

MESSE FRIEDRICHSHAFEN GmbH, Friedrichshafen

Lagebericht für 2020

1. Allgemeines

Die MESSE Friedrichshafen GmbH veranstaltet und organisiert Messen und Ausstellungen hauptsächlich in eigener Regie, sowohl am Standort Friedrichshafen als auch an anderen Standorten. Daneben führen fremde Unternehmen in den Messehallen Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen durch.

Im Ausnahmefall erfolgt darüber hinaus, wenn eine Belegung durch Messen und Veranstaltungen nicht möglich ist, die zeitweise Nutzung der Fazilitäten und Dienstleistungen der Messe in weiteren Formaten.

Die Messen finden zum Teil in jährlichem Abstand, teilweise jedoch nur im mehrjährigen Rhythmus statt.

2. Geschäftsverlauf und Lage

2.1 Gesamtwirtschaftliches Umfeld

Die Corona-Pandemie hat zu einer der schwersten Rezessionen der Nachkriegszeit geführt. Mit dem Ende der akuten strengen behördlichen Maßnahmen gegen die Pandemie im Frühjahr 2020 setzte zwar eine schnelle Erholung ein, der Anstieg der Infektionszahlen ab Spätherbst 2020 zeigte aber, wie fragil die Situation bleibt. In verschiedenen Bereichen ist eine Normalisierung der wirtschaftlichen Lage noch immer nicht absehbar, die Corona-Krise ist noch nicht bewältigt. So dürfte angesichts der erneuten pandemiebedingten Einschränkungen die Erholung in Deutschland und vielen anderen europäischen Ländern derzeit pausieren.

Zudem könnten sich Veränderungen im Zuge der Pandemie etwa im individuellen Verhalten, durch veränderte Konsumpräferenzen oder durch neue Rahmenbedingungen langfristig auf die Wirtschaft auswirken.

Die deutsche Volkswirtschaft war bereits vor der Pandemie mit vielfältigen langfristigen Veränderungen konfrontiert. Der Strukturwandel, ausgelöst durch den technologischen Fortschritt, den demografischen Wandel und die Transformation hin zu einer klimaneutralen Wirtschaft, ist eine große Herausforderung, bietet aber zugleich Chancen. Die Wirtschaftspolitik ist gefordert, die durch die Corona-Pandemie ausgelöste Krise zu bewältigen, die ökonomische Resilienz in Deutschland und Europa zu erhöhen und das Wachstumspotenzial zu stärken.

2.2 Branchenentwicklung

Eine Vielzahl der Messen 2020 musste abgesagt werden, weil die unsicheren Rahmenbedingungen keine Planungssicherheit für Aussteller und Veranstalter boten, aber auch direkt aufgrund behördlicher Anordnungen. Für eine Reihe von Messen haben die Veranstalter Terminverschiebungen in das Jahr 2021 sowie 2022 beschlossen. Mehr als 70% aller für das Jahr 2020 geplanten Messen in Deutschland (insgesamt 368) wurden abgesagt oder verschoben. Die Messeveranstalter haben in vielen Fällen Ersatzformate entwickelt, insbesondere digitale Events mit Firmenpräsentationen, Interaktionsmöglichkeiten und digitalem Kongressprogramm. Rund 50 solcher Veranstaltungen haben 2020 stattgefunden. Diese boten zwar keinen gleichwertigen Ersatz für die entfallenen Präsenzveranstaltungen, Aussteller konnten dadurch jedoch in begrenztem Rahmen Kundenkontakte aufrechterhalten und über Neuheiten informieren.

Die Absage von Messen hat nicht nur für die direkt involvierten Akteure wie Aussteller, Besucher, Dienstleister und Veranstalter Einbußen zur Folge, sondern auch gravierende gesamtwirtschaftliche Folgen. Betroffen sind u.a. Hotellerie, Gastronomie, Transportgewerbe etc. Die gesamtwirtschaftlichen Verluste durch die Absage von Messen betragen für 2020 laut Berechnungen des Instituts der Deutschen Messewirtschaft 21,3 Mrd. Euro; 176.000 Arbeitsplätze waren gefährdet und 3,43 Mrd. Euro Steuereinnahmen gingen dem Fiskus verloren.

Nach fast sechs Monaten Corona-bedingtem Stillstand sind im September und im Oktober 2020 wieder größere reale Messen in Deutschland durchgeführt worden. Rund 20 Veranstaltungen haben ohne Probleme und mit gutem Erfolg stattgefunden. Darunter waren Publikumsmessen mit internationaler und regionaler Ausstrahlung ebenso wie Fachbesuchermessen mit regionalem bis nationalem Einzugsgebiet und internationaler Beteiligung. Rund 270.000 Besucher dokumentierten das starke Interesse an den Messen in den ersten beiden Monaten nach dem Neustart. Seit November allerdings ist die Durchführung von Messe und Ausstellungen durch den erneuten Lock-down zunächst nicht mehr möglich.

Dabei ist darauf hinzuweisen, dass Messen Business-Plattformen sind und essenziell, um die Wirtschaft zügig und nachhaltig wieder in Gang zu bringen. Sie sind nicht mit Volksfesten, Open-Air-Festivals oder Sportveranstaltungen mit hohen Besucherzahlen zu vergleichen. Denn auf Messen können Hygiene- und Abstandskonzepte die Gesundheit der Messteilnehmer schützen, wie auch die im Herbst 2020 durchgeführten Messen belegen.

Die zeitweise Untersagung von Messen und andere Corona-bedingte Maßnahmen zur Kontaktbeschränkung im Jahr 2020 haben bei vielen Unternehmen der Messe- und Eventwirtschaft gravierende Einbußen zur Folge. Deshalb stellt der Bund seit dem Frühjahr 2020 Wirtschaftshilfen zur Verfügung, die sukzessive ergänzt und aufgestockt werden.

Rund 380 Messen sollten nach den Planungen der Veranstalter im Jahr 2021 in Deutschland durchgeführt werden. Bereits jetzt sind aufgrund der andauernden Pandemie rund 110 Messen abgesagt oder nach 2022 verschoben worden.

Die Messewirtschaft benötigt Planungssicherheit über einige Monate, um die Durchführung der Messen zu ermöglichen. Trotz der aktuellen Situation ist die Branche zuversichtlich, dass im Zuge der Impfstrategien und zunehmenden Immunisierung der Bevölkerung eine baldige Perspektive möglich ist – zumal die Nachfrage nach Messen aus der Kundschaft weiterhin groß ist.

3. Geschäftsergebnis Messe Friedrichshafen GmbH

Im Geschäftsjahr 2020 wurden 5 eigene Messen und ein Event durchgeführt. Zusätzlich kommen an Gastveranstaltungen hinzu: 2 Messen und Ausstellungen, 15 Tagungen und Schulungen sowie 18 sonstige Veranstaltungen und Vermietungen.

An den Messen und Ausstellungen in Präsenzform der Messe Friedrichshafen beteiligten sich 1.420 Aussteller aus bis zu 21 Ländern. Es kamen 137.700 Besucher zu diesen Live-Veranstaltungen. Die Gastveranstaltungen verzeichneten nochmals 19.530 Besucher. Somit beträgt die Gesamtbesucherzahl 157.530.

Die Umsatzerlöse beliefen sich im Jahr 2020 auf T€ 6.246. Die Gewinn- und Verlustrechnung weist als Ergebnis vor Steuern vom Einkommen und vom Ertrag einen Verlust von T€ -5.746 aus. An die Besitzgesellschaft wurden TEUR 209 weiterbelastete Grundsteuer überwiesen, eine Mietzahlung erfolgte nicht.

Ausgelöst durch den pandemiebedingten Ausfall fast aller Veranstaltungen ab März 2020 wurde das geplante Umsatzziel deutlich verfehlt, obwohl die Veranstaltungen bis Februar sehr gute Ergebnisse erreichen konnten.

Konsequente Gegensteuerungsmaßnahmen im Bereich der Personal-, Technik- und weiteren Gemeinkosten, die Nutzung staatlicher Hilfsprogramme (Kurzarbeitergeld, Überbrückungshilfen) sowie die aktive Vermarktung alternativer Geländennutzungen konnten dabei den Verlust reduzieren. Dennoch war das Jahr geprägt durch die Auswirkungen der Corona-Krise und deren Bewältigung.

Vor diesem Hintergrund beurteilt die Geschäftsführung den Geschäftsverlauf als nicht zufriedenstellend.

Durch die aktuelle Corona-Krise drohende ernsthafte Liquiditätsengpässe konnten durch einen deutlichen Sparkurs, die Nutzung des Instruments der Kurzarbeit und der Hilfsprogramme des Bundes und nicht zuletzt durch eine Zuzahlung in die individuelle Kapitalrücklage der Stadt Friedrichshafen in Höhe von T€ 5.000 verhindert werden.

Weitere Kennzahlen der Messe Friedrichshafen GmbH:

	GJ 2020	GJ 2019
	<u>T€</u>	<u>T€</u>
Umsatz	6.246	26.591
Miete	0	2.196
Personalkosten	5.763	7.398
Operativer Cash Flow ¹⁾	-4.924	1.016
Zwischenergebnis (Betriebsergebnis)	-5.714	542
Ergebnis vor Ertragsteuer	-5.746	516
Jahresergebnis	-5.656	270

¹⁾ Definition: Jahresergebnis zzgl. Abschreibungen

Der Umsatzrückgang wurde verursacht durch den Wegfall fast aller Veranstaltungen ab März 2020. Die bis zu diesem Zeitpunkt durchgeführten Veranstaltungen trugen maßgeblich zum verbliebenen Umsatz bei. Der Anstieg der Sonstigen betrieblichen Erträge betrifft mit T€ 1.052 bewilligte Zahlungen aus den Corona-Hilfsprogrammen des Bundes.

Die veranstaltungsbezogenen Aufwendungen verringerten sich unterproportional zum Umsatz, verursacht durch den Wegfall margenstarker Veranstaltungen, im Vorfeld ausgelöste Kosten für Veranstaltungen, die in der Folge abgesagt werden mussten, sowie erhöhte anteilige Aufwendungen für die Durchführung der Interboot unter strengen Hygienekonzepten.

Der modifizierte Mietvertrag mit der Internationalen Bodensee-Messe GmbH führte aufgrund der nicht ausreichenden Ertragslage zu einer vollständigen Aussetzung der Mietzahlung.

Die Personalkostenreduzierung resultiert im Wesentlichen aus der intensiven Nutzung des Instruments der Kurzarbeit sowie aus einem deutlichen Rückgang von Urlaubs-, Gleitzeit- und sonstigen Rückstellungen.

Bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und den Technikkosten wurden durch sehr kostenbewusstes Handeln und Fokussierung auf die notwendigsten Tätigkeiten deutliche Einsparungen erzielt.

Durch die erfolgten Gegenmaßnahmen konnte nur ein Teil des Umsatzausfalls kompensiert werden, so dass sich das Betriebsergebnis deutlich reduzierte. Der zu Beginn des Jahres nach Bekanntwerden erster Pandemie-Auswirkungen prognostizierte massive Umsatz- und Ergebnisausfall ist damit Realität geworden.

Ebenso deutlich verringerte sich der operative Cash Flow, dem jedoch die erste Teilzahlung der Zuzahlung des Gesellschafters Stadt Friedrichshafen in die individuelle Kapitalrücklage in Höhe von T€ 2.000 gegenüberstand.

Das Anlagevermögen reduzierte sich durch planmäßige Abschreibungen bei lediglich geringer Investitionstätigkeit. Sowohl die Forderungen und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen als auch die Erhaltenen Anzahlungen waren zum Jahresende aufgrund des ausbleibenden Geschäfts gegenüber dem Vorjahr deutlich verringert, dagegen bestanden Forderungen gegenüber dem Gesellschafter Stadt Friedrichshafen in Höhe der zweiten Teilzahlung der Zuzahlung in die individuelle Kapitalrücklage in Höhe von T€ 3.000 sowie Sonstige Vermögensgegenstände aus ausstehenden Hilfsprogramm-Auszahlungen in Höhe von T€ 902 Mio. €.

Das Guthaben bei Kreditinstituten verringerte sich durch den negativen operativen Cash Flow bei gleichzeitigem Liquiditätszufluss durch die erste Teilzahlung Zuzahlung des Hauptgesellschafters um T€ 4.855 auf T€ 2.402. Insgesamt reduzierte sich die Bilanzsumme um T€ 2.712 auf T€ 8.654.

Durch die Zuzahlung in die individuelle Kapitalrücklage in Höhe von insgesamt T€ 5.000 nahm das Eigenkapital trotz des deutlich negativen Ergebnisses lediglich um T€ 656 ab und beträgt damit T€ 4.989. Dies führt zu einer Erhöhung der Eigenkapitalquote von 49,7 % auf 57,7 %.

Auch wenn die Ertragslage noch angespannt bleibt, stellt sich die Vermögens- und Finanzlage stabil dar.

4. Lagedarstellungen Messen und Ausstellungen

Die Motorradwelt Bodensee konnte ein weiteres Mal einen Aussteller- und Besucherzuwachs verzeichnen und ihren Deckungsbeitrag gegenüber dem Vorjahr erhöhen. Die erstmals parallel stattfindende Gastveranstaltung Steamers Paradise verzeichnete eine gute Besucherresonanz.

Auch die My Cake – Internationale Messe für Tortendesign & kreatives Backen - konnte mit mehr Ausstellern und einem kreativen Rahmenprogramm noch mehr Besucher zu ihrer dritten Auflage anlocken.

Die Fruchtwelt Bodensee konnte trotz der sich anbahnenden Corona-Krise gute Aussteller- und Besucherumsätze verzeichnen.

Bei der Pferd Bodensee, die am letzten Februar-Wochenende stattfand, machte sich die Zurückhaltung der Besucher, vor allen Dingen bei der Galaveranstaltung „Im Takt der Pferde“ aufgrund der Corona-Entwicklungen bereits bemerkbar.

Während des Aufbaus der Aqua Fisch führte die fortschreitende Pandemie zu kurzfristigen hohen behördlichen Auflagen für den Messebetrieb. Da eine vollständige Erfüllung dieser Auflagen nicht möglich war, musste die Veranstaltung kurzfristig abgesagt werden.

In der Folge wurden sukzessive fast alle weiteren Veranstaltungen des Geschäftsjahres 2020 der Messe Friedrichshafen und der Gastveranstalter abgesagt oder verschoben – teilweise aufgrund von Stornierungen durch Aussteller und die allgemein vorherrschende Planungsunsicherheit, teilweise aufgrund behördlicher Verbote. Auch die zwischenzeitlich auf November 2020 verschobene Eurobike konnte nicht durchgeführt werden.

Lediglich die INTERBOOT und die Gastveranstaltung Interdive konnten unter Einhaltung strikter Hygiene- und Abstandsregeln im September stattfinden. Alle auf dem Messegelände anwesenden Personen wurden dabei registriert. Das Konzept wurde von Ausstellern und Besuchern sehr positiv angenommen, die Interboot verzeichnete einen positiven Deckungsbeitrag.

Zum ursprünglichen Termin der Eurobike wurden erstmals als digitale Ergänzung die Eurobike Digital Days als dreitägige Onlinekonferenz für die Fahrradbranche durchgeführt – ein technisch aufwändiges Format mit wichtigen Impulsen und Interaktion der Beteiligten.

Die durch die abgesagten Veranstaltungen verfügbaren Flächen wurden in unterschiedlichster Weise offensiv vermarktet und genutzt; das Autokino in der ZeppelinCAT Halle A1 wurde positiv angenommen, in der Halle A2 wurde ein den Abstands- und Hygiene-Anforderungen entsprechender Konferenzraum geschaffen, der für Sitzungen des Gemeinderats, für Veranstaltungen des Landratsamtes und von weiteren Firmen, Behörden und Institutionen genutzt wurde.

In der ab März vom Landratsamt betriebenen Fieberambulanz konnten Corona-Tests durchgeführt werden.

Die VfB Volleyballer nutzen seit November 2020 vorübergehend die ZeppelinCAT Halle A1 für Training und Spiele, nachdem die Nutzung der eigentlichen Spielstätte kurzfristig nicht mehr möglich war.

Eine kontinuierliche und engmaschige Kontrolle der Kosten führte zu massiven Einsparungen in allen Bereichen der Messe Friedrichshafen GmbH.

Ein großer Teil der Belegschaft befand sich 2020 teilweise oder vollständig in Kurzarbeit. Freie Stellen wurden nicht nachbesetzt bzw. intern besetzt. Dies führte zu deutlich reduzierten Personalaufwendungen.

Ebenso wurden alle Ausgaben der Verwaltung und des technischen Bereiches auf ein Minimum reduziert.

Um ein Fortbestehen der Messe Friedrichshafen GmbH zu gewährleisten und deren wirtschaftliche Bedeutung für die Region zu erhalten, beschloss der Gemeinderat der Stadt Friedrichshafen im November 2020, die Messe Friedrichshafen GmbH mit einer Zuzahlung als individuelle Kapitalrücklage in Höhe von insgesamt 5 Mio. € zu stützen. Die Ausgestaltung erfolgte unter Beachtung des EU-Beihilferechts.

Der in diesem Zusammenhang ebenfalls beschlossene Betrauungsakt und die ausgedrückte Unterstützung sind als deutliche Signale zu werten, dass die Messe weiterhin positiv vom Hauptgesellschafter Stadt Friedrichshafen begleitet wird.

5. Risikomanagement

Methodisch ist das Risikomanagement zwischen dem Geschäftsführer der Messe Friedrichshafen und den Führungskräften in verschiedenen regelmäßigen Jour Fixes angesiedelt. Hier ist zunächst das wöchentliche Jour Fixe mit der Geschäftsleitung, die sich aus Führungskräften der verschiedenen Fachbereiche zusammensetzt, zu nennen. Zusätzlich werden das im 2-Wochen-Turnus stattfindende Jour Fixe mit allen Projekt- und Abteilungsleitern sowie die internen Teamsitzungen und die regelmäßigen Jour Fixes des Geschäftsführers mit den einzelnen Führungskräften zu diesem Zweck genutzt.

Darüber hinaus werden auf Basis der aktuellen Entwicklungen in der Regel monatliche Liquiditätsplanungen erstellt, die einen Überblick der Liquiditätssituation der nächsten Zeit ermöglicht.

In der letztjährigen langen Phase intensiven Krisenmanagements wurden Rücksprachen innerhalb der Geschäftsleitung sowie mit allen Führungskräften und die Berichterstattung gegenüber den eigenen und städtischen Gremien bedarfsgerecht intensiviert. Ebenfalls fand und findet eine enge Liquiditätssteuerung in verkürzten Abständen statt.

6. Risiko- und Chancenbericht

Das weiterhin kritische Infektionsgeschehen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie lässt auch im ersten Halbjahr 2021 noch keine Entspannung der Situation erwarten.

Neben zahlreichen Gastveranstaltungen mussten bereits die Eigenveranstaltungen Motorradwelt, MyCake, Aqua Fisch, IBO mit Schwestermessen, KPA, AERO sowie die Tuning World Bodensee auf den Sommer/Herbst 2021 bzw. ins Jahr 2022 verschoben werden.

Der weitere Verlauf ist auch 2021 stark mit Unsicherheit belastet, aber auch durch berechnete Hoffnung auf Entspannung geprägt. Die Möglichkeit einer Durchführung der übrigen Veranstaltungen des Jahres im Herbst – auch unter erschwerten Bedingungen – ist für die Liquiditätssicherung des Unternehmens dringend notwendig.

Unter den genannten Prämissen der Veranstaltungsdurchführungen im Herbst kann das vorsichtiger Szenario des Wirtschaftsplans voraussichtlich noch realisiert werden, auch wenn dies erneut ein deutlich negatives handelsrechtliches Ergebnis bedeutet.

Neben der zu erwartenden Verbesserung der pandemischen Lage ermöglichen auch weitere Aspekte eine positive Prognose für die Entwicklung der Messen ab Herbst 2021. So zeigt sich in der intensiven Kommunikation mit den Kunden, dass das Bedürfnis nach persönlicher Begegnung nicht nur weiterhin vorhanden, sondern während der Pandemie nochmals verstärkt wurde. Bei den kommenden Veranstaltungen wird das Thema Networking entsprechend an Bedeutung gewinnen. Die Messe als Vertriebsplattform wird - je nach Branche mehr oder weniger intensiv - ihren Platz im Marketingmix der Unternehmen verteidigen müssen.

Messen, die es verstehen, die persönliche Begegnung und das Live-Erlebnis mit dem Charakter der Business-Plattform zu verbinden und dabei die Kunden auch digital und über einen längeren Zeitraum zu begleiten, haben die Chance, aus der Corona-Krise gestärkt hervorzugehen.

Die Geschäftsführung erachtet dieses Szenario für die Messe Friedrichshafen derzeit als realistisch. In diesem Fall ist die Liquidität langfristig ausreichend, da Unterdeckungen bis zum Jahresende durch den Liquiditätsbestand gedeckt werden und durch die zu erwartenden Liquiditätszuflüsse aus der Vermarktung der Veranstaltungen ab dem Jahr 2022 zumindest neutrale Cash Flows zu erwarten sind.

Sollten wider Erwarten weitere weitreichende Einschränkungen entstehen und entsprechend Herbstveranstaltungen abgesagt werden müssen, so ist erneut mit Liquiditätsengpässen zu rechnen, für deren Deckung frühzeitig – durch Hilfsprogramme oder direkt durch den Hauptgesellschafter – Sorge getragen werden muss.

Die Ertragslage der Messe Friedrichshafen GmbH wird auch im Jahr 2021 keine Mietzahlung an die Besitzgesellschaft INTERNATIONALE BODENSEE-MESSE Friedrichshafen GMBH, die Vermieterin des Geländes, zulassen. Dies entspricht der vereinbarten Modifikation des Mietvertrags, die eine Abhängigkeit der Miethöhe vom Ergebnis der Messe Friedrichshafen GmbH vorsieht.

Unabhängig von einer weiterhin bestehenden Unsicherheit hinsichtlich der pandemischen Entwicklung muss vor allem der Einfluss einer nicht vorhersehbaren Konjunkturlage und verschiedenster wirtschafts-, finanz- sowie innen- und weltpolitischer Rahmenbedingungen auf die Messe Friedrichshafen GmbH und vor allem auf die Entwicklung verschiedener auf den Messen abgebildeter Branchen beobachtet werden. Vor allem die großen Fachmessen Eurobike und AERO stehen permanent vor konzeptionellen Anpassungen und großen Herausforderungen, bieten jedoch angesichts ihrer thematischen Ausrichtung auch ebenso große Chancen.

Nicht zuletzt muss von dem Hintergrund der Corona-Krise die mittel- und langfristige Rolle des Marketing-Instruments Messe neu bewertet werden. Hierbei gibt es einerseits Signale hinsichtlich eines zukünftig potenziell geringeren Platzbedarfs und einer Stärkung hybrider und digitaler Formate, andererseits aber deutliche Nachfrage nach baldiger Rückkehr zu Präsenztreffen.

Vor diesem Hintergrund wie auch vor dem Hintergrund des deutlich kommunizierten Rückhalts durch den Hauptgesellschafter Stadt Friedrichshafen sind derzeit trotz weiterhin bestehender Unsicherheiten hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung keine den Bestand der Gesellschaft gefährdenden Risiken erkennbar.

7. Voraussichtliche Entwicklung

Nachdem die Umsatz- und Ergebnisprognosen für das Vorjahr 2020 durch die Corona-Krise nicht erfüllt werden konnten – der Umsatz lag mit 6,2 Mio. € um 80% niedriger als geplant, waren die Prognosen für das Messejahr 2021 bereits gegen Ende des Jahres 2020 ebenfalls geprägt von einer großen Unsicherheit angesichts des nicht absehbaren pandemischen Verlaufs.

Für das kommende Geschäftsjahr 2021 wurden dementsprechend verschiedene Szenarien erarbeitet. In dem aktuell wahrscheinlichsten vorsichtigen Szenario mit ersten Öffnungsperspektiven ab Sommer wurde mit einem Umsatzzuwachs gegenüber dem Jahr 2020 auf etwa 12,9 Mio. € gerechnet – weiterhin deutlich unter Vor-Corona-Niveau. Bei Fortführung des kostenbewussten Handelns auf allen Ebenen, sowie der Nutzung von Kurzarbeit und weiterer Hilfsprogramme wird dabei ein negatives Jahresergebnis von -3,6 Mio. € prognostiziert. Eine Mietzahlung an die Besitzgesellschaft wird auch 2021 nicht möglich sein. Der zu erwartende negative operative Cash Flow wird dabei voraussichtlich durch den in 2021 gewährten zweiten Teil der Zuzahlung der Stadt Friedrichshafen als individuelle Kapitalrücklage in Höhe von 3 Mio. € kompensiert, so dass die Liquidität weiterhin ausreichend ist.

Alle Veranstaltungen der Messe Friedrichshafen müssen sich in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld behaupten – dies gilt umso mehr, je länger ein direkter Kontakt zu den Kunden nicht in gewohnter Form möglich ist. Um einem geänderten Medienverhalten von Besuchern und Ausstellern Rechnung zu tragen, müssen außerdem die Social Media und die Digitalisierungs-Aktivitäten in allen Bereichen weiter intensiviert werden.

Messen mit Event-Schwerpunkt (bspw. Motorradwelt Bodensee und Motorworld Classics Bodensee) müssen, sobald sie wieder stattfinden können, in den kommenden Jahren ihren emotionalen Charakter nochmals verstärken, um den gerade aktuell steigenden Besucher- und Ausstellerbedürfnissen nach persönlichem Kontakt und Erlebnis Rechnung zu tragen. Aber auch Special Interest Veranstaltungen wie MyCake oder Ham Radio müssen den Zeitgeist der Branche spiegeln.

Zugleich muss veranstaltungsindividuell untersucht werden, in welchem Umfang im Rahmen hybrider Formate die neue Selbstverständlichkeit digitaler Kommunikation bedient werden kann.

Die Eurobike findet 2021 erneut an 4 Tagen mit einem Publikumstag statt – voraussichtlich als erste Möglichkeit für die derzeit sehr erfolgreiche Branche seit 2019, sich persönlich auszutauschen und zu vernetzen, auch wenn voraussichtlich weiterhin partiell bestehende Reiserestriktionen die Internationalität der Veranstaltung reduzieren werden.

Die neue Veranstaltung EuroBICO, die eine Orderveranstaltung eines großen Einkaufsverbandes mit den Urban Media Days in Frankfurt verbindet, ergänzt die Eurobike im Vorfeld, die VeloBerlin folgt im Oktober als Publikumsveranstaltung auf dem Tempelhof-Gelände in Berlin. Der Bereich E-Mobilität (Bike, Scooter etc.) und Mikromobilität wird auch 2021 einen Schwerpunkt bilden.

Die Interboot möchte die ebenfalls erfolgreiche Branche nach der Sonderausgabe 2020 auch in 2021 proaktiv begleiten.

Als neue Eigenveranstaltung wird im November 2021 die Vertical Pro gemeinsam mit der halls + walls erstmals als Treffpunkt für Kletterhallen- und Seilgärtenbetreiber sowie Seilzugangstechniker stattfinden.

Die neu erworbene Veranstaltung KPA – Kunststoffprodukte Aktuell, die in Ulm durchgeführt werden soll, hat ihre Premiere als Eigenveranstaltung der Messe Friedrichshafen auf 2022 verschoben.

Die Fakuma, die in 2020 ebenfalls pandemiebedingt aussetzen musste, wird in 2021 erneut im Oktober stattfinden. Der Gastveranstalter P.E. Schall, dessen aktueller Vertrag bis 2024 läuft, erwartet eine gute Veranstaltung unter angepassten Rahmenbedingungen.

Eine Vielzahl von Gastveranstaltern haben die Durchführung ihrer Veranstaltungen noch für 2021 auf dem Gelände der Messe Friedrichshafen geplant, darunter erstmals die Gastro Fachmesse Oberschwaben, sowie die Süddeutschen Berufs- und Erwerbserkertage.

Weiterhin wurden die Adventure Southside und die COSMETICA als neue Gastveranstaltungen gewonnen.

Nachdem die Premiere der European Rotors, die die Messe Friedrichshafen im Auftrag eines europäischen Verbandes in Köln organisiert, in 2020 der Coronapandemie zum Opfer fiel, ist für 2021 die Erstaussgabe geplant.

Erstmals wird 2021 in Zhuhai, China, die AERO Asia stattfinden. Nach jahrelanger Standort- und Partnersuche ist nun eine Durchführung über ein chinesisches Joint Venture, an dem die Messe Friedrichshafen beteiligt ist, geplant.

Seit Dezember 2020 und voraussichtlich bis Juni 2021 beteiligt sich die Messe Friedrichshafen als organisatorischer Betreiber des Kreisimpfzentrums des Bodenseekreises im Auftrag des Landes und in enger Abstimmung mit dem Landratsamt aktiv an der Pandemiebekämpfung. Hierfür werden sowohl das Gelände der Messe als auch eigene und weitere Mitarbeiter sowie die Dienstleister der Messe genutzt und eingebunden.

Auch nach Entspannung der Situation wird die Wettbewerbssituation gegenüber anderen Messeplätzen im eigenen Bundesland sowie bundes- und weltweit angespannt bleiben, sich sogar trotz aller Gemeinsamkeiten während der Pandemiephase verstärken. Insbesondere sind Veranstaltungen, die weiterhin hohes Zukunftspotenzial aufweisen, weiterhin intensiven Abwerbeversuchen ausgesetzt. Zusätzlich bleibt die Tendenz zu anderen Formaten wie Hausmessen für markenstarke Aussteller als Alternative zum Messeauftritt ungebrochen.

Diese Gesamtsituation erfordert mehr denn je das Denken in Allianzen und flexiblen Lösungen.

Steigende Kosten werden in einem angespannten Marktumfeld nur bedingt durch Erhöhungen von Standmieten und Eintrittsgeldern zu kompensieren sein, dennoch muss auch dieser Bereich kontinuierlich neu bewertet werden.

Ein ausgeprägtes Service- und Dienstleistungsbewusstsein, kombiniert mit der dauernden Bereitschaft, auch konzeptionell neue Wege zu gehen und bestehende Bereiche in Frage zu stellen, werden auch zukünftig die Unterscheidungsmerkmale der Messe Friedrichshafen sein. Hierzu gehört in hohem Maße auch die Ansprache der Kunden über soziale Netzwerke und durch Online-Services.

Zusätzlich erscheint es nützlich, den Kunden in Ausstellerschaft und Region die Möglichkeit zu digitalen Produktionen zu geben. Hierfür wurde auf dem Gelände der Messe Friedrichshafen eigens ein professionelles und flexibles Digitalstudio eingerichtet.

Die konstante Verbesserung der Verkehrsanbindung, mindestens die Sicherung aktueller Parkmöglichkeiten, der weitere Ausbau der Hotelkapazitäten in Friedrichshafen und im regionalen Umfeld sowie die Erreichbarkeit durch Flugverbindungen sind weitere wichtige Faktoren, um die Konkurrenzfähigkeit der Messe Friedrichshafen im Wettbewerb mit anderen Messeplätzen zu ermöglichen.

Zunächst jedoch ist es dringend erforderlich, dass die gesamte Messewirtschaft eine Entspannung der Situation hinsichtlich des Corona-Virus erfährt. Voraussichtlich wird - je nach weiterer Entwicklung - die Branche dabei auch partiell auf weitere öffentliche finanzielle Unterstützung angewiesen sein.

Friedrichshafen, 16. April 2021

Die Geschäftsführung

Klaus Wellmann