

Messe München blickt trotz Umsatzeinbruch mit Zuversicht in die Zukunft

Das vergangene Jahr stellte die Messe München vor größte Herausforderungen. Ein Großteil der geplanten Veranstaltungen musste aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden – darunter auch viele Weltleitmessen. Allein in Deutschland konnten von den geplanten 15 Eigenveranstaltungen nur sechs tatsächlich als Präsenzmesse stattfinden. Der hochgerechnete Umsatz der Messe München liegt mit rund 94 Millionen Euro um 70 Prozent unter Plan, das entspricht etwa 302 Millionen Euro. Dazu der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe München, Klaus Dittrich:

Oton Klaus Dittrich; Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *wir sind aus einem Megarekordjahr 2019 gekommen und sind weltweit auf Platz 5 der Messen international vorgerückt und nach einem guten Start im Januar und Februar 2020 kam im März der dramatische Einbruch. Das hat uns im letzten Jahr 200 Millionen Euro Umsatz gekostet, den wir nicht erzielen konnten.*

Oton Klaus Dittrich; Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *es haben sechs Präsenzveranstaltungen von 15 stattgefunden, wir haben digitale Veranstaltungen dafür aufgesetzt, insgesamt 14 digitale Veranstaltungen haben stattgefunden, dennoch haben wir 70 Prozent unseres Umsatzes verloren.*

Dieser Umsatzverlust hat dramatische Auswirkungen auf die Wirtschaft der Region:

Oton Klaus Dittrich; Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *wir wissen, dass jeder Euro Umsatz von der Messe München die zehnfache Wirkung bei Dritten hervorruft. Das gilt auch im Negativen, durch die Absagen hier in München, sind dem Land Bayern etwa 1,9 Milliarden Euro Umsatz verlorengegangen, allein in der Stadt München waren es 1,6 Milliarden, das ist ein enormer wirtschaftlicher Schaden.*

Dennoch blickt die Messe München zuversichtlich in die Zukunft. Innovative digitale Formate und Produkte sollen das bestehende Portfolio erweitern:

Oton Klaus Dittrich; Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München; *trotz der schwierigen Rahmenbedingungen, schauen wir zuversichtlich in die Zukunft, zum einen, weil die Infektionszahlen zurückgehen und geimpft wird, und vor allem wissen wir, dass die Kunden, die Besucher wieder auf Messen gehen wollen, wenn das wieder von den Rahmenbedingungen möglich sein wird. Natürlich werden diese Messen dann anders aussehen.*