



20

GESCHÄFTSJAHR

21

Die NürnbergMesse Group ist eine der 15 größten Messegesellschaften der Welt. Derzeit sind rund 900 Mitarbeitende an elf Standorten in Deutschland, Brasilien, China, Indien, Italien, Griechenland, Österreich und den USA für das Unternehmen tätig. Darüber hinaus verfügt die NürnbergMesse Group über ein Netzwerk von Auslandsvertretungen in über 100 Ländern.

Statements 04

NürnbergMesse

innovativ 06

nachhaltig 12

wirtschaftlich 20

**Der erfolgreiche Restart
2021 hat es gezeigt:
Unsere Messen und
Veranstaltungen bleiben
wesentlicher Bestandteil
für den Unternehmens-
erfolg unserer Kunden.**

**Onsite
+
Online**



Endlich wieder Messe erleben
beim emotionalen Restart 2021
in Nürnberg.



Live ist *mehr*

 [geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de](https://www.geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de)

Impressionen und Informationen finden Sie online.



→ Nachhaltig



Peter Ottmann, CEO

„Nachhaltigkeit wird der Gradmesser sein für die Zukunftsfähigkeit der Messebranche. Wir tragen Verantwortung und haben unsere Ziele fest im Blick.“

→ **Innovativ**



Prof. Dr. Roland Fleck, CEO

**„Das Geschäftsmodell
Messe lebt! Das hat der
Restart 2021 eindrucksvoll
bewiesen. Jetzt gilt es, bei
unseren Messekonzepten
reales Erlebnis mit digitalem
Mehrwert zu verknüpfen.“**



5.493

Aussteller

315.440

Besuchende

Wiedersehensfreude weltweit

Aussteller und Besuchende feierten rund um den Globus den Restart der Messen. Sie versammelten sich unter anderem zum Athens Coffee Festival, zu ARTOZA, FOODTECH und XENIA in Athen, zu FCE Pharma, FCE Cosmetique und PET South America in São Paulo, zur BIOFACH INDIA in Neu-Delhi. Außerdem in Shanghai zu CHINA DIECASTING und CRAFT BEER CHINA. Und natürlich in Nürnberg zu FACHPACK, it-sa, FeuerTrutz, ConSozial und KOMMUNALE sowie den Gastveranstaltungen HOGA, Consumenta, BIOGAS und RETRO CLASSICS BAVARIA.

57

**Veranstaltungen rund
um den Globus trotz
Pandemie**

Daten



18

digitale und hybride
Veranstaltungen

> 52.000

Teilnehmende online

„Die Erfolgsformel
der NürnbergMesse
lautet auch nach
der Pandemie

„Onsite + Online“.

Unsere neuen Messe-
konzepte verbinden
reales Erleben mit
digitalem Informa-
tionsaustausch.“

Dr. Martin Kassubek,
Bereichsleiter „Corporate & Digital Development“

365

Tage im Jahr

verbinden digitale Plattformen der Nürnberg-
Messe ihre Branchen und ermöglichen den Aus-
tausch über Kontinente und Zeitzonen hinweg.
2022 werden diese noch enger mit den Präsenz-
veranstaltungen verknüpft.

& Fakten

**Der Restart 2021
war ein Erfolg.**



Messen und Kongresse finden endlich wieder statt! Nach 19 Monaten der Corona-Zwangspause konnten im Messezentrum Nürnberg wieder Veranstaltungen live vor Ort durchgeführt werden und so die wichtigen Plattformen für die jeweiligen Branchen sein. Den Auftakt machte in Nürnberg die FACHPACK. Es folgten bis Jahresende über 30 Veranstaltungen weltweit, davon 15 in Nürnberg, wie it-sa, HOGA, FeuerTrutz, ConSozial, KOMMUNALE und SPS sowie Endverbraucher messen wie Consumenta und RETRO CLASSICS BAVARIA.

Endlich **wieder live!**

Nahezu zeitgleich mit Nürnberg starteten auch die Tochtergesellschaften in Athen und wenige Wochen später in Neu-Delhi und São Paulo mit ihren ersten Messen seit der Pandemie. Rund um den Globus entfachten die Live Events die Begeisterung für das Format Messe neu.

Überall stand das Wiedersehen im Mittelpunkt. Allein in Nürnberg nahmen rund 3.000 Aussteller und über 181.000 Besuchende vor Ort an den Präsenzveranstaltungen im Messeherbst 2021 teil. Jeweils bis zu ein Drittel der Teilnehmenden nutzte die Online-Formate. Ihre ganz persönlichen Eindrücke schildern Aussteller und Besuchende auch im Video (siehe Link).

Ein Aufatmen ging auch durch die unzähligen Betriebe, deren Unternehmenserfolg direkt an das Stattfinden von Präsenzveranstaltungen geknüpft ist. Denn für Messebauunternehmen, die Hotellerie und Gastronomie, den Einzelhandel bis hin zu Taxiunternehmen sind Messen und Kongresse existenziell. Das macht die NürnbergMesse weiterhin zu einem wichtigen Wirtschaftsmotor in der Metropolregion.



[geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de/
innovativ/live](https://www.geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de/innovativ/live)

Im Video: jede Menge Emotionen beim
Messe-Restart 2021 in Nürnberg.

„Was Besuchende an der **FACHPACK** besonders schätzen, sind die ergiebigen Gespräche mit Ausstellern, in denen Ideen entstehen für Verpackungslösungen. Die FACHPACK ist eine richtige Arbeitsmesse – und das macht sie so besonders.“

Phillip Blass, Director FACHPACK

Messe erleben

Warum vor Ort so viel mehr zu bieten hat.



Worauf haben Sie sich am meisten gefreut?

Den Leuten wieder ins Gesicht zu schauen! Dass man wieder miteinander reden kann, sich austauschen kann. Gerade im IT-Sicherheitsbereich ist der persönliche Austausch doch sehr wichtig, weil es eine Vertrauensfrage ist.

*Daniela Strobel,
Geschäftsführerin
cirosec GmbH,
Ausstellerin it-sa 2021*

Was haben Sie vermisst?

Durch die digitale Variante ist es produktiv gewesen, man hat sehr gut miteinander zusammengearbeitet. Aber die Kreativität ging ein Stück weit verloren. Deswegen ist es ideal, dass man jetzt wieder zusammenkommt und auch gemeinsam fachsimpeln kann.

*Sebastian Artz,
Bereichsleiter Cyber- &
Informationssicherheit, Bitkom
e. V., Aussteller it-sa 2021*



Nach 19 Monaten ohne Messen gab es viel zu teilen.



Was kann nur eine Onsite-Messe bieten?

Die Dinge wieder in Wirklichkeit, also im realen Leben zu sehen, nicht nur digital, und in die Hände zu nehmen, das hat mir wirklich viel Vorfreude gebracht!

*Amelie Graf,
Produktdesignerin „Mealbag“,
Ausstellerin FACHPACK 2021*

Service

Services machen den Unterschied. Als zentraler Bestandteil von Messen und Kongressen sind sie ein wichtiger Erfolgsfaktor. Deswegen hat die NürnbergMesse den Bereich Services neu aufgestellt und den Kunden noch mehr in den Mittelpunkt gerückt.



„Service Buddies“ sind präsent und gehen aktiv auf Kunden zu.

allen

von



Statement

„Unsere Gäste erleben die NürnbergMesse und ihre Service-Partner ebenso **achtsam und verbindlich, wie wir es von Gastgebern mit Leidenschaft erwarten.“**



Remo Zimmermann, Bereichsleiter „Services“

Was stand bei der Neuausrichtung im Mittelpunkt?

Das Streben nach Service Excellence sowie die Vision, beim Kunden immer erste Wahl bei der Messeplanung zu sein. Ein gut sortiertes, leicht verständliches Service-Portfolio soll es unseren Gästen ermöglichen, sich darin zurechtzufinden und ihre Messeziele einfach zu erreichen.

Wie profitieren davon die Kunden der NürnbergMesse?

Schritt für Schritt überarbeiten wir die gesamte Customer Journey unserer Gäste. Beispiele dafür sind die neue One-Click-Order-Funktion für eine vereinfachte Wiederbuchung und unsere neue, digitale Beratungskollegin, der Voice-Bot THEA. Dieser ist mehrsprachig, rund um die Uhr verfügbar und schafft Wartezeiten in vielen Fällen komplett ab. Zudem erfassen wir nun jedes Kundenanliegen im Veranstaltungsbetrieb zentral und überwachen von unserem neuen Service Point aus dessen Erfüllung.

Welche neuen Services wurden geschaffen?

Neben den genannten Beispielen zur Customer-Journey-Optimierung gehen wir auch auf Nachfrageveränderungen ein. Zum Beispiel mit dem Remote-Messestand: ein Standbau, gemacht, um als Aussteller digital und ohne eigenes Personal an Präsenzmessen teilzunehmen. Und unser neues Studio ermöglicht den Ausstellern eine Reichweitenverlängerung vom Studio oder Stand aus in die digitale Welt – etwa über die digitalen Plattformen der NürnbergMesse.

Seiten

Plattformen für Nachhaltigkeit – zahlreiche Events der NürnbergMesse weltweit fokussieren sich auf das wichtige Thema.





RUM
EN
DECKEL

HÖHE
250 – 900 MM

LÄNGE
370 MM

BREITE
370 MM

VOLUMEN
33 – 120 L

LAGEN
7 (300 G/M²)



Nachhaltig
**Zukunft
schaffen**

„Als großer Arbeitgeber in der Region, als Veranstalter von Messen weltweit und Betreiber eines Messegeländes betrachten wir Nachhaltigkeit aus einer **ökologischen, ökonomischen und sozialen Perspektive.**“

Eckehard Wohlgenannt,
Umwelt- & Energiemanager

2028

Die NürnbergMesse richtet ihr Handeln im Bereich der „Corporate Responsibility“ an den 17 Nachhaltigkeitsentwicklungszielen der Vereinten Nationen (SDG) aus. Zentral ist die angestrebte klimaneutrale Energieversorgung des Messegeländes bis 2028. Um Potenziale zu erkennen und weitere Maßnahmen einzuleiten, hat die NürnbergMesse dazu 2021 eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt (siehe „Nichtfinanzielle Erklärung“: geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de/finanzjahr).

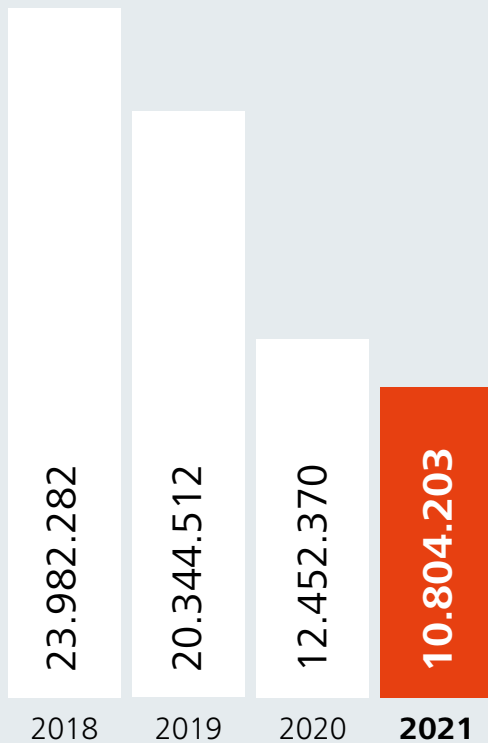


> 70%*

**Stromeinsparungen
u. a. durch Einsatz von
LED in Hallen und
Außenbeleuchtung**

* Basisjahr 2015. Ein Vier-Personen-Haushalt verbraucht ca. 4.000 kWh/Jahr.

**Stromverbrauch innerhalb
der GmbH [kWh]**



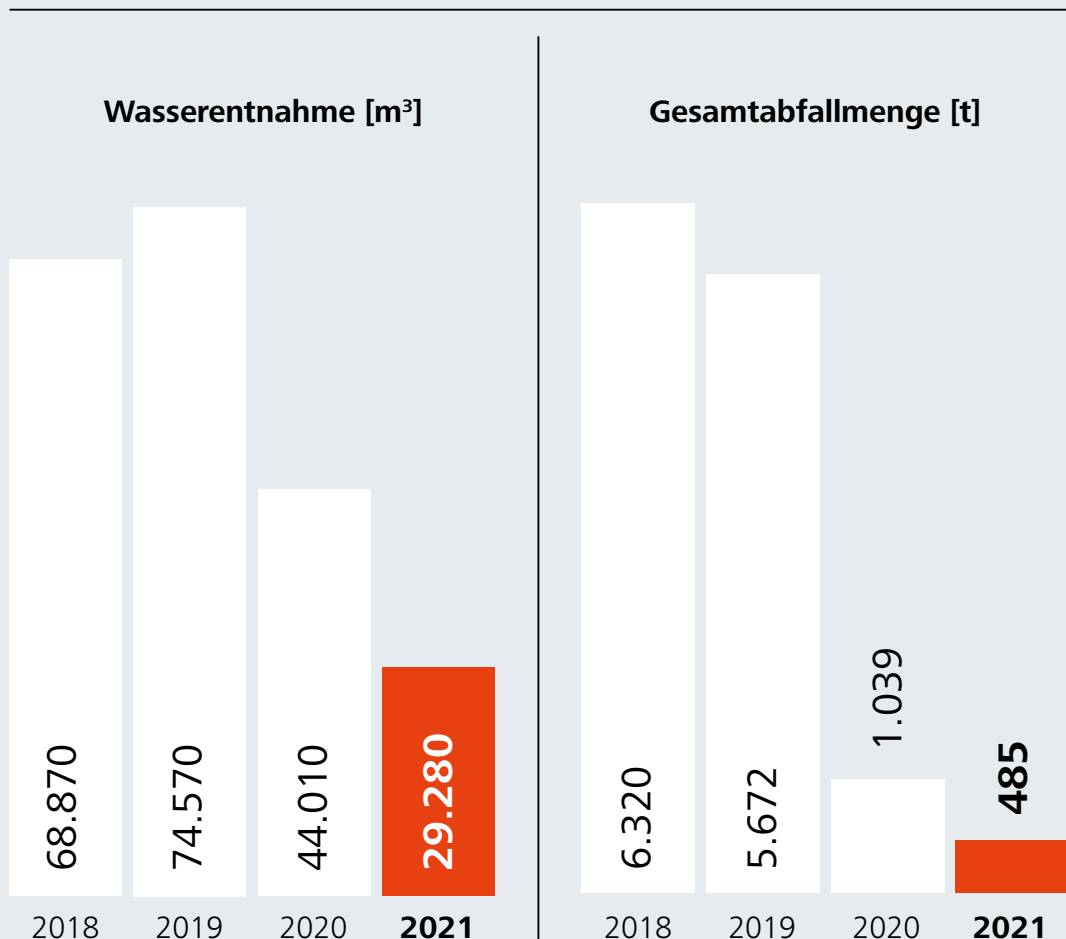
Daten

-280.000 kWh/Jahr

durch Trafoabschaltungen auf dem Gelände

-70.000 kWh/Jahr

durch Installation von Dämmerungs-
schaltern auf den Parkdecks



& Fakten

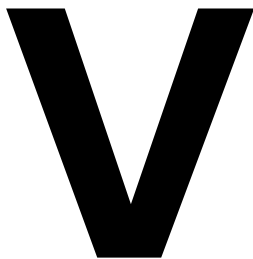
„Eine
Geschäftsführung,
die das Thema
Nachhaltigkeit
vorantreibt, und
Mitarbeitende,
die unbedingt
dabei sein wollen.“

 Gespräch

Auf dem Weg zur *nachhaltigen* Messe



**Interview mit
Prof. Dr. Matthias S. Fifka,
Vorstand des Instituts
für Wirtschaftswissenschaft
und Professor für
Betriebswirtschaftslehre.**



Vor einem Jahr haben Sie sich mit der NürnbergMesse auf den Weg gemacht, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Was haben Sie damals vorgefunden?

Bei der NürnbergMesse war damals schon einiges passiert in Sachen Nachhaltigkeit. Allerdings waren die einzelnen Aktivitäten und Maßnahmen noch nicht übergeordnet strukturiert. Das ist aufgrund der Vielfältigkeit des Themas ohnehin immer eine Herausforderung. Vorgefunden habe ich aber auch eine Geschäftsführung, die das Thema vorantreibt, und Mitarbeitende, die bei der Entwicklung der Strategie unbedingt dabei sein wollten.

Was waren die wichtigsten Schritte seitdem?

Als Erstes haben wir ein Nachhaltigkeitsteam ins Leben gerufen mit Mitgliedern aus allen Unternehmensbereichen. Diese crossfunktionale Zusammensetzung ist wichtig, weil Nachhaltigkeit zum einen alle Einheiten in einem Unternehmen betrifft; zum anderen, weil dadurch Koordination und Kooperation viel leichter werden. Im Anschluss daran haben wir eine Bestandsaufnahme und eine strategische Analyse gemacht zu den Fragen: Was ist schon vorhanden? Wo liegen die Stärken und Schwächen im Hinblick auf Nachhaltigkeit? Und welche Chancen und Risiken ergeben sich für die NürnbergMesse bei diesem Thema?

Was waren die besonderen Herausforderungen für eine Messegesellschaft?

Die Durchführung einer Messe hängt ja an sehr vielen unterschiedlichen Akteuren, auf die man nicht unbegrenzt Einfluss hat. Daraus ergeben sich herausfordernde Fragen: Wie viel kann ich einem Aussteller abverlangen, etwa im Hinblick darauf, welche Materialien er für seinen Stand verwendet? Wie viel Einfluss habe ich auf ausgestellte Produkte oder Dienstleistungen?

Welche Rolle spielt dabei der CO₂-Fußabdruck?

Eine ganz wesentliche! Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und erfährt dementsprechend viel politische und öffentliche Aufmerksamkeit. Ohne Emissionsreduktion wird es nicht gehen. Aufgrund des Hallenbetriebs und der mit dem Messebesuch verbundenen Reisetätigkeit ergeben sich hier große Potenziale. Die NürnbergMesse hat hier mit den Hallen 3A und 3C, die energetische Meisterstücke sind, schon ein weltweites Zeichen gesetzt. Daran gilt es anzuknüpfen. Messen geben Menschen die Möglichkeit, viele existierende und potenzielle Geschäftspartner an einem Ort zu treffen. Man stelle sich vor, dies würde in Einzelterminen erledigt werden. Da hätten wir eine Verzigfachung der Reiseaktivität. Natürlich bestehen hier auch digitale Möglichkeiten, welche die NürnbergMesse bereits nutzt, etwa im Hinblick auf hybride Formate.

Welche nächsten Ziele hat sich das Nachhaltigkeitsteam gesetzt? Wie geht es weiter?

Jetzt geht es darum, das Momentum, das wir aufgebaut haben, mitzunehmen und die Menschen intern wie extern weiter einzubinden. Deshalb werden zunächst die internationalen Tochtergesellschaften stärker einbezogen. Zudem wollen wir den Stakeholder-Dialog ausbauen, um systematisch die externe Perspektive zu erfassen und die wesentlichen Handlungsfelder zu bestimmen. Dies ermöglicht eine noch stärkere Verzahnung mit der Unternehmensstrategie. Intern wollen wir noch mehr Mitarbeitende beim Thema Nachhaltigkeit mitnehmen. Hier geht es uns vor allem darum, Möglichkeiten dafür zu schaffen, Vorschläge einzubringen und bei der Umsetzung der Strategie mitgestalten zu können.

Und schließlich liegt ein großes Ziel darin, die Präsenz des Themas auf Veranstaltungen zu steigern. Denn welche bessere Plattformen für Nachhaltigkeit könnte es geben als die vielen internationalen Messen der NürnbergMesse?

1.



Nachhaltiges Bauen

Mit ihrem Messezentrum und den dazugehörigen Bürogebäuden ist nachhaltiges Bauen für die NürnbergMesse ein zentrales Thema. Die neuesten Hallen 3A und 3C wurden mit dem „Platin“-Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) ausgezeichnet. Das ist Ansporn und Vorbild zugleich, die nachhaltige Gestaltung des Geländes fortzuführen.

2.



Wasser

Durch verschiedene Maßnahmen will die NürnbergMesse die kostbarste Ressource des 21. Jahrhunderts schonen und ihren Wasserverbrauch bis 2025 um 15 % reduzieren. Dafür wird beispielsweise verstärkt Niederschlagswasser in Verbindung mit intelligenten Bewässerungskonzepten für Außenanlagen verwendet.

Ressourcen *bewahren*

3.



Veranstaltungen

Die Veranstaltungen der NürnbergMesse sollen noch nachhaltiger werden. Beispielsweise soll in den kommenden Jahren weniger Teppich verlegt werden, die Beschilderung auf dem Gelände durch ein innovatives Navigations- und Informationssystem ersetzt werden sowie Abwasser und Abfall insbesondere beim Messestandbau reduziert werden.

4.



Abfall

Beim anfallenden Abfall im Unternehmen plant die NürnbergMesse eine Reduktion um 20 % bis 2025. Ein besonderer Fokus liegt hier auf der Wiederverwendung von Investitionsgütern wie zum Beispiel Büromöbeln und der Reduktion von Printprodukten.

Unsere zehn Handlungsfelder im Kontext der Nachhaltigkeit:

- **01 Kundenzentrierung und -begeisterung**
 Kundenzentrierung und -begeisterung gehören zu den wichtigsten Eckpfeilern unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Ein fairer und partnerschaftlicher Umgang mit ihren Kunden ist für die NürnbergMesse grundlegend.

- **02 Verantwortungsbewusster und attraktiver Arbeitgeber**
 Die Mitarbeitenden sind für die NürnbergMesse der Schlüssel zum Unternehmenserfolg. Leistung und Engagement ihrer Mitarbeitenden tragen maßgeblich zur Erfolgsgeschichte der NürnbergMesse bei.

- **03 Nachhaltige Durchführung von Veranstaltungen**
 Großes Potenzial beim Klima- und Umweltschutz sieht die NürnbergMesse bei der Durchführung von Veranstaltungen. Deshalb baut sie die nachhaltige Durchführung von Messen und Events kontinuierlich aus.

- **04 Umwelt- und Energiemanagement**
 Der verantwortungsvolle Umgang mit der natürlichen Umwelt spielt für die NürnbergMesse eine elementare Rolle. Ihrer großen ökologischen Verantwortung kommt sie mit einem umfassenden Umwelt- und Energiemanagement nach.

- **05 Digitale Formate**
 Die NürnbergMesse ist davon überzeugt, dass der persönliche Austausch und das unmittelbare physische Erleben auch in Zukunft das Herzstück von Messeveranstaltungen sein werden – und digitale Formate diese zusätzlich bereichern.

- **06 Plattformen für Nachhaltigkeit**
 Messen sind Plattformen für den Branchenaustausch für Teilnehmende aus der ganzen Welt. Zahlreiche Messeformate der NürnbergMesse geben dem Thema Nachhaltigkeit eine wichtige Bühne.

- **07 Regionalförderung**
 Die NürnbergMesse ist ein wichtiger Wirtschaftsmotor in der Metropolregion Nürnberg und trägt positiv zur sozioökonomischen Entwicklung ihrer Region bei.

- **08 Datenschutz und IT-Sicherheit**
 Die fortschreitende Digitalisierung in allen Unternehmensbereichen macht Datenschutz und IT-Sicherheit zu einem wichtigen Baustein unternehmerischer Verantwortung.

- **09 Werte- und Compliance-Management**
 Die konsequente Einhaltung geltenden Rechts und wertegeleitetes Handeln sind für die NürnbergMesse ein Fundament ihrer unternehmerischen Aktivität.

- **10 Gesellschaftliches Engagement**
 Im Sinne von „Corporate Social Responsibility“ unterstützt die NürnbergMesse ehrenamtliche Tätigkeiten ihrer Mitarbeitenden.

Onsite + Online



Das Portfolio der NürnbergMesse:
In Nürnberg und weltweit Messen
live erleben ...



... und über hybride Formate und Online-Plattformen mit der Branche im Austausch bleiben.

Das Portfolio



**Building &
Construction**



**Electronics &
Security**



**Process
Technology**



**Retail &
Consumer Goods**



**Social &
Public**

Neue Messekonzepte

BRASILIEN Catarina Aviation Show, São Paulo / Haus Decor Show, São Paulo

CHINA embedded world China, Shanghai / Car Symposium China, Shanghai /

Car Battery China / EVTec, Shanghai **DEUTSCHLAND** MedteclIVE, Stuttgart **INDIEN**

CFOSE, Neu-Delhi **INDONESIEN** Pacific Coatings Show, Jakarta **ITALIEN** Focus on

PCB, Vicenza / Ospitiamo, Mailand **SAUDI-ARABIEN** BIOFACH Saudi Arabia, Riad

VAE Gulf Coatings Show, Sharjah

Das Jahr 2021

- Aufgrund des anhaltenden Veranstaltungsverbots lag der *Umsatz 2021* bei 68,3 Mio. EUR.
- Aus der Überzeugung heraus, dass ihre zukünftige Erfolgsformel aus „*Onsite und Online*“ bestehen wird, entwickelt die NürnbergMesse neue *digitale Angebote und Formate* als Ergänzung zu ihren Präsenzveranstaltungen.
- Die NürnbergMesse hat 2021 eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Diese basiert auf dem Verständnis, dass *ökonomisch* erfolgreiches Agieren nicht ohne die Übernahme *sozialer und ökologischer Verantwortung* gelingen kann.

Bilanz

Konzernbilanz zum 31. Dezember 2021

NürnbergMesse Group

	31.12.2021	31.12.2020
AKTIVA	EUR	EUR
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. EDV-Programme	4.277.120,77	3.242.481,07
2. Veranstaltungsrechte	9.362.832,07	11.017.211,07
3. Kundenstamm und sonstige Rechte	825.333,30	1.100.444,42
4. Geschäfts- oder Firmenwert	11.609.490,00	15.838.048,08
5. Geleistete Anzahlungen	766.850,41	1.351.451,08
	26.841.626,55	32.549.635,72
II. Sachanlagen		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	269.242.563,16	281.687.343,31
2. Technische Anlagen und Maschinen	9.376.573,00	10.144.329,00
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	15.254.882,51	19.399.839,86
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	3.702.998,71	7.694.729,90
	297.577.017,38	318.926.242,07
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	210.880,42	220.008,78
2. Beteiligungen	827.377,22	1.451.377,22
3. Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	569.217,50	440.355,25
4. Sonstige Ausleihungen	205.033,53	222.357,61
5. Genossenschaftsanteile	7.800,00	7.800,00
	1.820.308,67	2.341.898,86
B. Umlaufvermögen		
I. Vorräte		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	1.882.627,71	2.138.957,02
2. Unfertige Leistungen	1.713.540,77	1.025.930,25
./. erhaltene Anzahlungen	-1.713.540,77	-1.025.930,25
	1.882.627,71	2.138.957,02
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5.990.244,03	3.207.738,64
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	184.143,65	201.155,65
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	13.154,33	13.154,33
4. Sonstige Vermögensgegenstände	6.532.908,83	5.295.036,26
› davon mit Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 809.499,29 (Vj. EUR 653.596,54)		
	12.720.450,84	8.717.084,88
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	28.304.538,26	12.567.557,64
C. Rechnungsabgrenzungsposten	1.910.855,17	3.267.253,38
D. Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0,00	338.626,69
	371.057.424,58	380.847.256,26

Gewinn- und Verlustrechnung

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2021

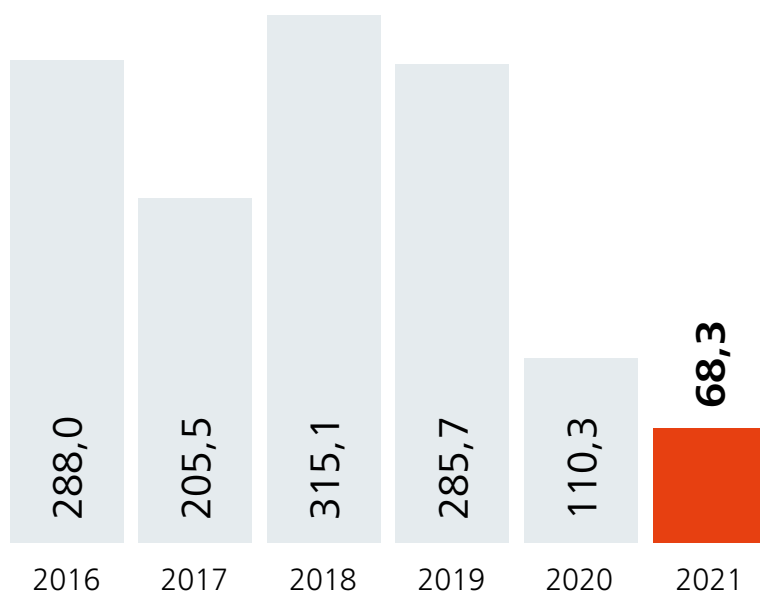
NürnbergMesse Group

	2021 EUR	2020 EUR
1. Umsatzerlöse	68.316.724,21	110.268.405,53
2. Veränderung des Bestands an unfertigen Leistungen	651.913,31	-3.379.446,27
3. Sonstige betriebliche Erträge	42.275.794,50	5.985.342,38
<i>› davon aus der Währungsumrechnung: EUR 126.945,40 (Vj. EUR 26.539,43)</i>		
Summe 1 – 3	111.244.432,02	112.874.301,64
4. Veranstaltungsaufwendungen	-36.558.300,05	-64.261.866,09
5. Personalaufwand	-46.006.400,50	-45.008.963,95
<i>a) Löhne und Gehälter: EUR -36.523.830,55 (Vj. EUR -36.106.785,79)</i>		
<i>b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung: EUR -9.482.569,95 (Vj. EUR -8.902.178,16)</i>		
<i>› davon für Altersversorgung: EUR 2.436.082,51 (Vj. EUR 2.471.732,89)</i>		
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	-34.012.337,65	-38.426.027,77
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-33.201.704,26	-32.832.504,50
<i>› davon aus der Währungsumrechnung: EUR 207.080,08 (Vj. EUR 37.091,49)</i>		
Summe 4 – 7	-149.778.742,46	-180.529.362,31
Betriebsergebnis	-38.534.310,44	-67.655.060,67
8. Erträge aus Beteiligungen	222,75	30.820,04
Operatives Ergebnis	-38.534.087,69	-67.624.240,63
9. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	6.433,85	7.153,56
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	216.914,75	358.747,82
<i>› davon aus der Abzinsung: EUR 5.843,87 (Vj. EUR 6.508,81)</i>		
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen	-674.000,00	-50.000,00
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-1.599.649,47	-1.508.260,97
<i>› davon aus der Aufzinsung: EUR 179.585,90 (Vj. EUR 177.573,98)</i>		
13. Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	128.862,25	-124.958,67
14. Aufwendungen aus Verlustübernahmen	-7.125,74	-1.093,46
Ergebnis vor Steuern	-40.462.652,05	-68.942.652,35
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-78.443,43	406.158,25
<i>› davon aus latenten Steuern: EUR 21.458,67 (Vj. EUR 21.458,67)</i>		
16. Ergebnis nach Steuern	-40.541.095,48	-68.536.494,10
17. Sonstige Steuern	-1.843.663,44	-1.702.000,60
18. Konzernjahresüberschuss (+) / -fehlbetrag (-)	-42.384.758,92	-70.238.494,70
19. Einstellung in Rücklagen	0,00	0,00
20. Konzernbilanzgewinn (+) / -verlust (-)	-42.384.758,92	-70.238.494,70
21. Auf nicht beherrschende Anteile entfallender Gewinn (+) / Verlust (-)	-353.274,66	-1.617.279,85
22. Konzerngewinn (+) / -verlust (-) der NürnbergMesse	-42.031.484,26	-68.621.214,85

Umsatz

Umsatzentwicklung

NürnbergMesse Group (in Mio. EUR)



Umsatzanteile am Konzernumsatz

23 %

Gastveranstaltungen und
NürnbergConvention Center

24 %

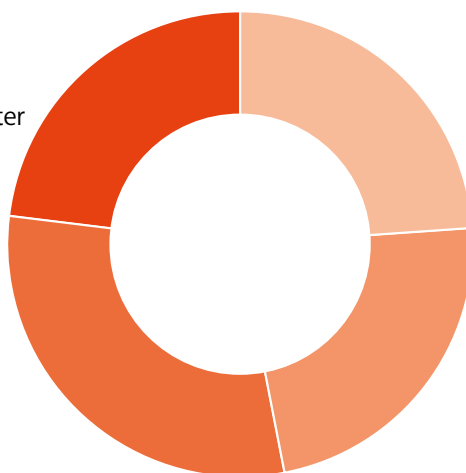
International

30 %

Eigen- und Partner-
veranstaltungen
Inland

23 %

MesseService



Die grafische Darstellung ist nicht Teil des testierten Lageberichts und dient der zusätzlichen Erläuterung.

Geschäftsjahr 2021 auf einen Blick

Den Geschäftsbericht 2021 haben wir wieder hybrid konzipiert, um Ihnen das Beste aus analoger und digitaler Welt anzubieten.

So erhalten Sie in diesem Jahr unser Magazin „Geschäftsjahr 2021“ gedruckt und im Hochformat. Diese Publikation ergänzen wir mediengerecht mit dem interaktiven Finanzjahr:

[geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de/finanzjahr](https://www.geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de/finanzjahr)

Den Geschäftsbericht 2021 mit vielen weiteren spannenden Beiträgen und interessanten Videos finden Sie online unter:

[geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de](https://www.geschaeftsbericht.nuernbergmesse.de)



Hier gelangen Sie direkt zum
Online-Geschäftsbericht 2021.

Kontakt/ Impressum

Herausgeber

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg

T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
info@nuernbergmesse.de

www.nuernbergmesse.de

V. i. S. d. P.: Dr. Ulf Santjer / Redaktion: Maximilian Hensel /
Koordination: Beate Blum

Der Geschäftsbericht der NürnbergMesse auch im Internet:
www.nuernbergmesse.de/geschaeftsbericht

Alle Angaben ohne Gewähr. Änderungen vorbehalten.

Konzept, Gestaltung und Realisation

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG, Hamburg

Druck

osterchrist druck und medien GmbH, Nürnberg



Fotos

Heiko Stahl (S. 2/3, 9, 12/13, 20, 22) / Ralf Rödel (S. 4/5, 10, 21) /
Ute Wunsch (S. 11) / Marek Matustik (S. 16)

Alle weiteren Fotos durch NürnbergMesse

