistic. Ein weiteres Jahres-Highlight stellte die drinktec dar. Die nur alle vier Jahre stattfindende Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie stieß in Sachen Internationalität noch einmal in neue Dimensionen vor.

Auch der Bereich Gastveranstaltungen, das ICM – Internationales Congress Center München sowie das MOC Veranstaltungszentrum München haben 2013 mit einer Vielzahl hochwertiger Gastmessen, Kongresse und Corporate Events zum hervorragenden Ergebnis beigetragen. Insbesondere im Kongressbereich haben innovative technische Zusatzleistungen und -services, die wir den Kunden anbieten können, an Bedeutung gewonnen. Im MOC Veranstaltungszentrum konnten sich mit der Lifestylemesse EuroMotor und der Modellbahn zwei neue Veranstaltungen dem Publikum präsentieren.

Es freut uns ganz besonders, dass wir zum 50. Geburtstag der Messe München GmbH eine Bilanz vorlegen können, die die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens so eindrucksvoll untermauert. Von der Strahlkraft unserer Messen profitieren dabei nicht nur wir selbst, sondern auch München, die Region und Bayern. Insgesamt 2,3 Millionen Besucher und mehr als 36.000 ausstellende Unternehmen kamen im vergangenen Jahr an den Messeplatz München. In einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr sichern Münchner Messen und Kongresse deutschlandweit 24.400 Arbeitsplätze, sie lösen insgesamt Umsätze in Höhe von 2,63 Mrd. EUR aus und generieren bei Bund, Land und Kommunen ein Steueraufkommen in Höhe von 490 Mio. EUR. Die jüngst veröffentlichte Studie des ifo Instituts über die gesamtwirtschaftlichen Effekte der Messen und Kongresse in München belegt damit ebenso eindrucksvoll den Wertbeitrag unseres Unternehmens für seine Heimatregion.

DAS STÄRKSTE JAHR DER UNTERNEHMENS- GESCHICHTE



Von links: Dr. Reinhard Pfeiffer, Gerhard Gerritzen, Klaus Dittrich, Eugen Egetenmeir

KLAUS DITTRICH
Vorsitzender der
Geschäftsführung

EUGEN EGETENMEIR
Geschäftsführer

DR. REINHARD PFEIFFER
Geschäftsführer

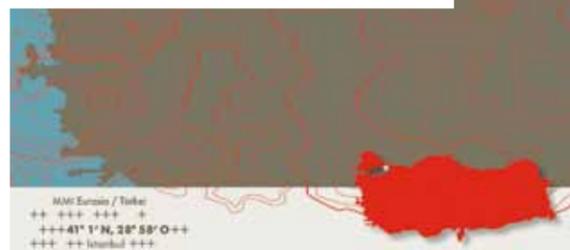
GERHARD GERRITZEN
Stellvertretender
Geschäftsführer

MEILENSTEINE 2013

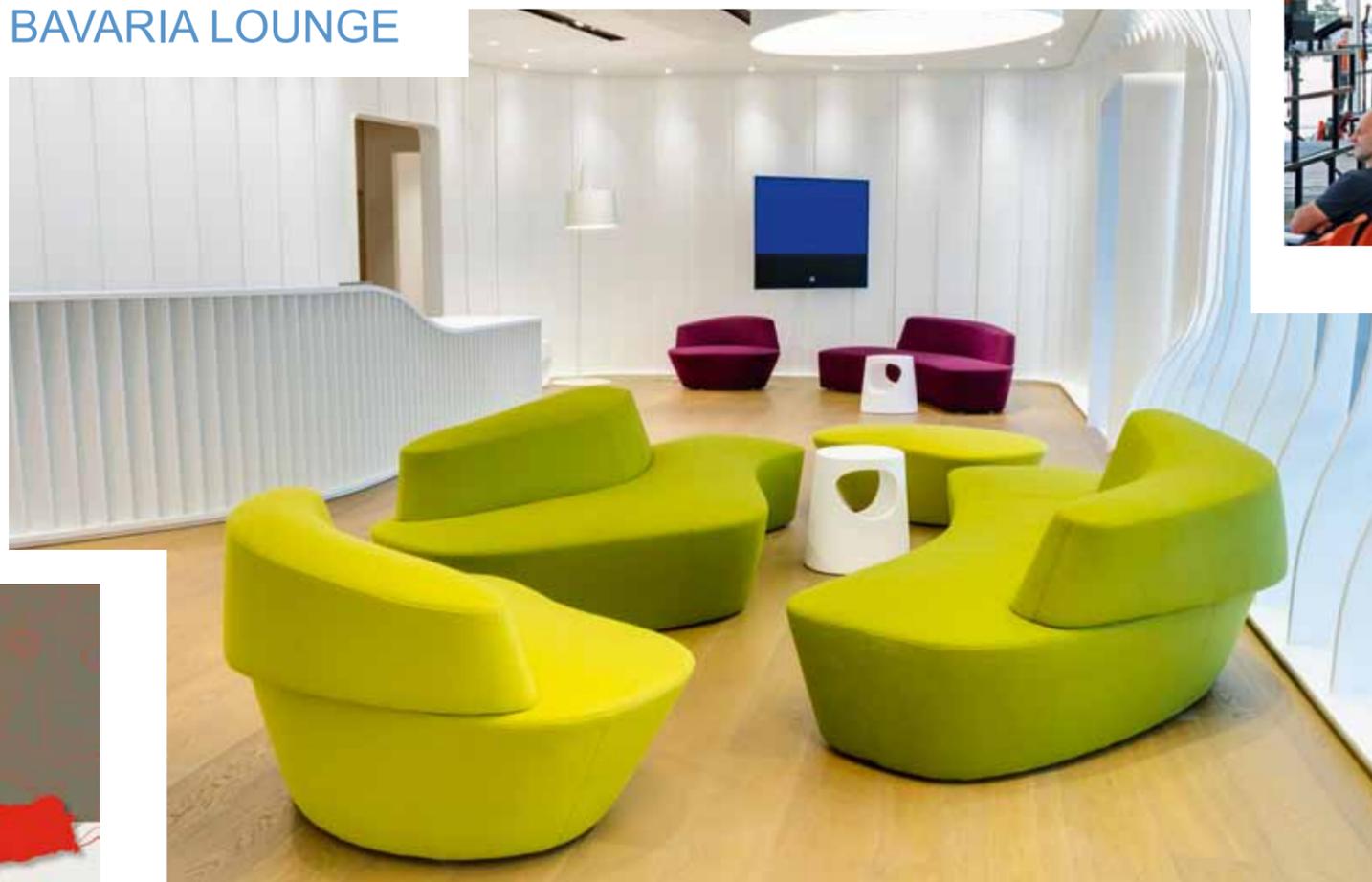
ZUWACHS IN INDIEN



NEUE TOCHTER



BAVARIA LOUNGE



AUKTIONS- PREMIERE



FRAU AN DER SPITZE

MÄRZ INDISCHE MESSE STÄRKT CERAMITEC

Rückenwind aus Indien: Die Messe München kauft die führende Ausrüstermesse der keramischen Industrie in Indien. Die Indian Ceramics ist bereits bestens etabliert – und ergänzt perfekt das Netzwerk der internationalen Leitmesse Ceramitec in München. Vor allem Aussteller und Besucher aus Asien können so von einer integrierten Plattform profitieren.

APRIL BRÜCKE IN DEN OSTEN

Zuwachs in der globalen Familie: Die Messe München gründet eine Tochtergesellschaft in der Türkei. Der Standort ist das Tor zum Nahen und Mittleren Osten, nach Zentralasien und zum Kaukasus. Drei neue Messen aus den Bereichen Erdbebensicherheit und Umwelttechnologien werden hier ausgerichtet.

JUNI NEUE SPITZE

Ute-Désirée Hagedorn ist neue Geschäftsführerin der MEPLAN GmbH. Das Tochterunternehmen der Messe München GmbH und der Gesellschaft für Handwerksmessen verschafft Ausstellern rund um den Globus den perfekten Messeauftritt – vom Messestand bis hin zu Servicethemen.

JULI BAGGER UNTERM HAMMER

Erstmals versteigern die Ritchie Brothers Auctioneers auf dem Freigelände der Messe München Baumaschinen. Etwa 500 Fahrzeuge und Maschinen wechseln pro Auktion den Besitzer, darunter Minibagger, Straßenfräsen, Traktoren und Sattelschlepper.

SEPTEMBER LOUNGE IM NEUEN LICHT

Die Bavaria Lounge ist der Hotspot für VIP-Gäste im ersten Stock des Eingang West. Die Lounge hat ein umfassendes Facelifting erhalten und begeistert die Gäste mit lichtem Design und edlen Materialien. Helle Farben dominieren, dunkles Bordeaux und Apfelgrün sorgen für kräftige Farbakzente.

SEPTEMBER FREIES WLAN

Kostenloses Surfen auf dem Messengelände: Die Messe München startet einen neuen WLAN-Service für ihre Gäste bei den Eigenveranstaltungen. In allen Hallen und im Atrium unter freiem Himmel steht dem Online-Gang nichts mehr im Wege. Bereits bei der ersten Veranstaltung verbinden sich allein im Atrium jeden Tag zu Spitzenzeiten mehr als 3.500 Messegäste gleichzeitig.

FAMILIENTREFFEN



LUXUS- MESSE



20 JAHRE MOC

SEPTEMBER DAS MOC FEIERT GEBURTSTAG

Seit 20 Jahren der perfekte Ort für ganz unterschiedliche Ansprüche: Das MOC Veranstaltungszentrum München ist Messezentrum, Eventlocation und Handelsplatz in einem. Messemacher, Verbands- und Firmenkunden positionieren sich hier ebenso wie die internationale Sport- und Schuhmodebranche. Sie alle setzen auf das modulare Raumkonzept aus Hallen, Atrien und Showrooms sowie die Lage inmitten einer der kaufkraftstärksten Regionen Europas. Bis zu 370.000 Gäste besuchen jährlich das MOC.

SEPTEMBER GLOBAL CLUSTER DAY

Sie reisten aus aller Welt nach München an: Erstmals treffen rund 90 Kolleginnen und Kollegen von unseren Tochtergesellschaften aus China, Indien, Südafrika, der Türkei und natürlich auch aus München zum ersten „Global Cluster Day“ in unserem MOC Veranstaltungszentrum München zusammen. Ob bauma, IFAT oder electronica – es geht vor allem darum, die Zusammenarbeit zwischen der Zentrale in München und den Tochtergesellschaften im Ausland weiter zu verbessern.

BAUMA AFRICA



SEPTEMBER BAUMA JETZT AUCH IN AFRIKA

Mit der bauma Africa betritt die Messe München International erstmals mit einer großen eigenen Fachmesse den afrikanischen Kontinent. Mit 754 Ausstellern und einer Ausstellungsfläche von rund 60.000 Quadratmetern ist die bauma Africa in Johannesburg vom Start weg eine der größten Fachmessen Afrikas. Die kommende Veranstaltung 2015 wird BAUMA CONEXPO AFRICA heißen, Hintergrund ist ein neues Joint Venture mit dem nordamerikanischen Verband AEM.

IFAT INDIA



OKTOBER PREMIERE IN MUMBAI

Mit der IFAT India in Mumbai exportiert die Messe München erstmals ihre Weltleitmesse für Umwelttechnologien auf den indischen Subkontinent. Mit mehr als 131 Ausstellern aus 17 Ländern übertrifft das IFAT-Spin-off deutlich die Erwartungen.

NOVEMBER LUXUS EXKLUSIV

Bei der neu konzipierten EuroMotor dreht sich drei Tage lang alles um das Thema Mobilität im Luxussegment. Das exklusive Event richtet sich an geladene Gäste. 69 Aussteller präsentieren sich im MOC Veranstaltungszentrum München, darunter Rolls-Royce und Harley-Davidson sowie Aussteller zu Themen wie Einrichtung, Sport & Freizeit, Real Estate, Kunst sowie Uhren und Schmuck.



1.

CONNECTING PEOPLE

DER ENTSCHEIDENDE FAKTOR: VON MENSCH ZU MENSCH

Zur Bedeutung von Live-Kommunikation im digitalen Zeitalter.



Endlich keine hohen Reisekosten mehr, weil sich alle im virtuellen Raum treffen – oder hat das jahrhundertealte Live-Konzept „Marktplatz“ doch noch eine Zukunft? Dieser Frage geht eine Studie nach, die der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., kurz AUMA, gemeinsam mit der HHL Leipzig Graduate School of Management erstellt hat.

Die Welt verändert sich, und das Messewesen mit ihr. Welche Strategien werden im Jahr 2020 greifen? Die Studie zeichnet Zukunftsszenarien und berücksichtigt dabei Megatrends wie Globalisierung, Umweltschutz, wachsenden Konkurrenzdruck und die rasante Digitalisierung in allen Lebensbereichen.

Effizienter durch digitale Kommunikation

Trotz aller Digitalisierung: Den Bedarf an B2B-Messen als „direkte Begegnungs- und Erlebnisplattform“ sieht die Studie auch im Jahr 2020 als ungebrochen. Aussteller wie Besucher wollen sich weiterhin vis-à-vis begegnen, bei Augenkontakt Vertrauenswürdigkeit ausloten, Geschäftsbeziehungen durch Nähe pflegen.

B2B-Messen müssen jedoch auf „eine stärkere Spezialisierung und klarere Positionierung setzen“. Und: Das emotionale Erlebnis wird dabei mehr denn je zählen. Gleichzeitig ist entscheidend, wie die digitale Kommunikation eingebunden wird. Eine Frage ist bei alledem sicherlich, wie Social Media nicht nur während des Events, sondern auch vorher und nachher das gemeinsame Interesse beflügeln können.

Die Facebook-Philosophie

Das erste Zukunftsszenario heißt: „Wachsende Weltmärkte mit global profilierten Messekonzernen“. Die Globalisierung ist vorangeschritten, das Messegeschäft hat sich nach Asien verlagert, vor allem nach Indien und China. Während sich der Westen konsolidiert, ist die Nachfrage nach B2B-Messen beständig hoch. Vor allem das Interesse an Spezialmessen steigt, die Teilnehmer sind sehr international. Digitale Medien werden intensiv genutzt. Messeveranstalter profilieren sich als „global agierende Komplettanbieter“. Der hohe Konkurrenzdruck führt zu mehreren „Weltleitmessen“ auf den verschiedenen Kontinenten.

Die Kommunikationskosten sind im Jahr 2020 aufgrund des erwartbaren Innovationsschubs gering. Ab 2015 verknüpfen sich soziale Netzwerke und Messen zunehmend zu „Social Face-to-Face-Events“. „Die Facebook-Philosophie“ hat sich auf unterschiedliche Geschäftsfelder übertragen, virtuelle Medien begleiten den gesamten Messeprozess. Vor der Messe gibt es vielfältige Informationsangebote, während der Messe wird der

Auftritt kleiner und emotionaler. Es gibt mehr ausgewiesene Bereiche, um sich zu entspannen und zu kommunizieren. Intelligente Besucherleitsysteme erleichtern den Messebesuch.

Kontinentale Märkte ohne Stabilität

„Kontinentale Messemärkte in einer spannungsgeladenen Welt“ – im zweiten Zukunftsszenario gibt es keine wirtschaftliche Stabilität mehr. Das Vertrauen in die asiatischen Märkte ist dahin, genauso wie alle Hoffnung auf die Potenz der BRIC-Staaten. Stattdessen machen sich kontinental-protektionistische Tendenzen einzelner Länder breit. Internationale B2B-Leitmessen haben deshalb Mühe, Aussteller wie Besucher an sich zu binden. Deswegen setzen die Messeveranstalter vermehrt auf die kontinentalen Märkte.

Wenngleich Messegemeinschaften vor großen Herausforderungen stehen, bleibt zwischenmenschliche Kommunikation für die Pflege von Geschäftsbeziehungen unentbehrlich. Die durch den Protektionismus „gebremste Globalisierung und damit einhergehende Wettbewerbszunahme auf den kontinenta-

Vertrauen schaffen: am besten von Angesicht zu Angesicht.



Hier trifft man sich: Das Konzept Marktplatz hat nicht ausgedient.

Dreimal Zukunft: In jedem Szenario der Studie behält das emotionale Live-Erlebnis seine Bedeutung.

len Märkten“ führen bei B2B-Messeveranstaltern lediglich zu einer strategischen Neuorientierung – von der Globalisierung zur Kontinentalisierung. Das Gewicht verschiebt sich von der weltweiten auf die unmittelbar regionale Ebene.

Der Konkurrenzdruck nimmt aufgrund der Vielfalt an Messealternativen drastisch zu. Aus Zeit- und Effizienzgründen nutzen die Teilnehmer im Vorfeld einer Messe virtuelle Medien, um dann gut informiert vor Ort durchstarten zu können. Für Überblick im zunehmenden Veranstaltungswirrwarr sorgen „spezialisierte, mit den Messeverbänden kooperierende Suchmaschinen“.

Virtuelle Welten ergänzen neben Events, Showrooms und Kongressen den Erlebnischarakter. Der Einsatz integrierter Kommunikationslösungen ist bei Ausstellern weitflächig ausgebaut. Darunter mobiles Internet und neue Befragungs- und Segmentierungstools sowie Social Media. Dennoch gilt auch hier: Eine persönliche Begegnung lässt sich damit nicht ersetzen.



Das Live-Event und digitale Kommunikation ergänzen sich.

Messe virtuell

Das dritte Szenario, „Smart Exhibitions in einer digitalisierten Welt“, zeichnet eine stark technologieorientierte Gesellschaft. Effizienz und Kosten gelten als unverrückbare Maßstäbe. Die Globalisierung schreitet voran, die internationalen Märkte entwickeln sich stabil. Auf dem Kommunikationsmarkt herrscht Wettkampfstimmung. Die zahlreichen Messeanbieter operieren weltweit und oft branchenfremd – so kommen etwa Medienhäuser und Verlage zum Zug. Es entstehen komplett neue Geschäftsmodelle. Die Ausstellungsflächen wachsen, die persönliche Begegnung wird mit digitalen Kommunikationsangeboten verquickt – virtuelle Messen sind auf dem Vormarsch, ebenso „multisensuale Kommunikation“. Leibhaftige Messepräsenz nimmt ab. Ein massiver Strukturwandel folgt.

Hier werden die Kommunikationsmedien zur realen Gefahr für das B2B-Messegeschäft. Das klassische B2B-Format wird kaum noch nachgefragt. Es herrscht zwar enormer Konkurrenzdruck, aber auch enorme Vielfalt an alternativen Kommunikationsmöglichkeiten. Besuche von Messen heutigen Zuschnitts sind seltener geworden und bleiben oft besonderen Anlässen vorbehalten, weltweite Messereisen gelten sogar als

„Zeichen ineffizienter Ressourcennutzung“. Deshalb werden messeähnliche Erlebnisse im virtuellen Raum kreierte. Sie haben unter anderem den Vorteil, dass sie jederzeit zugänglich sind.

Und trotzdem: Gerade in wirtschaftspolitisch instabilen Zeiten bleibt auch in Zukunft Vertrauen ein wichtiger Faktor jedweder Geschäftsbeziehung – sodass ein emotionaler Markenauftritt auch im Jahr 2020 an die Präsenz des Menschen gebunden sein wird.

Bei allen Szenarien bleibt die Messe als wesentliche Kommunikationsplattform ungefährdet. Auch im Jahr 2020 wird der „persönliche Kontakt von Angesicht zu Angesicht zwischen Entscheidungsträgern, Unternehmen und Kunden einen hohen Stellenwert haben“.

Quelle: Studie der Handelshochschule Leipzig im Auftrag des AUMA (Hrsg.). Von Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg, Beatrice Ermer, Martin Wiedmann.



PROF. DR.
CHRISTOPH NEUBERGER

Ludwig-Maximilians-Universität München
Institut für Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung

Die Digitalisierung bestimmt immer mehr unseren Alltag. Wie verändern die digitalen Kanäle die persönliche Kommunikation?

Über soziale Netzwerke lässt sich eine größere Zahl an Kontakten knüpfen als bisher. Allerdings ist es vor allem die Kommunikation mit dem peripheren Bekanntenkreis, für den soziale Netzwerke zum Hauptkanal werden. Engere Freundschaften werden nach wie vor hauptsächlich auf anderen Kommunikationswegen gepflegt, die mehr Aufwand erfordern, wie das Telefon und die direkte Begegnung.

Sehen Sie qualitative Unterschiede zwischen einer direkten, verbalen Kommunikation und einer digitalen Kommunikation?

Die Kommunikation von Angesicht zu Angesicht genießt hohe Wertschätzung. Sie dient als Maßstab, wenn Medienkommunikation bewertet wird. Einerseits nähert sich die digitale Kommunikation ihr an. Denken Sie an Gespräche via Skype. Wir können mit dem Gegenüber nicht nur interagieren, sondern ihn auch im Blick haben. Andererseits bleiben immer noch Defizite gegenüber dem Gespräch unter Anwesenden.

Daneben ermöglicht die digitale Kommunikation aber auch neue Kommunikationsformen, deren Regeln und Folgen wir erst lernen müssen. Dass etwa im Internet oft eine große Öffentlichkeit mitlesen und zuschauen kann, ist vielen nicht bewusst.

Haben digitale Medien langfristig das Potenzial, die direkte Face-to-Face-Kommunikation zu ersetzen?

Dazu wird es garantiert nicht kommen. Das Verhältnis ist komplex: Zum Teil wird direkte Kommunikation ersetzt, zum Teil wird sie aber auch gefördert. Kontaktbörsen bereiten Begegnungen im „echten Leben“ vor, Freundesnetzwerke begleiten sie. Oft unterstützt uns die digitale Technik dabei, Alltagssituationen zu bewältigen, etwa dann, wenn wir uns an einem fremden Ort zurechtfinden müssen.

Welche Vorteile für unsere Kommunikationskultur sehen Sie durch den digitalen Medienwandel?

Das lässt sich in wenigen Sätzen kaum beantworten. Wir stehen hier erst am Anfang. Das Potenzial digitaler Medien ist so vielfältig, dass es kaum noch technische Barrieren für die Gestaltung von Kommunikation gibt. Das bedeutet, dass wir grundsätzlich umdenken müssen. Zum einen muss fortlaufend getestet werden, was mit der neuen Technik möglich ist. Zum anderen rückt die Sinnfrage in den Mittelpunkt: Was wollen wir eigentlich? Sie richtet sich an den Einzelnen, an Organisationen und an die Gesellschaft.

MIT EIGENEN AUGEN

Der Erfolg unserer Messen ist der beste Beweis: Wer nachhaltig Netzwerke knüpfen will, muss seinem Gegenüber direkt in die Augen schauen können. Die digitalen Netzwerke ergänzen das Event perfekt.

Ob handfeste Bagger, Kräne, Bergbau-Kipper auf der bauma oder Modelle zukünftiger Gewerbeimmobilien auf der EXPO REAL: Auf unseren Messen treffen sich Angebot und Nachfrage internationaler Märkte. Und ob Mittelstand oder Konzern – Messen sind für alle Marktteilnehmer der ideale Ort, um sich international zu präsentieren und ihre Stellung im weltweiten Wettbewerb zu behaupten. So verwundert es nicht, dass unsere Messehallen bei mehreren Veranstaltungen komplett ausgebucht sind: ISPO MUNICH, bauma, IFAT und BAU. Nach der bauma 2016 wollen wir deshalb mit dem Neubau von zwei weiteren Hallen beginnen.

Mittler zwischen den Welten

Neben unseren Leitmessen am Heimatstandort München unterstützen Spin-offs in dynamischen Wachstumsmärkten unsere Kunden bei ihrer Internationalisierung. Der Erfolg dieser Strategie lässt sich am besten in China am Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) ablesen: Hier finden mittlerweile sieben regionale Ableger der Messe München statt. Insgesamt zählte das SNIEC 2013 knapp 4,4 Millionen Besucher, knapp 117.000 Aussteller und vermietete mehr als 5,8 Millionen Quadratmeter Fläche. Das SNIEC ist das wichtigste Messegelände in China und damit maßgeblich für den Dialog zwischen dem Reich der Mitte und dem Rest der Welt. Die bauma China ist die größte Industriegütermesse in Asien. Jährlich neue Rekordzahlen liefert auch die chinesische ISPO, beheimatet in Beijing. Neben den etablierten Plattformen bringt die Messe München weitere Projekte an den Start, eines davon ist der Bau Congress China, der erstmals im Juli 2014 in Beijing stattfinden wird.



Volles Haus: Bei bauma, BAU, ISPO MUNICH und IFAT sind unsere Hallen komplett ausgebucht.



„WIR HATTEN BEGEIS- TERTE KUNDEN UND INTERESSENTEN AUS ALLER WELT.“

Wer investiert, will sichergehen

Wer investiert, will genau wissen, was er kauft und vor allem, ob es nicht bessere Alternativen gibt. Nur eine internationale Leitmesse mit den neuesten Produkten und persönlichen Gesprächen kann dem Besucher in wenigen Tagen vermitteln, was derzeit weltweit State-of-the-Art ist, wo die Trends hingehen und ob es spannende Innovatoren oder Nischenanbieter gibt, auf die man sonst nie stoßen würde. Auf unseren Weltleitmessen werden Innovationen oftmals zuerst präsentiert. Das Konzept des Marktplatzes, an dem sich alles trifft, besteht schon seit vielen Jahrhunderten. Auch das Zeitalter der Digitalisierung wird dieses Grundbedürfnis des Menschen nach echten Kontakten und echtem Erleben nicht aufheben.

Wer in die Schlussberichte unserer Messen schaut, findet viele Aussagen, die dies bestätigen. „Sämtliche Keyplayer sind vertreten, noch wichtiger ist allerdings, dass sie sich Zeit für konkrete Geschäfte nehmen“, hieß es beispielsweise zur productronica 2013. Zur LASER World of PHOTONICS findet sich das Statement: „Die gesamten 40 Jahre, in denen wir schon Teil dieser wichtigen Messe hier sind, waren sehr vorteilhaft für uns! Diese Messe ist sehr wichtig für uns, um unsere Produkte auszustellen, uns mit unseren Kunden auszutauschen und unsere verschiedenen Fähigkeiten zu zeigen.“ Und zur drinktec hieß es: „Für uns ist die drinktec eine unverzichtbare Plattform, das hat sich 2013 einmal mehr bestätigt. Wir hatten begeisterte Kunden und Interessenten aus aller Welt. Neben fachlichen Diskussionen wurden konkrete Projekte endverhandelt. Das Interesse an unseren Innovationen war riesig.“

Online stützt offline: spannende Innovationen und Nischenanbieter entdecken.



Durchblick gewinnen: Messen vermitteln in wenigen Tagen, was State-of-the-Art ist.

Symbiose aus On- und Offline

Das Live-Geschäft brummt, gleichzeitig ist die digitale Messe längst Realität. Nicht als komplett virtuelle Veranstaltung, wie sie vor einigen Jahren noch prognostiziert wurde, sondern als digitaler Kommunikationsraum, der unsere Offline-Plattformen ergänzt. Wir bloggen, twittern und posten im Social Web, wir bieten digitale Services wie Messe-Apps, die es dem Fachbesucher erleichtern, seinen Messebesuch effektiv zu organisieren. Mit Online-Plattformen wie intelligent urbanization und Open Innovation erweitern wir unser Kerngeschäft um neue interdisziplinäre Netzwerke. Doch ohne den „realen Anker“ kommen auch diese nicht aus, beide Plattformen finden ihre Live-Präsenzen auf unseren Messen. Letztlich bilden Messen und digitale Kommunikation eine natürliche Symbiose. Der Kern von beidem liegt hier: Sie verbinden Menschen.

KAUFKRAFT, STEUERN, ARBEITSPLÄTZE

Die Messe München ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für den heimischen Mittelstand. Das belegt eine aktuelle Studie, die die Messe München beim ifo Institut für Wirtschaftsforschung in Auftrag gegeben hat.

Wo eine Messe Menschen verbindet, wo ausstellende Unternehmen großen Aufwand in ihren Markenauftritt stecken, wo Fachbesucher in großer Zahl aus allen Teilen der Welt anreisen, wo messebegleitende Kongresse auch führende Experten aus Forschung und Wissenschaft in die Stadt locken – da

freut dies nicht nur die Messengesellschaft, sondern in hohem Maße auch die vom Messebetrieb profitierenden heimischen Wirtschaftssektoren wie Hotellerie, Gastronomie, Messebau, Transport oder Einzelhandel.

2,63 Mrd. EUR an bundesweiten Kaufkrafteffekten

In einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr lösen die Messen und Kongresse der Messe München GmbH am Standort München bundesweite Kaufkrafteffekte von 2,63 Mrd. EUR aus. Davon verbleiben 1,38 Mrd. EUR in München, 670 Mio. EUR im restlichen Freistaat Bayern und 580 Mio. EUR im restlichen Bundesgebiet.

Durch ihren Geschäftsbetrieb sichert die Messe München im Inland 24.400 Arbeitsplätze. Diese Zahlen erfüllen uns mit Stolz. Von der Mitarbeiterzahl her selbst ein mittelständisches Unternehmen, sorgen unsere Messen und Kongresse dafür, dass fast 25.000 Menschen hierzulande eine Arbeit haben. Diese Hebelwirkung hievt uns auf eine Stufe mit großen Konzernen. 14.177 dieser Arbeitsplätze entfallen auf die Landeshauptstadt München, 5.774 auf das restliche Bayern.

Nicht zuletzt sorgen unsere Veranstaltungen am Standort München für ein Gesamtsteueraufkommen in Höhe von 490 Mio. EUR, wovon 305 Mio. EUR auf den Bund und 185 Mio. EUR auf den Freistaat inklusive München entfallen.

Mehr internationale Gäste bleiben länger in der Stadt

Besonders erfreulich ist der Blick auf die langfristige Entwicklung: Die durch die Messe München ausgelösten jährlichen Kaufkrafteffekte sind zwischen 2001 und 2013 um 45 Prozent gestiegen, das Gesamtsteueraufkommen sogar um 58 Prozent. Ein Grund dafür: Die Messe München zieht immer mehr ausländische Gäste zu

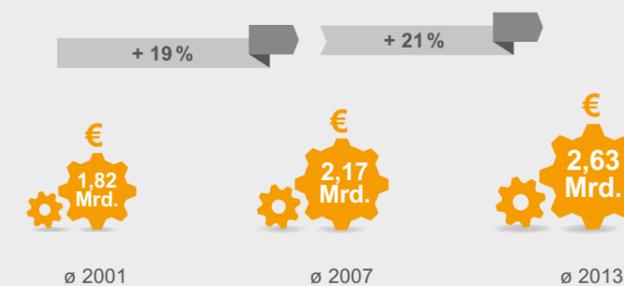
den Weltleitmessen nach München. So haben wir den ausländischen Besucheranteil in den vergangenen zwölf Jahren nahezu verdoppelt. Diese internationalen Besucher bleiben länger in der Stadt und geben dann natürlich auch mehr Geld für Übernachtung, Essen oder Mitbringsel für die Lieben daheim aus. So verbindet die Messe München nicht nur Aussteller und Besucher, sondern auch Messегäste mit der heimischen Wirtschaft.



Deutlicher Anstieg von veranstaltungsgeneriertem Steuereinkommen in Deutschland



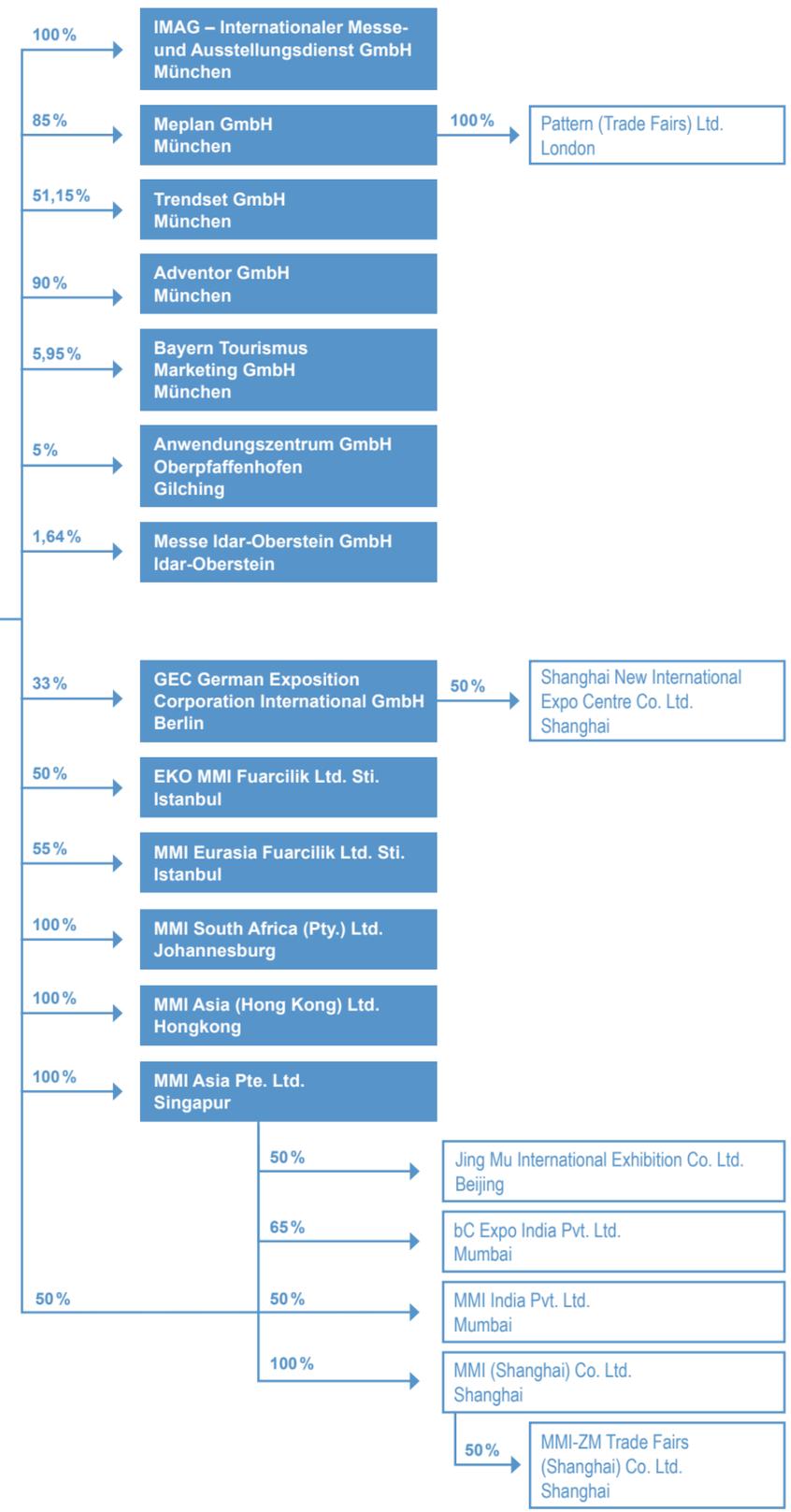
Deutlicher Anstieg indirekter Kaufkrafteffekte in Deutschland



Quelle: ifo Institut, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e.V.

BETEILIGUNGSSTRUKTUR

Gut vernetzt zeigt sich die Messe München GmbH auch über ihre vielfältigen Unternehmensanteile und Tochtergesellschaften.*



* zum 31.12.2013

Flächenprojekte Facility-Management

Handyman Energieeffizienz

Branchenkompetenz

Energy-Management pharmaWERK

2.

LEISTUNGEN UND
ENTWICKLUNGEN





ERFOLGSFAKTOR AUSLANDSNETZWERK

Die Messe München ist Heimathafen und Basis – doch ohne ihr weit gespanntes Netzwerk rund um den Globus wäre sie längst nicht das, was sie heute ist: einer der weltweit führenden Messeveranstalter.

Die Internationalisierung ist unerlässlich – vor allem dann, wenn es gilt, in einem umkämpften und gesättigten Marktumfeld ganz vorn mitzuspielen. So hat die Messe München International ihr globales Netzwerk über die vergangenen Jahrzehnte sukzessive ausgebaut und ist weiterhin dabei, im Ausland zu wachsen. Mit Erfolg: Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie über 60 Auslandsvertretungen, die mehr als 100 Länder betreuen, verfügt das Unternehmen über eine weltweite Präsenz. Ob in China, Indien oder Südafrika – die Messe München ist unterwegs in den wichtigsten Märkten der Welt und festigt so ihre führende Position im internationalen Wettbewerb. Es ist dieses über Jahrzehnte gewachsene Business-Geflecht, das das Unternehmen schlagkräftig macht und das man nicht einfach kaufen kann. Ohne ein funktionierendes Netzwerk bleiben die Messehallen leer – ein gewachsenes Netzwerk hingegen füllt sie mit Leben und führt Premieren auf neuem Terrain zum Erfolg.

„Wer alleine arbeitet, addiert; wer mit anderen zusammenarbeitet, multipliziert.“ Dieses Motto lebt die Messe München nicht nur dann, wenn sie Messen ausrichtet und damit eine Plattform schafft, um Menschen rund um den Globus an einem Ort zusammenzubringen. Auch innerhalb des wachsenden Unternehmens heißt die Devise: sich über die Landesgrenzen hinweg austauschen und gemeinsam Projekte entwickeln. Dazu wurde im September der sogenannte Global Cluster Day ins

Leben gerufen. Zum ersten Mal kamen rund 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus China, Indien, Südafrika, der Türkei und München bei einem gemeinsamen Strategie-Meeting am Heimatstandort zusammen. Ob bauma, IFAT oder electronica – es ging darum, die Akteure innerhalb ihrer internationalen Projekt-Cluster an einen Tisch zu bringen und zu vernetzen. Das Strategietreffen schuf den Rahmen, um ein gemeinsames Verständnis für Ziele und Wege zu entwickeln und um als Messenfamilie zusammenzuwachsen. Dabei profitierten alle Beteiligten nicht nur von der Vielfalt der Kulturen und Erfahrungen, sondern hatten auch Gelegenheit, best practices persönlich auszutauschen.

Wichtige Markenbotschafter: unsere Auslandsvertreter

Vor allem tragen unsere Auslandsvertretungen maßgeblich zum Erfolg der Messe München bei. Sie sind die Messe München International vor Ort, sie sind mit allen Sinnen in den Märkten und können so regionale Trends und Bedürfnisse am besten wahrnehmen. Ihre Aufgabe ist es, Aussteller- und Besuchergruppen zu identifizieren, anzusprechen und zielgerichtet nach München und zu den Messen ins Ausland zu bringen. „Mit unserem globalen Repräsentantennetzwerk stellen wir sicher, dass unser Veranstaltungsportfolio in aktuell 107 Ländern angeboten wird. Für unsere internationalen Aussteller, Besucher und Medienvertreter beginnt der kompetente Service damit bereits in ihrem Land“, sagt Dr. Michael Pöllmann, Leiter Zentralbereich Vertrieb.

Strategisch gedacht: Um ihre globalen Messemarken systematisch zu steuern, hat die Messe München das Global Cluster Management eingeführt.





UNSER WELTWEITES BAUMA-NETZWERK



Starke Perspektiven: Neue Projekte rund um den Globus locken neue Kunden.



BAUMA
Collin Davis
 Cluster Director
 Cluster Baumaschinen
 Messe München



BAUMA CHINA
Xu Jia
 Deputy Managing Director
 MMI Shanghai



BC INDIA
Igor Palka
 CEO
 bC Expo India



BAUMA AFRICA
Elaine Crewe
 CEO
 MMI South Africa

Die Auslandsvertretung Großbritannien beispielsweise besteht aus vier Köpfen und bewirbt 40 Messen im Jahr. Das Team ist viel unterwegs. „Es ist wichtig, die Menschen außerhalb der Komfortzone anzusprechen und jeden Stein umzudrehen“, so David Owen, unser britischer Chefrepräsentant. Er schwört auf den persönlichen Kontakt: „Man muss die Vorteile, die die Plattform Messe bietet, nutzen. Leute treffen, ihnen in die Augen schauen, mit ihnen reden und sie beraten – statt nur etwas zu verkaufen. In den Messehallen erreicht man potenzielle Aussteller und Multiplikatoren und erfährt ganz nebenbei News aus der Branche.“

Premieren in Afrika und Indien

Die Mühe und Reiserei lohnen sich. Der fulminante erste Aufschlag einer bauma Africa oder IFAT India belegt, wie es allen Beteiligten gelungen ist, das internationale Netzwerk zu mobilisieren. „Wir Repräsentanten sind ein starkes internationales Team. Jeder ist mal dran und hat seine Chance. 2013 war unser Jahr. Die bauma Africa mit ihrer durchschlagenden Premiere war die herausragende Messe“, resümiert Owen.

Die Top 5 Aussteller-Länder bei der bauma Africa waren China, Südafrika, Deutschland, Italien und Großbritannien. Die internationalen Länderpavillons kamen aus China, Österreich, Finnland, Deutschland, Italien, Korea, Nordirland, Spanien,

Polen und Großbritannien. „Diese überwältigende Beteiligung von Unternehmen aus dem Ausland verdeutlicht, wie ein funktionierendes internationales Netzwerk eine Premiere zum Erfolg werden lässt“, so Collin Davis, Cluster Director für das Cluster Baumaschinen.

Eine weitere Premiere fand in Indien statt. Mit der IFAT India in Mumbai baut die Messe München ihr internationales Netzwerk im Umwelttechnologiesektor weiter aus. „Die Resonanz war enorm und hat unsere Erwartungen übertroffen. Dank der fantastischen Zusammenarbeit mit unseren Messe-München-Kollegen konnten wir Aussteller aus 17 Ländern gewinnen und vom Fleck weg begeistern“, so Cheryl Fernandes, Project Director MMI India.

Ein weiteres Highlight fand ebenfalls in Mumbai statt: die analytica, erstmals unter der Führung der Tochtergesellschaft MMI India und in Kooperation mit der Indian Analytical Instruments Association. Die Messe hat ihren Ruf als der führende Branchentreff gefestigt und zog durch die begleitende internationale Konferenz noch mal deutlich mehr Besucher an als im Vorjahr. Claudia Sixl, Cluster Director für das Cluster Laser, Labortechnik, Analytik, Biotechnologie: „Das analytica Messe-Netzwerk in China, Indien, Vietnam und Deutschland hat ganze Arbeit geleistet.“



EINE MESSE ZEIGT GRÖSSE

Die bauma 2013 in München: eine Messe der Superlative. Dutzende Kräne, die hoch in den bayerischen Himmel ragen und so positioniert sind, dass sie auch bei Sturm nicht kollidieren. Ein riesiger Muldenkipper, für den es 15 Schwertransporte brauchte, um ihn nach München zu bringen. Haushohe Bergbaubagger, die mehr als 200 Tonnen wiegen. Pressluftschlämmer, die zu AC/DC donnern. bauma – die größte Messe der Welt.



„Das ist jetzt meine neunte bauma – und der Gänsehautfaktor wird nicht weniger“, sagt Projektleiter Georg Moller. Kein Wunder: Ob Fläche, Messebauten oder Exponate, hier herrscht Gigantismus allenthalben – und gleichzeitig machen all die Baugeräte den kleinen Jungen in uns glücklich. „Vor allem aber gibt sich hier das Who's who der Baumaschinenbranche ein Stelldichein“, erläutert Moller. 12,5 Milliarden Euro, so viel setzten allein die deutschen Baumaschinenhersteller 2012 um, ihre Exportquote lag bei 73 Prozent.

Auf der bauma werden viele neue Geschäfte abgeschlossen. Deshalb scheuen die Hersteller auch keinen Aufwand, um sich hier beim großen Schaulaufen ins beste Licht zu rücken. Es ist eine Branche, die für höchste Ingenieurskunst steht. Zu den Preisträgern des bauma Innovationspreises gehört Herrenknecht mit seinem „Pipe Express“. Wie ein unermüdlicher Maulwurf kämpft sich die Fräse aus Stahl mit fast einem Meter pro Minute durch den Untergrund und revolutioniert so die Verlegung von Rohren und Kabeln. Bisher riss eine offene Bauweise tiefe und breite Narben in die Böden, die neue Technologie schont die Natur und minimiert die Kosten.

„Die bauma ist die Weltleitmesse der Baumaschinenbranche. Dazu kommen unsere regionalen Ableger in China und Indien,

im September 2013 erstmals auch in Südafrika“, erklärt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH. Die Aussteller schätzen gerade in den neuen Märkten die erprobte Partnerschaft und den Service „made in Germany“. „Gleichzeitig stärken wir unsere eigene Führungsposition im Wettbewerb und den Heimatstandort. In München zeigen die Hersteller ihre Innovationen zuerst.“ Das lockt wiederum mehr Aussteller und Besucher aus aller Welt an. Zum Beispiel aus China: Vor zwölf Jahren stellten gerade mal acht chinesische Hersteller in München aus, 2013 waren es bereits 323 – und damit ist China die Nummer 3 in der Ausstellerrangliste nach Deutschland und Italien.

Der Andrang ist gigantisch

Alles ist minutiös auf die Messe abgestimmt, denn der Andrang ist gigantisch: Der FC Bayern München spielt keinesfalls am Messe-Wochenende ein Heimspiel, damit die Parkplätze an seinem Stadion zur Verfügung stehen. Die U-Bahn fährt in dichterem Takt als zu Oktoberfestzeiten. In sieben Tagen strömen 535.065 Besucher auf die bauma – und auf dem Gelände werden sie bereits von rund 20.000 Menschen erwartet: vom Personal der 3.421 Aussteller, vom Organisationsteam der Messe München, dazu Sicherheitsfirmen, Catering... „Hinter diesem Event steckt wirklich eine logistische Höchstleistung“, sagt Moller.

Selbst das Wetter spielt mit: 24 Grad und Sonnenschein am Eröffnungstag. Das macht es zwar dem Europameister im Eisritzen unmöglich, mit seiner Elektrosäge ein dauerhaftes Kunstwerk aus dem Eisblock zu sägen. Doch die drei Geschäftsmänner, die in einem großen Vogelkäfig vom Kran in luftige Höhen gezogen werden, freuen sich über den Blick auf München samt Alpenpanorama. Fröhlich winken sie Hubschrauber, Zeppelin und Heißluftballon zu, die sich ebenfalls im Luftraum tummeln, um uneingeschränkten Überblick zu spendieren. „Diese Messe ist ein Ereignis und sie schweißt alle Beteiligten zur großen bauma-Familie zusammen“, sagt Moller. „Und das große Abhupen am Schluss ist das Versprechen, dass wir uns in drei Jahren hier wiedertreffen.“

Großes Schaulaufen: Die Aussteller scheuen keinen Aufwand, um sich auf der bauma ins beste Licht zu rücken.



FACTS & FIGURES

DIE 30. BAUMA VOM 15. BIS 21. APRIL 2013 IST DIE WELTWEIT GRÖSSTE MESSE NACH FLÄCHE (575.000 m²)

INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR BAUMASCHINEN, BAUSTOFFMASCHINEN, BERGBAUMASCHINEN, BAUFAHRZEUGE UND BAUGERÄTE

MEHR ALS 3.400 AUSSTELLER AUS 57 LÄNDERN

ÜBER 535.000 BESUCHER AUS MEHR ALS 220 LÄNDERN

TOP 3 AUSSTELLERLÄNDER: DEUTSCHLAND (1.366), ITALIEN (481), CHINA (323)

PERFEKTE PLATTFORM FÜR MARKTFÜHRER

Ob Hauptversammlung oder Kundenevent: Das ICM – Internationales Congress Center München ist für viele Unternehmen die erste Wahl als Veranstaltungsort. Munich Re ist Kunde der ersten Stunde. Syndikus Dr. Wolfgang Mörlein aus dem Bereich Group Legal erklärt, warum es für Munich Re bis heute bei dieser Location geblieben ist.



Seit 15 Jahren unser Gast: die Hauptversammlung von Munich Re im ICM – Internationales Congress Center München.

Mit welchem Anspruch geht Munich Re an die Organisation ihrer Hauptversammlung?

Mörlein: Das Geschäftsmodell von Munich Re basiert auf der Kombination von Erst- und Rückversicherung unter einem Dach. Wir übernehmen weltweit Risiken unterschiedlichster Komplexität und Ausprägung. Erfahrung, Finanzkraft, Effizienz und ein erstklassiger Service machen uns zum ersten Ansprechpartner in allen Fragen rund ums Risiko. Wir sind in allen Versicherungssparten aktiv und mit annähernd 45.000 Mitarbeitern auf allen Kontinenten vertreten. Als einer der weltweit führenden Rückversicherer und Risikoträger nimmt Munich Re eine herausragende Marktstellung ein, die natürlich in unserer Hauptversammlung zum Tragen kommen soll.

Profil und Auftritt des Kongresszentrums spielen demnach eine Rolle?

Mörlein: Bis 1998 konnten wir die Hauptversammlung noch in unseren Geschäftsräumen durchführen. Stark gestiegene Aktionärszahlen ließen uns dann vor rund 15 Jahren Ausschau halten nach einem geeigneten externen Veranstaltungsort. Es war uns wichtig, die gewohnten hohen Standards der Veranstaltungsräume beizubehalten. Da traf es sich gut, dass gerade das ICM seinen Betrieb aufnahm. Hier fanden wir sehr repräsentative und für unsere Hauptversammlung optimale Bedingungen vor. Dies gilt nach wie vor: 2013 haben wir bereits unsere fünfzehnte Hauptversammlung im ICM durchgeführt.

Was gab den Ausschlag für Ihre Locationwahl?

Mörlein: Traditionell finden Hauptversammlungen natürlich bevorzugt am Sitz der Gesellschaft statt. Einen sehr hohen Stellenwert bei der Entscheidung für das ICM nimmt dessen Größe und Flexibilität ein. Für Hauptversammlungen unserer Größenordnung bietet das ICM beste und im Raum München meines Erachtens einzigartige Bedingungen. Neben dem eigentlichen Versammlungsraum stehen Räume für Pressezentrum, Präsenzerfassung und Backoffice zur Verfügung. Das große Foyer eignet sich perfekt, um zu den Hauptandrangszeiten einen zügigen Einlass sicherzustellen. Die mehr als 4.000 Aktionäre verteilen sich gut durch die offene Architektur im ICM.

Zu diesen räumlichen Vorzügen gesellt sich ...

Mörlein: ... insbesondere die Kompetenz und Zuverlässigkeit der ICM-Mitarbeiter: Selbst bei kurzfristig erforderlichen Umplanungen oder Neuerungen werden schnell passende Lösungen entwickelt. Die Architektur des ICM bietet dazu beste Möglichkeiten, eine Atmosphäre für unsere Aktionäre zu schaffen, in der sie sich wohlfühlen – was im Übrigen wesentlich zum Gelingen der Hauptversammlung beiträgt. Nicht zuletzt schätzen wir die gute Verkehrsanbindung des ICM, die auch unseren ausländischen Aktionären eine einfache Anreise ermöglicht.



Dr. Wolfgang Mörlein ist verantwortlich für die rechtliche und organisatorische Vorbereitung der Hauptversammlung der Munich Re.

Mit welchen Vorlaufzeiten kalkulieren Sie bei der Planung und Durchführung Ihrer Hauptversammlung?

Mörlein: Wie man so schön sagt: Nach der Hauptversammlung ist vor der Hauptversammlung. Auf Basis der Erfahrungen bei der abgelaufenen Hauptversammlung stellen wir uns umgehend die Frage, was lässt sich für das kommende Jahr noch verbessern. Mit den ersten Projektsitzungen beginnen wir etwa sechs Monate vor der HV. Die Nachbereitung dauert auch noch einmal ein paar Wochen. In der Zwischenzeit planen wir bereits die HV-Termine für die nächsten Jahre und die Reservierung von Versammlungsräumen: Das ICM ist offensichtlich nicht nur für Hauptversammlungen ein begehrter Veranstaltungsort.

Stichwort persönliche Betreuung und Beratung?

Mörlein: Eine enge Zusammenarbeit ist uns ganz wichtig! Wir sehen das ICM mit all seinen Möglichkeiten und Kompetenzen nicht nur als Veranstaltungsort, sondern als Partner, der maßgeblich zum Erfolg unserer Veranstaltung beiträgt. Deshalb sind uns die persönliche Betreuung und gute Beratung durch die ICM-Mitarbeiter sehr wichtig.

Hauptversammlungen entwickeln sich in technischer und organisatorischer Hinsicht permanent weiter – welche Trends sehen Sie?

Mörlein: Mit ihrer Medienwirksamkeit ist die HV auch eine Plattform für eine Imageprofilierung. Mit moderner Präsentationstechnik zeigen wir, dass wir mit der Zeit gehen und offen sind für Innovationen und Ideen. Ich denke, wir können mit Stolz und zu Recht sagen, dass wir unseren Aktionären neben der eigentlichen Hauptversammlung mit der Einbindung vielfältiger Themenstände und in dem Ambiente etwas Besonderes bieten und dabei aber „auf dem Teppich“ bleiben. Die rechtliche Entwicklung gerade auf europäischer Ebene zeigt zwar, dass sich die Hauptversammlung immer weiter den Möglichkeiten einer elektronischen Teilnahme öffnet. Die Veranstaltung vor Ort beeinflusst das meines Erachtens bis auf Weiteres aber nicht grundlegend. Ein Großteil unserer Aktionäre dürfte es weiterhin vorziehen, ihren Vorstand und ihren Aufsichtsrat live vor Ort anstatt nur am Bildschirm zu erleben.

WEGGEFÄHRTEN DER ERSTEN STUNDE

Flexibel und schick: Für die internationale Motorradausstellung IMOT bietet das MOC Veranstaltungszentrum München perfekte Bedingungen.



Viele Lichtblicke: Das MOC beeindruckt mit seiner hellen und preisgekrönten Architektur.



Lixi Laufer und Tilman Schäfer, Geschäftsführer der IMOT Messe und Veranstaltungs GmbH.

Alles, was das Biker-Herz begehrt: Über 300 Aussteller zeigen vor 60.000 Motorrad-Fans mitten im Februar Neues sowie Bewährtes aus Technik, Zubehör, Bekleidung und Reise.

„Das MOC hat genau die richtige Größe für unsere Veranstaltungsidee. Es ist nach wie vor der optimale Austragungsort für unsere IMOT“, sagt Tilman Schäfer, einer der zwei Geschäftsführer der IMOT. Und fügt hinzu: „Wir haben uns damals den Rohbau angeschaut und sofort gewusst – hier wollen wir rein.“ Mit „wir“ meint Tilman Schäfer sich selbst sowie seine Partnerin Lixi Laufer – eine Motorradjournalistin.

Bayern sei schon immer einer der interessantesten Motorradmärkte innerhalb Deutschlands gewesen, sagt Schäfer, es ist ein Bundesland mit besonders hoher Motorradichte. So war es nur folgerichtig, die Messe in München anzusiedeln. Man habe zwar die ersten Jahre gekämpft, im dritten Jahr stellte sich der Erfolg aber ein. Heute, so Schäfer, bespiele man nahezu das gesamte MOC mit all seinen Besonderheiten, den lichten Hallen, den zahlreichen Atrien und Showrooms. Es sind dann auch gut 20.000 Quadratmeter, auf denen das IMOT-Publikum Aktuelles wie Rares begutachten kann.

IMOT und MOC feiern gemeinsam Geburtstag

Lixi Laufer und Tilman Schäfer sind dem MOC seit dessen ersten Stunden eng verbunden, 2013 feierten IMOT und MOC beide gemeinsam 20. Geburtstag. Für die beiden IMOT-Geschäftsführer bedeutet die langfristige Kooperation zwei Jahrzehnte durchgängige Zufriedenheit. Schäfer: „Die Zusammenarbeit ist extrem freundschaftlich, lösungsorientiert, pragmatisch – und für alle Beteiligten sehr erfolgreich.“

Das Einzugsgebiet der IMOT ist über die Jahre enorm gewachsen. Mittlerweile reicht es über Karlsruhe bis an die französische Grenze, über Nürnberg hinaus nach Sachsen und nach Tschechien, nach Österreich, Slowenien und



Der Sommer kann kommen: Nach der IMOT sind die Biker für die Saison gerüstet.

Kroatien. Eine komplette Halle ist für Reiseunternehmen reserviert, dort stellt sogar ein Anbieter aus Georgien aus.

Event für Kind und Kegel

Die IMOT kümmert sich intensiv um den Motorrad-Nachwuchs: Für die Jugend ist der Eintritt frei, eine Fahrschule bietet den Jugendlichen Schnupperfahrten an. „Wir wollen die Veranstaltung mit speziellen Angeboten für alle Zielgruppen attraktiv machen“, sagt Schäfer. „Daher freuen wir uns, wenn uns auch Familien mit Kind und Kegel gerne besuchen.“

Nicht Showeinlagen, ohnehin aus Gründen des Feuererschutzes schwer zu realisieren, stehen im Vordergrund, sondern die kompetente Beratung in Sachen Technik. Das schätzen auch die Gäste aus dem Ausland. Sie kommen oft in größeren Gruppen und mit Reisebussen. „Das kommt nicht von ungefähr. Wir inserieren in überregionalen und internationalen Fachzeitschriften, sind unterwegs in Internet-Portalen, Radiosender verbreiten Spots, wir rollen Brückenbanner aus, plakatieren nicht nur bei Motorradhändlern“, sagt Lixi Laufer. Man stehe im permanenten Kontakt mit Motorradinteressierten. „Faul im Stuhl zurücklehnen, nachlassen in der Werbung, das geht nicht.“

Die Messe bringt unterschiedliche Menschen verschiedener Nationen zusammen. Und auch innerdeutsche Freundschaften werden gepflegt: „Da ruft zum Beispiel einer aus Rosenheim seinen Freund aus Nürnberg an, den er länger nicht mehr gesehen hat, und fragt: Treffen wir uns am Samstag? Um 14 Uhr? Am Kawa-Stand?“ Und dank Messe und Motorrad gilt ein Wiedersehen als abgemacht.



Starkes Konzept: intelligent urbanization führt sechs Infrastrukturmessen zusammen.

NETZWERK ONLINE

Die Messe München nutzt die digitalen Möglichkeiten, um ihre Netzwerke auf eine neue Ebene zu heben. Zwei Projekte, intelligent urbanization und Open Innovation, zeigen die neue Rolle des Messedienstleisters als Broker von Kontakten – nicht nur während des Live-Events, sondern an 365 Tagen im Jahr.

Seit Dezember bietet die Messe München International als erstes Messeunternehmen einen ganzjährigen Open-Innovation-Service an. Open Innovation heißt: Unternehmen holen sich für ihren Innovationsprozess kreative Ideen von außen. Auf unserer Plattform können sie dazu klar umrissene Entwicklungsaufträge einstellen. „Diese werden dann von einer internationalen, branchenübergreifenden, interdisziplinären Löser-Community bearbeitet, die sich aus den vielfältigen Netzwerken unseres Messe-Portfolios speist“, erklärt Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Den besten Entwicklungspartner finden

Open Innovation kann die Entwicklungszeiten von Unternehmen um bis zu 42 Prozent und die Entwicklungskosten um bis zu 20 Prozent senken. Außerdem lässt sich mit dieser Methode eine enge Bindung zu den Kunden aufbauen, die ihre Bedürfnisse unmittelbar kundtun können. Die Folge: Die Produkte werden besser, das Risiko von Innovationsflops geringer. Vorreiter des neuen Service-Angebots ist ISPO Open Innovation. Die Plattform richtet sich in diesem Fall auch an Endverbraucher. Die Unternehmen können ihre neuen Entwicklungspartner auf zwei Arten einbinden: Als Co-Creator sind die Kundenexperten von Beginn an in den Innovationsprozess integriert, als Product Tester können sie – ebenfalls noch weit vor Markteinführung – ein umfassendes Feedback zu Produkteigenschaften geben.

Megacities gestalten

Eines der bestimmenden Phänomene unserer Zeit ist die Urbanisierung. Sie stellt Gesellschaften rund um den Globus vor riesige Herausforderungen, die nur zu meistern sind, wenn unterschiedlichste Akteure an einem Strang ziehen. Die Messe München kann hier einen wertvollen Beitrag leisten und führt die Branchennetzwerke von sechs international führenden Infrastrukturmessen auf der Online-Plattform intelligent urbanization zusammen.

Hier werden die Themen Energie, IKT, Ressourcen, Mobilität, Bauwesen, Industrie, Sicherheit, Lebensqualität und Finanzierung in Hinblick auf Chancen, Probleme und Lösungen für Städte und Regionen diskutiert. Das tagesaktuelle Newsangebot wird ergänzt um herausragende Ausschreibungen, Videointerviews, Studien und Terminankündigungen. Die Online-Plattform wird permanent weiterentwickelt. Gleichzeitig ist die Verankerung in der „realen Messe“ substanziell, das Thema wird über Foren und Sonderveranstaltungen getrieben. Die beteiligten Messen sind: bauma (Baumaschinen), IFAT (Umwelttechnologien), EXPO REAL (Gewerbeimmobilien), BAU (Baumaterialien und -systeme), Communication World (Mobile Kommunikation) und transport logistic.



Gemeinsam Neues entwickeln: Mit unserem Open Innovation-Service vernetzen wir potenzielle Entwicklungspartner.

EIN MEGA-MESSEJAHR: DIE HIGHLIGHTS 2013

Die Messe München International ist globales Drehkreuz für eine Vielzahl an Leitmesse, Konferenzen und Kongressen – eine Erfolgsbilanz.

Im Grunde geht es doch immer um das eine: das Leben besser, schöner und angenehmer zu gestalten. Weil Information und Innovation, Angebot und Nachfrage direkt zusammenhängen, ist es so wichtig, die Vertreter einer Branche regelmäßig zu versammeln. Dazu ist die Messe München International weltweit aktiv: Zum ersten Mal fanden 2013 die Baumaschinenmesse bauma Africa und die IFAT India, Messe für Wasser, Abwasser, Abfall und Recycling, statt. Zahlreiche erfolgreiche Branchenzusammenkünfte wurden wieder in München gefeiert, darunter die Medientage, die Personalmesse München und Klassiker wie die ISPO MUNICH, die EXPO REAL und die Freizeitmesse f.re.e.





DRINKTEC 2013 THE PLACE TO BE

Die Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie hat alle Erwartungen übertroffen.



Bunt und vielfältig: Alle vier Jahre trifft sich die internationale drinktec-Community in München.

Nach schwierigen Jahren ist die Branche für Getränke und Liquid-Food wieder voll auf der Höhe. Das zeigte die drinktec 2013. Mit 66.886 Besuchern aus 183 Ländern und 1.433 Ausstellern aus 76 Ländern verzeichnete die Weltleitmesse der Branche neue Rekordzahlen und verlief zur großen Zufriedenheit aller Teilnehmer. Bei einer repräsentativen Befragung unter den Teilnehmern bekam die drinktec fast durchweg Bestnoten verliehen. Der Grund waren die vielfältigen Möglichkeiten, Kontakte zu knüpfen, neue Geschäfte anzubahnen und zum Abschluss zu bringen.

Von diesen Vorteilen wollte auch der deutsche Mittelstand profitieren. Viele kleinere und regionale Brauereien entdeckten die drinktec als Plattform und präsentierten ihre Produkte sehr erfolgreich an einem eigenen „Brauertreffpunkt“.

Die bestimmenden Themen der Messe sowohl auf Aussteller- wie auf Besucherseite waren Energieeinsparung, Vielfalt, Flexibilität und Sicherheit sowie wirtschaftliche und nachhaltige Prozessoptimierung. Vor diesem Hintergrund fanden auch innovative Verpackungslösungen besondere Beachtung, die nur sehr wenig Material verbrauchen.

Zum ersten Mal in der Geschichte der Messe erhielt auch der Marketingbereich ein eigenes Forum. In der „Innovation Flow Lounge“ fanden sich zahlreiche Experten und prominente Namen aus der Branche ein, um sich über Trends und Themen auszutauschen. Das Fazit der Aussteller nach dem erfolgreichen Messe-Event: drinktec is the place to be!

MESSE: DRINKTEC // ORT: MESSE MÜNCHEN



Magnet für Groß und Klein: Ob regionale Brauereien oder große Player, hier waren alle vereint und zufrieden.



BAU 2013 ARCHITEKTUR WELTWEIT

Die BAU zementiert ihren Ruf als innovative Architektenmesse.



Lockt auch Stararchitekten: Ob Daniel Liebeskind oder Christoph Ingenhoven, es tummelten sich viele großen Namen auf der BAU.

Noch internationaler, noch professioneller und noch hochkarätiger in Anspruch und Besetzung: Die BAU, Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, füllte auch 2013 die riesigen Messehallen in München mit begeisterten Ausstellern und Besuchern aus aller Welt. 232.901 Menschen kamen, davon rund 60.000 Besucher aus dem Ausland, viele zum Beispiel aus Russland, China und Japan.

„Für Architekten und Planer ist die BAU inzwischen ein Pflichttermin. Rund 50.000 der Besucher kamen aus diesem Branchensegment, darunter auch Stararchitekten wie Daniel Liebeskind oder Christoph Ingenhoven“, erklärt Dr. Reinhard Pfeiffer, Geschäftsführer der Messe München GmbH und verantwortlich für die BAU. Der Anspruch dieser außergewöhnlichen Messe spiegelte sich im Erscheinungsbild: Auf über 183.000 Quadratmetern Bruttofläche präsentierten 2.028 Aussteller an architektonisch aufwendig gestalteten Standbauten Baumaterialien, -elemente und -systeme. Während der Messe diskutierten in drei Foren Fachleute und namhafte Architekten unter großem Andrang des Publikums über aktuelle Themen wie Energy 2.0, Parametric Design oder Urban Mining. Zum zweiten Mal wurde zudem eine „Lange Nacht der Architektur“ in München veranstaltet – ein weiteres Glanzlicht an den sechs BAU-Tagen.

MESSE: BAU // ORT: MESSE MÜNCHEN



UMWELT-TECHNOLOGIEN FÜR INDIEN

Die IFAT India, Messe für Wasser, Abwasser, Abfall und Recycling, trifft in Mumbai den Nerv der Zeit.

Auf dem indischen Subkontinent erschließt sich ein riesiger Markt für Ökotechnologien. Der Bedarf an nachhaltigen Lösungen für Wasser- und Abwasserwirtschaft, für Recycling und Abfallwirtschaft ist groß. Deshalb fand in diesem Jahr zum ersten Mal die IFAT India in Mumbai statt. Die Messe München International baut so ihr Netzwerk im Umweltechnologiektor weiter aus.

4.924 Besucher kamen zur die IFAT India – darunter überdurchschnittlich viele Mitarbeiter der öffentlichen Hand, von Kommunen und Behörden. 62 Prozent davon stammten nicht aus Indien, sondern aus allen Teilen Europas. Die 131 Aussteller kamen aus 17 Ländern. Die Messe zeigte, wie groß die Erwartungen an den indischen Markt sind. Besonders gerne besucht war das interaktive „Innovation Exchange Forum“, das Unternehmen und Forschern die Gelegenheit bot, über neueste Entwicklungen in der Ökotech-Branche zu diskutieren.

MESSE: IFAT INDIA //
ORT: MUMBAI EXHIBITION CENTER, INDIEN



Ein riesiger Markt: Die Erwartungen der Branche an den indischen Subkontinent sind groß.



Starker Aufschlag: 754 Aussteller und 14.700 Besucher aus 110 Ländern füllten die bauma Africa mit viel Leben.

BIG BANG IN JOANNESBURG

Die erste bauma Africa bringt die Industrie des Kontinents auf Touren.



Weltläufig: Neben Unternehmen aus Südafrika präsentierten vor allem Firmen aus China, Deutschland, Indien, Italien und Korea ihre Maschinen.

„Zur rechten Zeit am rechten Ort: Die erste bauma in Afrika war der bislang größte Event dieser Art für die Baubranche des Kontinents. Entsprechend groß war die Resonanz auf die internationale Fachmesse für Baumaschinen, Baustoffmaschinen, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte“, erklärt Eugen Egetenmeir, Geschäftsführer der Messe München GmbH und verantwortlich für das globale bauma-Cluster. 14.700 Besucher aus mehr als 110 Ländern besuchten das Messe-Ereignis, das auf 60.000 Quadratmetern im Gallagher Convention Center Johannesburg in Südafrika stattfand. Die meisten Besucher reisten aus afrikanischen Ländern wie Mosambik, Botswana, Zimbabwe oder Zambia an, aber auch Europäer waren unter den Gästen, allen voran Deutsche, Italiener und Briten. Die 754 Aussteller zeigten sich überrascht vom unmittelbaren Erfolg der afrikanischen bauma. Vor allem für die Berg- und Tiefbauindustrie erwies sich die Messe als eine dringend benötigte Plattform für Informationsaustausch, Networking und Verkauf. Neben Südafrika präsentierten vor allem Firmen aus China, Deutschland, Indien, Italien und Korea auf der bauma Africa ihre Maschinen. Die Ausstellungsfläche musste aufgrund des unerwartet hohen Andrangs verdoppelt werden. „Das war ein Riesending für Südafrika und seine Industrie“, resümiert Elaine Crewe, CEO MMI South Africa.

MESSE: BAUMA AFRICA // ORT: GALLAGHER CONVENTION CENTER IN JOHANNESBURG, SÜDAFRIKA

IN BEWEGUNG BLEIBEN

Messe als Wachstumsmotor. Die transport logistic hat seit ihrer Gründung 1978 eine beeindruckende Entwicklung hingelegt. Mittlerweile ist sie die weltweit größte Messe für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management. 2013 erzielte die aufwendig organisierte Logistikmesse mit dem umfassenden Rahmenprogramm erneut einen Rekord: Mehr als 52.300 Fachbesucher aus 110 Ländern und über 2.000 Aussteller aus 63 Ländern belegten rund 110.200 Quadratmeter Bruttofläche.

MESSE: TRANSPORT LOGISTIC // ORT: MESSE MÜNCHEN

INTERNATIONALER ZUWACHS

Die 20. productronica wies in diesem Jahr erneut einen internationalen Zuwachs auf Aussteller- wie auch Besucherseite aus. 37.808 Besucher aus 90 Ländern besuchten die internationale Leitmesse für innovative Elektronikfertigung. 1.218 Unternehmen aus 39 Ländern zeigten ihre Innovationen und Lösungen. Erstmals dabei: neun internationale Gemeinschaftsstände, darunter Frankreich, Japan und Ungarn sowie Estland, Marokko und die Niederlande. Der Erfolg der Messe spiegelte sich darüber hinaus in den zahlreichen vor Ort getätigten Geschäftsabschlüssen.

MESSE: PRODUCTRONICA // ORT: MESSE MÜNCHEN



REISELUST UND FREIZEITSPASS

Die f.re.e zählt zu den besucherstärksten Verbrauchermessen Süddeutschlands: 111.280 Besucher kamen im März 2013 nach München, um sich auf der internationalen Reise- und Freizeitmesse über Entwicklungen und Angebote dieses vielfältigen Marktes zu informieren. Partnerland war Tschechien, das außergewöhnliche Reiseziele in Böhmen und Südmähren vorstellte. Auch 2013 war die f.re.e thematisch wieder breit aufgestellt: Neben dem Ausstellungsbereich rund ums Reisen setzte die Verbrauchermesse auf die Schwerpunkte Fahrrad, Wassersport, Sport & Outdoor sowie Gesundheit & Wellness. Zu den großen Gewinnern des Jahres zählte der Bereich Caravanning und Mobile, dessen positive Entwicklung auch auf die parallel stattfindenden Autotage abstrahlte.

MESSE: F.RE.E // ORT: MESSE MÜNCHEN



GRÖSSTE ISPO ALLER ZEITEN

Die ISPO MUNICH 2013 konnte auf allen Ebenen Zuwachs verzeichnen: 81.583 Fachleute aus 122 Ländern zog es nach München. Das sind vier Prozent mehr als im Vorjahr. Die Zahl der Aussteller stieg ebenfalls: 2.493 Aussteller aus 51 Ländern stellten auf 179.842 Quadratmetern Bruttofläche ihre neuesten Produkte vor. Damit bekräftigte die ISPO MUNICH einmal mehr ihre Rolle als weltweit führende Plattform der gesamten Sportbranche.

MESSE: ISPO MUNICH // ORT: MESSE MÜNCHEN



BUSINESS, BUSINESS, BUSINESS

Ungeachtet der unterschiedlichen Entwicklungen auf den europäischen Immobilienmärkten bleibt die EXPO REAL – Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen – ein fixer Termin in den Kalendern der Branchenvertreter. Für die Immobilienwirtschaft war sie auch 2013 die unangefochtene, internationale Networking-Plattform. Kontakte pflegen und neue Geschäftsbeziehungen waren für die mehr als 1.660 ausstellenden Unternehmen wie auch die rund 33.700 Besucher wichtigster Zweck der Messe. Neben den klassischen Immobilienmärkten aus Mittel- und Westeuropa waren 2013 auch Fachkräfte aus zahlreichen Ländern Ost- und Südosteuropas vertreten.

MESSE: EXPO REAL // ORT: MESSE MÜNCHEN



40 JAHRE LASER-TECHNOLOGIE

Die Weltspitze der Photonik-Branche zeigte sich mehr als zufrieden. Die LASER World of PHOTONICS und der die Messe begleitende Kongress überzeugten im Jubiläumsjahr 2013 nicht nur mit einem Ausstellerplus und hoher Internationalität (1.130 Aussteller aus 37 Ländern). Mit 26.582 Besuchern aus insgesamt 72 Ländern blieb auch die Nachfrage nach Produkten und Innovationen stabil auf hohem Niveau. Besonders großes Interesse verzeichneten die Bereiche 3D-Druck, Medizintechnik, Biophotonik und Ressourceneffizienz. Ein Glanzlicht bildete die Jubiläumsveranstaltung zum 40-jährigen Bestehen der LASER World of PHOTONICS, die sich kaum ein Messeteilnehmer entgehen ließ.

MESSE: LASER WORLD OF PHOTONICS // ORT: MESSE MÜNCHEN



TRAINING FÜR UNABHÄNGIGE

Die alljährlich stattfindende europäische Juice PLUS+® Leadership Convention fand 2013 im ICM – Internationales Congress Center München statt. Im Zentrum der Veranstaltung standen auch im Jahr ihres 20-jährigen Bestehens die Trainingsprogramme rund um unternehmerische Unabhängigkeit. Großen Anklang fand zudem der Vortrag von Coach Gordon Hester, der dem interessierten Publikum „The Basel Projekt“ vorstellte, das die eigene Persönlichkeit stärken soll. Gewürdigt wurden darüber hinaus die einzelnen Juice PLUS-Clubs. Und natürlich wurde anlässlich des Jubiläums auch ordentlich gefeiert. Juice PLUS ist ein Nahrungsergänzungsmittel aus Obst- und Gemüseextrakten, das per Netzwerk-Marketing vertrieben wird.

MESSE: JUICE PLUS LEADERSHIP CONVENTION //
ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN

BAYERN STÄRKT WERTE

Das Wertebündnis Bayern vereint über 100 Verbände und Organisationen der aktiven Bürgergesellschaft Bayerns unter einem Dach. „Alle Bündnispartner erfüllen die Bedeutung von Werten und Wertebildung mit Leben. Sie zeigen, was Bayern menschlich und erfolgreich macht“, so der bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer, Initiator des Wertekongresses sehensWERT. Erleben konnten diesen 1.500 Kinder, Jugendliche und Erwachsene, die im März ins ICM – Internationales Congress Center München kamen. Ein abwechslungsreiches Programm mit Tanz, Musik, Diskussionsrunden, Projektpräsentationen und jeder Menge Mitmachaktionen drehte sich dabei rund um die zentralen Werte des Bündnisses: Fairness, Teamgeist und Einsatzbereitschaft.

MESSE: WERTEKONGRESS SEHENSWERT // ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN

MIT ALLEN SINNEN

Sehen, Schmecken, Riechen, Hören, Fühlen: Ein erfolgreiches Werbemittel soll die Sinne ansprechen. Das wurde den Besuchern der Werbemittelmesse im MOC Veranstaltungszentrum München auf vielfältige Weise vor Augen geführt. Zum traditionellen Messetermin Ende Januar kamen wie schon in den Jahren zuvor rund 1.500 Besucher. Marketingexperten, Einkäufer und Werbeentscheider konnten sich einen aktuellen Überblick über Klassiker, Neuheiten und Trends der Branche verschaffen.

MESSE: WERBEMITTELMESSE //
ORT: MOC VERANSTALTUNGSZENTRUM MÜNCHEN



WISSEN SCHAFFEN

Die Gesellschaft für Thrombose- und Hämostaseforschung (GTH) ist eine weltweit anerkannte wissenschaftliche Fachgesellschaft, entsprechend international war auch das Aufgebot der 57. Jahrestagung von GTH im MOC Veranstaltungszentrum München. Der Kongress diskutierte die Relevanz von Thrombosen und Blutungen in nahezu allen Fachbereichen der klinischen Medizin, von Kardiologie über Neurologie bis zur Geburtshilfe. Dazu passend drehte sich ein weiterer Schwerpunkt um die interdisziplinäre Weiterbildung.

MESSE: JAHRESTAGUNG DER GESELLSCHAFT FÜR THROMBOSE- UND HÄMOSTASEFORSCHUNG //
ORT: MOC VERANSTALTUNGSZENTRUM MÜNCHEN

SCHÖN UND GESUND

Schönheit international: Der Veranstalter des Beauty Forums München, die Health and Beauty Germany GmbH, hatte im Jahr 2013 verstärkt auf Besucher und Aussteller aus dem Ausland (47 Länder) gesetzt. Das Konzept ging auf. Es wurden mehr als 7.540 Besucher gezählt. Insgesamt kamen fast 40.000 Besucher, um sich rund um die Bereiche Kosmetik, Nail und Fuß zu informieren. Die Bereiche Wellness & Spa, Medical Beauty und Naturkosmetik wurden 2013 weiter ausgebaut. Entsprechend groß war auch die Bandbreite der Messebesucher: Neben Kosmetikerinnen, Naildesignern und Podologen wird das Beauty Forum nun auch verstärkt von Spa- und Hotelmanagern, Apothekern und Ärzten besucht. Die Messe vermittelt praxisnah Wissen mit informativen Shows, aufwendigen Workshops und Live-Präsentationen neuer Produkte und Anwendungen.

MESSE: BEAUTY FORUM MÜNCHEN //
ORT: MESSE MÜNCHEN



GUTER START MIT LEBENSART

Der Orderauftakt der TrendSet im Winter 2013 war vielversprechend. Die 101. Ausgabe der Internationalen Konsumgüter-Fachmesse für Lebensart überzeugte mit neun vollen Messehallen, 2.500 internationalen Marken und Kollektionen und vielen Neuheiten und Ideen aus den Bereichen Wohnen und Lifestyle. Das Angebot lockte mehr als 32.700 Besucher aus dem In- und Ausland zum Ordern und Informieren. Die TrendSet ist die wichtigste Fachmesse für Lifestyle im südlichen deutschsprachigen Raum und findet zweimal im Jahr statt.

MESSE: TRENDSET // ORT: MESSE MÜNCHEN

MEDIEN IM WANDEL

Das mobile Internet stellt Gesellschaft, Wirtschaft und insbesondere die etablierten Medien vor grundlegende Herausforderungen. Die andauernde Transformation und die damit einhergehenden Probleme und Chancen stellten die bestimmenden Themen der 27. Medientage München. Europas größter Medienkongress wurde 2013 von rund 6.000 Teilnehmern besucht. Auf der dazugehörigen Messe präsentierten etwa 50 Aussteller Neuheiten aus allen medialen Bereichen – vom Hörfunk bis zu Mobile Media Publishing. Glanzlichter waren traditionell die Nacht der Medien im Münchner Justizpalast und die Verleihungen der Eyes & Ears Awards.

MESSE: MEDIENTAGE MÜNCHEN // ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN



PERSONAL MANAGEN

Wie entwickle ich in Zeiten des demografischen Wandels erfahrene Mitarbeiter weiter? Was kann ich im betrieblichen Gesundheitsmanagement optimieren? Und mit welchen Kennzahlen sollte ich meine Prozesse im Personalwesen hinterlegen? Fragen wie diesen widmete sich die Personalmesse 2013 in München mit ihren zahlreichen ausgewählten Fachvorträgen von hochkarätigen Referenten in zwei Foren. Die Aussteller und Besucher zeigten sich angetan von der guten Vorbereitung und der klaren Umsetzung des Messekonzepts, das den gegenseitigen Austausch und das Knüpfen neuer Kontakte erleichtert.

MESSE: PERSONALMESSE MÜNCHEN // ORT: MOC VERANSTALTUNGS-CENTER MÜNCHEN



UP IN THE AIR

Terminals, Start- und Landebahnen, Vorfeld oder Flugzeughallen: Insgesamt 11.900 Besucher aus Europa, Zentral- und Südostasien und dem Mittleren Osten kamen zur weltweit führenden Leitmesse „inter airport Europe“ nach München, um sich über die neuesten technischen Entwicklungen beim Betrieb und in der Ausstattung von Flughäfen zu informieren. 640 Aussteller aus 37 Ländern präsentierten ihre Neuheiten. Die 28.000 Quadratmeter große Ausstellungsfläche bot viel Raum, um neue Geschäftsbeziehungen anzubahnen. Die Aussteller, zumeist aus Deutschland, gefolgt von den USA, Großbritannien, Frankreich und Italien, zeigten sich sehr zufrieden.

MESSE: INTER AIRPORT EUROPE // ORT: MESSE MÜNCHEN



FLEXIBEL VERPACKT

Die achte ICE Europe – Messe für Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film & Folie – konnte ihre Besucherzahlen um 16 Prozent steigern und ist damit die größte internationale Fachmesse der Converting-Industrie. Mit dem weltweit steigenden Bedarf an Verpackungslösungen aus flexiblen Materialien und an hochwertig veredelten Produkten hat sich die Branche zu einem hochspezialisierten, dynamischen Industriezweig entwickelt. Insgesamt 6.600 Besucher aus 64 Ländern nutzten die Gelegenheit, um sich innovative Maschinen vorführen zu lassen, Fachgespräche zu führen und neue Geschäftskontakte zu knüpfen.

MESSE: ICE EUROPE // ORT: MESSE MÜNCHEN



MIT DISZIPLIN DABEI

Innovation als Erfolgsgrundlage: Das war das Motto der Softwarekonferenz OOP im ICM – Internationales Congress Center München. Die unter Softwareentwicklern geschätzte Veranstaltung stellte dabei weniger den kreativen Aspekt in den Vordergrund, sondern mehr die Disziplin, die bei der Programmierung von innovativen Softwarelösungen vonnöten ist. Insgesamt besuchten 1.800 Entscheider, Softwareentwickler und Systemarchitekten die OOP 2013.

MESSE: SOFTWAREKONFERENZ OOP // ORT: ICM – INTERNATIONALES CONGRESS CENTER MÜNCHEN



BULLE UND BÄR IM MOC

Der Börsentag München ist mittlerweile eine feste Größe im Finanzwesen. Mehr als 3.000 Besucher kamen zur zweiten Auflage von Bayerns größter und beliebtester Finanzmesse.

82 Aussteller präsentierten ihre Finanzprodukte, -dienstleistungen und -konzepte. Darüber hinaus wurde ein umfangreiches Programm geboten: In über 50 Vorträgen und Podiumsdiskussionen beschäftigten sich renommierte Experten unter anderem mit hochaktuellen Fragen wie der Sicherheit von Anlagen, dem wachsenden Zwang zu hoher Risikobereitschaft und warum man ohne Sachkapital notwendigerweise zum Spekulanten wird.

MESSE: BÖRSENTAG MÜNCHEN // ORT: MOC VERANSTALTUNGS-CENTER MÜNCHEN

ERGEBNISSE AUS DEN MESSEVERANSTALTUNGEN 2013

Messeveranstaltung 2013	Aussteller	Auslandsanteil in %	Besucher	Auslandsanteil in %	Nettofläche in m ²
BAU	2.028	28	232.901	26	120.839
BAUMA	3.421	61	535.065	40	413.337
COMMUNICATION WORLD	88	12	1.600	13	640
DRINKTEC	1.433	61	66.886	62	86.939
EXPO REAL	1.663	24	33.677	27	35.654
F.RE.E	1.084	38	111.280	2	34.456
INHORGENTA MUNICH	1.201	44	29.544	31	35.993
ISPO BIKE	247	42	9.897	10	12.235
ISPO MUNICH	2.493	84	81.583	65	110.444
LASERWORLD OF PHOTONICS	1.130	60	26.582	54	23.176
LOPE-C	110	54	1.887	52	1.118
OILS + FATS	47	47	2.221	58	873
PRODUCTRONICA	1.218	45	37.808	51	42.703
TRANSPORT LOGISTIC	2.013	45	52.308	37	62.821
TRENDSET (Sommer)	1.105	16	33.219	10	53.293
TRENDSET (Winter)	1.100	16	32.721	10	47.185
HEIM+HANDWERK INKL. FOOD & LIFE	1.127	22	117.686	1	35.083
INTERNATIONALE HANDWERKSMESSE INKL. GARTEN MÜNCHEN	1.073	19	138.792	2	31.887
OPTI	491	45	23.243	24	22.340
Gastveranstaltungen MOC Veranstaltungszentrum München	7.699	-	355.962	-	-
Gastveranstaltungen Messe München	5.574	-	217.732	-	-
ICM – Internationales Congress Center München Kongresse, Tagungen, Events	-	-	90.000	-	-
BAUZENTRUM POING	55	9	81.107	-	-
Gesamt	36.400	47¹⁾	2.313.701	35¹⁾	1.171.016

1) Auslandsanteil Gesamt bezieht sich nur auf Eigenveranstaltungen der Messe München



AUSGEZEICHNETE STANDQUALITÄT

Der renommierte ADAM Award zeichnet jedes Jahr herausragende Messeauftritte aus. Vier der Preisträger 2013 stellten in München aus.



„Mensch, Natur, Technik“ war das Leitmotiv von Schüco, Anbieter von Systemlösungen bei Fenstern, Türen, Fassaden und Solar.



„From Today To Tomorrow“ blickte DORMA auf seine Türschließtechnik, mobile Raumsysteme und Glasbeschlagtechnik.



„Bewegung im Raum“ gab sich die Simonswerk GmbH für ihre Türbänder als Motto.



„The Spirit Of Pearls“ heißt der Firmenlogan der Schmuckmanufaktur Gellner.

Eine Messe ist ein Ort für Blickfänger. Wer mit seinem Standdesign neugierige Blicke auf sich zieht und auf den zweiten Blick ein schlüssiges Konzept offenbart, dem gehört nicht nur der Erfolg bei seinen Kunden. Er wird auch mit dem angesehenen ADAM Award belohnt, den der FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e. V. seit Jahren für besondere Messe- sowie Markenauftritte vergibt.

Vier Preisträger des ADAM Award 2013 haben auf einer Fachmesse in München ausgestellt. Die Simonswerk GmbH aus Rheda-Wiedenbrück etwa, die Türbänder anbietet, wurde für ihren Auftritt bei der BAU 2013 von der Jury in der Sparte Stand bis 150 Quadratmeter mit Gold prämiert. Das Architekturbüro Planwerk schuf unter dem Kerngedanken „Bewegung im Raum“ einen frei begehbaren Stand mit einem zentralen Element – einer Türenwand, 6,50 Meter lang und 3,40 Meter hoch, die den Stand imposant durchtrennte. In diese Wand integriert und für den Zugriff der Besucher bereit: Türexem-

plare aus Holz, Leder und Beton, allesamt mit abgestimmten Bandsystemen ausgestattet. An schlichten Tischen mit eingelassenen Vitrinen wurden die Kunden beraten, die hintere Wand war für Regalschaukästen mit Handmustern reserviert.

Der Mensch geht vor

Die BAU 2013 brachte noch zwei weitere ADAM-Preisträger hervor. Einer von ihnen gewann Silber in der Kategorie XXL, das heißt: über 1.500 Quadratmeter Ausstellungsfläche. „Mensch, Natur, Technik“ lautete das Motto von Schüco, dem weltweit operierenden Unternehmen für Systemlösungen bei Fenstern, Türen, Fassaden und Solar aus Bielefeld. In München führte ein weitläufiger Markenweg ins Herz des Standes, wo eine großzügige Treppe samt Wasserbassin zum Gedankenaustausch einlud – nicht zuletzt über die einprägsame räumliche wie mediale Inszenierung rundum. In intensiv-warmen Farben waren die geschlossenen Kommunikations- und Bewirtungsflächen im Obergeschoss gehalten.

Transparent in die Zukunft

Ebenfalls für seinen Messeauftritt auf der BAU 2013 ausgezeichnet wurde das Unternehmen DORMA: Dem Anbieter für Türschließtechnik, mobile Raumtrennsysteme und Glasbeschlagtechnik brachte ein überaus transparenter Messestand in der XL-Kategorie einen ADAM in Bronze ein. Der Kontrast aus weißen und roten Oberflächen, ein auffällig eleganter Holzboden, zur Klarheit hin strebende Kubusformen – ein Umfeld, das die Produktpalette großzügig und stilsicher widerspiegelte, wie die Jury befand. „From Today To Tomorrow“ war der Leitspruch von DORMA – und das Standdesign gewährte zahlreiche Einblicke in die Zukunft.

Perlen in der Schatulle

Ein ADAM in Silber ging an einen Aussteller der INHORGENTA MUNICH 2013: die Firma Gellner, Mitglied der Gruppe German Finest. Auf ihrem 150-Quadratmeter-Stand zerteilte sich unter dem Firmenlogan „The Spirit Of Pearls“ eine über-

dimensionale Schmuckschatulle. Das geschützte Standinnere verwies auf die Perlenauster und strahlte eine Atmosphäre des Kostbar-Verborgenen aus. Die Schmuckstücke wurden in ballgroßen Perlenkapseln präsentiert – oder legten sich als mächtiges Collier aus den Kapseln an die Schatullenwände. Die Jury lobte: „Die Allianz aus der Schöpfungskraft der Natur und der Gestaltungskraft des Designs spiegelt sich im Messeauftritt eindrucksvoll wider.“

Der ADAM Award belegt den wachsenden Anspruch an die Qualität des Standdesigns. Die Messe München International bietet mit der Vielfalt ihrer anspruchsvollen Veranstaltungen die ideale Plattform für beeindruckende Unternehmenspräsentationen.



3.

MITARBEITER UND STANDORT

Wie läuft's? Beim täglichen Jour fixe am frühen Messemorgen laufen alle Fäden zusammen, um einen perfekten Messtag sicherzustellen.



KLEINE TEAMS MIT GROSSER WIRKUNG

Hinter den Kulissen einer Messe arbeiten viele verschiedene Teams Hand in Hand zusammen, um ein perfektes Live-Erlebnis zu ermöglichen.

Der Messebesuch kann so komfortabel sein. Unser Gast kauft sich vorher online sein Ticket, steigt ins Auto, folgt den Parkleitschildern in der Stadt bis zum Messegelände, parkt im messeeigenen Parkhaus. Kommt er mit der U-Bahn, erhält er Tipps, wo er am besten aussteigen sollte. Jetzt nur schnell durch das Drehkreuz in die Hallen. Dank Broschüren und App ist der Gast bestens vorbereitet. Die Hallen sind voll, die Stimmung ist gut, der abendliche Ausklang mit Kollegen bei der offiziellen Eröffnungsfeier ist auch schon eingeplant.

Wer sorgt dafür, dass alles so reibungslos abläuft? Dass die Schilder an den Straßen hängen, die Drehkreuze wirklich drehen, Stände pünktlich aufgebaut sind und Presse und Besucher alle nötigen Informationen an der Hand haben? Dass überhaupt Besucher kommen und abends beim VIP-Event auch wirklich alle entspannt bei Bier und guter Musik zusammenkommen?

Was der Besucher während der Messelaufzeit erlebt und sieht, ist das Produkt von monate-, zum Teil jahrelanger akribischer Vorarbeit, vieler fleißiger Teams aus den verschiedensten Fachgebieten. Es sind erstaunlich kleine Teams, doch jeder macht einen großen Job. Das gemeinsame Ziel: auf den Punkt genau für tausende von Menschen ein reibungsloses Messe-Erlebnis sicherzustellen.

Die Speerspitze

Jede Messe ist einem eigenen Projektteam zugeordnet, bei dem alle Fäden zusammenlaufen. Es gestaltet die inhaltliche Konzeption der Messe, positioniert die Aussteller in den Hallen und führt die Messe durch. Dazu koordiniert das Projektteam alle am Messe-Erfolg beteiligten Kollegen.

Zu den Machern hinter den Kulissen zählen natürlich auch die internationalen Vertriebsteams. Sie steuern die Ausstellerakquise im In- und Ausland und füllen die Hallen.

Das Marketing- und Presseteam rührt eifrig die Werbetrommel und kommuniziert auf sämtlichen Kanälen, um potenzielle Besucher auf die Messe aufmerksam zu machen.

Das Team der IT stellt sicher, dass unsere Systeme für den Einlass und die Besucherinformation funktionieren. Ob Surfen im WLAN unterwegs auf dem Gelände oder die von Ausstel-

lern genutzte IT am Messestand: Die Kommunikation muss live und digital rundlaufen.

Das Team Messeservice kümmert sich um den technischen Ausstellerservice, die Themen Verkehr und Sicherheit und betreut die Konferenzräume und Mietbüros. Ein weites Feld. Die Kollegen planen Messestände, stellen reibungslose Abläufe sicher und betreiben eine ausgeklügelte Verkehrs- und Besucherführung.

Das Protokoll ist unsere Eventabteilung und sorgt dafür, dass jeder Teilnehmer am richtigen Platz die richtige Ansprache erhält. Das Team pflegt enge Kontakte zur Stadt München, zum Freistaat Bayern, zu den Corps Diplomatique und Consulaire sowie zu nationalen und internationalen politischen Institutionen. Es organisiert die Besuche von Politikern, deren Delegationen und von Unternehmensvorständen, dazu Eröffnungsfeiern, VIP-Events und vieles mehr.



Aufgepasst: Was läuft gut, was noch nicht?



Nah dran: Beim Aufbau sind unsere Serviceteams jederzeit für die Aussteller ansprechbar.

Der Event rückt näher – und alle Beteiligten enger zusammen.



Das Mosaik entsteht

Bis wenige Monate vor der Messe arbeiten die Teams nahezu unabhängig voneinander – wobei sie das große Ganze zusammenhält, die gemeinsame Strategie und die Ziele der Messe München. Mit der nahenden Veranstaltung rücken die Beteiligten immer näher zusammen. Etwa vier Wochen vor dem Messestart beginnen die wöchentlichen Meetings im großen Kreis. Jedes Team berichtet, wo es steht und wie die Vorbereitungen voranschreiten. Wo es Probleme gibt, wo es gut läuft und was aktuell ansteht. Alle gemeinsam planen und justieren, das Messemosaik fügt sich zu einem großen gemeinsamen Bild zusammen.

Zum Aufbau ziehen die technischen Teams vom Messehaus in die Hallen und sind jederzeit für die Aussteller ansprechbar. Das Projektteam folgt kurz darauf, und auch das Pressezentrum wird bezogen. Die Hallen sind jetzt Tag und Nacht geöffnet, die Teams arbeiten rund um die Uhr. Alle haben dasselbe Ziel: Wenn am ersten Messetag um Punkt 9.00 Uhr die Türen aufgehen, muss alles stehen. Und das tut es auch!

Ein tolles Gefühl: wenn die Veranstaltung läuft.



Für jeden Messemitarbeiter ist es ein tolles Gefühl, wenn die Veranstaltung läuft. Jetzt zeigt sich, was alle gemeinsam geleistet haben. Jeden Morgen trifft sich der Messe-Jour-fixe: Geschäftsführung, Projektleitung, Vertrieb, Protokoll, Presse, IT, die Teams Messeservice, Verkehr und Sicherheit und der technische Ausstellerservice. Alle sind an Bord und erstatten einen kurzen Statusbericht: Wie war der Vortag? Wo gab es Probleme? Was sagen die Zahlen? Was bringt der aktuelle Tag? Rasant auf einen Stand gebracht, schwärmt jeder wieder aus. Wenn am letzten Tag die Türen schließen, trifft sich das Team zum wohlverdienten Messeausklang. Alle schnaufen zum ersten Mal so richtig durch. Und stoßen auf die gemeinsame Leistung an.



Hand in Hand: Die Münchner sind weltoffen und fühlen sich dabei ihrer Stadt eng verbunden.

HEIMVORTEIL FÜR MÜNCHEN

Der Messeplatz München hat viele Vorzüge und die Münchner lieben ihre Messe; sie bringt Zukunftsthemen in die Stadt und ist Schaufenster für die heimischen Unternehmen.

Wer ein Luftbild von München betrachtet, der wird das Messegelände am östlichen Stadtrand erkennen. Dort, kurz vor dem Autobahnring, wo die Stadt ins Ländliche ausfranst, befindet sich seit 1998 die Messe München. Doch ist die Messe für die Stadt alles andere als eine Randerscheinung. Und das liegt beileibe nicht nur an ihrer wirtschaftlichen Bedeutung für Hotellerie, Gastronomie, Taxiunternehmen und den Einzelhandel in München und Bayern.

Messen bringen Zukunftsthemen in die Stadt, dort werden Produkte, Innovationen und Technologien gezeigt, die unser Leben bestimmen werden. Bei den Münchner Weltleitmessen kommt der Weltmarkt der jeweiligen Branche zu Besuch. Die Messe München dient damit auch der heimischen Wirtschaft als Schaufenster und Benchmark für die Zukunftsfähigkeit ihrer eigenen Produkte und Dienstleistungen. Rund 1.500 Unternehmen aus München und der Region beteiligten sich im Jahr 2013 an den Eigen- und Gastveranstaltungen in der Messe München – vom Industriegiganten Siemens bis zum kleinen Handwerksbetrieb.

Die BAU und die „Lange Nacht der Architektur“

Die Messe München ist damit – als Veranstalter wie auch als Institution – ein echter Agendasetter für die Stadt. So wie im Januar 2013, als mehr als 20.000 Architektur-Freunde die Gelegenheit nutzten, sich einzigartige Einblicke in die architektonisch eindrucksvollsten Gebäude der bayerischen Landeshauptstadt zu verschaffen. Die „Lange Nacht der Architektur“, veranstaltet von und anlässlich der BAU, der Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, stieß bei den Münchnerinnen und Münchnern erneut auf überwältigendes Interesse. Ein schönes Beispiel dafür, wie eine Fachmesse im kulturellen Stadtgeschehen verankert ist.

Messetermine fest im München-Kalender fixiert

Am schönsten sieht man die enge Verbindung zwischen der Münchner Bevölkerung und der Messe am großen Erfolg der Publikumsveranstaltungen. Die Menschen in der Stadt und in der Region lieben ihre Verbrauchermessen: die Reise- und Freizeitmesse f.re.e, die Internationale Handwerksmesse oder Heim+Handwerk. Weit mehr als 100.000 Besucher haben diese Messetermine fest in ihren Kalendern notiert und machen sich dann auf in Richtung Messegelände.

Auch im MOC Veranstaltungszentrum in Freimann sprechen die Zahlen für sich: Die Internationale Motorradausstellung IMOT mobilisiert 60.000 Zweirad-Fans zum Besuch der anderen Messe-Location in München. Die größte 50plus-Messe in Deutschland mit Namen „Die 66“ lockte zuletzt 40.000 Besucher, die Mitmach-Kombination aus Spielwies'n, Forscha und Modellbahn knapp 58.000 zumeist jüngere Fans in die Hallen des MOC Veranstaltungszentrums.

Ohne Zweifel ist die Messe Teil der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Infrastruktur der Stadt. So wie eine Universität nicht allein ihren Studenten dient, so dient die Messe München nicht nur der Wirtschaft: Sie ist ein Instrument der Wirtschafts- und Standortförderung, sie ist Nachbar für

die 12.000 Einwohner der Messestadt und Arbeitgeber für rund 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Messegelände. Sie dient Münchner Konzernen als Austragungsort für ihre Hauptversammlungen und an so manchem Samstag den Bürgerinnen und Bürgern als Flohmarkt-Location.

Wo die Menschen voll und ganz hinter ihrer Messe stehen, spüren das auch die Besucher von außerhalb, die hier gastfreundlich und mit offenen Armen empfangen werden. Internationalität und enge Verbundenheit zur Stadt und zur Region gehen hier Hand in Hand. München ist deshalb der perfekte Messe- und Kongressstandort – und die Messe München ein echter Heimvorteil für Stadt und Region.

**„MESSEN BRINGEN
ZUKUNFTSTHEMEN
IN DIE STADT.“**



Bewegend: Die Reise- und Freizeitmesse f.re.e lockt alljährlich besonders viele Münchner auf das Messegelände.

HAPPY BIRTHDAY, MESSE MÜNCHEN!

Von der Theresienhöhe nach Shanghai – wir blicken auf fünf spannende Jahrzehnte: vom Aufbau des Münchner Messeportfolios in den Gründungsjahren über den Neubau des Messegeländes in Riem bis hin zur Entwicklung des Konzerns zu einem der weltweit führenden Messeveranstalter.

1964 war ein denkwürdiges Jahr in der Geschichte der Stadt München: Deutschlands „heimliche Hauptstadt“ erkennt den Bedarf nach einem organisierten Messewesen und gründet am 1. April 1964 mit nur 24 Mitarbeitern die Münchner Messe- und Ausstellungsgesellschaft (MMG). Die Perspektiven des jungen Unternehmens, die der damalige Messechef Joachim Hietzig Jahre später im „Münchner Stadtanzeiger“ beschreibt, stehen sinnbildlich über den fünf Münchner Messejahrzehnten: „Ziel war es, über die Grenzen von Bayern, der Bundesrepublik Deutschland und Europa hinaus der Wirtschaft in München einen internationalen Markt zu bieten, einen Markt, der Impulse gibt für weltweite Verbindungen, wechselseitige Handelsbeziehungen und menschliche Kontakte.“ Auch heute lebt die Messe München mit rund 600 Mitarbeitern diesen Anspruch tagtäglich: Connecting Global Competence lautet der aktuelle Leitsatz des Unternehmens.

50 Jahre Messe München, das ist eine eindrucksvolle Geschichte des Messewesens. Von der Theresienhöhe bis Shanghai, in nur fünf Jahrzehnten.

Die 60er – Aufbruchstimmung in München

Im Frühjahr 1964 startet die Messe München GmbH durch. Schnell erlangt München damit die im Wettbewerb der Städte dringend notwendige internationale Beachtung als Messe- und Kongressstadt. Das erste Messejahrzehnt steht klar im Zeichen des Aufbaus. Der Ankauf von bereits etablierten, privat geführten Messeformaten wie der bauma und der Münchner Modewoche wird begleitet von der erfolgreichen Einführung erster Fachmessen, die bis heute zum Portfolio der Messe München gehören. Darunter Weltleitmessen wie die IFAT, die analytica und die electronica. Mit der Internationalen Verkehrsausstellung 1965 werden München und die neu gegründete Messegesellschaft über Nacht international bekannt.

Die 70er – das Jahrzehnt der Premieren

Die Spezialisierung auf Fachmessen mit internationalem Potenzial prägt das Messewesen der 70er-Jahre. Allein im Jahr 1970 kommen die ISPO (heute ISPO MUNICH), die C-B-R (heute





Historisch: die Hallen auf der Theresienhöhe unter weiß-blauem Himmel.



Neuanfang in Riem: vom Flughafen zum Messegelände.



Aufbruchstimmung: Mitten in der Stadt wächst ein erfolgreiches Messewesen heran.

Geräumig: Heute geht's auf der bauma enger zu.



Sportlich: der ehemalige Außenminister Hans-Dietrich Genscher auf der ISPO.



Highlight: Papst Benedikt XVI. auf dem Freigelände.



Beim Eröffnungsrundgang führt Manfred Wutzlhofer seine Ehrengäste durch das Atrium, von links Oberbürgermeister Christian Ude, Italiens Ministerpräsident Romano Prodi, Bundespräsident Roman Herzog und Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber.

den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg der Messe München. 2013 wird zum Ausnahmejahr: Bei Umsatz und Ergebnis erzielt das Unternehmen die besten Werte der Unternehmensgeschichte. Das starke Messeprogramm mit allein acht internationalen Weltleitmessen übertrifft alle Erwartungen: Das Gelände wird flächenmäßig dreimal ausverkauft, der Umsatz überspringt erstmals die 300-Mio.-Marke. Damit wird zum vierten Mal in Folge ein positives Jahresergebnis erzielt.

Mit Leidenschaft in die Zukunft

Die Messe München steht im Jubiläumsjahr 2014 auf dem Zenit ihrer bisherigen Unternehmensgeschichte. Klaus Dittrich, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH, blickt mit Stolz auf die Historie des Unternehmens: „Die Geschichte der Messe München ist beeindruckend. Nur fünf Jahrzehnte, vom Aufbau des Münchner Messeportfolios in den Gründungsjahren über die Internationalisierung des Konzerns hin zu einem der weltweit führenden Messeveranstalter. Wir sind stolz auf diese Erfolgsgeschichte und werden sie mit großer Leidenschaft in den kommenden Jahren fortführen.“

f.re.e) und die transport logistic hinzu, ein Jahr später feiert die drinktec Premiere. Bald folgen die LASER World of PHOTONICS (1973), die INHORGENTA (1974; heute INHORGENTA MUNICH) sowie die productronica (1975). Der Messeplatz München ist auf Erfolgskurs. Eine Zwischenbilanz für 1974 blickt auf stolze 10.000 Aussteller und eine Million Besucher bei inzwischen 20 Veranstaltungen. Die Hallenfläche auf der Theresienwiese wurde dabei zehnmal umgeschlagen. Das Publikum wird immer internationaler und kommt inzwischen aus 50 Ländern. Auch heimische Formate finden ihr Publikum: Die 1978 gegründete Heim+Handwerk wird schnell zu einem der Münchner Publikumsliebhaber und ist es bis heute.

Die 80er – das Messegelände kommt an seine Grenzen

Mit dem Kauf der IMAG (Internationaler Messe- und Ausstellungsdienst) im Jahr 1980 werden die Weichen gestellt für den internationalen Durchbruch. Es entsteht die Unternehmensgruppe Messe München International. Die Geschäfte auf der Theresienwiese laufen gut, das Messegelände gerät zunehmend an seine kapazitären Grenzen. Trotz ständiger Erweiterungsarbeiten werden in den 80ern die Rufe nach einer

Verlagerung des Messegeländes immer lauter. Sie gipfeln in der historischen Denkschrift des damaligen Geschäftsführers, Werner Marzin, „zur Situation und den Zukunftsperspektiven des Messeplatzes München“. 1987 geben Stadt und Freistaat ihren Segen für den Neubau eines Messegeländes auf dem frei werdenden Flughafenareal in Riem.

Die 90er – die Vision der Messerverlagerung wird Realität

Der europaweiten Ausschreibung eines städtebaulichen Ideenwettbewerbs 1991 folgt 1992 die Ausschreibung eines Realisierungswettbewerbs zur konkreten Planung der Neuen Messe München. Darin geht es nicht nur um das neue Messegelände, sondern um die Gestaltung eines gänzlich neuen Stadtteils. Doch noch vor dem ersten Spatenstich 1994 eröffnet die Messe München ein anderes zukunftsweisendes Projekt: das MOC Veranstaltungs- und Ordercenter München. Eine Veranstaltungslocation, die sich zudem erfolgreich als Handelsplattform für die Sport- und Schuhmodebranche positioniert. 1998 ist es dann so weit: Die Neue Messe München und das ICM – Internationales Congress Center München werden mit einer Gala und einem neuntägi-

gen Programm für die Bevölkerung eröffnet. Ein großer Tag in der Geschichte Münchens.

Die 2000er – auf in die neuen Wachstumsmärkte

Im neuen Jahrtausend schreitet die Internationalisierung der Messe München weiter voran. Mit einer Beteiligung am Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) beginnt der systematische Export führender Leitmessen in den chinesischen Markt. 2002 findet die erste bauma China statt, es folgen zahlreiche Spin-offs von in München heimischen Weltleitmessen, darunter ISPO und drinktec sowie analytica und electronica. 2007 gründet das Unternehmen die Tochtergesellschaft MMI India. Und am Heimatstandort stemmt die Messe München neben dem klassischen Messengeschäft Großereignisse der besonderen Art: das Medienzentrum der FIFA Fußballweltmeisterschaft und einen Gottesdienst mit Papst Benedikt XVI.

Die 2010er – wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich

Neben der konsequent fortgesetzten Internationalisierung bestärkt ein umfassendes Effizienz- und Wachstumsprogramm



Die Messe München hat ihre Geschichte anlässlich des Jubiläums in einer Online-Chronik festgehalten: 50jahre.messe-muenchen.de bietet einen kurzweiligen Streifzug durch 50 Jahre Messewirtschaft.



4.

JAHRESABSCHLUSS

LAGEBERICHT UND KONZERNLAGEBERICHT 2013

Messe München GmbH, München



I. Geschäftsverlauf Messe München GmbH

Die **Geschäftstätigkeit** der Messe München GmbH erstreckt sich unverändert im Wesentlichen auf die Weiterentwicklung, den Betrieb und den Unterhalt der Messe München, des ICM – Internationales Congress Center München (nachfolgend „ICM“ genannt) und des MOC Veranstaltungszentrum München (nachfolgend „MOC“ genannt) sowie die Durchführung von Messeveranstaltungen im In- und Ausland. Spezialbereiche (z.B. Standbau) sowie Auslandsaktivitäten (teilweise Vertrieb sowie Messedurchführungen) werden über Beteiligungsgesellschaften abgewickelt.

Nach Erhebungen des Messedachverbandes AUMA hat sich der **Messeplatz Deutschland** 2013 stabil entwickelt. Nach vorläufigen, teilweise geschätzten Ergebnissen stiegen die Ausstellerzahlen auf den 139 in die Berechnungen einbezogenen überregionalen Messen des Jahres 2013 um knapp 1 Prozent gegenüber den vergleichbaren Vorveranstaltungen (Vorjahr: + 2,0 %). Dabei entwickelten sich die Beteiligungen aus dem Ausland mit einem Zuwachs von 2 Prozent (Vorjahr: + 2,5 %) erneut deutlich stärker als die Inlandsbeteiligungen, die einen Rückgang von 1 Prozent verzeichneten (Vorjahr: + 0,5 %). Die vermietete Standfläche blieb 2013 gegenüber den Vorveranstaltungen konstant (Vorjahr: + 4,1 %) und erreichte rund 6,6 Mio. m². Auch die Besucherzahl der Messen veränderte sich mit rund 10 Mio. Besuchern gegenüber dem Niveau der Vorveranstaltungen nicht (Vorjahr: – 1,0 %).

Das Messengeschäft am Standort München entwickelt sich weiterhin besser als der Marktdurchschnitt. 2013 war für die **Messe München GmbH** (nachfolgend „MMG“ genannt) mit allein acht Weltleitmessen turnusbedingt ein außerordentlich starkes Messejahr. Dabei wurde das Messegelände flächenmäßig dreizehnmal umgeschlagen. Nach vorläufigen Ergebnissen stiegen die Ausstellerzahlen der Veranstaltungen der Messe München gegenüber den vergleichbaren Vorveranstaltungen mit knapp 3 Prozent deutlich stärker als der deutsche Messemarkt insgesamt. Dabei erhöhten sich die Beteiligungen aus dem Ausland ebenfalls stark überproportional um fast 10 Prozent. Im Gegensatz zu den übrigen Messengesellschaften in Deutschland wuchs bei der Messe München auch die vermietete Standfläche um fast 2,5 Prozent. Bei den Besucherzahlen konnte die Messe München mit 8,5 Prozent im Gegensatz zum Gesamtmarkt ebenfalls erheblich zulegen. Insofern konnte die Messe München ihren Marktanteil im Jahr 2013 erneut erhöhen.

Gleichzeitig trug weiterhin das von der Geschäftsführung in 2010 aufgesetzte und seitdem ständig weiterentwickelte Effizienz- und Wachstumsprogramm SPEED zum wachsenden Geschäftserfolg bei. In dessen Fokus steht die erhöhte Wirtschaftlichkeit des Unternehmens in Form steigender Umsätze bei gleichzeitig

hoher Kostendisziplin. Verglichen mit den anderen Messeplätzen in Deutschland belegt die Messe München heute bei der Profitabilität (EBITDA/Mitarbeiter) den Spitzenplatz. Zudem hat das wachsende Auslandsengagement des Unternehmens zu einem im Vergleich zum allgemeinen deutschen Messemarkt überproportionalen Anstieg der Beteiligungen aus dem Ausland geführt.

Insgesamt kann die Messe München auf ein außergewöhnlich positives Messejahr 2013 zurückblicken. Die durchgeführten Messen konnten zahlreiche neue Bestmarken bei Ausstellern, Besuchern oder der Internationalität setzen und haben die Planansätze zum Teil deutlich übertroffen.

Bereits die erste große Eigenveranstaltung des Jahres, die BAU, konnte auf hohem Niveau weiter zulegen. Die Zahl der Aussteller auf der Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme stieg auf 2.028 (+ 1 %), davon 28 % aus dem Ausland, die vermietete Fläche auf 120.000 qm (+ 3 %). Die Rekordbesucherzahl der BAU 2011 wurde beinahe erneut erreicht (233.000; – 2 %). Wie schon die BAU 2011 belegte die BAU 2013 alle 16 Hallen des Messegeländes.

Auch die sich unmittelbar anschließende ISPO MUNICH belegte wie bereits in den Vorjahren die gesamte Hallenfläche

des Messegeländes. Sie konnte ebenfalls einen neuen Ausstellerrekord vermelden: 2.493 Aussteller (+ 7 %) aus 51 Ländern informierten rund 82.000 Fachbesucher (+ 5 %) aus 122 Ländern über die neuesten Trends der Sport- und neuerdings auch der Gesundheitsbranche. 65 Prozent der Fachbesucher kamen aus dem Ausland.

Die INHORGENTA 2013 konnte auf Ausstellerseite (1.201; + 8 %) und bei den vermieteten Quadratmetern im Vergleich zur Vorveranstaltung ebenfalls weiter wachsen, was zur Belegung einer weiteren Halle führte. Rund 30.000 Fachbesucher (+ 2 %) aus 89 Ländern bestätigten erneut die Bedeutung der Fachmesse für Schmuck und Uhren im internationalen Markt.

Auf der Reise- und Freizeitmesse F.RE.E präsentierten rund 1.100 Aussteller aus 59 Ländern über 111.000 Besuchern ihr Angebot. Damit lag die Besucherzahl zwar unter dem Vorjahresniveau, aber auch deutlich über dem Niveau der Veranstaltungen bis 2011. Die vermietete Ausstellungsfläche konnte um 5 Prozent auf gut 25.000 m² gesteigert werden.

Die BAUMA 2013 übertraf die Vorveranstaltungswerte bei Ausstellerzahl, belegter Fläche, Besucherzahl und Internationalität. Insgesamt 3.421 Aussteller (+ 5 %) – 1.347 deutsche (+ 3 %)

und 2.074 internationale Unternehmen (+ 6 %) – aus 57 Ländern präsentierten die neuesten Produkte und Innovationen der Bau- und Bergmaschinenbranche auf 575.000 m² (+ 4 %) gut 535.000 Besuchern (+ 27 %) aus 220 Ländern. Die Zahl der internationalen Gäste lag bei über 212.000 (+ 42 %).

Die LASER World of PHOTONICS feierte 2013 ihr 40-jähriges Jubiläum. Die Weltleitmesse der Photonic-Branche konnte dabei einen neuen Ausstellerrekord aufstellen (1.130; + 5 %). Auch die Besucherzahl erreichte mit knapp 27.000 Fachbesuchern aus 72 Ländern erneut ein sehr hohes Niveau. Der Anteil der ausländischen Besucher stieg auf 54 Prozent.

Mit 2.013 Ausstellern (+ 6 %) aus 63 Ländern auf 110.000 m² Ausstellungsfläche (+ 8 %) ist auch die weltweit größte Messe für Logistik, Mobilität IT und Supply Chain Management TRANSPORT LOGISTIC auf Wachstumskurs. Die Zahl der Fachbesucher stieg mit gut 52.000 (+ 2 %) auf einen neuen Bestwert. Auch konnte die Messeveranstaltung ihre Internationalität weiter steigern: auf 45 Prozent bei den Ausstellern und nahezu 40 Prozent bei den Besuchern.

Die LOPEC hat sich 2013 bei ihrer fünften Veranstaltung, der zweiten am Standort München, weiter als Marktplatz für organische und gedruckte Elektronik etabliert. Die internationale Fachmesse und Konferenz ging mit rund 1.900 Teilnehmern (+ 20 %) aus 42 Ländern zu Ende. 110 Aussteller (+ 11 %) aus 19 Ländern präsentierten dem Publikum konkrete Anwendungsfelder der Technologie.

Die nur alle vier Jahre veranstaltete DRINKTEC konnte gegenüber der Vorveranstaltung im Jahr 2009 ebenfalls zulegen. Die Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie zog 1.433 Aussteller (+ 3 %) aus 76 Ländern und fast 67.000 Fachbesucher (+ 14 %) aus 183 Ländern an. Mit einem Anteil internationaler Besucher von mittlerweile über 60 Prozent konnte auch die Internationalität der Veranstaltung auf bereits hohem Niveau weiter gesteigert werden.

Die EXPO REAL, internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen, konnte 2013 erstmals seit der Immobilienkrise wieder mehr Fläche vermieten (33.000 qm, + 2 %). Die Zahl der Aussteller erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr leicht auf 1.663, die Zahl der Teilnehmer blieb mit knapp 36.000 konstant.

1.218 Unternehmen aus 39 Ländern präsentierten auf der PRODUCTRONICA 2013 ihre Innovationen und Lösungen. Gegenüber der Vorveranstaltung im Jahr 2011 bedeutet dies ein Wachstum von 2 Prozent. Die Besucherzahl veränderte sich

mit rund 38.000 aus 90 Ländern nicht. Der stark gestiegene internationale Anteil auf Aussteller- und Besucherseite untermauert die Position der Messe als weltweiter Branchentreffpunkt Nummer eins.

Bei den Gastveranstaltungen stand auch 2013 die weltweit größte Fachmesse der Solarwirtschaft INTERSOLAR EUROPE im Fokus. Ein weiterer Rückgang der Aussteller- und Besucherzahlen gegenüber der letztjährigen Veranstaltung spiegelt die seit 2012 andauernde starke Konsolidierung in der Solarbranche wider. Dennoch präsentierten sich in 12 Messehallen knapp 1.330 Aussteller rund 50.000 Besuchern aus 150 Ländern.

Die Messen, die die Gesellschaft für Handwerksmessen auf dem Münchner Messegelände durchführt, können auf ein erfolgreiches Jahr 2013 zurückblicken. Auf der OPTI, internationale Fachmesse für Augenoptik, wurden mehr als 23.200 Fachbesucher aus 74 Ländern von 491 Ausstellern willkommen geheißen. Die IHM und ihre fast 1.100 Aussteller aus 34 Ländern zogen fast 139.000 Besucher an. Auf der HEIM+HANDWERK (inkl. FOOD & LIFE) besuchten knapp 118.000 Besucher den über 1.100 Ausstellern aus 23 Ländern gute Geschäfte.

Auch das ICM und das MOC konnten die Erwartungen übertreffen. Im ICM fanden 2013 insgesamt 85 Veranstaltungen mit rund 90.000 Besuchern statt. Zum guten Ergebnis beigetragen hat auch die erfolgreiche Vermarktung von Zusatzleistungen und Services durch intensive Beratung der Kunden. Auch das MOC Veranstaltungszentrum war ganzjährig gut gebucht und zählte 100 Veranstaltungen mit insgesamt rund 360.000 Besuchern. Zu den vielen langjährigen Stammkunden wie etwa der Stofffachmesse MUNICH FABRIC START oder der Audiomesse HIGH END gesellten sich 2013 neue Veranstaltungen wie die Lifestyle-Messe EUROMOTOR und die MODELLBAHN.

II. Geschäftsverlauf Konzern

Für die asiatischen Beteiligungsgesellschaften der MMG war 2013 ein vom Veranstaltungskalender her schwächeres Messejahr, vor allem da turnusmäßig keine BAUMA CHINA stattfand.

Nach ihrer erfolgreichen Premiere im Jahr 2011 stellte die BC INDIA – A BAUMA CONEXPO SHOW Anfang Februar in Mumbai ihr Wachstumspotenzial unter Beweis: 710 Aussteller (+ 40 %) aus 33 Ländern belegten eine Ausstellungsfläche von mittlerweile 150.000 m² (+ 70 %). Auch das Besucherinteresse stieg auf über 28.000 Fachbesucher (+ 12 %) an.

Die ISPO Beijing 2013 konnte abermals neue Aussteller- und Besucherrekorde vermelden. Im China National Conventi-

on Center in Beijing präsentierten 415 Aussteller (+ 18 %) 567 Marken (+ 10 %) auf 40.000 m² Ausstellungsfläche (+ 14 %). Über 27.800 Fachbesucher (+ 14 %) besuchten die Veranstaltung. Damit wuchs die Messe in allen relevanten Bereichen wie bereits im Vorjahr zweistellig und baute ihre Position als führende Messe für die Sportbranche im asiatisch-pazifischen Raum weiter aus.

Die erstmalig veranstaltete BAUMA AFRICA in Johannesburg übertraf alle Erwartungen. Mit 754 Ausstellern aus 38 Ländern und 14.700 Besuchern aus über 110 Ländern war die Veranstaltung aus dem Stand heraus die größte Branchenmesse Afrikas. Anstatt geplanter 20.000 m² wurden 60.000 m² Ausstellungsfläche belegt.

Auch die Premiere der IFAT INDIA in Mumbai verlief trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen in Indien erfolgreich. 5.000 Fachbesucher und 131 Aussteller aus 17 Ländern spiegelten die starke Nachfrage nach Umwelttechnik im indischen Markt wider.

Die in Kooperation mit Shanghai ZM International Exhibition Co. Ltd. veranstaltete IE EXPO (durchgeführt von IFAT CHINA + EPTEE + CWS) belegte vier Hallen des Shanghai New International Expo Centre (SNIEC). Die Messe zog 834 Aussteller (+ 11 %) aus 28 Ländern und über 30.000 Besucher (+ 25 %) aus 67 Ländern an. Die IE EXPO stärkte somit ihre führende Position unter den Umweltmessen in China und Asien.

Die ELECTRONICA & PRODUCTRONICA CHINA 2013 verzeichnete mit 737 Ausstellern (+ 18 %) aus 17 Ländern auf 46.000 m² Ausstellungsfläche (+ 31 %) einen deutlichen Zuwachs im Vergleich zur Vorjahresveranstaltung. Die über 47.000 Besucher bedeuten ein Wachstum von rund 13 Prozent.

Die positive Entwicklung des Shanghai New International Expo Centre (SNIEC), an dem die MMG über die GEC GmbH mit 16,6 Prozent beteiligt ist, hielt auch im Jahr 2013 unvermindert an. So verlief die Nachfrage nach Messefläche weiterhin ausgesprochen positiv (+ 7 %). Das Messegelände ist mittlerweile voll ausgebaut und verfügt über 17 Hallen mit insgesamt 200.000 m² Hallenfläche und weiteren ca. 100.000 m² Ausstellungsfläche. Auch 2013 erfolgte eine Gewinnausschüttung der SNIEC über die GEC an deren Gesellschafter.

Die MMG-Tochtergesellschaften IMAG und MEPLAN haben 2013 ein deutlich positives Jahresergebnis erwirtschaften können.

Die wesentlichen Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2013 stellen sich wie folgt dar:

	2013	VORJAHR
Umsatz Messe München GmbH	309,5 Mio. EUR	221,9 Mio. EUR
Jahresergebnis vor Gesellschafterdarlehenszinsen	37,0 Mio. EUR	17,8 Mio. EUR
EBITDA	112,9 Mio. EUR	66,7 Mio. EUR
Umsatz Konzern	353,0 Mio. EUR	298,4 Mio. EUR
Konzernjahresüberschuss	3,2 Mio. EUR	22,1 Mio. EUR
Aussteller Messegelände (MMG-Veranstaltungen)	20.381	14.972
Besucher Messegelände (MMG-Veranstaltungen)	1.289.179	557.669
Belegte Ausstellungsfläche Messegelände	2.724.250 m ²	1.893.770 m ²

Die Trendset GmbH, an der die MMG seit 2012 eine Mehrheitsbeteiligung hält, veranstaltet am Messeplatz München zweimal jährlich die TRENDSET mit BIJOUTEX. Wie bereits in den Vorjahren entwickeln sich die beiden Veranstaltungen weiterhin gut. Die Trendset GmbH hat 2013 erneut einen nennenswerten Jahresüberschuss erzielt.

III. Wesentliche finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Zur Steuerung des Unternehmens ist ein umfangreiches Berichtswesen sowohl auf Unternehmens- und Konzernebene als auch für die einzelnen Messeprojekte implementiert. Quartalsweise werden alle Ist- und Prognosewerte für das betreffende Wirtschaftsjahr (Umsätze, Kosten, Investitionen) bei der MMG und den Beteiligungen erfasst und den Planwerten gegenübergestellt. Ferner werden für die einzelnen Messeveranstaltungen Kennzahlen z.B. zur Kundenzufriedenheit, Rentabilität auf Deckungsbeitragsbasis, Auslandsanteile etc. ermittelt und gegen die Zahlen der Vorveranstaltungen und die Planwerte gespiegelt. Die Steuerung der Projekte erfolgt SAP-unterstützt in Form von Kostenträgerrechnungen, die Steuerung der Zentralabteilungen auf Kostenstellenbasis.

Die MMG hat auch im Jahr 2013 weiter an der Erhöhung des Qualifizierungsgrades der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gearbeitet. Hierzu wurde das interne Schulungsangebot gezielt ausgebaut. Beginnend mit dem 2. Halbjahr 2013 wurde zudem eine Offensive zur Weiterentwicklung der Führungskompetenz und -fähigkeiten der Führungskräfte im Unternehmen gestartet, welches im Geschäftsjahr 2014 fortgesetzt wird.

IV. Lage des Unternehmens und des Konzerns

a) Ertragslage der Messe München

Die geplanten Umsatz- und Ertragsziele für das Jahr 2013 konnten deutlich übertroffen werden. Die Umsatzerlöse lagen mit 309,5 Mio. EUR um 16,9 Mio. EUR über den Planwerten. Wie im Vorjahr wurde ein ausgeglichenes Jahresergebnis erzielt. Die Gesellschafterdarlehen der Gesellschafter Landeshauptstadt München und Freistaat Bayern können erneut verzinst werden. Nach einem Betrag von 17,8 Mio. EUR im Vorjahr können für das Jahr 2013 sogar 37,0 Mio. EUR Zinsen gezahlt werden.

Den **Umsatzerlösen** von 309,5 Mio. EUR (Vj. 221,9 Mio. EUR) standen den Veranstaltungen direkt zurechenbare **Kosten** von 114,5 Mio. EUR (Vj. 89,2 Mio. EUR) gegenüber. Es wurde ein Veranstaltungsergebnis in Höhe von 194,9 Mio. EUR (Vj. 132,7 Mio. EUR) erzielt.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** von 1,9 Mio. EUR (Vj. 5,3 Mio. EUR) resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung von Rückstellungen.

Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl stieg von 567 Mitarbeitern (davon 20 Auszubildende) auf 603 (davon 27 Auszubildende). Der **Personalaufwand** erhöhte sich von 40,5 Mio. EUR im Vorjahr auf 45,9 Mio. EUR.

Die **Abschreibungen** auf immaterielle Wirtschaftsgüter und Sachanlagen beliefen sich praktisch unverändert auf 34,1 Mio. EUR (Vj. 34,3 Mio. EUR).

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** erhöhten sich auf 62,3 Mio. EUR (Vj. 32,4 Mio. EUR). Sie sind wie in den Vorjahren maßgeblich durch die Aufwendungen im Baubereich in Form von Renovierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen geprägt. Einen Sondereffekt stellt die Bildung einer Rückstellung in Höhe von 19,0 Mio. EUR zum Zwecke der Neuausrichtung der betrieblichen Altersversorgung dar.

Der **Zinsaufwand** erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich um 22,6 Mio. EUR auf 54,1 Mio. EUR. Der Anstieg ist im Wesentlichen zurückzuführen auf die im Vergleich zum Vorjahr erheblich höheren Zinszahlungen auf Gesellschafterdarlehen.

An **Ertragsteuern** fiel für das Geschäftsjahr 2013 ein Betrag von 4,0 Mio. EUR an. Die sonstigen Steuern betreffen überwiegend Grundsteuern und pauschale Lohnsteuern.

b) Vermögens- und Finanzlage der Messe München

Die Bilanzsumme verringerte sich von 1.117 Mio. EUR auf 1.102 Mio. EUR. Auf der **Aktivseite** ging das Anlagevermögen durch Abschreibungen insbesondere auf die Gebäude um 24,5 Mio. EUR auf 985,3 Mio. EUR zurück. Das Umlaufvermögen erhöhte sich um 8,5 Mio. EUR auf 115,3 Mio. EUR. Dabei fällt insbesondere das auf 98,5 Mio. EUR gestiegene Guthaben bei Kreditinstituten ins Gewicht.

Auf der Passivseite erhöhte sich das Eigenkapital aufgrund einer teilweisen Wiedereinlage von Gesellschafterdarlehenszinsen in die Kapitalrücklage auf 185,4 Mio. EUR. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten konnten um 41,1 Mio.

EUR auf 236,2 Mio. EUR zurückgeführt werden. Die sonstigen Rückstellungen erhöhten sich von 44,3 Mio. EUR auf 71,4 Mio. EUR. Die erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen sanken turnusbedingt um 30,3 Mio. EUR auf 23,3 Mio. EUR.

Die Liquidität war auch im Geschäftsjahr 2013 jederzeit sichergestellt. Der Finanzmittelfonds erhöhte sich um 8,7 Mio. EUR. Der Anstieg des Finanzmittelfonds resultiert im Wesentlichen aus dem starken Messejahr 2013.

c) Lage des Konzerns

Die Außenumsätze der konsolidierten Beteiligungsgesellschaften im Konzern betrugen 35,3 Mio. EUR und liegen deutlich unter Vorjahresniveau (62,5 Mio. EUR), da im Jahr 2013 die in Shanghai im Zweijahresrhythmus durchgeführten Investitionsgütermessen BAUMA CHINA und TRANSPORT LOGISTIC CHINA turnusgemäß nicht stattfanden. Es wurde ein Konzernjahresüberschuss von 3,2 Mio. EUR (Vorjahr: 22,1 Mio. EUR) erwirtschaftet. Das Konzernergebnis resultiert überwiegend aus dem Ergebnis von MMI (Shanghai) Co., Ltd. Die Ergebnisse der Konzerninlandsbeteiligungen Meplan und IMAG sind über Ergebnisabführungsverträge, die Ergebnisse von Trendset und GEC über Ausschüttungen in der Gewinn- und Verlustrechnung der MMG enthalten.

Die Vermögens- und Finanzlage des Konzerns ist im Wesentlichen durch die vorbeschriebene Lage der Messe München geprägt.

V. Nachtragsbericht

Wesentliche Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Abschluss des Geschäftsjahres waren nicht zu verzeichnen.

VI. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung sowie Risikomanagement

Bei der MMG ist ein **Risikomanagementsystem** installiert. Durch dieses Risikomanagementsystem werden die für die Messe München und die Beteiligungsgesellschaften relevanten Entwicklungen erfasst. Die erforderlichen Gegensteuerungs- und Ausgleichsmaßnahmen können jederzeit eingeleitet werden.

Die allgemeine Risikolage wird jährlich neu analysiert und bewertet. Die generelle Risikosituation hat sich gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert. Gegen die üblichen Geschäftsrisiken sind Sach- und Haftpflichtversicherungen mit vertretbaren Selbstbeteiligungen im gebotenen Umfang abgeschlossen. Gegen Risiken, deren Eintritt äußerst unwahr-

scheinlich ist, die aber in der All-Risk-Gebäudeversicherung eingeschlossen (z.B. Erdbeben) oder die gesondert abgesichert werden können (z.B. Terrorgefahr), ist keine Vorsorge getroffen.

Im Zuge des Abklingens der Eurokrise bestehen für die europäische Wirtschaft aktuell geringere konjunkturelle Risiken als in den vergangenen Jahren. Bei einem Konjunkturabschwung sind Auswirkungen auf das Messegeschäft zu erwarten, da Unternehmen in der Folge von Auftragsrückgängen in der Regel auch ihre Kosten für Messebeteiligungen reduzieren.

Mehrere Messen (BAU, BAUMA, ISPO, IFAT) stoßen auf Basis der derzeitigen Prognosen an die Grenze der Gesamtkapazität des Geländes. Bei diesen Messen wird ein weiteres nachhaltiges Wachstum erwartet. Wenn aber entsprechende Nachfrage flächenmäßig nicht bedient werden kann, droht Substanzverlust bei Ausstellern bzw. Gefahr der Abspaltung einzelner Themen und deren Etablierung an anderen Messestandorten. Die MMG will dieser Entwicklung mit dem Neubau der Hallen C5 und C6 entgegenwirken.

Der generelle wirtschaftliche Druck intensiviert den Wettbewerb um Themen, Gast- und Kongressveranstaltungen sowie den Kauf von Messen. Gast- und Kongressveranstalter werden vermehrt Dumpingangebote unterbreitet, in denen der Anteil der Flächenmieten immer geringer wird. Die Messe München hat sich auch 2013 in diesem verschärften Wettbewerb um Gastveranstalter erfolgreich behauptet.

Weitere Chancen ergeben sich durch die im Rahmen des Effizienz- und Wachstumsprogramms SPEED verfolgte Effizienz- und Wachstumsstrategie.

Bei den Leitmessen ergeben sich Chancen für einen Flächenausbau durch die Weiterentwicklung bestehender bzw. das Andocken neuer Themen. Darüber hinaus soll vermehrt durch strategische Zukäufe das nationale und internationale Portfolio der Messe München ergänzt bzw. ausgebaut werden.

Zur Effizienzsteigerung hat die Geschäftsführung der Messe München 2013 beschlossen, die bisher meist manuellen und je Projektleitung individuellen Arbeitsgänge im Kunden- und Ausstellermanagement zu standardisieren, zu optimieren und zu automatisieren. Zur effektiven und effizienten Umsetzung dieses Vorhabens wurde das Programm „Business to IT“ aufgesetzt.

Die Modernisierung der IT-Infrastruktur wurde auch im Geschäftsjahr 2013 fortgesetzt. Es wird weiterhin intensiv die

Ablösung des zentralen Kundeninformationssystems (ZKIS) betrieben.

Bei der MMG existiert eine Compliance-Organisation mit den Funktionen eines internen Compliance Directors, eines internen Compliance Officers sowie eines externen Ombudsmanns. Hierdurch soll die Einhaltung der gleichzeitig in Kraft getretenen „Compliance Policy“ mit den wichtigsten Verhaltensregeln sichergestellt werden. Neben der Aufdeckung von Fehlverhalten und der Herbeiführung einer Reaktion darauf wird präventiv die Funktionsfähigkeit der bestehenden internen Systeme zur Vermeidung von Regelverstößen überprüft und ggf. Verbesserungen angeregt. Das Compliance-System wird 2014 insbesondere im Hinblick auf die Auslandsgesellschaften weiter optimiert.

Im Beteiligungsbereich ergeben sich derzeit geringfügige Risiken, die auf der aktuellen konjunkturellen Schwächephase in verschiedenen Schwellenländern beruhen sowie aufgrund teilweise starker Wechselkursanpassungen. Hiervon betroffen sind die Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in Indien und der Türkei. MMI India Pvt. Ltd. und MMI Eurasia weisen negative Jahresergebnisse aus. Diese Entwicklung könnte zu einem zusätzlichen Kapitalbedarf der betreffenden Gesellschaften führen. Chancen bestehen in der Weiterentwicklung des Messeprogramms im Ausland.

Mit einem Überschuss schloss EKO MMI Fuarcilik ab: Die im Rahmen des Joint Ventures in der Türkei veranstaltete Logistikmesse LOGITRANS wurde bereits zum dritten Mal erfolgreich durchgeführt. Einen Überschuss erzielte weiter MMI South Africa (Pty) Ltd., die 2013 erstmals die BAUMA AFRICA mit großem Erfolg durchführte.

MMI (Shanghai) Co., Ltd. entwickelt sich weiterhin außerordentlich positiv und erzielte 2013 das bislang beste Ergebnis in einem Nicht-BAUMA CHINA-Jahr. Vom Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) erhielt die MMG über ihre Beteiligungsgesellschaft GEC in 2013 ihre zweite Gewinnausschüttung.

Bei der MMI Asia Pte. Ltd. in Singapur bestehen mögliche Prozessrisiken für Streitigkeiten mit einem ehemaligen Geschäftsführer.

Die MEPLAN konnte sich im sehr wettbewerbsintensiven Standbaugeschäft gut behaupten und im Geschäftsjahr 2013 wie die IMAG und die Trendset GmbH ein positives Jahresergebnis erzielen.

VII. Voraussichtliche Entwicklung

2014 ist für die Messe München turnusgemäß wieder ein normales Messejahr. Es wird mit Umsätzen von rund 215 Mio. EUR und einem ausgeglichenen Ergebnis gerechnet.

Das Messejahr 2014 startete erfolgreich. Die ISPO MUNICH 2014, die im dritten Jahr in Folge alle Messehallen voll belegte, erlebte auf 105.000 m² Nettofläche eine Rekordbeteiligung mit 2.565 Ausstellern (+ 3 %) aus 51 Ländern. Mit erneut über 80.000 Fachbesuchern aus 110 Ländern konnte sie an den Rekord aus 2013 anknüpfen. Die Messe bekräftigte damit einmal mehr ihre Rolle als international führende Plattform der gesamten Sportbranche.

Auch die INHORGENTA verlief erfolgreich. Mit knapp 30.000 Besuchern aus 80 Ländern erreichte die Messe das Niveau des Vorjahres. Rund ein Drittel der Besucher reiste aus dem Ausland an. Die insgesamt 1.197 Aussteller bedeuten einen leichten Rückgang von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dabei entwickelte sich die Teilnahme der internationalen Aussteller positiv. Mit 581 Unternehmen erhöhte sich ihr Anteil auf rund 48 Prozent. Mit fast 1.200 Ausstellern aus rund 60 Ländern sowie über 112.000 Besuchern endete die F.RE.E 2014 mit einem Besucherplus gegenüber der Veranstaltung im vergangenen Jahr. Das Thema Fahrrad belegte erstmals eine ganze Halle, ebenso wuchs der Bereich Caravaning und Mobile Freizeit. Auf den parallel stattfindenden Münchner Autotagen wurden im Vergleich zum Vorjahr erneut mehr Fahrzeuge verkauft.

Der Anmeldestand für die weiteren Veranstaltungen im 1. Halbjahr 2014 (ANALYTICA, LOPEC, IFAT, AUTOMATICA und MAINTAIN) erfüllt bisher die Erwartungen. Die IFAT 2014 erfreut sich eines großen Zuspruchs aus der Industrie. Die Zahl der Aussteller wird voraussichtlich weiter zunehmen (2012: 2.939 Aussteller) und die Ausstellungsfläche weiter anwachsen. Die MAINTAIN, bislang im MOC beheimatet, findet erstmals auf dem Messegelände zusammen mit der AUTOMATICA statt.

Der Ausblick auf die Messen des 2. Halbjahres 2014 (z. B. INTERFORST, EXPO REAL, ELECTRONICA) ist aus heutiger Sicht ebenfalls optimistisch.

Das Auslandsmessegeschäft des Jahres 2014 wird geprägt von der turnusgemäß im November stattfindenden BAUMA CHINA. Es startete ebenfalls positiv. Neue Rekordzahlen konnte bereits im Februar die ISPO Beijing vermelden: Im China National Convention Center in Beijing präsentierten 431 Aussteller (+ 4 %) aus 22 Ländern 637 Marken (+ 12 %) auf 42.000 m² (+ 5 %). Fast 30.000 Fachbesucher (+ 8 %) besuchten die

Veranstaltung. Die Messe baute damit ihre Position als führende Sports-Business-Plattform im asiatisch-pazifischen Raum weiter aus. Ende Februar veranstaltete MMI India in Ahmedabad erstmalig die 2013 erworbene INDIAN CERAMICS. Die Messe für keramische Materialien, Maschinen und Versorgung hat bei ihrer neunten Veranstaltung mit 150 Ausstellern und über 5.500 Fachbesuchern ihre Position als Leitmesse der Branche in Indien behaupten können.

München, den 31. März 2014

Die Geschäftsführung



KONZERNBILANZ

zum 31. Dezember 2013
Messe München GmbH

AKTIVA	31.12.2013 EUR	VORJAHR TEUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	4.387.194,61	3.260
II. Sachanlagen	965.159.937,38	990.878
III. Finanzanlagen	17.764.378,35	17.313
	987.311.510,34	1.011.451
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	109.972,38	504
2. Unfertige Leistungen	2.348.848,07	4.961
3. Fertige Erzeugnisse und Waren	42.975,37	57
4. Geleistete Anzahlungen	691.037,89	743
	3.192.833,71	6.265
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9.809.548,89	13.791
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.231,16	0
3. Forderungen gegen Beteiligungsunternehmen	179.681,61	12
4. Sonstige Vermögensgegenstände	5.657.565,95	6.760
	15.648.027,61	20.563
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	159.332.400,48	152.224
	178.173.261,80	179.052
C. Rechnungsabgrenzungsposten	3.220.471,54	1.965
	1.168.705.243,68	1.192.468
PASSIVA	31.12.2013 EUR	VORJAHR TEUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	248.656.580,58	248.657
II. Kapitalrücklage	79.930.110,21	74.130
III. Andere Gewinnrücklage	61.267,30	213
IV. In den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert	-1.775.304,60	-1.775
V. Eigenkapitaldifferenz aus Währungsumrechnung	850.511,46	1.896
VI. Konzernbilanzverlust	-96.811.108,42	-99.972
VII. Anteile anderer Gesellschafter	836.638,20	409
	231.748.694,73	223.558
B. Gesellschafterdarlehen	520.755.022,66	520.755
C. Rückstellungen		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	9.696.583,00	9.109
2. Steuerrückstellungen	5.826.054,11	1.968
3. Sonstige Rückstellungen	73.392.609,99	46.502
	88.915.247,10	57.579
D. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	236.197.368,98	277.347
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	38.966.468,85	71.300
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.299.094,88	13.533
4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	37.056.202,60	17.877
5. Sonstige Verbindlichkeiten	2.284.084,39	10.393
	326.803.219,70	390.450
E. Rechnungsabgrenzungsposten	483.059,49	126
	1.168.705.243,68	1.192.468

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013
Messe München GmbH, München

	2013 EUR	VORJAHR TEUR
1. Umsatzerlöse	352.998.775,49	298.431
2. Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen	-2.612.131,16	3.805
3. sonstige betriebliche Erträge	3.816.466,52	6.769
	354.203.110,85	309.005
4. Veranstaltungsbezogener Aufwand	-135.108.663,71	-125.812
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-44.361.693,59	-39.823
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung davon für Altersversorgung EUR 4.546.709,00 (Vj. TEUR 3.970)	-11.599.279,97	-10.266
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-34.782.395,24	-34.995
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-66.178.906,49	-36.025
	62.172.171,85	62.084
8. Erträge aus Beteiligungen	64.605,32	4
9. Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	3.535.587,49	4.340
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.492.906,75	872
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen	0,00	-61
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an Gesellschafter EUR 37.042.361,39 (Vj. TEUR 17.845) davon aus der Aufzinsung von Rückstellungen EUR 507.783,00 (Vj. TEUR 417)	-54.178.161,08	-31.543
	-49.085.061,52	-26.388
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	13.087.110,33	35.696
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5.743.724,23	-9.844
15. Sonstige Steuern	-3.066.244,81	-3.477
16. Konzernjahresergebnis vor Anteilen anderer Gesellschafter	4.277.141,29	22.375
17. Ergebnisanteile anderer Gesellschafter	-1.116.257,04	-265
18. Konzernjahresergebnis	3.160.884,25	22.110
19. Verlustvortrag	-99.971.992,67	-122.082
20. Konzernbilanzverlust	-96.811.108,42	-99.972

BILANZ

zum 31. Dezember 2013
Messe München GmbH

AKTIVA	EUR	31.12.2013 EUR	VORJAHR TEUR
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3.035.448,05		1.995
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	948.278.554,28		977.040
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	14.268.480,18		11.777
3. Anlagen im Bau	1.830.965,66		1.349
	964.378.000,12		990.166
III. Finanzanlagen			
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.185.656,67		5.922
2. Beteiligungen	11.725.312,32		11.725
	17.910.968,99		17.647
		985.324.417,16	1.009.808
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,00		404
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7.574.322,89		11.071
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	4.994.464,92		1.115
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	179.633,69		0
4. Sonstige Vermögensgegenstände	4.095.684,11		4.409
	16.844.105,61		16.595
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	98.471.492,52		89.792
		115.315.598,13	106.791
C. Rechnungsabgrenzungsposten		860.318,07	657
		1.101.500.333,36	1.117.256
PASSIVA			
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	248.656.580,58		248.657
II. Kapitalrücklage	79.930.110,21		74.130
III. Verlustvortrag	-143.198.561,35		-143.199
		185.388.129,44	179.588
B. Gesellschafterdarlehen		520.755.022,66	520.755
C. Rückstellungen			
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.915.185,00		7.389
2. Steuerrückstellungen	5.585.093,88		1.670
3. Sonstige Rückstellungen	71.388.409,13		44.311
		84.888.688,01	53.370
D. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	236.197.368,98		277.347
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	23.252.154,94		53.567
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.284.276,54		12.272
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.322.393,25		1.454
5. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	37.056.202,60		17.877
6. Sonstige Verbindlichkeiten davon aus Steuern EUR 699.632,82 (Vj. TEUR 639)	1.356.096,94		1.026
		310.468.493,25	363.543
		1.101.500.333,36	1.117.256

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013
Messe München GmbH, München

	2013 EUR	VORJAHR TEUR
1. Umsatzerlöse	309.452.305,53	221.856
2. sonstige betriebliche Erträge	1.901.978,63	5.296
	311.354.284,16	227.152
3. Veranstaltungsbezogener Aufwand		
a) Werbekosten	-18.504.654,39	-17.774
b) Durchführungskosten	-96.032.569,28	-71.419
	-114.537.223,67	-89.193
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	-35.886.574,75	-31.805
b) Soziale Abgaben davon für Altersversorgung EUR 4.440.295,13 (Vj. TEUR 3.865)	-10.028.191,13	-8.664
	-45.914.765,88	-40.469
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-34.144.631,81	-34.324
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-62.338.201,06	-32.358
	-256.934.822,42	-196.344
	54.419.461,74	30.808
7. Erträge aus Beteiligungen davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 687.464,60 (Vj. TEUR 512)	3.687.464,60	3.712
8. Erträge aus Ergebnisabführungsverträgen davon aus verbundenen Unternehmen: EUR 2.378.306,05 (Vj. TEUR 972)	2.378.306,05	972
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge davon von verbundenen Unternehmen: EUR 4.103,97 (Vj. TEUR 6)	528.352,55	401
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen davon an verbundenen Unternehmen: EUR 0,00 (Vj. TEUR 0) davon an Gesellschafter: EUR 37.042.361,39 (Vj. TEUR 17.845) davon Aufzinsung langfristiger Rückstellungen: EUR 423.177,00 (Vj. TEUR 407)	-54.091.793,87	-31.529
	-47.497.670,67	-26.444
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	6.921.791,07	4.364
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-3.958.999,00	-1.237
13. Sonstige Steuern	-2.962.792,07	-3.127
14. Jahresergebnis	0,00	0

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS – KONZERN

Messe München GmbH

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN							KUMULIERTE ABSCHREIBUNGEN						BUCHWERTE	
	31.12.2012	Änderung Kons.kreis*	1.1.2013	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	31.12.2013	31.12.2012	Änderung Kons.kreis*	1.1.2013	Zugänge	Abgänge	31.12.2013	31.12.2013	31.12.2012
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände															
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	22.030	-5	22.025	2.582	415	10	25.012	19.785	-3	19.782	1.310	10	21.082	3.930	2.245
2. Geschäfts- oder Firmenwert	1.935	0	1.935	0	0	0	1.935	1.335	0	1.335	150	0	1.485	450	600
3. Geleistete Anzahlungen	415	0	415	7	-415	0	7	0	0	0	0	0	0	7	415
	24.380	-5	24.375	2.589	0	10	26.954	21.120	-3	21.117	1.460	10	22.567	4.387	3.260
II. Sachanlagen															
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.408.697	0	1.408.697	431	608	55	1.409.681	431.547	0	431.547	29.778	3	461.322	948.359	977.150
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	111.721	-41	111.680	5.480	728	507	117.381	99.342	-30	99.312	3.544	445	102.411	14.970	12.379
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	1.349	0	1.349	1.818	-1.336	0	1.831	0	0	0	0	0	0	1.831	1.349
	1.521.767	-41	1.521.726	7.729	0	562	1.528.893	530.889	-30	530.859	33.322	448	563.733	965.160	990.878
III. Finanzanlagen															
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	285	-285	0	263	0	0	263	0	0	0	0	0	0	263	285
2. Beteiligungen	130	-1	129	0	0	7	122	61	-2	59	0	0	59	63	69
3. Anteile an assoziierten Unternehmen	12.166	-37	12.129	0	0	0	12.129	-4.793	19	-4.774	-535	0	-5.309	17.438	16.959
4. Geleistete Anzahlungen auf Anteile an assoziierten Unternehmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Wertpapiere des Anlagevermögens	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	12.581	-323	12.258	263	0	7	12.514	-4.732	17	-4.715	-535	0	-5.250	17.764	17.313
	1.558.728	-369	1.558.359	10.581	0	579	1.568.361	547.277	-16	547.261	34.247	458	581.050	987.311	1.011.451

* Änderung Konsolidierungskreis und Währungseffekte

ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS

Im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013
Messe München GmbH, München

	ANSCHAFFUNGS- UND HERSTELLUNGSKOSTEN					ABSCHREIBUNGEN				RESTBUCHWERTE	
	01.01.2013	Zugänge	Abgänge	Umbuchung	31.12.2013	01.01.2013	Zugänge	Abgänge	31.12.2013	31.12.2013	31.12.2012
	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	20.738.080,15	2.216.524,88	112,50	0,00	22.954.492,53	18.743.429,73	1.175.650,37	35,62	19.919.044,48	3.035.448,05	1.994.650,42
II. Sachanlagen											
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.408.384.509,55	431.005,56	54.072,95	607.836,07	1.409.369.278,23	431.343.904,97	29.749.781,07	2.962,09	461.090.723,95	948.278.554,28	977.040.604,58
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	108.314.807,12	4.987.903,63	187.212,90	728.226,50	113.843.724,35	96.538.167,09	3.219.200,37	182.123,29	99.575.244,17	14.268.480,18	11.776.640,03
3. Anlagen im Bau	1.348.963,57	1.818.064,66	0,00	-1.336.062,57	1.830.965,66	0,00	0,00	0,00	0,00	1.830.965,66	1.348.963,57
	1.518.048.280,24	7.236.973,85	241.285,85	0,00	1.525.043.968,24	527.882.072,06	32.968.981,44	185.085,38	560.665.968,12	964.378.000,12	990.166.208,18
III. Finanzanlagen											
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.465.447,50	264.313,17	0,00	0,00	6.729.760,67	544.104,00	0,00	0,00	544.104,00	6.185.656,67	5.921.343,50
2. Beteiligungen	11.725.312,32	0,00	0,00	0,00	11.725.312,32	0,00	0,00	0,00	0,00	11.725.312,32	11.725.312,32
	18.190.759,82	264.313,17	0,00	0,00	18.455.072,99	544.104,00	0,00	0,00	544.104,00	17.910.968,99	17.646.655,82
	1.556.977.120,21	9.717.811,90	241.398,35	0,00	1.566.453.533,76	547.169.605,79	34.144.631,81	185.121,00	581.129.116,60	985.324.417,16	1.009.807.514,42

KONZERNANHANG 2013

für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013
Messe München GmbH, München

Allgemeine Hinweise

Der vorliegende Konzernabschluss wurde gemäß §§ 290 ff. HGB aufgestellt.

Zur Klarheit und Übersichtlichkeit des Konzernabschlusses haben wir einzelne Posten der Konzernbilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang

erläutert. Die für einzelne Posten geforderten Zusatzangaben haben wir ebenfalls in den Anhang übernommen. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wurde nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Konsolidierungskreis

Der Konzernabschluss umfasst folgende vollkonsolidierte Unternehmen:

FIRMA, SITZ	ANTEIL AM EIGENKAPITAL 31.12.2013 IN %	NENNKAPITAL		EIGENKAPITAL 31.12.2013 TEUR	JAHRESERGEBNIS 2013 TEUR
		WÄHRUNG	31.12.2013 IN TSD.		
Direkt:					
IMAG Internationaler Messe- und Ausstellungsdienst GmbH, München	100,00	EUR	102	281	1.404 ¹⁾
MMI Asia Pte. Ltd., Singapur	100,00	SGD	50	2.886	-526
MMI India Pvt. Ltd., Mumbai ²⁾	100,00	INR	15.625	551	-243
MMI Asia (Hong Kong) Ltd., Hongkong ³⁾	100,00	HK\$	10	3	-3
Meplan GmbH, München	85,00	EUR	51	119	1.119 ¹⁾
Trendset GmbH, München	51,15	EUR	26	1.376	1.306
MMI South Africa (Pty) Ltd., Johannesburg ⁶⁾	100,00	ZAR	3.000	912	779
Indirekt:					
MMI (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai ⁴⁾	100,00	CNY	4.138	41.298	2.900
bc Expo India Pvt. Ltd., Mumbai ⁵⁾	65,00	INR	16.000	159	-18

Im Übrigen verweisen wir auf die Angaben zum Anteilsbesitz.

- 1) vor Ergebnisabführung an die MMG
- 2) Die Anteile werden zu je 50 % von der Messe München GmbH und der MMI Asia Pte. Ltd. gehalten. Die Gesellschaft wurde Ende 2007 gegründet und erstmalig in 2011 in den Konzernabschluss einbezogen.
- 3) In 2013 hat die MMG von der MMI Asia Pte. Ltd., Singapur, die Anteile erworben (deshalb erfolgte der Ausweis im Vorjahr noch unter indirekter Beteiligung)
- 4) Sämtliche Anteile an der Tochtergesellschaft werden von der MMI Asia Pte. Ltd. gehalten.
- 5) Es handelt sich um eine 65 %-ige Tochter der MMI Asia Pte. Ltd., Singapur. Die Gesellschaft wurde Ende 2010 gegründet und erstmalig in 2011 in den Konzernabschluss einbezogen.
- 6) Sämtliche Anteile werden von der Messe München GmbH gehalten. Die Gesellschaft wurde im April 2012 gegründet und erstmalig in 2013 in den Konzernabschluss einbezogen.

Konsolidierung der Einzelabschlüsse der Tochterunternehmen

Entsprechend den gesetzlichen Vorschriften der §§ 300 ff. HGB werden die Einzelabschlüsse der Tochterunternehmen nach den Grundsätzen der Vollkonsolidierung einbezogen, d.h., an die Stelle der dem Mutterunternehmen gehörenden Anteile an den einbezogenen Tochterunternehmen treten die Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten sowie Sonderposten der Tochterunternehmen.

Unter Ausübung des Wahlrechts nach § 296 Abs. 2 HGB wurden die Adventor GmbH, München (Anteil am Eigenkapital 90 %) und die MMI Eurasia Fuarcilik Limited Sirketi, Istanbul (Anteil am Eigenkapital 55 %), wegen Unwesentlichkeit nicht in den Konzernabschluss einbezogen.

Unter Ausübung des Wahlrechts nach § 311 Abs. 2 HGB wurde auf den Einbezug der Firma MMI-ZM Trade Fairs (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai (Anteil am Eigenkapital 50 %), verzichtet.

Kapitalkonsolidierung

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt grundsätzlich nach der Neubewertungsmethode (§ 301 Abs. 1 HGB). Danach werden die konsolidierungspflichtigen Anteile mit dem auf sie entfallenden Eigenkapital der Tochterunternehmen verrechnet. Ein sich ergebender passivischer Ausgleichsposten aus der Kapitalkonsolidierung wird nach dem Eigenkapital ausgewiesen.

Ein sich ergebender aktivischer Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- und Firmenwert ausgewiesen und linear über 4 Jahre, beginnend mit dem Folgejahr, bzw. über fünf Jahre abgeschrieben.

Der als „In den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert“ ist auf die Erstkonsolidierung der IMAG zurückzuführen. In nachfolgender Tabelle wird dessen Entstehung veranschaulicht:

IMAG	EUR
Kaufpreis	2.056.515,14
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung	
Stammkapital	102.258,38
Kapitalrücklage	178.952,16
	281.210,54
Firmenwert	1.775.304,60

Bis einschließlich 1994 wurde der sich aus der Kapitalkonsolidierung ergebende Geschäfts- oder Firmenwert gemäß § 309 Abs. 1 Satz 3 HGB offen von den Rücklagen der MMG abgesetzt. 1995 wurden die für die Verrechnung verwendeten Gewinnrücklagen der MMG gemäß Gesellschafterbeschluss in voller Höhe aufgelöst, um den Verlustvortrag aus 1994 teilweise abzudecken. Da damit keine Rücklagen mehr zur Verrechnung mit dem Geschäfts- oder Firmenwert zur Verfügung standen, entstand der „In

den Vorjahren mit Gewinnrücklagen verrechneter Geschäfts- oder Firmenwert“ in Höhe von TEUR 1.775.

In 2002 hat die Gesellschaft 85 % an der Meplan GmbH, München, erworben. Da der Kaufpreis das erworbene Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung überstieg, entstand ein Firmenwert, der über die Jahre 2003 bis 2006 abgeschrieben wurde.

MEPLAN GMBH	EUR
Kaufpreis	1.228.956,88
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Konsolidierung	43.459,81
Firmenwert	1.185.497,07

Seit 2008 hielt die Gesellschaft 40 % der Anteile an der Trendset GmbH, München. Mit Vertrag vom 21. Dezember 2011 bzw. mit Wirkung zum 1. Januar 2012 wurde ein weiterer Anteil in Höhe von 11,15 % erworben, sodass die MMG nunmehr 51,15 % der Anteile an der Trendset GmbH hält. Dementsprechend wurde die Trendset GmbH im Geschäftsjahr 2012 erstmals vollkonsolidiert.

Da der im Rahmen des Übergangs von der Equity- zur Vollkonsolidierung anzusetzende Beteiligungswert das hierauf entfallende Eigenkapital übersteigt, ergibt sich ein aktiver Unterschiedsbetrag, der

als Firmenwert ausgewiesen und planmäßig über fünf Jahre abgeschrieben wird.

TRENDSET GMBH	EUR
Kaufpreis	1.291.160,29
Abzüglich Eigenkapital zum Zeitpunkt der erstmaligen Übergangskonsolidierung	541.254,19
Firmenwert	749.906,10

Schuldenkonsolidierung

Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden aufgerechnet.

Aufwands- und Ertragskonsolidierung

Umsatzerlöse und andere Erträge aus Lieferungen und Leistungen zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden mit den auf sie entfallenden Aufwendungen verrechnet.

Steuerabgrenzung

Im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 wurden keine latenten Steuern aus den Jahresabschlüssen der einbezogenen Unternehmen angesetzt, da sich ein Überhang aktiver latenter Steuern ergibt. Steuerlatenzen aus den Überleitungen zur Handelsbilanz II bzw. aus Konsolidierungsmaßnahmen bestehen nicht.

Fremdwährungsumrechnung

Die Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse erfolgt grundsätzlich nach dem Stichtagskursverfahren. Danach werden das Eigenkapital – mit Ausnahme des Jahresergebnisses – zu historischen Kursen, die übrigen Vermögens- und Schuldenpositionen zu den Mittelkursen am Bilanzstichtag umgerechnet. Die bilanziellen Unterschiedsbeträge daraus werden in einem gesonderten Posten innerhalb des Eigenkapitals ausgewiesen.

Quotenkonsolidierung

Die EKO MMI Fuarcilik Limited Sirketi, Istanbul, wird von der Messe München GmbH und der konzernfremden EKO Fuarcilik Ticaret Limited Sirketi, Istanbul, gemeinsam geführt. Die Gesellschaft wurde entsprechend der Beteiligung in Höhe von 50 % konsolidiert (§ 310 HGB).

Equity-Konsolidierung

Die Messe München GmbH hält an der GEC German Exposition Corporation International GmbH, Berlin, eine Beteiligung von 33,3 %, die seit 2004 in den Konzernabschluss der MMG einbezogen wird. An der Jing Mu International Exhibition Co. Ltd., Peking, China, ist die MMI Asia Pte. Ltd. Singapur seit 2005 mit 50 % beteiligt. Ab 2006 wird Jing Mu in den Konzernabschluss einbezogen. Damit ist bei beiden Beteiligungen maßgeblicher Einfluss im Sinne des § 311 Abs. 1 HGB vorhanden.

Die Bewertung dieser Beteiligungen erfolgt im Konzernabschluss nach der Equity Methode gemäß der Buchwertmethode (§ 312 Abs. 1 HGB). Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der Gesellschaft entsprechen im Wesentlichen den im Konzernabschluss angewandten Verfahren.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Für die Aufstellung des Konzernabschlusses wurden die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angewandt.

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer (Software 3 – 5 Jahre) um planmäßige Abschreibungen zu üblichen Abschreibungssätzen vermindert.

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten angesetzt und wird, soweit abnutzbar, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Hierbei wurden grundsätzlich folgende Nutzungsdauern angesetzt: 40 Jahre bei Gebäuden, 3 bis 12 Jahre bei Betriebs- und Geschäftsausstattungen, 6 Jahre bei Fahrzeugen und 10 Jahre bei Betriebsvorrichtungen. Geringwertige Wirtschaftsgüter mit einem Einzelanschaffungswert von 150 – 1.000 EUR wurden in 2008 und 2009 in einem jährlichen Sammelposten eingestellt und auf einen Zeitraum von 5 Jahren mit jeweils 20 % abgeschrieben. Ab 2010 werden geringwertige Wirtschaftsgüter bis zu einem Wert von EUR 410 im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens erfolgen grundsätzlich zeitanteilig.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt.

Die Vorräte werden grundsätzlich zu Anschaffungs- und Herstellungskosten angesetzt.

Der unter den Vorräten ausgewiesene Bestand an noch nicht abgerechneten Veranstaltungen resultiert aus dem Durchführungsgeschäft der IMAG für öffentliche Auftraggeber. Die Bestände wurden zu den angefallenen Veranstaltungskosten zuzüglich der von der Gesellschaft bereits verdienten Durchführungsleistung bewertet.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt. Allen risikobehafteten Posten ist durch die Bildung angemessener Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen; das allgemeine Kreditrisiko ist durch pauschale Abschläge berücksichtigt.

Die Bewertung der Rückstellung für Pensionen und Vorruhestandsverpflichtungen und die Bewertung der Rückstellung für Beihilfeverpflichtungen basiert auf dem sog. Anwartschaftsbarwertverfahren. Den Berechnungen liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

	PENSIONSVERPFLICHTUNG		BEIHILFEVERPFLICHTUNG	
	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2012
Rechnungszinssatz	4,88 %	5,04 %	4,88 %	5,04 %
Gehaltstrend	2,00 %	2,00 %	0,00 %	0,00 %
Rententrend	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %

Den Berechnungen für die Entgeltumwandlung und für die Rückstellung für Altersteilzeit liegen folgende versicherungsmathematische Annahmen zugrunde:

	ENTGELTUMWANDLUNG		ALTERSTEILZEIT	
	31.12.2013	31.12.2012	31.12.2013	31.12.2012
Zinssatz	4,88 %	5,04 %	3,34 %	3,69 %
Gehaltstrend	2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %
Durchschnittlicher Rententrend	1,00 %	1,00 %	0,00 %	0,00 %

Für die Bestimmung von Sterbe- und Invaliditätswahrscheinlichkeit werden für alle Gutachten die Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck zugrunde gelegt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten. Die Bewertung erfolgt mit dem voraussichtlichen Erfüllungsbetrag.

Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag angesetzt.

Forderungen und Verbindlichkeiten in Fremdwährungen wurden mit dem Devisenkassamittelkurs am Bilanzstichtag bewertet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel dargestellt.

Finanzanlagen

Die Zusammensetzung des Anteilsbesitzes ist der nachfolgenden Übersicht „Angaben zum Anteilsbesitz“ zu entnehmen.

FIRMA, SITZ	ANTEIL AM EIGENKAPITAL 31.12.2013 IN %	NENNKAPITAL 31.12.2013 TEUR	EIGENKAPITAL 31.12.2013 TEUR	JAHRESERGEBNIS 2013 TEUR
Ausland:				
Verbundene Unternehmen				
Jing Mu International Exhibition Co. Ltd., Peking ¹⁾	50,00	556	2.558	1.353
MMI Eurasia Furarcilik Ltd., Sirketi, Istanbul ²⁾	55,00	405	254	-81
MMI-ZM Trade Fairs (Shanghai) Co., Ltd., Shanghai ¹⁾	50,00	120	461	635
Inland:				
Verbundene Unternehmen				
Adventor GmbH, München	90,00	50	0	0
Assoziiertes Unternehmen				
GEC German Exposition Corporation International GmbH, Berlin	33,33	150	48.187	10.526

1) Umrechnungskurs 0,11980
2) Umrechnungskurs 0,33780

Forderungen

Alle Forderungen sind innerhalb eines Jahres fällig.

Flüssige Mittel

Die Flüssigen Mittel von insgesamt TEUR 159.332 beinhalten Bankguthaben und Kassenbestand.

Latente Steuern

Zum Bilanzstichtag ergeben sich ausschließlich aktivische Steuerlatenzen resultierend aus handels- und steuerrechtlich voneinander abweichenden Wertansätzen der Pensionsrückstellungen und sonstiger Rückstellungen sowie steuerlichen Verlustvorträgen. Es wird vom Aktivierungswahlrecht des § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB kein Gebrauch gemacht, sodass ein Ansatz latenter Steuern in der Bilanz unterbleibt. Der momentan anzuwendende tatsächliche Steuersatz beträgt 32,98 %.

Eigenkapital

Hinsichtlich der Entwicklung des Eigenkapitals verweisen wir auf den beigefügten Eigenkapitalspiegel.

Gesellschafterdarlehen

Die Gesellschafterdarlehen wurden der MMG von den beiden Hauptgesellschaftern überwiegend zur Finanzierung der Investitionen für den Bau der Neuen Messe München-Riem gewährt. Hinsichtlich der Verzinsung verweisen wir auf die Ausführungen unter „sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen wurden im Wesentlichen für Zahlungen im Zusammenhang mit dem Wechsel des Abrechnungsverbandes zur Zusatzversorgung (TEUR 19.000), Nachversicherungen der Zusatzversorgungskasse (TEUR 18.354), unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen (TEUR 17.871), für Personalkosten (TEUR 7.971), ausstehende

Rechnungen (TEUR 1.660) und Altersanteilezeit (TEUR 747) gebildet.

Aus der Umstellung der langfristigen Aufwandsrückstellungen für Baumängel/Gewährleistungsmängel 1. BA aufgrund der geänderten Bewertung durch das BilMoG wird von dem Wahlrecht des Art. 67 Abs. 3 Satz 1 EGHGB Gebrauch gemacht und die Rückstellung beibehalten. Der Betrag der Rückstellung beläuft sich zum 31. Dezember 2013 auf TEUR 17.871.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind wie folgt fällig:

FÄLLIGKEIT	2013 TEUR	2012 TEUR
< 1 Jahr	41.149	41.149
1–5 Jahre	155.048	164.597
> 5 Jahre	40.000	71.600

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind in voller Höhe durch Grundschulden besichert.

Fälligkeit von Verbindlichkeiten

Nachfolgende Verbindlichkeiten sind sämtlich innerhalb eines Jahres fällig:

VERBINDLICHKEITEN	31.12.2013 TEUR	31.12.2012 TEUR
aus erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen	38.966	71.300
aus Lieferungen und Leistungen	12.299	13.533
gegenüber verbundenen Unternehmen	0	0
gegenüber Beteiligungsunternehmen	0	0
gegenüber Gesellschaftern	37.056	17.877
sonstige Verbindlichkeiten	2.284	10.393

Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern

Unter Beachtung von § 42 Abs. 3 GmbH weist die Gesellschaft die Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern gesondert aus. Die Verbindlichkeit gegenüber der

Gesellschafterin Landeshauptstadt München beläuft sich unter Berücksichtigung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von TEUR 14 auf TEUR 19.738 (Vj. TEUR 9.533) und gegenüber dem Freistaat Bayern auf TEUR 17.318 (Vj. Forderung TEUR 8.343).

Sonstige Verbindlichkeiten

Von den sonstigen Verbindlichkeiten entfallen TEUR 1.489 (Vj. TEUR 8.232) auf Steuern und TEUR 0 (Vj. TEUR 0) auf Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen in Höhe von TEUR 2.932 Zahlungsverpflichtungen aus Miet- und sonstigen Verträgen. Davon beträgt die Laufzeit für TEUR 1.658 zwischen 1 und 5 Jahren.

Die Gesellschafterdarlehen werden mit 3,5 % über dem jeweiligen Diskontsatz der Deutschen Bundesbank, mindestens aber mit 5,5 % p. a. verzinst. Zinsleistungen auf die Gesellschafterdarlehen in Höhe von derzeit TEUR 520.755 sind nicht zu erbringen, soweit sie nicht aus dem Jahresüberschuss gemäß § 275 Abs. 2 HGB des laufenden Jahres und der vergangenen neun Jahre abgedeckt

werden können. 2013 wurden Zinsen auf Gesellschafterdarlehen in Höhe von TEUR 37.042 (Vj. TEUR 17.845) geleistet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

UMSATZERLÖSE	2013 TEUR	2012 TEUR
Aussteller	294.323	251.218
Öffentliche Auftraggeber	7.242	3.063
Besucher	18.505	10.701
Sonstige	32.929	33.448
	352.999	298.430

Die Umsätze wurden zu 90 % in Deutschland sowie zu 10 % im Ausland erzielt.

Veranstaltungsaufwendungen

Der Posten beinhaltet neben dem Aufwand für Veranstaltungen des Geschäftsjahres 2013 periodenfremde Aufwendungen in Höhe von TEUR 11.204.

Sonstige betriebliche Erträge

Der Posten beinhaltet unter anderem Skontoerträge und Erträge aus Scha-

denfällen sowie periodenfremde Erträge von TEUR 2.000, die mit TEUR 1.617 im Wesentlichen auf Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen entfallen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Der Posten beinhaltet periodenfremde Aufwendungen von TEUR 22.108. Hierauf entfallen TEUR 19.000 für Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Wechsel des Abrechnungsverbandes der Zusatzversorgung.

SONSTIGE ANGABEN

Aufsichtsrat im Berichtsjahr

CHRISTIAN UDE
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München (Vorsitzender)

MARTIN ZEIL
Staatsminister, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
Stellvertretender Ministerpräsident (1. stellv. Vorsitzender)
– bis 10.10.2013

ILSE AIGNER
Staatsministerin, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie
Stellvertretende Ministerpräsidentin – ab 03.12.2013
(1. stellv. Vorsitzende – ab 19.12.2013)

HEINRICH TRAUBLINGER
Präsident der Handwerkskammer für München und Oberbayern, München, MdL a. D.
(weiterer stellv. Vorsitzender)

STEFAN OSTERMEIER
Betriebsratsvorsitzender, Messe München GmbH
(weiterer stellv. Vorsitzender)

DR. INGRID ANKER
Stadträtin der Landeshauptstadt München
– ab 01.12.2013

PETER DRIESSEN
Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

JENS GANSSAUGE
Stellv. Betriebsratsvorsitzender, Messe München GmbH

DR. THOMAS GRUBER
Ministerialdirigent, Bayerische Staatskanzlei
– ab 13.12.2013

JOHANNES HINTERSBERGER
Staatssekretär, Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat
– ab 13.12.2013

DR. ROLF-DIETER JUNGK
Ministerialdirigent, Bayerische Staatskanzlei
– bis 01.12.2013

DR. ULRICH KLEIN
Ministerialdirigent, Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat

REINHARD KLEIN
Projektgruppenleiter, Messe München GmbH

GEORG MOLLER
Projektgruppenleiter, Messe München GmbH

SABINE NALLINGER
Stadträtin der Landeshauptstadt München

HANS PODIUK
Stadtrat der Landeshauptstadt München

FRANZ JOSEF PSCHIERER
Staatssekretär, Bayerisches Staatsministerium der Finanzen; ab Oktober 2013: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

HELMUT SCHMID
Stadtrat der Landeshauptstadt München

NICOLE SCHMITT
Projektgruppenleiterin, Messe München GmbH

CLAUDIA TAUSEND
Stadträtin der Landeshauptstadt München
– bis 30.11.2013

ROLF TISCHER
Stellv. Bereichsleiter, Messe München GmbH

DR. ULRIKE WOLF
Ministerialdirigentin, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie
– bis 02.12.2013

Mitglieder des Finanz- und Personalausschusses im Berichtsjahr
DR. ULRICH KLEIN
Vorsitzender – ab 17.05.2013

HELMUT SCHMID
Stellvertretender Vorsitzender

PETER DRIESSEN

HANS PODIUK

NICOLE SCHMITT

ROLF TISCHER

DR. ULRIKE WOLF
– bis 02.12.2013

Geschäftsführung
KLAUS DITTRICH
Poing
Vorsitzender der Geschäftsführung

NORBERT BARGMANN
Rosenheim
Stellv. Vorsitzender der Geschäftsführung – bis 22.04.2013

EUGEN EGETENMEIR
Feldkirchen
Geschäftsführer

DR. REINHARD PFEIFFER
München
Geschäftsführer

GERHARD GERRITZEN
München
Stellv. Geschäftsführer

Gesamtbezüge der Geschäftsführung

Die Bezüge der Geschäftsführung beliefen sich in 2013 auf:

	TEUR
Klaus Dittrich Vorsitzender	297,4
Norbert Bargmann Stellv. Vorsitzender	206,8
Eugen Egetenmeir	224,7
Dr. Reinhard Pfeiffer	232,8
Gerhard Gerritzen Stellv. Geschäftsführer	173,7
	1.135,4

In den Bezügen sind analog zum Vorjahr die Versorgungszuschläge öffentlich-rechtlicher Einrichtungen von TEUR 29 nicht enthalten.

Gesamtbezüge des Aufsichtsrats

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich in 2013 auf TEUR 45.

Gesamtbezüge ehemaliger Mitglieder der Geschäftsführung

Die Bezüge für ehemalige Mitglieder der Geschäftsführung und ihre Hinterbliebenen betragen in 2013 TEUR 353. Für die Pensionsverpflichtungen gegenüber früheren Organmitgliedern sind zum Bilanzstichtag TEUR 3.870 bzw. TEUR 561 gegenüber Hinterbliebenen früherer Organmitglieder zurückgestellt.

Befreiung nach § 264 Abs. 3 HGB

Die in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen IMAG – Internationaler Messe- und Ausstellungsdienst GmbH, München, und Meplan GmbH, München, legen ihre Jahresabschlüsse für 2013 unter Bezugnahme auf § 264 Abs. 3 HGB nicht offen.

Mitarbeiter

Die Anzahl der durchschnittlich beschäftigten Mitarbeiter betrug:

	2013	2012
Angestellte	809	759
Auszubildende	33	26
	842	785

Bei den Firmen, die nach der Equity Methode einbezogen werden, sind insgesamt 30 Mitarbeiter beschäftigt.

Gesamthonorar des Abschlussprüfers

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar für den Abschlussprüfer beträgt für die Abschluss- und Konzernabschlussprüfung TEUR 64 und für steuerliche Beratung TEUR 10.

München, 11. April 2014

Geschäftsführung

KONZERN-KAPITALFLUSSRECHNUNG

Für das Geschäftsjahr 2013
Messe München GmbH

	2013 TEUR	2012 TEUR
Konzernergebnis vor Ertragsteuern und Zinsen	24.956	44.568
- Ertragsteuerzahlungen	-1.887	-9.546
+ Zinseinzahlungen	1.692	942
+ Abschreibungen (-Zuschreibungen) auf Gegenstände des Anlagevermögens	34.247	34.951
+/- Veränderung der Rückstellungen	27.470	1.555
+/- Veränderung des Unterschiedsbetrages aus Währungsdifferenzen	-1.046	-74
+/- Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	160	-593
+/- Verlust/Gewinn aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-32	20
- Zunahme (+Abnahme) der Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	6.764	-11.732
+ Zunahme (-Abnahme) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.464	62.556
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	87.860	122.647
+ Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	153	45
- Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände	-2.589	-813
- Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen	-7.729	-4.475
- Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	-263	-285
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-10.428	-5.528
+ Einzahlungen aus Zuführungen in die Kapitalrücklage	5.800	0
- Auszahlung Verzinsung Gesellschafterdarlehen Vorjahr	-17.845	-2.286
- Sonstige Zinsauszahlungen	-16.627	-13.291
- Auszahlung an Minderheitsgesellschafter	-746	0
+ Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	0	0
- Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzkrediten	-41.149	-41.149
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-70.567	-56.726
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	6.865	60.393
+ Konsolidierungskreisbedingte Änderungen des Finanzmittelfonds	243	3.432
Finanzmittelfonds am Anfang des Geschäftsjahres (= Flüssige Mittel)	152.224	88.399
Finanzmittelfonds am Ende des Geschäftsjahres (= Flüssige Mittel)	159.332	152.224

KONZERN- EIGENKAPITALSPIEGEL

für die Geschäftsjahre 2013 und 2012
Messe München GmbH, München

	MUTTERUNTERNEHMEN						MINDERHEITENKAPITAL	KONZERNEIGENKAPITAL	
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	Kumuliertes übriges Konzernergebnis					Eigenkapital gemäß Konzernbilanz
				Ausgleichs- posten aus Währungs- umrechnung	andere Gewinnrücklagen	andere neutrale Transaktionen			
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	
Stand am 31.12.2011	248.657	74.130	-122.082	1.970	213	-1.775	201.113	125	201.238
Änderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0	0	0	0	28	28
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-74	0	0	-74	-9	-83
Konzern-Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0	0	22.110	0	0	0	22.110	265	22.375
Stand am 31.12.2012	248.657	74.130	-99.972	1.896	213	-1.775	223.149	409	223.558
Einstellung in die Kapitalrücklage	0	5.800	0	0	0	0	5.800	0	5.800
Ausschüttungen/Ausgleichszahlungen an Minderheiten	0	0	0	0	0	0	0	-746	-746
Änderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0	-152	0	-152	0	-152
Währungsumrechnungsdifferenzen	0	0	0	-1.046	0	0	-1.046	58	-988
Konzern-Jahresüberschuss/-fehlbetrag	0	0	3.161	0	0	0	3.161	1.116	4.277
Stand am 31.12.2013	248.657	79.930	-96.811	850	61	-1.775	230.912	837	231.749

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe München GmbH, München, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalpiegel – und den mit dem Lagebericht zusammengefassten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der Geschäftsführung der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung gemäß § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der

Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der Geschäftsführung sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss der Messe München GmbH, München den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 11. April 2014

Deloitte & Touche GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dorn
Wirtschaftsprüfer

Schilz
Wirtschaftsprüferin

Bericht des Aufsichtsrats an die Gesellschafterversammlung zum Jahresabschluss 2013

„Der Aufsichtsrat hat sich während der Berichtsperiode laufend von der Geschäftsführung über die Angelegenheiten der Gesellschaft und des Konzerns schriftlich und mündlich berichten lassen und sich über die erzielten Ergebnisse während des Geschäftsjahres unterrichtet. Er hat in seinen Sitzungen und insbesondere in den Sitzungen seiner Ausschüsse alle wichtigen Angelegenheiten der Gesellschaft beraten und die nach dem Gesetz und dem Gesellschaftsvertrag notwendigen Beschlüsse gefasst.

Die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses sowie des Lageberichts und des Konzernlageberichts wurde durch die Firma Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, vorgenommen und jeweils mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Aufsichtsrat stimmt dem Ergebnis dieser Prüfungen nach eigener Prüfung des Jahresabschlusses, des Konzernabschlusses, des Lageberichts und des Konzernlageberichts zu und billigt den Jahresabschluss und den Konzernabschluss. Er empfiehlt

der Gesellschafterversammlung, den Jahresabschluss der Gesellschaft festzustellen und den Konzernabschluss zu billigen.

Die Prüfung der Firma Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, hat im Rahmen der Prüfung nach § 53 HGrG auch ergeben, dass die Geschäftsführung die nach dem GmbH Gesetz in Verbindung mit § 91 Abs. 2 Aktiengesetz geforderten Maßnahmen zur Errichtung eines Risikofrüherkennungssystems getroffen hat und dass das Risikofrüherkennungs- und Überwachungssystem geeignet ist, Entwicklungen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden, frühzeitig zu erkennen.“

München, 27. Juni 2014

Die Vorsitzende des Aufsichtsrats

ILSE AIGNER
Bayerische Staatsministerin für
Wirtschaft und Medien, Energie
und Technologie

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Messe München GmbH

Dirk Sturny
Leiter Zentralbereich MarCom
Marketing und Presse

Messegelände
81823 München
Deutschland/Germany

Tel. +49 89 949-20731
Fax +49 89 949-20732

newsline@messe-muenchen.de
www.messe-muenchen.de

INHALT

Alexander Mohanty (verantwortlich)
Unternehmens-PR

Silvia Hendricks
Unternehmens-PR

KONZEPT UND REALISATION

Anita Kellermann
Unternehmens-Marketing

GESTALTUNG

Werbelounge München GmbH

BILDVERWEISE

Robert Haas: Seite 6; Andreas Pohlmann:
Seite 8/9, Seite 68/69; Steffen Leiprecht:
Seite 60-63; Tommy Lösch: Seite 65;
Michael Ingenweyen: Seite 11 (u. r.); Schüco
International KG, Tobias Wille: Seite 56/57;
Getty Images: Seite 41; Plainpicture: Seite
40 und 64; istockphoto: Seite 15, 32/33

DRUCK

G. Peschke Druckerei GmbH

Connecting Global Competence

MESSE MÜNCHEN GMBH | Messengelände | 81823 München | Deutschland/Germany
Tel. +49 89 949-20720 | Fax +49 89 949-20729 | newsline@messe-muenchen.de | www.messe-muenchen.de