

12. December 2018

Nach sehr erfolgreichem Jahr: Messe Berlin rüstet sich für die Zukunft im umkämpften Marktumfeld

- **Höchstleistung: 347 Millionen Euro Konzernumsatz prognostiziert**
- **Neue Veranstaltungen stärken Position Berlins bei Digitalisierungsthemen**
- **Massive Investitionen sichern Zukunft des Messe- und Kongressstandorts Berlin**

Die Messe Berlin schließt das Veranstaltungsjahr 2018 mit neuer Höchstleistung und einem zweistelligen Zuwachs beim Umsatz ab. Aktuell rechnet die Messe Berlin mit einem Konzernumsatz von 347 Mio. Euro für dieses Jahr. Das entspricht einem Zuwachs von gut 12 Prozent zum Vergleichsjahr 2016 (308 Mio. Euro Umsatz) und ist damit der beste Wert in der Unternehmensgeschichte.

Nach vorläufigen Berechnungen kamen zwischen Januar und Dezember mehr als 2,5 Millionen Besucher zu den mehr als 120 Eigen- und Gastveranstaltungen. Rund 40.000 Unternehmen und Institutionen aus über 180 Ländern präsentierten sich auf den verschiedenen Events. Von der Arbeit der Messe Berlin profitiert die Wirtschaftsregion. Auf Basis von Berechnungen der Investitionsbank Berlin generierten auswärtige Besucher und Aussteller durch ihre Ausgaben der Berliner Wirtschaft im auslaufenden Jahr einen Kaufkraftzufluss von über 1,7 Milliarden Euro.

„Das Kongress- und Messegeschäft in Berlin wächst weiter und leistet einen immer stärkeren Beitrag zu Berlins Wirtschaft“, sagte Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin. „Vor uns liegt ein Jahrzehnt der Investitionen, um in einem zunehmend umkämpften Marktumfeld weiterhin erfolgreich zu agieren. Dabei fokussieren wir uns auf den Ausbau unseres Portfolios, die weitere Digitalisierung des Geschäftes und die Modernisierung der Infrastruktur unseres Messegeländes. Der erfolgreiche Verlauf des Jahres 2018 gibt uns Rückenwind für die anstehenden Aufgaben.“

Neue Veranstaltungen zu Digitalisierungs-Themen

Die Messe Berlin hat 2018 ihr Profil als Ausrichter von Veranstaltungen zu Digitalisierungsthemen weiter geschärft. „Kongresse und Messen zu IT und Digitalisierung sind nicht tot“, so Dr. Göke, „Seit vielen Jahren ist die IFA weltweit die Digitalisierungsmesse im Bereich der Consumer Electronics und Home Appliances. Die DMEA hat sich erfolgreich im Markt als europäische Messe für die Digitalisierung des Medizinsektors etabliert. Diesen Weg haben wir 2018 mit neuen Veranstaltungen fortgesetzt.“

Für die Digitalisierung der Verwaltung und der öffentlichen Dienstleistungen debütierte im November die Smart Country Convention, eine Kombination aus Kongress und Messe. Unter der Schirmherrschaft des Bundesinnenministeriums und in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband Bitkom und dem Partnerland Dänemark setzte die Veranstaltung mit 500 Sprecherinnen und Sprechern sowie zahlreichen Partnern aus Verwaltung, Politik und Wissenschaft bereits zum Auftakt Maßstäbe.

Ebenfalls im November fand die zweite droidcon "made by Messe Berlin" in San Francisco statt. Zuvor veranstaltete die Messe Berlin die droidcon im Juni im City Cube Berlin. Die Veranstaltung ist die weltweit führende unabhängige Konferenzserie für Android-Entwickler.

Investitionen in Infrastruktur

Als erster sichtbarer Teil des Masterplans feierte im August der hub27 Berlin, eine multifunktionale Messe- und Kongresshalle für Veranstaltungen mit bis zu 11.500 Personen, Richtfest. Die Gesamtkosten für den hub27 Berlin betragen 75 Millionen Euro. Das aktuell größte Bauprojekt der Messe Berlin liegt im geplanten Zeit- und

Pressekontakt:
Messe Berlin GmbH
Emanuel Höger
Pressesprecher
Geschäftsbereichsleiter
Corporate Communication
Unternehmensgruppe
Messe Berlin
Messedamm 22
14055 Berlin
www.messe-berlin.de
Twitter: [@MesseBerlin](https://twitter.com/MesseBerlin)

Kostenrahmen und soll im April 2019 fertiggestellt werden. Ab 2019 werden in den folgenden 15 Jahren von der Messe Berlin bestehende Hallen und Gebäude modernisiert.

Leitmessen weiterhin fest im globalen Umfeld positioniert

Die internationalen Leitmesse IFA, InnoTrans, ITB Berlin, FRUIT LOGISTICA und die Internationale Grüne Woche Berlin haben auch 2018 ihre Position als globale Leitmesse ihrer Branchen ausgebaut. Wer in den jeweiligen Branchen tätig ist, kommt an Berlin nicht vorbei.

Zur Sicherung und Ausbau der Leitmesse gehörten auch die komplementären Veranstaltungen im Ausland. Dazu zählte auch die CHINA FRUIT LOGISTICA im Mai in Shanghai. Mit der Premiere setzte die Messe Berlin den vor über 10 Jahren eingeschlagenen Internationalisierungskurs fort.

Berlin ist mehr Kongressstadt denn je

Das Geschäft mit Gastmessen und Kongressen entwickelte sich auch 2018 auf hohem Niveau. Insgesamt fanden 64 Gastveranstaltungen statt, zu denen über 475.000 Besucher kamen. Dafür wurden über 1.000.000 qm Hallenfläche bespielt. Der CityCube Berlin als zentrales Veranstaltungsgebäude für Gastveranstaltungen lief unter Volllast. Highlights unter den Messen waren die Messe der Druckereibranche FESPA sowie die Critical Communications World. Auch im Jahr 2018 fanden nationale und internationale Großkongresse bei der Messe Berlin statt. Dieses Jahr gehörten dazu zum Beispiel der Europäische Diabeteskongress EASD mit gut 15.000 Teilnehmern. Positiv entwickelte sich zudem das Geschäft mit Unternehmensveranstaltungen. 2018 fand erstmals die Hauptversammlung der VW AG in Berlin statt. „In der Gesamtschau können wir sagen, dass Berlin von Jahr zu Jahr mehr Kongressstadt wird“, so Dr. Göke.

Diese Presse-Information finden Sie auch im Internet von news aktuell unter:

www.presseportal.de/.

Über die Messe Berlin

Die Messe Berlin zählt zu den zehn umsatz- und wachstumsstärksten Messengesellschaften weltweit. Sie konzipiert, vermarktet und veranstaltet jedes Jahr hunderte von Liveevents in Berlin und auf der ganzen Welt. Zu ihrem breiten Portfolio gehören die globalen Marken und Leitmesse IFA, InnoTrans, ITB, FRUIT LOGISTICA und die Internationale Grüne Woche, ebenso, wie Großkonferenzen und herausragende Events, so zum Beispiel die Fanmeile am Brandenburger Tor. Mit rund 90 Auslandsbüros vertritt die Messe Berlin ihre Veranstaltungen in über 170 Ländern. Allein bei den Veranstaltungen am Stammsitz unter dem Funkturm in Berlin akkreditieren sich jedes Jahr rund 30.000 Medienvertreter aus der gesamten Welt. Damit fördert und treibt die Messe Berlin die Entwicklung der Metropole Berlin. Ziel ist, auf allen Veranstaltungen der Messe Berlin den Besuchern ein herausragender Gastgeber zu sein, bestmögliche Geschäftsimpulse für den Einzelnen zu geben und faire Bedingungen für Jeden zu gewährleisten. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich im Unternehmensmotto: Messe Berlin – Hosting the World. www.messe-berlin.de