


People first

Mitarbeiter – Aussteller – Besucher

Geschäftsbericht 2002 Messe Düsseldorf GmbH



Messe
Düsseldorf



„Physikalisch gesehen ist Glas eine unterkühlte Flüssigkeit. Wie viel Gefühl darin steckt, fasziniert unsere Kunden auf der glasstec immer wieder aufs Neue.“

Bernd Kramer, Interpane >>



Bernd Kramer,
Vorstandsvorsitzender der
Interpane Glas Industrie AG,
seit 30 Jahren auf der **glasstec**
in Düsseldorf vertreten. Ganz
besonders schätzt er die An-
ziehungskraft der Sonderschau
„glass technology live“.

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort | 06 |
| Der Messemarkt | 09 |
| Das Leitmessekonzept | 12 |
| Die Messen in Düsseldorf | 17 |
| Going global | 22 |
| Unser Service für Aussteller | 29 |
| Standort und Gelände | 32 |
| | |
| Rechtliche Verhältnisse | 38 |
| Fakten zur Entwicklung 1998 bis 2002 | 41 |
| Veranstaltungen 2002 im Überblick | 42 |
| Lagebericht Messe Düsseldorf GmbH | 44 |
| Bilanz Messe Düsseldorf GmbH | 46 |
| Gewinn- und Verlustrechnung Messe Düsseldorf GmbH | 49 |
| Entwicklung des Anlagevermögens Messe Düsseldorf GmbH | 50 |
| Anhang Messe Düsseldorf GmbH | 52 |
| Bestätigungsvermerk Messe Düsseldorf GmbH | 57 |
| Konzernlagebericht Messe Düsseldorf GmbH | 58 |
| Konzernbilanz Messe Düsseldorf GmbH | 62 |
| Konzern- Gewinn- und Verlustrechnung Messe Düsseldorf GmbH | 65 |
| Entwicklung des Konzernanlagevermögens Messe Düsseldorf GmbH | 66 |
| Konzernanhang Messe Düsseldorf GmbH | 68 |
| Bestätigungsvermerk Konzern Messe Düsseldorf GmbH | 74 |
| Bericht des Aufsichtsrats | 75 |

Willkommen bei der Messe Düsseldorf.

Herzlich

Wir haben es schon immer gewusst: Wir arbeiten anders. Aber erst im letzten Jahr haben wir dieses Gefühl offiziell in zwei Worte gefasst: People first. Ein Motto, hinter dem wir stehen. Felsenfest. Eine Maxime, die bei unseren Partnern Zustimmung gefunden hat. Weil sie ehrlich ist.


Im vergangenen Jahr haben wir Ihnen unsere Mitarbeiter vorgestellt, die sich Veranstaltung für Veranstaltung persönlich dafür einsetzen, dass alles läuft. So gut, dass wir 2002 wieder 14 internationale Leitmesse, absolute Branchen-Highlights, auf die Beine gestellt haben. Für unsere Aussteller, die wir tagtäglich ins Rampenlicht rücken. Auch hier und heute in diesem Geschäftsbericht – der Quintessenz unserer Arbeit der letzten 12 Monate.

6 Menschen, exemplarisch für ihre Branche und stellvertretend für 30.100 Aussteller, die wir 2002 empfangen durften. Keine Nummern, sondern Persönlichkeiten, die durch ihre hohen Ansprüche die Qualität und die Lebendigkeit unserer Messen ausmachen. Diese Menschen haben etwas zu sagen. Und zu bewegen.

Je internationaler eine Messe, desto größer sind ihr Erfolg und ihre Anziehungskraft auf die Branche. Daher freut es uns besonders, dass die Hälfte unserer Aussteller 2002 aus dem Ausland zu uns gekommen ist. Der steigende Auslandsanteil geht dabei überwiegend auf das Konto unseres internationalen Networks. 62 Auslandsvertretungen für 100 Länder haben ihre „Hausaufgaben“ gemacht. Zum Beispiel für den indischen und chinesischen Markt. Oder für noch mehr Engagement in Osteuropa. Mit unserer neuen Tochter in Moskau.


Ob am anderen Ende der Welt oder bei uns zu Hause in Düsseldorf – der echte Mehrwert für unsere Aussteller und Besucher ist und bleibt unser Service. Im Internet, auf dem Gelände, das wir modernisieren und erweitern werden, und natürlich im Zwischenmenschlichen. Deshalb hat jetzt Peter Gruber das Wort. Und Dr. Andrijka Kashan und ...

Wilhelm Giese,
Vorsitzender der
Geschäftsführung
Messe Düsseldorf GmbH



„Persönliche Beratung
– heutzutage fast
ein Luxus. Bei uns
und auf der boot ganz
selbstverständlich.“

Peter Gruber, Sunseeker >>

A black and white photograph of Peter Gruber, a man in a dark suit, white shirt, and patterned tie. He is wearing glasses and smiling. He is standing on the deck of a boat, with his right hand holding a set of keys and his left hand resting on a metal railing. The background shows the white structure of the boat and a circular light fixture.

Peter Gruber,
Vorstand Sunseeker Europe AG,
seit über 20 Jahren auf der
boot in Düsseldorf vertreten.
Er liebt guten Stil, die Exklusivität
des Publikums und den individuellen
Service für Aussteller.

Es tut sich was. Bei uns und weltweit.

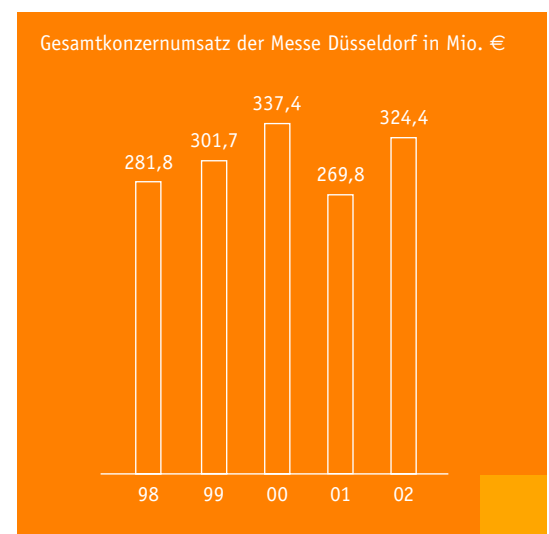
Wandlungsfähig

Schon im Altertum wurde ein reger Handel betrieben, der die ganze bekannte und erreichbare Welt mit einschloss. Der zeitliche und finanzielle Aufwand war auch nach heutigen Maßstäben enorm. Handelsschiffe zum Beispiel bargen nicht nur gewaltige finanzielle Risiken, sondern fielen oft auch Piraten zum Opfer.

Globalisierung war schon immer eine Herausforderung. Heute vielleicht mehr denn je. Auch für das deutsche Messewesen. Die weltweiten Handelsbeziehungen sind intensiver geworden. Mehr Mobilität von Gütern, Kapital und Wissen erfordert mehr Flexibilität, aber auch Eigenständigkeit. Denn moderne Verkehrs- und Informationstechnologien haben die Absatzmärkte nicht nur vergrößert, sondern die Konkurrenz der internationalen Messestandorte verschärft.

Eine schwache Konsumgüterkonjunktur und geplatzte Börsenträume haben an vielen deutschen Standorten zu sinkenden Aussteller- (- 2 %) und Besucherzahlen (- 5 %) geführt. Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds hat die Messe Düsseldorf ihre nationalen und internationalen Ziele erreicht. Gegen den Trend. Mit starken Leitmessen.

Die erfolgreichen 90er Jahre sind vorbei. Veränderungen in den Märkten und ganzer Branchen erfordern neue Strategien, um Krisen zu umschiffen und Kerngeschäfte abzufedern. Mit internationalen Allianzen. Vernünftig und verantwortungsvoll. Mutig und schwungvoll. Da sind wir auf dem richtigen Weg.



34

**Die deutsche
Messewirtschaft in Zahlen:**

- 2,5 Mrd. € Umsatz p. a.
- 9 Mrd. € Aufwendungen von Ausstellern und Besuchern p. a.
- Geschätzte 25 Mrd. € gesamtwirtschaftliche Produktionseffekte
- 250.000 Arbeitsplätze
- 10 Millionen Besucher, 20% aus dem Ausland
- 170.000 Aussteller, 50% aus dem Ausland

Wie macht sich Deutschland?

Deutschland ist das Messeland mit der höchsten Internationalität. Die Qualität der deutschen Veranstaltungen macht den Erfolg aus: Zwei Drittel der 150 weltweit führenden Messen finden bei uns statt. 6 der 10 umsatzstärksten Betreibergesellschaften haben ihren Sitz in Deutschland. 23 deutsche Messeplätze bieten ihren Ausstellern insgesamt 2,56 Mio. m² Hallenfläche. Trotz konjunkturell bedingter Einbußen ist das deutsche Messewesen immer noch eine der führenden Dienstleistungsbranchen der deutschen Wirtschaft und zeigt sich angenehm resistent gegen Krisen.

Allerdings haben alternative Medien und niedrige Transportkosten auch Einfluss auf die Loyalität unserer Kunden. Ziehen wichtige Aussteller die Teilnahme an einer Veranstaltung zurück, sinkt die Attraktivität aus der Sicht anderer. Außerdem ist der Wettbewerbsdruck auf dem deutschen Messemarkt ausgesprochen hoch. Damit reicht der Ausbau von Marktanteilen am Heimatstandort einfach nicht mehr aus. Die Suche nach neuen Veranstaltungsorten ist oft eine Alternative. Zum Beispiel im asiatischen Raum mit einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 5,7%. Hier hat die Zahl der Messen deutscher Veranstalter innerhalb von 2 Jahren dann auch um 65% zugenommen.

Die Gestaltung der Weltmärkte wird durch strategische Partnerschaften bestimmt. Das Messeprojekt Pudong/Shanghai als Joint Venture der Messen Düsseldorf, München und Hannover steht für das gemeinsame Engagement deutscher Gesellschaften, ihren Kunden Tür und Tor zu einem riesigen Wachstumsmarkt zu eröffnen. Einer unser Garantien für eine langfristig erfolgreiche Bestandsaufnahme.

Erfolgsfaktoren, die bleiben.

Geben den Ton an:

Messen als Marketinginstrument.

Für 74 % der ausstellenden Unternehmen sind Messen in ihrem Kommunikations-Mix sehr wichtig, nur knapp übertroffen vom Außendienst. Verglichen mit anderen Instrumenten bieten Messen persönliche Kontakte, einen hohen Erlebnischarakter, verbinden Kulturen und konzentrieren potenzielle Kunden und Fachleute an einem Ort. Für mehr Transparenz. Die Messe als Marktplatz für Angebot und Nachfrage von Wissen, Waren, Dienstleistungen und Ideen wird in der Welt der Wirtschaft und des Handels der bedeutendste Kommunikationsmarkt. Denn das beste Angebot im Internet kann das Gespräch auf einer Messe nicht ersetzen. Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht, nicht zwischen Unternehmen.

Exportmotor für den Mittelstand:

Messe Düsseldorf

Der Mittelstand in Deutschland stellt mehr als die Hälfte des Bruttosozialprodukts. Auch der deutsche Export wird zu einem wesentlichen Teil von mittelständischen Unternehmen getragen. Auslandsmessen sind der Türöffner für interna-

tionale Märkte und finden selbst in kleineren Betrieben hohe Akzeptanz. Die Messe Düsseldorf bringt mittelständische Unternehmen in neue Wachstumsregionen in Mittel- und Osteuropa, China und Indien. „Made in Europe“ kommt eben an.

Parallel zur Messewirtschaft begleitet auch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie deutsche Firmen ins Ausland. Mit einer eindeutigen Mittelstandspriorität von 85 %. Und einem Etat von 33,5 Mio. € im Jahr 2002. Gewinnbringend angelegt, denn daraus resultieren Exporterlöse von geschätzten 3,5 Mrd. €, die 20.000 Arbeitsplätze sichern.

Die deutschen Messeplätze – und ganz besonders Düsseldorf – haben in den vergangenen Jahren viel bewegt. Für den Mittelstand, für ihre Leitmessen und für verantwortungsvolles Wachstum im Ausland. Gemeinsam nehmen wir es in Zukunft mit jedem auf.

Vorteile von Messen in der Kommunikation:

- Leistungsdemonstration
- Komplettes Marktangebot
- Persönlicher Kontakt zu vielen Kunden in wenigen Tagen
- Gelöste Atmosphäre
- Konkurrenzvergleich
- Anreize für Innovationen
- Kleinere Unternehmen profitieren von der Anziehungskraft der Marktführer.

Mittelstand mobil:

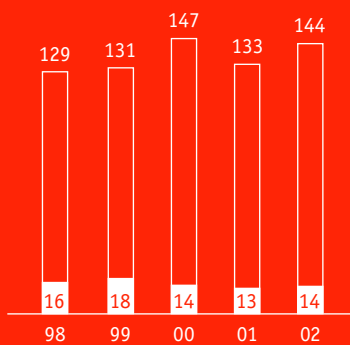
- 78 % der mittelständischen Unternehmen wollen sich verstärkt in bestehenden Auslandsmärkten engagieren.
- 63 % wollen neue Märkte im Ausland erschließen.
- 81 % sind in Westeuropa aktiv.
- 49 % in Mittel- und Osteuropa.
- 21 % in Asien.
- 12 % in Nordamerika.

Wer die Besten ausrichtet, zieht auch die Besten an.



Messen in Deutschland haben eine lange Geschichte. Und eine erfolgreiche. Heute veranstaltet Deutschland weltweit die meisten Leitmes- sen. Mit finanziellen und konzeptionellen Anstrengungen ist es den Messegesellschaften gelungen, ihren Wettbewerbsvorsprung gegen- über internationalen Konkurrenten auszubauen. Und mit etwas, das gar keine Mühe macht: mit viel, viel Lächeln. Für unsere Aussteller und Besucher. Und untereinander.

Leitmessen in Deutschland, davon in Düsseldorf



Die Stärken des Leitmessekonzepts zeigen sich besonders in Zeiten negativer Konjunktur. Auf Grund verknappter Marketingbudgets be- schränken sich viele Aussteller auf die großen, wichtigen Veranstal- tungen. Weil die deutschen Fachmessen mit einem Anteil von 75 % die führende Position im internationalen Messegeschäft einnehmen, fallen bei uns die allgemeinen Rückgänge der Aussteller- und Besu- cherzahlen weniger ins Gewicht.

Die Leitmessen in Deutschland sind heute mehr denn je Dreh- und Angelpunkt für Aussteller, um alle Entscheider aus den wichtigen Märkten zu treffen. Face to face. Das Engagement der Messeplätze hat dafür gesorgt, dass fast jede Branche der Konsum- und Investi- tionsgüterwirtschaft ihre weltweit führende Fachmesse – sprich Leit- messe – in Deutschland hat. Umgekehrt profitiert Deutschland durch den „Export“ erfolgreicher Leitmessekonzepte in internationale Wachs- tumsmärkte wie Westeuropa, Nordamerika und ASEAN. Je dynamischer die Wirtschaft, desto wichtiger sind Messen als Absatz- und Marke- tinginstrument.



Erfolgreich durch unsere Partner.

Der Mittelstand prägt die Wirtschaft in Deutschland. Deshalb wird jede einzelne Leitmesse in enger Abstimmung mit der jeweiligen Branche und ihren Verbänden veranstaltet. Ganz individuell und sehr sensibel bei Branchenveränderungen. Denn Gelände, die sich anpassen, und langjährige Erfahrung machen flexibel. In ganz Europa bietet der Mittelstand große Reserven. Fast 90 % aller Firmen sind mittelständische Unternehmen, die Messen noch stärker nutzen müssen und werden, um in Exportmärkten Fuß zu fassen. Wir sind bereit.

Erfolgreich durch unseren Wettbewerb.

Natürlich ist es die partnerschaftliche Zusammenarbeit der deutschen Messewirtschaft, die uns stark macht. Aber seien wir ehrlich: Es ist auch der sportliche Wettkampf untereinander. Eine Einstellung, die auch in Zukunft Aussteller und Besucher anzieht – im Land der Leitmesen!

Wettbewerbsvorteile auf einen Blick:

- Die Messewirtschaft ist die führende Dienstleistungsbranche in Deutschland.
- Messebeteiligungen gehören hier selbstverständlich zum Marketing-Mix.
- Das deutsche Management hat Flächen, Services und Know-how auf ein hohes internationales Niveau gebracht.
- Die hohe Messedichte führt zu mehr Wettbewerb und damit zu mehr Qualität.



Steckenpferde
Oder wie Ehrgeiz Kompetenz fördert.

Der frühe Vogel fängt den Wurm. Schon in den 50er Jahren sattelte die Messe Düsseldorf von Ausstellungen und Mehrbranchenmessen auf Fachmessen um. Diese Spezialisierung hat uns zu weltweitem Erfolg geführt: Im internationalen Wettbewerbsumfeld sind wir heute Marktführer in Europa. 23 von weltweit 150 Leitmessen finden in Düsseldorf statt. Dazu kommen über 140 internationale Fachmessen und Kongresse. Meist die Topveranstaltungen ihrer Branche. Unterteilt in 8 starke Kompetenzfelder:

1. Materialien & Technologien
2. Medizin & Gesundheit
3. Handel, Handwerk und Dienstleistungen
4. Print & Media, Kommunikation
5. Verpackung & Verarbeitung
6. Automation & Polytechnik
7. Freizeit, Wellness & Kosmetik
8. Mode

**Was auch passiert,
wir stellen uns darauf ein.**

Die Ansprüche von Ausstellern und Nachfragern sind unterschiedlich, wenn auch im Kern gleich, weil hoch. Die Fachmessen in Düsseldorf, ganz egal aus welchem Kompetenzfeld, werden beiden Seiten gerecht. Unsere Aussteller können sicher sein, ihre Angebote in einem 1a-Umfeld zu präsentieren, während den Besuchern

die ganze Bandbreite einer Branche geboten wird. Intensive Dialoge mit Branchenführern, Fachverbänden und Institutionen aus Wirtschaft und Forschung sind unsere Quelle, um Markterfordernisse nicht nur zu kennen, sondern auch vorzusehen. Das steigert die Qualität von K zu K oder boot zu boot.

**Starke Leitmessen sind
die beste Referenz.**

Eigentlich ist es ganz einfach: Weil wir in der Lage sind, am Heimatstandort moderne und zukunftsweisende Messen zu organisieren, können wir unsere Erfahrungen auch international gewinnbringend umsetzen. Während in Düsseldorf die internationale Leitmesse einer Branche stattfindet, variieren wir unser Konzept im Ausland und bieten unseren Kunden weltweit neue Chancen in regionalen Märkten.

Ein internationales Netzwerk mit Messekooperationen in aller Welt und ein funktionales Gelände mit hervorragendem Service in Düsseldorf sichern unseren Leitmesse-Standort. Damit behalten wir unser Stück vom Messekuchen und erfreuen uns auch weiterhin eines gesunden Appetits.



Dr. Andrijka Kashan,
Vertriebsleiterin Krankenhaus-
Diagnostika Roche Diagnostics,
seit der Premiere vor 33 Jahren
nonstop auf der **MEDICA** vertre-
ten. Für sie ist die Lounge auf
ihrem Stand der richtige
Rahmen, um Innovationen zu
präsentieren.

„Zwischen uns
Ausstellern, der
Messe und unseren
Kunden stimmt die
Kommunikation.
Nur so läuft es auf
einer Weltmesse wie
der MEDICA rund.“



Erntezeit

2002. Strategien tragen Früchte.

Alle Ziele erreicht. Trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds im Jahr 2002 hat die Messe Düsseldorf international geschaffert, was sie sich vorgenommen hatte. Mit einem Konzernumsatz von rund 324 Mio. € und einem Gewinn von knapp 28,4 Mio. € nach Steuern war 2002 für uns ein Erfolg.

In 17 Hallen mit einer Bruttofläche von 234.400 m² präsentierten rund 30.100 Aussteller ihre Produkte – davon mehr als die Hälfte aus dem Ausland. 2002 hießen wir rund 1,56 Millionen Besucher willkommen, über ein Viertel kam aus dem Ausland. Unsere 613 Mitarbeiter sicherten die Qualität von 38 durchgeführten Veranstaltungen. Von 24 Eigenveranstaltungen waren 14 internationale Leitmesse. Viele der Messen am Standort Düsseldorf verzeichneten Aussteller- und Besucherzuwächse – vor allem beim internationalen Publikum. Einer der wichtigsten Indikatoren einer Fachmesse überhaupt.

Eingefahren: unsere Erfolgszahlen 2002.

- Internationale Aussteller +1 %, Besucher +5 % und Nettofläche +4 % im Vergleich zu den Vorveranstaltungen.
- 30.100 Aussteller 2002 in Düsseldorf: das bisher beste Ergebnis.
- Noch nie kamen so viele von ihnen aus dem Ausland: bei unseren Eigenveranstaltungen waren es 55 %.

- Auch der Anteil internationaler Besucher ist mit 28 % der höchste der letzten Jahre (im drupa-Jahr 2000 waren es 26 %).
- Noch nie wurde so viel Nettofläche vermietet: satte 1.364.000 m².

Gegen den Wind.

Die starke internationale Position der Messe Düsseldorf zeigt sich besonders im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Der AUMA, Ausstellungs- und Messeausschuss der Deutschen Wirtschaft, ermittelt für deutsche Messeplätze einen Ausstellierzuwachs aus dem Ausland um +1,5 % und sogar einen Rückgang der vermieteten Nettofläche um -1,5 %.

Uns allen weht ein schärferer Wind entgegen. Durch die internationale Konkurrenz und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Aber eine Krise der Messewirtschaft an sich ist das nicht. Messen sind immer noch das Marketinginstrument und die Plattform für den Weltmarkt. Wie bei uns in Düsseldorf.

Ein sattes Jahr.

Wir haben 2002 bewiesen, dass unsere Leitmesse gegen den Trend stark sind. Und wir haben gezeigt, dass unser internationales Engagement direkten Einfluss auf die Steigerung des Auslandsanteils unserer Messen hat. Damit war, ist und bleibt Düsseldorf ein fruchtbarer Boden für den Erfolg unserer Kunden.

6 aus 23

Unsere Leitmessen sprechen für sich. Genau wie ihre Aussteller.

Gastfreundschaft 2002.

14 Gastveranstaltungen
lockten 163.000 Besucher
nach Düsseldorf.

- Die cpd woman-man. Die Premiere des gemeinsamen Auftritts von Damen- und Herrenmode war ein voller Erfolg und festigte die Position Düsseldorfs als internationales Modezentrum. Mit rund 3.000 Ausstellern und 90.000 Besuchern.
- Die ELECTRONIC PARTNER für Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik
- Die FACILITY MANAGEMENT für Gebäudemanagement
- Die DIMA als größte Kongressmesse für Dialogmarketing und E-Business

Einen Schritt voraus.

Im September kamen sich die GDS und ihr italienischer Wettbewerber MICAM-SHOEVENT terminlich in die Quere, was sich auf die Zahlen beider Schuhmessen ausgewirkt hat. Trotzdem war Italien mit über 400 Ausstellern wieder stärkste Ausstellernation. Für sie ist die GDS einfach die Nr. 1, auf der sich die weltweit wichtigsten Einkäufer treffen.

Ganz klar noch erfolgreicher.

Die 17. glasstec belegte ihren internationalen Stellenwert eindrucksvoll – mit 55.000 Fachbesuchern (+ 3 %). 56 % von ihnen kamen aus dem Ausland – beeindruckende 27 % mehr als vor 2 Jahren! Für die Sonderschau „glass technology live“ über weltweite Architekturprojekte pilgerten Studenten aus ganz Europa zu uns. Auch bei den Ausstellern steigerte sich der internationale Anteil – auf 63%. Die Innovationskraft des mittelständischen Glaserhandwerks ist ungebrochen.

Kerngesund.

Zur MEDICA 2002 – dem Weltforum für Medizin – strömten über 132.000 Besucher aus aller Welt (Vorjahr: 128.000), so viele wie nie zuvor. Auf sie wartete das gesamte Spektrum der ambulanten und stationären Versorgung. 33 % der Besucher kamen aus dem Ausland (2001: 27 %), davon ein großer Teil vom amerikanischen Kontinent und aus Asien. 3.652 Aussteller aus 65 Nationen präsentierten sich in 17 ausgelasteten Hallen. Die quantitativ und qualitativ beste MEDICA seit ihrer Premiere vor 33 Jahren!

Lifestyle an Bord.


Auch 2002 war die boot wieder Magnet für die Medien und wichtiger Sympathieträger für die Stadt Düsseldorf. Trotz leicht rückläufiger Ergebnisse hat sie die Erwartungen der internationalen Yacht- und Wassersportwirtschaft voll erfüllt. Auf Grund der schwierigen wirtschaftlichen Lage freuten sich die Aussteller über die hohe fachliche Kompetenz und Kaufkraft des boot-Publikums (Auslandsanteil 13 %). Imposante Megayachten zogen Blicke und Käufer auf sich.

Weinprobe mit 27.229 Genießern.

2002 konnten die Aussteller-, Besucher- und Flächenzahlen der 9. ProWein – Internationale Fachmesse Weine und Spirituosen – noch einmal gesteigert werden. 27.229 Einkäufer aus 28 Ländern informierten sich bei 2.851 Ausstellern (71 % aus dem Ausland) über Weine und Spirituosen aus allen Anbaugebieten der Erde. Auch geschmacklich: 1.000 Weine und 90 prickelnde Premium-Sekte wurden verkostet. Weltweit einzigartig.

Nicht mehr wegzudenken.

Eine der ältesten Gastveranstaltungen in Düsseldorf, die Internationale Fachmesse für Werbeartikel PSI, feierte im Januar ihr 40. Jubiläum in Düsseldorf. In einer wirtschaftlich angespannten Lage bestätigte die PSI ihre Stellung als die europäische Leitmesse mit 38 % ausländischen Ausstellern. 15.000 Besucher sahen das genauso. So viele wie nie zuvor.



„Bravissimo.
Wie schafft ihr
es eigentlich
immer, die
Besten nach
Düsseldorf zu
holen?“



Beppe Specie,

Spazio Specie, seit 22 Jahren auf der **GDS** – International Shoe Fair – in Düsseldorf vertreten. Er selbst hat ein Faible für Düsseldorf und freut sich jede Saison wieder auf die neuesten Modetrends.

2003. Premieren und viel Vorarbeit.

Saat gut

Die Früchte unserer Arbeit genießen wir nie lange. Meist, weil wir schon die Saat für die nächsten Erfolge ausbringen. Auch wenn das nicht immer leicht ist. Aufgrund des Programms und des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds wird 2003 für uns ein umsatz- und ergebnisschwächeres Jahr. Zu den 19 Eigenveranstaltungen und 17 Gastveranstaltungen erwarten wir ca. 26.000 Aussteller und etwa 1,1 Millionen Besucher.

Was uns freut: Im Jahr 2003 lancieren wir einen viel versprechenden Newcomer – die NEWCAST. Solche Nischen zu finden ist im dicht besiedelten Messegeschäft schwierig geworden, drum prüfen wir sehr genau, bevor wir uns binden.

Die NEWCAST – Internationale Fachmesse für Gussprodukte – geht im Juni parallel zum Erfolgstrio GIFA, METEC und THERM-PROCESS als eigenständiges Forum für Gießereien an den Start. Damit wird die Messe Düsseldorf zum internationalen Zentrum für Gießerei-, Metallurgie- und Thermprocess-Technik. Ein Gesamtkonzept, das wir wärmstens empfehlen können, weil wir es bei der Tube, der weltweit wichtigsten Fachmesse für Rohre und Rohrprodukte, bereits erfolgreich umgesetzt haben. Unseren Besuchern verschaffen wir so Zugang zum gesamten internationalen Wettbewerb.

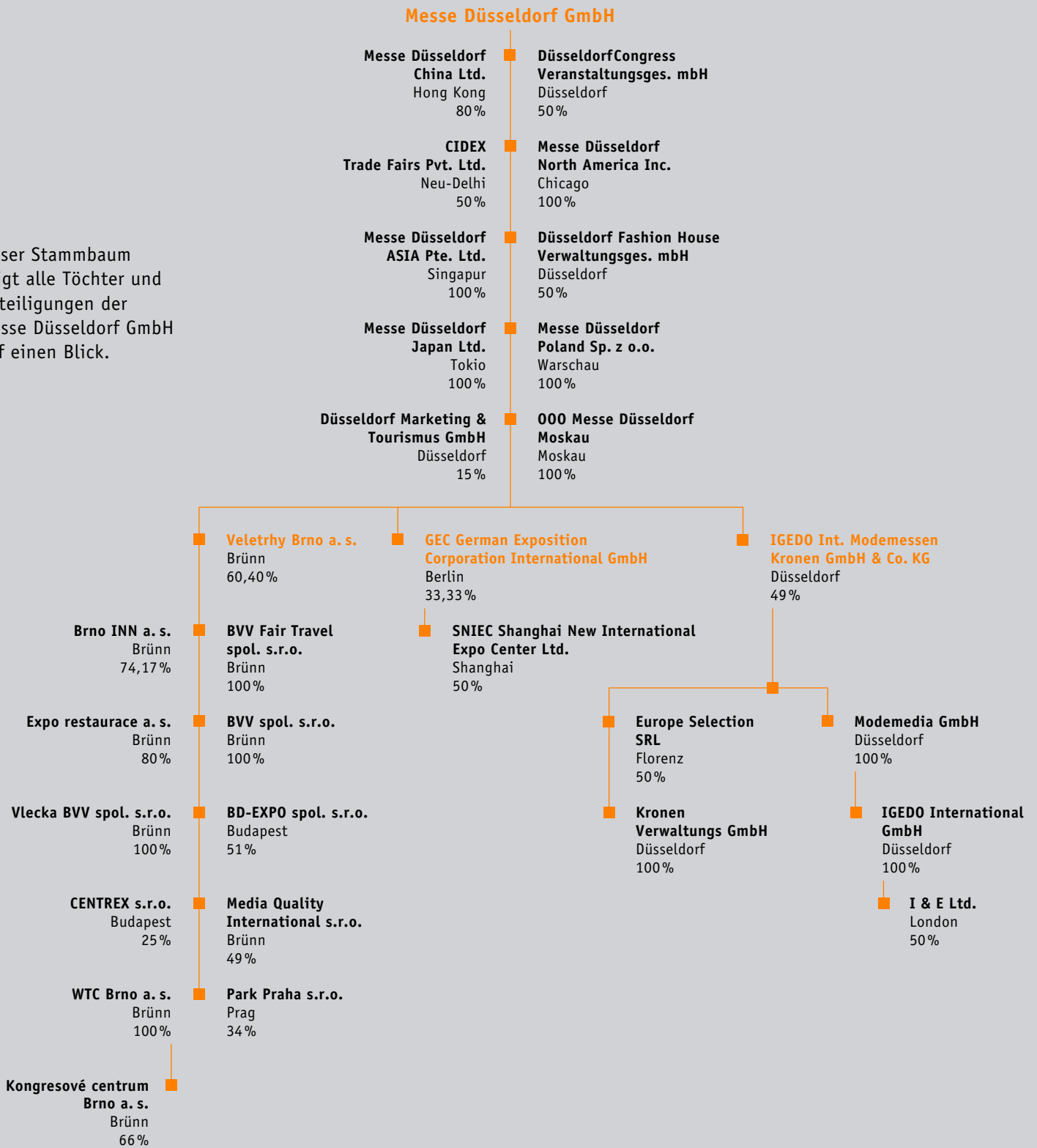
4 Neue in Düsseldorf.

Unter den Gastveranstaltungen 2003 sind 4 Messen, die zum ersten Mal bei uns über die Bühne gehen. Aus Berlin kommt die PUBLIC DESIGN, Fachmesse für Einrichtung und Gestaltung des öffentlichen Raums, nach Düsseldorf. Im Mai feiert die internationale Ausstellung und Konferenz für Stromerzeugung POWER-GEN EUROPE in Deutschland Premiere, die europäische Ausgabe der seit Jahren weltweit etablierten POWER-GEN. Und ab sofort hat auch die ZUKUNFT KOMMUNE in NRW eine Zukunft – abwechselnd in Düsseldorf und Karlsruhe. Last but not least erschließen wir mit der Fachhandelsmesse für Computerpartner CHANNELWORLD EXPO noch einen weiteren neuen Kanal.

Umsatzrekord in 2004.

Neben viel Engagement für unsere Messen wird das ungerade 2003 auch ein Arbeitsjahr für das umsatz- und ergebnisstarke Jahr 2004 mit den Leitmessendruga und K. Wir erwarten für 2004 einen Umsatz von ca. 300 Mio. €. Und rechnen zurzeit mit 30 Mio. € Gewinn. Unser Erntedankfest.

Unser Stammbaum zeigt alle Töchter und Beteiligungen der Messe Düsseldorf GmbH auf einen Blick.



Auf zu neuen Märkten.

Entdecke

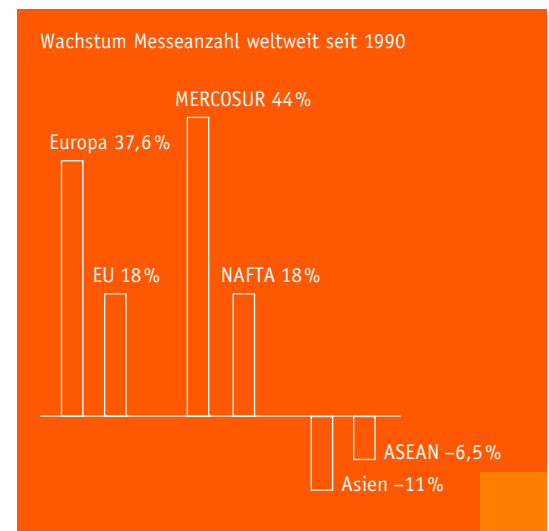
Der Export blüht: Die Hälfte der deutschen Unternehmen macht mehr als 30 % ihres Umsatzes im Ausland. Für sie sind Auslandsmessen das Marketinginstrument, um Marktchancen zu prüfen und erste Kontakte zu knüpfen. Zum Beispiel zu asiatischen Partnern, die aus Zeit- und Geldgründen nicht immer zu einer deutschen Leitmesse reisen können. Wer in China oder Indien wahrgenommen werden will, muss vor Ort präsent sein. Mit dem Export erfolgreicher Messekonzepte helfen wir deutschen und europäischen Ausstellern, in Regionalmärkten Fuß zu fassen. Und bieten auch hier unseren gewohnten Full-Service. Denn nicht das Anlagevermögen bestimmt unseren Wert, sondern die Loyalität unserer Kunden.

Den Heimatstandort im Blick.

Auslandsengagements werfen zwar erst nach sechs bis acht Jahren Gewinne ab, machen durch die Streuung des Risikos aber weniger anfällig für Krisen. Die deutschen Messegesellschaften haben sich rechtzeitig auf die lahrende Binnenkonjunktur eingestellt. Pro Jahr führen sie 170 eigene Veranstaltungen auf ausländischen Märkten durch und motivieren so auch zum Besuch der Weltleitmessen in Deutschland. Besser kann man Image nicht transferieren.

Ein weiterer Pluspunkt: Auslandsmessen verkürzen den Veranstaltungsturnus. Sie geben Ausstellern und Besuchern die Möglichkeit, sich viel öfter und schneller über neue Trends zu informieren als bei den meist nur alle zwei Jahre stattfindenden großen Fachmessen in Deutschland.

Mit der Strategie, das internationale Geschäft auszubauen, um die international führenden Leitmessen am Heimatstandort zu stärken, ist Düsseldorf europäischer Marktführer geworden. Mit über 4.000 organisierten Auslandsmessen in den letzten 40 Jahren.





Wir zeigen uns kooperativ.

Für viele Unternehmen ist die Messe Düsseldorf auch im Ausland die „Basis for Business“. Internationale Kooperationen und Partnerschaften sind unser Fundament für erfolgreiche Auftritte im Ausland.

med by Messe Düsseldorf.

Unter diesem Motto realisieren wir mit dem geballten Know-how der Düsseldorfer Leitmessen MEDICA und REHACare medizinische Messekonzepte in verschiedenen Regionen der Welt. Mit Kooperationspartnern in den USA, in Brasilien, Dubai, Japan und mit unseren Tochtergesellschaften Messe Düsseldorf Moskau und Asien.

Einfach packend.

Seit mehr als 40 Jahren gehört die interpack Düsseldorf zu den bedeutendsten Investitionsgütermessen weltweit. Jetzt erschließen wir für unsere Kunden auch den wichtigen mittel- und osteuropäischen Markt. Mit der embax-Print in Brünn, die um die Packmittelproduktion erweitert wurde. Und mit zwei erfolgreichen Fachmessen in Moskau und Mailand.

Der Stoff, aus dem Erfolge sind.

Die K ist zum absoluten Exportschlager geworden! Auch in Moskau. Die INTERPLASTICA für Kunststoffe und Kautschuk ist Russlands Branchenprimus. Auf dem indischen Kontinent beteiligt sich die Messe Düsseldorf an der PLASTINDIA, die 2003 zum fünften Mal in Neu-Delhi stattfinden wird.

The Global Power of Automation.

Der Slogan der INTERKAMA sagt eigentlich schon alles: Wir sind der weltweite Partner in der Automatisierungs- und Prozesstechnik. Ob mit der INTERKAMA India in Hyderabad oder der INTERKAMA China in Shanghai.

Überall sesshaft, aber niemals satt.

Vereint West- und Osteuropa: Brunn.

Dank der Partnerschaft mit der Messe Düsseldorf ist Brunn heute die wichtigste Messedrehscheibe im dynamischen mittel- und osteuropäischen Wirtschaftsraum. Mit einem Umsatz von 50 Mio. € im Jahr 2002 und einem Jahresergebnis von 3,9 Mio. € nach Steuern. Von 46 Messen im Programm sind 36 die Nr. 1 in Tschechien und 19 Leitmessen in Mittel- und Osteuropa. Mehr als 45.000 Besucher aus Deutschland, Österreich, der Russischen Föderation und dem Baltikum kamen 2002 nach Brunn, dessen traditionelle Rolle als Schnittstelle von west- und osteuropäischer Wirtschaft mit der EU-Erweiterung 2004 weiter gestärkt wird.

Auftrieb durch Reformen: in Moskau.

Vier Jahre kräftiges Wachstum in Folge – kaum eine große Volkswirtschaft in Europa kann zurzeit eine Bilanz wie Russland vorweisen. Moskau gehört zu den bedeutendsten Messestandorten in Osteuropa und ist die größte und die strategisch wichtigste Stelle in der GUS. Um den osteuropäischen Markt weiter zu stärken, wurde die russische Repräsentanz der Messe Düsseldorf im Mai 2002 in eine Tochtergesellschaft umgewandelt. Ihre partnerschaftliche Kooperation mit ZAO Expocentr zum Beispiel beim Bau einer 15.000 m² großen Halle auf dem modernsten Moskauer Messegelände Krasnaja

Presnja ist ein Glücksgriff. Das Messegelände liegt direkt neben dem Geschäftszentrum Moskau City, dem ehrgeizigsten Bauprojekt Moskaus.

Hochkonjunktur: im Reich der Mitte.

In 2002 konnte China ein Wirtschaftswachstum von 8% verbuchen. Nach dem Eintritt in die WTO stieg der Außenhandel um 21%. Bis zum Jahr 2010 sind in China 30 moderne Messeplätze in Planung. Auch in der 16-Millionen-Metropole Shanghai. In den kommenden Jahren entstehen hier 200.000 m² Hallenfläche, angeschlossen an den Transrapid. Solche Herausforderungen werden leichter von mehreren Schultern getragen. Aus diesem Grund hat sich die Messe Düsseldorf mit der Hannover Messe und der Messe München in einem chinesisch-deutschen Joint Venture zusammengeschlossen – manifestiert im Shanghai New International Expo Center (SNIEC). Bereits 4 Monate nach der Eröffnung des SNIEC wurde eine fünfte Messehalle in Betrieb genommen. Und im November 2002 hieß es schon Aufschlag für den Shanghai ATP Master Cup für Herrentennis auf höchstem Niveau. Bis 2004 ist das SNIEC übrigens ausgebucht.

Das Netzwerk der Messe Düsseldorf:

- 62 Auslandvertretungen für 100 Länder
- Tochtergesellschaften und Beteiligungen in Hong Kong, Singapur, Neu-Delhi, Chicago, Tokio, Brunn und – ganz neu in Moskau

Brunn in Fakten:

- Vermietete Fläche: 374.358 m²
- Besucher: 1.041.382
- Aussteller: 10.142
- Fest angestellte Mitarbeiter: 592

Das Auftragsgeschäft im Ausland 2002

- Das Auslandsprogramm Bund und Länder: 28 Veranstaltungen in 13 Ländern auf 20.268 m²
- CMA: 14 Events in 10 Ländern auf 4.437 m²

Düsseldorf und Köln: gemeinsam in Indien.

Indien ist mit 1,15 Milliarden Menschen die größte Demokratie der Welt und ein riesiger Markt. Trotz religiösbedingter Unruhen im vergangenen Jahr im Norden ist die politische Lage stabil. Das prognostizierte Wirtschaftswachstum von 6 bis 7 % wurde bis Ende März erreicht. Mit der CIDEX Tradefairs Pvt. Ltd., einem Gemeinschaftsunternehmen der Messe Düsseldorf und der KölnMesse, streben wir auf dem indischen Subkontinent eine Nr.-1-Position in unseren Kernthemen an. Neben dem Hauptsitz in Neu-Delhi haben wir Ende 2002 ein neues Büro in Hyderabad eröffnet. Am Standort des ersten indischen Messegeländes von internationalem Niveau. Die ersten Veranstaltungen haben bereits gezeigt, dass die CIDEX zum größten Messeanbieter Indiens werden kann.

Perfekte Messen sind unser Auftrag.

Die Messe Düsseldorf gehört seit ihrer Gründung im Jahr 1947 zu den deutschen Messegesellschaften mit der höchsten internationalen Kompetenz. Neben dem klassischen Messegeschäft übernehmen wir die Planung, Organisation und Abwicklung von Veranstaltungen für Dritte.

Dazu: das Auslandsmesseprogramm des Bundes.

Wir werden 2003 insgesamt 21 offizielle Messebeteiligungen im Auftrag der Bundesrepublik Deutschland durchführen. Außerdem 7 Messebeteiligungen für das

Land Nordrhein-Westfalen und 2 für die Stadt Düsseldorf. Seit fast 40 Jahren gehört die Messe Düsseldorf zum Kreis der Durchführungsgesellschaften.

Und: die Lizenz der CMA.

Die Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft steuert das Gemeinschaftsmarketing für deutsche Agrarprodukte. Mit Messebeteiligungen in Form von Gemeinschaftsständen im Ausland und Maßnahmen zur Verkaufsförderung wie beispielsweise „Deutsche Wochen“ im Handel. Die Messe Düsseldorf organisiert jährlich bis zu 20 Beteiligungen weltweit und über 100 Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Unsere Projekte außer Konkurrenz.

Als Dienstleister für die Stadt Düsseldorf sind wir auf der EXPO REAL, der größten deutschen Immobilienmesse in München, und der IT&ME, der bedeutendsten Tourismusmesse in den USA auf Mission. Mindestens genau so stolz sind wir auf die Deutschen Pavillons bei der EXPO 1992 in Sevilla und 2000 in Hannover. Und auf die Deutschen Häuser bei Olympischen Spielen im Auftrag des Nationalen Olympischen Komitees und der Deutschen Sport Marketinggesellschaft. In Athen 2004 übrigens zum dritten Mal in Folge.

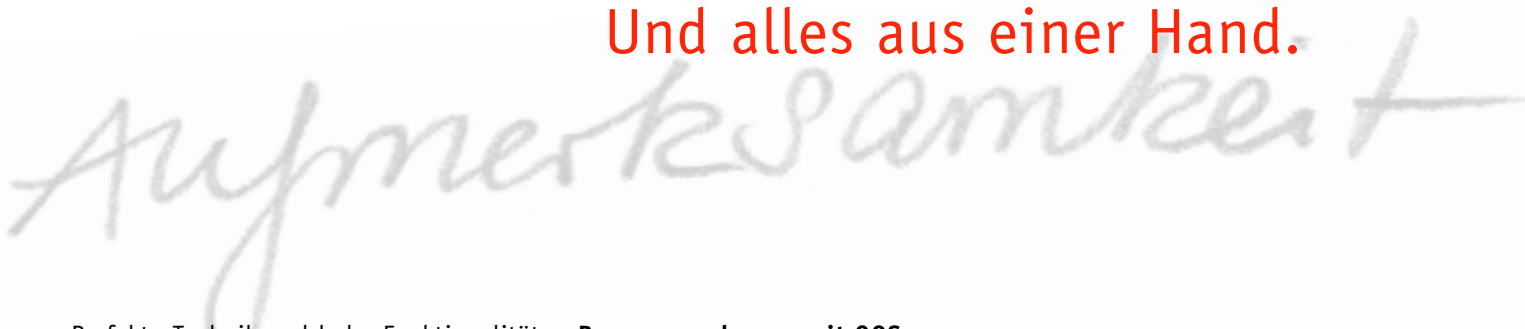


Martin Henrichs,
Moselland eG, seit der Firmen-
gründung 1996 auf der **ProWein**
vertreten. Er ist angenehm
überrascht, wie schnell die
junge Leitmesse zum interna-
tionalen Highlight geworden ist.

<< Martin Henrichs, Moselland

„Die ganze Welt
im Glas und
1.000 Weine
im Ausschank.
Das genieße ich
an der ProWein.“

Und alles aus einer Hand.



Perfekte Technik und hohe Funktionalität weisen viele Messeplätze auf. Aber wir haben die vielleicht besten Manieren. Denn um sich abzugrenzen, wird guter Service immer wichtiger. Die Messe Düsseldorf bietet ihren Ausstellern ein „Rundum-Paket“ bis zum schlüsselfertigen Stand. Mit diesem Mehrwert können sich unsere Kunden ums Wesentliche kümmern – ihr Geschäft.

Einfach aktiv: im Internet.

Im Jahr 2002 ging unsere Homepage im neuen Design und mit vereinfachter Nutzerführung ins Netz. Kernstück ist die neue Termin-Datenbank zu unseren Veranstaltungen überall in der Welt. Mit Reminder-Service als Hilfe für die Messenvorbereitung just in time. Außerdem können unsere Besucher ihre Eintrittskarten online bestellen, mit denen die Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln im Verkehrsverbund Rhein-Ruhr kostenlos ist.

Séparées: unsere Messeportale.

boot und glasstec sind nur 2 der 8 neuen Portale, die wir 2002 eingerichtet haben. Die schnelle Recherche im Internet bietet nicht nur sämtliche Branchen-News, sondern führt den User direkt zum Stand seines Ausstellers. Ein Newsletter stärkt die Bindung zur Messemarke. 33 Millionen Zugriffe registrierten wir 2002 insgesamt, an einem Tag im interpack-Portal allein 360.000. Mehr Visits bedeuten mehr Markenpräsenz. Auch für die nächsten Portale drupa und K. Und vor Ort geht's dann wieder sehr persönlich zu. Versprochen.

Bequemer planen: mit OOS.

Unser Online Order System OOS bietet Ausstellern Service auf Knopfdruck. Ob für den Standbau, die Buchung von Hostessen oder das Ordern von Werbemitteln. Alle Bestellformulare werden einfach online ausgefüllt und verschickt. Zum Beispiel zur interaktiven Messeanmeldung – von mehr als 90 % der MEDICA-Aussteller genutzt.

Speist Besucher: KATI.

Mit Messedaten über Aussteller, Produkte und Rahmenprogramme. Das Informationssystem für Besucher stellt seine Daten auch im Internet zur Verfügung und bindet seine Nutzer über die Messelaufzeit hinaus an Messe und Aussteller.

Das muss an die Öffentlichkeit: so gut ist unsere PR.

Messen sind Marktplätze, auf denen sich eine Branche von A bis Z präsentiert. Die Informationsquelle für Journalisten. Unsere Presseabteilung beginnt schon weit im Vorfeld einer Messe mit der Information der Medien. Durch weltweite Pressekonferenzen, Fachartikel, Filmmaterial, Interviews und Hintergrundstorys. Außerdem steht für jeden Aussteller ein komplettes Servicepaket bereit, um über die Medien potenzielle Kunden anzusprechen, Pressekonferenzen auf den optimalen Zeitpunkt zu legen und Aktionen anzukündigen.

Unsere Servicesäulen:

- Internet
- Medienarbeit
- Ausstellerseminare
- Logistik
- DüsseldorfCongress
- Mitarbeiter
- Incoming-Service



In alle Welt: durch Werbung.

Messen in Düsseldorf sind Marken, die konsequent gestärkt werden. drupa, CPD und K sind nur drei unserer Marketingerfolge, die weltweit Aussteller und Fachpublikum anziehen. Mit intensiver Werbung, die in internationalen Fachzeitschriften geschaltet wird, generieren wir schon lange vor jeder Veranstaltung Interesse. Publikumsmessen bewerben wir bundesweit. Darüber hinaus sprechen wir mit Direktmarketing gezielt internationale Besucher an.

Das Erfolgsmotto: Go public!

Darunter bieten wir Ausstellern die Möglichkeit, ihre Messebeteiligung im Vorfeld aktiv zu kommunizieren. Mit einem dicken Paket kooperativer Werbeaktivitäten. Von Plakaten und Besucherprospekten, meist in mehreren Sprachversionen, über Werbeetiketten bis zu Gelände- und Stadtplänen. Maßnahmen, die auch über OOS zu bestellen sind.

Schnell und effektiv: die Ausstellerseminare.

Bei der Messe Düsseldorf erhalten Aussteller professionelles Handwerkszeug, mit dem sie ihre Messe erfolgreicher, kreativer und stressfreier gestalten. Nutzenorientiert und praxisnah.

Mit System: die Logistik.

Jede große Messe wirft ihre Schatten voraus: mit bis zu 700 Lkw pro Tag vor den Toren des Messegeländes. Was in Stoßzeiten früher nicht immer optimal lief, weil die Exponate häufig zu früh angeliefert oder beim Abholen noch nicht verpackt waren, funktioniert heute reibungslos. Dank eines neuen Logistikkonzepts, das Abläufe im Vorfeld klärt. Jetzt werden nur die Lkw auf das Gelände gelassen, für die auch wirklich ein Gabelstapler oder ein Kran bereit steht. Dabei ist das neue Konzept kein starres System, sondern ein Rahmen für mehr Effizienz, mit dem die Lkw-Standzeit innerhalb des Areals um die Hälfte reduziert werden konnte.

Die Kontaktbörse: DüsseldorfCongress.

Mit Flexibilität als vielleicht größte Stärke. Das CCD. Congress Center Düsseldorf bietet als direkter Nachbar der Messe 35 Säle in drei verbundenen Komplexen für bis zu 7.500 Personen. Wer Größeres im Sinn hat, kann sich zwischen der Philipshalle für Acts wie „Wetten, dass..?“ mit 7.800 Plätzen und der Rheinhalle für insgesamt 12.200 Fans entscheiden. Viel Charme bietet der Robert-Schumann-Saal im Ehrenhof.

Diese Toplocations haben 2002 einen Umsatz von T€ 8.914 (+1,5 % zum Vorjahr) und einen Gewinn von T€ 94 erreicht. Durch 2.121 Veranstaltungen und 724.535 Teilnehmer. Die leicht rückgängigen Zahlen im zweiten Halbjahr im klassischen Eventgeschäft sind die Folgen der allgemeinen Wirtschaftslage, in der auf manche Inszenierung verzichtet wurde.

Aber ein Service wie unserer hat immer Konjunktur. Der neueste Streich: Weg von den schwerfälligen stationären Regiepulten hin zu einem mobilen Sendestudio für weltweite Live-Übertragungen. That's infotainment.

Alles wird gut: durch unsere Mitarbeiter.

Unsere Serviceleistungen wären das Papier nicht wert, auf dem sie geschrieben stehen, wenn es unsere Servicemitarbeiter nicht gäbe. Menschen, die gerüstet sind, Probleme zu lösen, die eigentlich gar nicht lösbar sind. Denn kein noch so gut eingespielter Kongressapparat reicht an persönliches Engagement heran. Unsere Mitarbeiter aus 60 verschiedenen Berufsbildern verstehen ihren Job. Ob am Empfang, am Fachpressestand, in der Rheinbahnkoordination, an der Garderobe oder im Kindergarten – die schaukeln das Kind schon.

Düsseldorf erleben: unser Incoming Service.

Die Düsseldorf Marketing & Tourismus GmbH hat besonders für ausländische Aussteller ein Komplettpaket geschnürt, das an Flug-, Hotel- und Freizeitangeboten alles enthält, was den Aufenthalt in Düsseldorf unvergesslich macht. Wir sind aufmerksam – auch vor und nach der Messe.

Das dicke Service-Plus von DüsseldorfCongress:

- Funktionale Locations
- Räumliche Flexibilität
- Kurze Wege
- Mobiles Broadcasting
- Individuelles Ambiente und Catering
- 60 Mitarbeiter, die sich auch für das Programm nach der Tagung engagieren – z. B. Theaterkarten reservieren

Lifestyle made in Düsseldorf:

- Die WelcomeCard für freie Fahrt per Bus und Bahn, kostenlose Museumsbesuche u. v. m.
- Stadt- oder Schiffsrundfahrten von der Altstadt zum neuen Medienhafen
- Schloss Benrath – ein Kunstwerk des Rokoko
- Roncalli's Apollo Variété mit atemberaubender Artistik

HERSCHLAGE

Die Wirtschaftsmetropole Düsseldorf.

Bei uns stimmt das Drumherum:

- Ein Viertel des deutschen Bruttosozialprodukts wird im Wirtschaftsraum Düsseldorf erzielt – von 700.000 Unternehmen.
- Davon kommen 5.000 aus dem Ausland.
- 44 Millionen Bürger leben im Umkreis von 200 km.
- Mit der höchsten Kaufkraft in Europa.

Der sozioökonomische Effekt der Messe:

- rund 2.073 Mio. €
- 23.000 Beschäftigte im Jahr
- 60 % der Besucherausgaben für Hotels und Gastronomie
- 20 % für private Einkäufe
- 14 % aller Aussteller und Besucher nutzen den Flughafen Düsseldorf.

Düsseldorf hat das höchste Wirtschaftswachstum in Deutschland! Durch eine Topinfrastruktur, Anbindungen in alle Welt, qualifizierte Arbeitskräfte und attraktive Büroflächen. Die Hauptstadt Nordrhein-Westfalens liegt in einem der leistungsfähigsten Wirtschaftsräume Europas. Mit einem Bruttoinlandsprodukt von 455,9 Mrd. € steht NRW international auf Rang 11.

In Düsseldorf stimmt die Mischung aus Wirtschaft, Kultur und Flair. Und macht eine große Branchenvielfalt möglich, die gerade in Krisenzeiten so wichtig ist. Ob Unternehmensberatungen, Medieninstitute, Verlagshäuser oder TV-Sender: von 1998 bis 2001 hat der Dienstleistungssektor um 9,3 % Beschäftigte zugelegt. Beim Bruttoinlandsprodukt pro Erwerbstätigem liegt Düsseldorf mit einem Anstieg von 28 % in den Jahren 1992 bis 2000 an der Spitze der deutschen Großstädte. Und bei Kaufkraft je Einwohner nur knapp hinter München. „Schau'n mer mal“, wie lange noch.

Liebe auf den ersten Blick.

Hohes Wachstum und kluge Standortpolitik schaffen weiteres Wachstum. Durch die Globalisierung verschärft sich allerdings der internationale Wettbewerb der Regionen. Die Antwort der wirtschaftsfreundlichen Stadt Düsseldorf ist zielgenaues Standortmarketing, das Kooperatio-

nen mit Japan, Südkorea, den USA oder Russland fördert. Dabei unerlässlich: die Positionierung Düsseldorfs als die Messestadt. Haben Entscheidungsträger den Wirtschaftsraum durch die Messe einmal kennen gelernt, zieht das oft Firmensiedlungen nach sich. Die Messe steigert den internationalen Bekanntheitsgrad Düsseldorfs und treibt den Strukturwandel in NRW konsequent mit voran.

Give me 6 – Düsseldorf ist:

- State-of-the-Art als Kulturstadt. Mit über 30 Museen und Ausstellungen von Welt-rang – von Dalí bis Newton.
- Anziehend als Modestadt. Mit der cpd als weltgrößter Modemesse. Und der Königsallee als Darling der Designer.
- Aktiv als Eventstadt. Allein im Mai 2003 erwarten Sie: Rhein-Marathon (Premiere), Japan-Tag (jährlich), und das bedeutende Tennisturnier ARAG World Team Cup im Rochus-Club.
- Attraktiv als Architekturstadt. Durch den Wandel des Hafens in ein Vorzeigeobjekt mit Stadttor und Gehry-Bauten.
- Stadt am Rhein mit mediterranem Flair und der quirligen Rheinufersperrade als beliebtem Treffpunkt.
- Erfolgreich als Messestadt. Die Messe profitiert vom Erfolg der Stadt als internationales Handels- und Dienstleistungszentrum. Und hat gleichzeitig ihren Anteil daran. Weil Topniveau Aussteller und Besucher aus aller Welt anlockt.



Patrick Politze,
Geschäftsführer bei Merz & Krell
GmbH, seit 1963 auf der **PSI**
für Werbemittel vertreten. Er ist
der Meinung, dass man auch bei
Gastveranstaltungen wie der PSI
den einzigartigen Charakter der
Messe Düsseldorf spürt.

„Senator Produkte
haben eine
unverwechselbare
Handschrift.
Genau wie die
Messe Düsseldorf.“



Unser Gelände soll schöner werden.

Heimat

Wer jährlich 30.000 Aussteller und 1,5 Millionen Besucher anzieht, sollte mit seinen Reizen nicht geizen. 30 Jahre ist es her, dass die damals modernsten Messehallen der Welt in Düsseldorf errichtet wurden. Jetzt gilt es, den Messeplatz für das 21. Jahrhundert fit zu machen und Düsseldorfs Position als eine der führenden Messegesellschaften Europas zu sichern.

Schön, wenn der Erfolg so viel Raum einnimmt.

Mit der aktuellen Ausstellungsfläche von 234.400 m² liegt Düsseldorf in puncto Größe in Deutschland auf Platz 4. Dafür mit 324 Mio. € Konzernumsatz auf Rang 2. Keine Stadt in Deutschland veranstaltet so viele internationale und überregionale Messen wie Düsseldorf. Darum werden die Kapazitäten auch langsam knapp. Das werden wir ändern. Über 300 Mio. € fließen in den nächsten 10 Jahren in die Erweiterung und Modernisierung des Messegeländes. Damit wird die Kapazität auf stolze 290.000 m² steigen.

Der erste Streich.

2003 wird der Grundstein für die erste von vier neuen Hallen mit je 13.500 m² Fläche gelegt, nördlich der Mall auf dem Europaplatz. Von zusätzlich 90 mal 150 Metern profitieren vor allem Aussteller und Besucher der großen internationalen Messen. Durch die neue Halle 21 werden

noch mehr Veranstaltungen parallel wie am Schnürchen laufen. Mit gewohnt hohem Service. Da der Bau im Innenraum nicht von Stützen getragen wird, eignet er sich für diverse Sportarten.

Das steht auf dem Plan.

Schönheit kommt von innen. Und außen. Mit großen verglasten Toren und Schedächern werden wir die bestehenden Hallen Schritt für Schritt lichtdurchlässiger machen und so für eine natürliche Beleuchtung sorgen. Gleichzeitig werden im Inneren Klimatisierung und Technik auf den absolut neuesten Standard gebracht. Das Auge isst mit: durch neue, voll verglaste Restaurants, üppige Grünflächen und Terrassen zwischen den Hallen.

Als neuer Nordeingang wird ein Brückengebäude auf 6 Metern Höhe mit vielen Serviceeinrichtungen entstehen. Damit unsere Besucher problemlos von zwei Seiten zu uns strömen können, wird ihn ein neuer zentraler Eingang an der Südspitze entlasten. Geplant ist hier ein Hotel mit 450 einladenden Räumen, deren Zimmertür quasi ins CCD. Süd führt. Die attraktive Verbindung: ein Convention-Center mit 8.000 m² für Show-Rooms und Kongresse. Auch sonst werden wir alles dafür tun, dass Düsseldorf die Heimat für internationale Leitmesse bleibt.

Perfekt mit der Welt verbunden: die Messe Düsseldorf.

- Der Flughafen Düsseldorf International liegt gleich nebenan; von hier aus erreicht man weltweit 170 Städte.
- Die A44 mit Messezubringer schlägt für Autofahrer eine Brücke über den Rhein.
- Zwei neue U-Bahnhöfe der geplanten Stadtbahn U 80 werden am Nord- und Südeingang entstehen. Denn schon heute benutzt die Hälfte unserer Besucher öffentliche Verkehrsmittel.





Das Geschäftsjahr 2002.

Gesellschafter, Geschäftsführung und Aufsichtsrat der Messe Düsseldorf GmbH

| Gesellschafter | T€ | Anteil am Kapital in % |
|---|---------------|---------------------------|
| Stadt Düsseldorf | 8.829 | 56,50 |
| Industrieterrains Düsseldorf-Reisholz AG, Düsseldorf | 3.125 | 20,00 |
| Land Nordrhein-Westfalen über Beteiligungsverwaltungsgesellschaft des Landes Nordrhein-Westfalen mbH, Düsseldorf | 3.125 | 20,00 |
| Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf | 273 | 1,75 |
| Handwerkskammer Düsseldorf | 273 | 1,75 |
| Stammkapital | 15.625 | 100,00 |

Geschäftsführung

- Dipl.-Betriebswirt
Wilhelm Giese (ab 1.1.2002)
Vorsitzender der Geschäftsführung
Düsseldorf
- Dipl.-Ing., Dipl.-Wirtsch.-Ing.
Horst Klosterkemper
Düsseldorf
- Dipl.-Kaufmann
Wilhelm Niedergöker
(ab 1.6.2002)
Bergisch Gladbach
- Dipl.-Ing. Wilfried E. Moog
Düsseldorf
- Dipl.-Volkswirt Herbert Vogt
Düsseldorf

Aufsichtsrat der Messe Düsseldorf GmbH

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft setzte sich im Berichtsjahr wie folgt zusammen:

Vorsitz

Joachim Erwin
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf

Stellvertretung

- Hartmut Haubrich
(ab 11.4.2002 stellvertretender Vorsitzender)
Vizepräsident der Industrie- und Handelskammer zu
Düsseldorf
Diplom-Kaufmann, Vorsitzender der Geschäftsführung
ElektronicPartner Handel GmbH
- Marie-Luise Smeets
Bürgermeisterin der Landeshauptstadt
Düsseldorf
- Volker Höhfeld
Justiziar

Mitglieder

- Dr. Richard Beckers
Kaufmann
- Dipl.-Volkswirt Rolf Krähmer (bis 5.4.2002)
Finanzministerium des Landes Nordrhein-Westfalen
- Margot Best (ab 5.4.2002)
Ministerialrätin, Finanzministerium des Landes
Nordrhein-Westfalen
- Jörg Bickenbach
Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft und
Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen
- Friedrich G. Conzen
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf
Einzelhandelskaufmann
- Manfred Graff (bis 29.4.2002)
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf
Oberstudiendirektor a. D.
- Dirk Elbers (ab 29.4.2002)
Vorsitzender der CDU-Ratsfraktion der
Landeshauptstadt Düsseldorf
- Dr. Friedrich Hassbach
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf
Unternehmensberater
- Hansheinz Hauser
(bis 11.4.2002 stellvertretender Vorsitzender)
Präsident der Handwerkskammer Düsseldorf
Bäcker- und Konditormeister
- Christina Hertrich
Kaufmännische Angestellte
- Dieter Krell
Ministerialdirigent im Ministerium für Wirtschaft und
Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen
- Josef Kürten
Ehrenoberbürgermeister der Landeshauptstadt
Düsseldorf
- Dipl.-Kauffrau Claudia Laskowski
Kaufmännische Angestellte
- Andreas Oschlies
Installateur
- Dipl.-Math. Christine Rössel
Kaufmännische Angestellte
- Jürgen Schad
Kaufmännischer Angestellter
- Gabriele Schafer
Kaufmännische Angestellte
- Günter Wurm
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf

Fakten zur Entwicklung der Messe Düsseldorf GmbH

| | | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|---|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Gesamtkapazität | m ² | 234.400 | 235.700 | 265.600 | 266.900 | 266.900 |
| verfügbare Hallenfläche | m ² | 203.900 | 205.200 | 233.100 | 234.400 | 234.400 |
| verfügbares Freigelände | m ² | 30.500 | 30.500 | 32.500 | 32.500 | 32.500 |
| Nutzung | m ² brutto | 2.337.246 | 2.364.290 | 2.431.640 | 2.141.980 | 2.673.330 |
| Vermietung | m ² netto | 1.258.522 | 1.240.738 | 1.294.019 | 1.097.406 | 1.364.156 |
| Messen und Ausstellungen | gesamt ¹⁾ | 41 | 41 | 43 | 33 | 38 |
| Eigenveranstaltungen | | 31 | 26 | 22 | 15 | 24 |
| Gastveranstaltungen | | 10 | 15 | 21 | 18 | 14 |
| Gesamtkonzernumsatz | Mio. € | 281,8 | 301,7 | 337,4 | 269,8 | 324,4 |
| Konzernumsatz Inland | Mio. € | 226,0 | 222,8 | 261,4 | 198,7 | 235,7 |
| Konzernumsatz Ausland | Mio. € | 55,8 | 78,9 | 76,0 | 71,1 | 88,7 |
| Konzerninvestitionen | Mio. € | 125,7 | 22,9 | 45,3 | 13,7 | 12,4 |
| Konzernabschreibungen | Mio. € | 22,8 | 34,3 | 32,8 | 29,1 | 27,4 |
| Konzern-Cash-flow | Mio. € | 29,1 | -24,2 | 32,0 | 30,1 | 56,2 |
| Konzernpersonalbestand | | 1.016 | 1.495 | 1.438 | 1.365 | 1.351 |
| Aussteller | gesamt ¹⁾ | 28.276 | 29.419 | 29.594 | 26.176 | 30.094 |
| Aussteller Inland | | 15.471 | 15.591 | 15.501 | 12.847 | 14.761 |
| Aussteller Ausland | | 12.805 | 13.828 | 14.093 | 13.329 | 15.333 |
| Besucher | gesamt ¹⁾ | 2.003.037 | 1.746.420 | 1.827.408 | 1.419.127 | 1.562.895 |
| Besucher Inland | | 1.560.582 | 1.366.297 | 1.346.450 | 1.069.526 | 1.124.855 |
| Besucher Ausland | | 442.455 | 380.123 | 480.958 | 349.601 | 438.040 |
| DüsseldorfCongress Veranstaltungsgesellschaft mbH ²⁾ | | | | | | |
| Veranstaltungstage | | 309 | 326 | 327 | 320 | 320 |
| Veranstaltungen | | 2.162 | 2.344 | 2.641 | 2.247 | 2.121 |
| Teilnehmer | | 483.548 | 488.801 | 764.055 | 786.376 | 724.535 |

1) Messeplatz Düsseldorf 2) Ab 2000 inklusive PHILIPSHALLE, ab 2001 inklusive Rheinhalle

Die jährlichen Angaben sind wegen der unterschiedlichen Anzahl der Veranstaltungen nur bedingt vergleichbar.

Veranstaltungen 2002

| | | Aussteller Inland | Aussteller Ausland | Aussteller gesamt | Nettofläche m ² ohne Sonderschau- flächen | Besucher gesamt | davon Ausland in % |
|----------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---|--------------------|--------------------------|
| BEAUTY INTERNATIONAL | | 514 | 88 | 602 | 22.048 | 56.310 | 6 % |
| | 2001* | 0,2 % | -2,2 % | -0,2 % | -2,1 % | 6,9 % | |
| boot-Düsseldorf | | 1.055 | 638 | 1.693 | 101.038 | 333.641 | 12 % |
| | 2001* | 4,5 % | -2,0 % | -3,6 % | 0,6 % | -5,8 % | |
| CARAVAN SALON | | 352 | 124 | 476 | 75.073 | 151.276 | 12 % |
| | 2001* | -4,1 % | -5,3 % | -4,4 % | -2,6 % | 1,9 % | |
| ComPaMED | | 50 | 122 | 172 | 2.886 | *** | |
| | 2001* | -9,1 % | 2,5 % | -1,1 % | -3,2 % | | |
| cos made | | 25 | 17 | 42 | 628 | 806 | 24 % |
| | Erstveranstaltung | | | | | | |
| EuroShop | | 852 | 743 | 1.595 | 98.907 | 92.532 | 48 % |
| | 1999* | -6,7 % | 10,2 % | 0,5 % | 2,5 % | 0,2 % | |
| GDS** | | 375 | 2.956 | 3.331 | 171.464 | 86.695 | 64 % |
| | 2001* | -7,4 % | -7,8 % | -7,8 % | -4,6 % | -10,7 % | |
| glasstec | | 353 | 604 | 957 | 61.903 | 54.765 | 56 % |
| | 2000* | -18,7 % | 1,0 % | -7,3 % | 7,2 % | 2,7 % | |
| hogatec | | 542 | 211 | 753 | 37.137 | 40.598 | 12 % |
| | 2000* | -18,6 % | -13,5 % | -17,3 % | -5,3 % | -6,3 % | |
| IAM | | 168 | 24 | 192 | 5.608 | 8.952 | 3 % |
| | 2000* | 12,0 % | 71,4 % | 17,1 % | -15,9 % | -57,0 % | |
| interbad | | 270 | 117 | 387 | 15.959 | 15.465 | 22 % |
| | 1998* | 22,7 % | 28,6 % | 24,4 % | 9,1 % | 11,5 % | |
| InterCool | | 242 | 113 | 355 | 14.017 | 9.406 | 28 % |
| | 2000* | -10,7 % | 16,5 % | -3,5 % | -1,9 % | 15,2 % | |
| InterMeat | | 260 | 80 | 340 | 14.936 | 10.498 | 26 % |
| | 2000* | 4,8 % | -2,4 % | 3,0 % | 9,2 % | 20,3 % | |
| InterMopro | | 157 | 80 | 237 | 12.604 | 9.718 | 21 % |
| | 2000* | -12,8 % | -31,0 % | -19,9 % | -12,8 % | 8,5 % | |

* Veränderungsquote gegenüber Vorveranstaltung ** Zweimal jährlich *** enthalten in der Zahl der MEDICA-Besucher

| | | Aussteller Inland | Aussteller Ausland | Aussteller gesamt | Nettofläche m ² ohne Sonderschau- flächen | Besucher gesamt | davon Ausland in % |
|---|-------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|---|--------------------|--------------------------|
| interpack | | 938 | 1.612 | 2.550 | 148.359 | 174.100 | 53 % |
| | 1999* | -3,5 % | 5,3 % | 1,9 % | 8,5 % | 1,1 % | |
| interschau | | 142 | 133 | 275 | 12.619 | 15.758 | |
| | 1992* | -15,0 % | 33,0 % | 3,0 % | -0,2 % | -26,8 % | |
| MEDICA | | 1.494 | 2.158 | 3.652 | 109.601 | 132.334 | 33 % |
| | 2001* | -1,5 % | 8,3 % | 4,1 % | 2,6 % | 3,3 % | |
| METAV | | 958 | 218 | 1.176 | 72.130 | 63.478 | 11 % |
| | 2000* | -17,1 % | -21,3 % | -17,9 % | -3,6 % | -4,6 % | |
| NORDBACK | | 215 | 9 | 224 | 7.408 | 7.712 | |
| | Erstveranstaltung | | | | | | |
| ProWein | | 818 | 2.033 | 2.851 | 35.991 | 27.229 | 14 % |
| | 2001* | -3,3 % | 9,1 % | 5,2 % | 8,0 % | 12,1 % | |
| REHACARE International | | 535 | 219 | 754 | 25.351 | 48.007 | 13 % |
| | 2001* | -13,7 % | -8,8 % | -12,3 % | -15,5 % | -1,4 % | |
| Tube | | 281 | 417 | 698 | 27.255 | 23.968 | 45 % |
| | 2000* | 10,6 % | 3,0 % | 5,9 % | 11,0 % | 11,5 % | |
| wire | | 331 | 765 | 1.096 | 51.352 | 36.864 | 56 % |
| | 2000* | -3,2 % | -0,8 % | -0,5 % | -1,5 % | -8,4 % | |
| Modemessen Düsseldorf | | | | | | | |
| COLLECTIONS PREMIEREN DÜSSELDORF/ CPD body & beach** | | 1.712 | 1.193 | 2.905 | 152.062 | 91.407 | 33 % |
| | 2001* | -0,9 % | -2,7 % | -1,7 % | -0,7 % | 3,2 % | |
| CPD FABRICS** | | 49 | 161 | 210 | 3.182 | 6.582 | 32 % |
| | 2001* | -47,9 % | 35,3 % | -1,4 % | -45,5 % | -3,2 % | |
| Sonstige Veranstaltungen | | 2.073 | 498 | 2.571 | 84.638 | 64.794 | |
| Jahresgesamtsumme | | 14.761 | 15.333 | 30.094 | 1.364.156 | 1.562.895 | |

* Veränderungsquote gegenüber Vorveranstaltung ** Zweimal jährlich

Lagebericht der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2002

Geschäftsentwicklung

Die globalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich auch im Jahr 2002 zunehmend verschlechtert. Die in den Vorjahren abgegebenen positiven Prognosen im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung wurden nicht erreicht. Trotz dieses schwierigen geopolitischen und volkswirtschaftlichen Umfelds hat die Messe Düsseldorf GmbH national und international die für das Geschäftsjahr 2002 gesetzten Ziele erreicht. Das Marketinginstrument „Messe“ hat gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nichts von seiner Relevanz eingebüßt.

Die Messe Düsseldorf GmbH kann auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2002 zurückblicken. Die in den Vorjahren festgelegte strategische Ausrichtung hat sich als richtig erwiesen. Ziele dieser Ausrichtung, die auch im Geschäftsjahr 2002 stetig verfolgt wurden, sind die Weiterentwicklung und Standortfestigung des Messeprogramms in Düsseldorf und die Internationalisierung des Messegeschäfts durch eigene Aktivitäten oder in Kooperation mit anderen Partnern, wenn dadurch das Messeprogramm in Düsseldorf gestützt wird und die Profitabilität der Auslandsaktivitäten zumindest mittelfristig sichergestellt ist.

Die Messe Düsseldorf GmbH erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Umsatz von T€ 267.148 (Vorjahr T€ 210.121) ein Jahresergebnis von T€ 29.643. Von den insgesamt 23 Leitmesen wurden im Geschäftsjahr 14 veranstaltet. Entgegen dem Trend konnten Aussteller- und Besucherzuwächse verzeichnet werden, die

mit dazu beitrugen, dass das Planergebnis übertroffen wurde. Die Umsätze resultieren mit T€ 215.427 aus eigenen Messeprojekten am Standort Düsseldorf. Auf Gastveranstaltungen und sonstige Umsätze entfallen T€ 21.310; T€ 30.411 wurden im internationalen Messegeschäft erzielt.

Das Geschäftsjahr 2002 gehört – bedingt durch den Zyklus der einzelnen Veranstaltungen – zu den umsatzstarken Messejahren. Einen bedeutenden Anteil am Gesamterlös hatte die alle drei Jahre stattfindende interpack, die im Vergleich zur Vorveranstaltung bei der Nettohallenfläche um 8,5 % zulegen konnte. Weitere umsatzstarke Veranstaltungen waren die MEDICA, EuroShop, boot, wire/Tube, GDS, glasstec, CARAVAN SALON, InterMopro/InterMeat/InterCool, METAV und die ProWein.

Die Engagements im Ausland haben sich auch für den Standort Düsseldorf positiv ausgewirkt. Bei den Eigenveranstaltungen betrug der Anteil der ausländischen Aussteller 55 %, der Anteil der ausländischen Besucher stieg auf 28 %.

Im Ausland wurden im Jahr 2002 durch die Messe Düsseldorf GmbH 26 Veranstaltungen in eigener Regie, 42 Auftragsveranstaltungen und mehr als 100 Verkaufsförderungsveranstaltungen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Veranstaltungen lagen über den prognostizierten Zielen. Mehr als 45 % der Umsatzerlöse im Ausland wurden in Russland erzielt. Zur Stärkung des Standorts Moskau, und um weiteres Potential russischer Aussteller zu erschließen, wurde im Mai 2002 die Tochtergesellschaft 000 Messe Düsseldorf Moskau gegründet.

Am Standort Düsseldorf wurden im Vergleich zum Vorjahr folgende Veranstaltungen durchgeführt:

| | 2002 | 2001 |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Messen und Ausstellungen | | |
| – Eigenveranstaltungen | 24 | 15 |
| – Gastveranstaltungen | 14 | 18 |
| Vermietete Nettohallenfläche | 1.364.156 m ² | 1.097.406 m ² |
| Anzahl der Aussteller | 30.094 | 26.197 |
| Anzahl der Messebesucher | 1.562.895 | 1.419.127 |

Ausblick

Das Jahr 2003 wird aufgrund der Veranstaltungsrhythmen ein schwaches Messejahr. Bei einem zu erwartenden Umsatz von T€ 186.433 wird das Geschäftsjahr mit einem negativen Ergebnis abschließen. Das Jahr 2003 wird in besonderem Maße dazu genutzt, einen Teil der geplanten Investitionen in das Messegelände zu realisieren. Neben Modernisierungsmaßnahmen wird 2003 mit dem Bau der Messehalle 21 begonnen, die im Folgejahr fertig gestellt werden soll. Zur finanziellen Unterstützung dieser Projekte haben die Gesellschafter für das Jahr 2003 bereits eine Kapitalerhöhung zugesagt.

Im Jahr 2003 wird es eine neue Messe im Veranstaltungskalender geben. Die NEWCAST – Internationale Fachmesse für Gussprodukte – wird erstmals parallel zu GIFA, METEC und THERMPROCESS als eigenständiges Forum für Gießereien stattfinden. Des Weiteren

werden vier Gastveranstaltungen neu in das Programm 2003 aufgenommen, die Public Design, die POWER-GEN Europe, die eGo und die Channel World Expo.

Während sich das Jahr 2003 im Wesentlichen als vorbereitendes Arbeitsjahr für das Jahr 2004 darstellt, wird 2004 wieder ein umsatz- und ergebnisstarkes Messejahr werden. Mit den beiden Großmessen drupa und K und dem auch sonst dichten Messekalendar wird für das Jahr 2004 ein Umsatz von T€ 300.000 erwartet. Unter Berücksichtigung der noch nicht klaren Steuergesetzgebung wird mit einem voraussichtlichen Gewinn nach Steuern von rund T€ 30.000 gerechnet.

Die Messe Düsseldorf GmbH sieht sich keinen bestandsgefährdenden Risiken gegenüber. Normale geschäftliche Risiken werden durch Versicherungen abgedeckt. Des Weiteren besteht ein Risikomanagementsystem zur Früherkennung von Risiken.

Bilanz der Messe Düsseldorf GmbH zum 31. Dezember 2002

| Aktiva | 31.12.2002 T€ | 31.12.2001 T€ |
|--|------------------|------------------|
| A. Anlagevermögen | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| 1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 6.344 | 7.465 |
| 2. Geleistete Anzahlungen | 33 | 86 |
| | 6.377 | 7.551 |
| II. Sachanlagen | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 229.114 | 244.556 |
| 2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 4.322 | 4.095 |
| 3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 4.415 | 515 |
| | 237.851 | 249.166 |
| III. Finanzanlagen | | |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen | 17.978 | 19.224 |
| 2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen | 15.690 | 15.690 |
| 3. Beteiligungen | 28.513 | 28.513 |
| 4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 4.012 | 4.238 |
| 5. Sonstige Ausleihungen | 198 | 213 |
| | 66.391 | 67.878 |
| | 310.619 | 324.595 |
| B. Umlaufvermögen | | |
| I. Vorräte | | |
| 1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 297 | 406 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 8.115 | 24.761 |
| 2. Forderungen gegen Gesellschafter | 317 | 317 |
| 3. Forderungen gegen verbundene Unternehmen | 2.164 | 299 |
| 4. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 1.972 | 1.710 |
| 5. Zum Verkauf bestimmte Bauten | 0 | 5.437 |
| 6. Sonstige Vermögensgegenstände | 5.688 | 21.918 |
| | 18.256 | 54.442 |
| III. Wertpapiere | | |
| 1. Sonstige Wertpapiere | 60.982 | 0 |
| IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks | 17.837 | 43.812 |
| | 97.372 | 98.660 |
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | 1.426 | 461 |
| | 409.417 | 423.716 |

| Passiva | 31.12.2002 T€ | 31.12.2001 T€ |
|---|------------------|------------------|
| A. Eigenkapital | | |
| I. Gezeichnetes Kapital | 15.625 | 15.625 |
| II. Kapitalrücklage | 91.397 | 91.397 |
| III. Bilanzgewinn/Bilanzverlust | 23.826 | -5.817 |
| | 130.848 | 101.205 |
| B. Rückstellungen | | |
| 1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 7.707 | 7.295 |
| 2. Steuerrückstellungen | 2.990 | 132 |
| 3. Sonstige Rückstellungen | 40.905 | 36.631 |
| | 51.602 | 44.058 |
| C. Verbindlichkeiten | | |
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 135.589 | 153.123 |
| 2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen | 14.707 | 21.433 |
| 3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 9.422 | 33.563 |
| 4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern | 36.424 | 36.553 |
| 5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 109 | 83 |
| 6. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 13 | 27 |
| 7. Sonstige Verbindlichkeiten (davon aus Steuern T€ 767; Vorjahr T€ 915) (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit T€ 769; Vorjahr T€ 900) | 30.703 | 33.659 |
| | 226.967 | 278.441 |
| D. Rechnungsabgrenzungsposten | 0 | 12 |
| | 409.417 | 423.716 |

Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Düsseldorf GmbH

für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2002

| | 2002 T€ | 2001 T€ |
|---|----------------|----------------|
| 1. Umsatzerlöse | 267.148 | 210.121 |
| 2. Andere aktivierte Eigenleistungen | 116 | 38 |
| 3. Sonstige betriebliche Erträge | 11.206 | 10.446 |
| 4. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen: | | |
| a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 6.840 | 6.004 |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen | 132.336 | 117.145 |
| | 139.176 | 123.149 |
| 5. Personalaufwand: | | |
| a) Löhne und Gehälter | 32.635 | 31.606 |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung T€ 2.766; Vorjahr T€ 1.933) | 8.019 | 7.015 |
| | 40.654 | 38.621 |
| 6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | 18.795 | 19.055 |
| 7. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 36.465 | 26.147 |
| 8. Erträge aus Beteiligungen | 84 | 835 |
| 9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens (davon aus verbundenen Unternehmen T€ 1.410; Vorjahr T€ 1.407) | 1.418 | 1.417 |
| 10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge (davon aus verbundenen Unternehmen T€ 3; Vorjahr T€ 0) | 2.976 | 1.061 |
| 11. Abschreibungen auf Finanzanlagen | 1.381 | 8.243 |
| 12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 12.427 | 12.675 |
| 13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 34.050 | -3.972 |
| 14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | -52 | 121 |
| 15. Sonstige Steuern | 4.459 | 1.724 |
| 16. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag | 29.643 | -5.817 |
| 17. Verlustvortrag aus dem Vorjahr | -5.817 | 0 |
| 18. Bilanzgewinn/Bilanzverlust | 23.826 | -5.817 |

Entwicklung des Anlagevermögens der Messe Düsseldorf GmbH im Geschäftsjahr 2002

| | Anschaffungs-/Herstellungskosten | | | | Stand am 31.12.2002 T€ |
|--|----------------------------------|---------------|-------------------|---------------|------------------------------|
| | Stand am 1.1.2002 T€ | Zugänge T€ | Umbuchungen T€ | Abgänge T€ | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | | | | |
| 1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 26.499 | 327 | 53 | 1.859 | 25.020 |
| 2. Geleistete Anzahlungen | 86 | 33 | -53 | 33 | 33 |
| | 26.585 | 360 | 0 | 1.892 | 25.053 |
| II. Sachanlagen | | | | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich Bauten auf fremden Grundstücken | 496.992 | 617 | 9 | 494 | 497.124 |
| 2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 30.820 | 1.629 | 28 | 357 | 32.120 |
| 3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 515 | 4.071 | -37 | 133 | 4.416 |
| | 528.327 | 6.317 | 0 | 984 | 533.660 |
| III. Finanzanlagen | | | | | |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen | 22.391 | 135 | 3.067 | 0 | 25.593 |
| 2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen | 18.757 | 0 | -3.067 | 0 | 15.690 |
| 3. Beteiligungen | 34.444 | 0 | 0 | 0 | 34.444 |
| 4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 4.633 | 0 | 0 | 247 | 4.386 |
| 5. Sonstige Ausleihungen | 213 | 40 | 0 | 56 | 197 |
| | 80.438 | 175 | 0 | 303 | 80.310 |
| Summe | 635.350 | 6.852 | 0 | 3.179 | 639.023 |

| Abschreibungen | | | | Buchwerte | | |
|----------------------|---------------|-------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Stand am 1.1.2002 | Zugänge | Umbuchungen | Abgänge | Stand am 31.12.2002 | Stand am 31.12.2002 | Stand am 31.12.2001 |
| T€ | T€ | T€ | T€ | T€ | T€ | T€ |
| 19.034 | 1.501 | 0 | 1.859 | 18.676 | 6.344 | 7.465 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 33 | 86 |
| 19.034 | 1.501 | 0 | 1.859 | 18.676 | 6.377 | 7.551 |
| 252.436 | 15.957 | 0 | 382 | 268.011 | 229.113 | 244.556 |
| 26.725 | 1.337 | 0 | 264 | 27.798 | 4.322 | 4.095 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4.416 | 515 |
| 279.161 | 17.294 | 0 | 646 | 295.809 | 237.851 | 249.166 |
| 3.167 | 1.381 | 3.067 | 0 | 7.615 | 17.978 | 19.224 |
| 3.067 | 0 | -3.067 | 0 | 0 | 15.690 | 15.690 |
| 5.930 | 0 | 0 | 0 | 5.930 | 28.514 | 28.513 |
| 395 | 0 | 0 | 21 | 374 | 4.012 | 4.238 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 197 | 213 |
| 12.559 | 1.381 | 0 | 21 | 13.919 | 66.391 | 67.878 |
| 310.754 | 20.176 | 0 | 2.526 | 328.404 | 310.619 | 324.595 |

Anhang der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2002

I. Allgemeine Grundsätze

Der Jahresabschluss der Messe Düsseldorf GmbH wird unter Beachtung der handelsrechtlichen Vorschriften für Kapitalgesellschaften, des GmbH-Gesetzes und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung erstellt. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren gewählt. Besonderheiten des Messegeschäfts werden berücksichtigt.

II. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, angesetzt. Die Abschreibungen erfolgen linear unter Berücksichtigung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten und, sofern die Nutzung zeitlich begrenzt ist, abzüglich planmäßiger Abschreibungen angesetzt. Soweit dies notwendig ist, werden zusätzliche Abschreibungen auf den am Bilanzstichtag beizulegenden Wert vorgenommen.

Gebäude werden überwiegend linear und in zwei Fällen degressiv abgeschrieben. Abschreibungen auf Erweiterungsinvestitionen werden entsprechend der Restlaufzeit vorgenommen.

Zugänge des beweglichen Sachanlagevermögens werden seit dem 1.1.2001 linear abgeschrieben. Die lineare Abschreibung wird pro rata temporis errechnet.

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben und gleichzeitig als Abgang gezeigt.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen werden mit den Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert.

Die Anteile an ausländischen Tochterunternehmen sind mit den jeweiligen historischen Umrechnungskursen bewertet.

Ausleihungen werden mit dem Nennwert abzüglich Tilgungen angesetzt. Erkennbare Risiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

Die Vorräte werden mit einem Festwert bilanziert.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennwert angesetzt. Neben erforderlichen Einzelwertberichtigungen aus erkennbaren Risiken wird dem allgemeinen Kreditrisiko durch eine Pauschalwertberichtigung Rechnung getragen.

Der Teilwert der Pensionsrückstellungen ist nach versicherungsmathematischen Methoden unter Anwendung der „Richttafeln 1998“ von Dr. Klaus Heubeck mit einem Zinssatz von 6 % ermittelt.

Die übrigen Rückstellungen sind im Rahmen einer vernünftigen kaufmännischen Beurteilung so bemessen, dass sie allen erkennbaren Risiken Rechnung tragen.

Verbindlichkeiten sind mit dem Rückzahlungsbetrag passiviert.

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung werden mit dem Tageskurs gebucht und zum Jahresende, unter Beachtung des Niederst- bzw. Höchstwertprinzips, mit dem Stichtagsmittelkurs bewertet.

III. Angaben und Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten hauptsächlich Nutzungsrechte an einer öffentlich-rechtlichen Straße, Nutzungsrechte am Energieversorgungsnetz der Stadt Düsseldorf, Nutzungsrechte an Messethemen und an Messehallenflächen im Ausland sowie erworbene Software.

Bei den Zugängen zu den immateriellen Vermögensgegenständen handelt es sich im Wesentlichen um den Erwerb von Software-Lizenzen.

Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren hauptsächlich aus Anlagen im Bau (neue Messehalle, Eingang Nord, Erweiterung Notrufanlage) und dem Neubau des Supermarktes.

Die Zugänge im Finanzanlagevermögen betreffen die im Geschäftsjahr 2002 neu gegründete Tochtergesellschaft 000 Messe Düsseldorf Moskau. Des Weiteren wurde ein der Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. in Vorjahren gewährtes Darlehen in eine Stammeinlage umgewandelt.

Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes ist beim Handelsregister des Amtsgerichts Düsseldorf (HRB 63) hinterlegt.

Vorräte

Aufgrund einer zum Bilanzstichtag durchgeführten Inventur wurde der Festwert neu ermittelt.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen beinhalten ausschließlich Forderungen mit einer Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

In den Forderungen gegen verbundene Unternehmen sind Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von T€ 1.106 saldiert mit Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von T€ 1.068 enthalten.

Die Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, umfassen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen von T€ 1.769 und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen von T€ 143.

Die sonstigen Vermögensgegenstände ergeben sich vornehmlich aus geleisteten Anzahlungen und Erstattungsansprüchen aus Steuern.

Wertpapiere

Bei den Wertpapieren handelt es sich um verzinsliche, ausschließlich mit A2 geratete Commercial Papers, die nur kurzfristig im Bestand gehalten werden.

Rückstellungen

Die Pensionsverpflichtungen für ehemalige und derzeitige Geschäftsführer sind voll durch Pensionsrückstellungen gedeckt. Für Mitarbeiter ohne Pensionszusage besteht eine zusätzliche Altersversorgung bei einer Zusatzversorgungskasse.

Die Steuerrückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für das Betriebsprüfungsrisiko.

Die sonstigen Rückstellungen decken alle erkennbaren Risiken und wurden nach vernünftigen kaufmännischen Grundsätzen ermittelt. Sie umfassen hauptsächlich Rückstellungen für ausstehende Rechnungen (T€ 13.663), für Instandhaltungen (T€ 9.144), für drohende Verluste (T€ 8.871) und für Personalkosten (T€ 7.475).

Im Geschäftsjahr ergaben sich Erträge aus der Auflösung von sonstigen Rückstellungen von T€ 5.214. Die

Zuführungen zu den Rückstellungen betragen insgesamt T€ 31.730.

Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten gliedern sich nach Restlaufzeiten wie folgt:

| | Gesamtbetrag T€ | Mit einer Restlaufzeit | | |
|---|--------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | | bis zu 1 Jahr T€ | bis zu 5 Jahren T€ | über 5 Jahre T€ |
| Gegenüber Kreditinstituten | 135.589 | 16.818 | 76.097 | 42.674 |
| Erhaltene Anzahlungen | 14.707 | 11.537 | 3.170 | |
| Lieferungen und Leistungen | 9.422 | 9.422 | | |
| Gegenüber Gesellschaftern | 36.424 | 352 | 8.488 | 27.584 |
| Gegenüber verbundenen Unternehmen | 109 | 109 | | |
| Gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 13 | 13 | | |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 30.703 | 30.327 | 273 | 103 |
| | 226.967 | 68.578 | 88.028 | 70.361 |

Von dem Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren T€ 120.146 durch Grundpfandrechte besichert.

IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

| Geschäftsfeld | 2002 T€ | 2001 T€ |
|-------------------------|----------------|----------------|
| Inlandsveranstaltungen | 229.523 | 178.181 |
| Auslandsveranstaltungen | 30.411 | 21.668 |
| Andere Erlöse | 7.214 | 10.272 |
| | 267.148 | 210.121 |

Die Umsatzerlöse im Ausland resultieren überwiegend aus Veranstaltungen in Russland, USA, Frankreich und Großbritannien.

Sonstige betriebliche Erträge

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen sind hauptsächlich Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, aus Weiterberechnungen an verbundene Unternehmen sowie Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, und aus der Verwertung von Vermögensgegenständen erfasst.

Veranstaltungsbezogener Aufwand

Die Abgrenzung der veranstaltungsbezogenen Aufwendungen zum sonstigen betrieblichen Aufwand wurde durch eine Beurteilung der Einzelkosten vorgenommen. Die veranstaltungsbezogenen Aufwendungen beinhalten Kosten, die direkt einem Kostenträger zuzuordnen sind. Werklieferungen sind unter den „Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren“ erfasst. Werk- und Dienstleistungen sind unter den „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ aufgeführt.

Unter dem Posten „Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren“ werden hauptsächlich Energiekosten, Hilfs- und Betriebskosten und Aufwendungen für Werbematerialien ausgewiesen. Die „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für bezogene Standbauleistungen, Mieten, Instandhaltungen des Messegeländes, Werbeaufwendungen und Provisionen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten neben Bürokosten und Raummieten vornehmlich Wertberichtigungen auf Forderungen, Werbekosten und Zuführungen zu den Drohverlustrückstellungen.

Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens

In diesem Posten sind hauptsächlich Zinserträge aus Darlehen an Veletrhy Brno a. s., Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. und Messe Düsseldorf North America Inc. enthalten.

Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen umfassen Abschreibungen auf die Beteiligungen an der Messe Düsseldorf Poland Sp.z.o.o., der Messe Düsseldorf China Ltd. und der Messe Düsseldorf Japan Ltd.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Hierbei handelt es sich hauptsächlich um die Erträge aus der Auflösung einer Gewerbesteuerrückstellung.

Sonstige Steuern

Dieser Posten enthält im Wesentlichen die oben genannte Zuführung zu der Steuerrückstellung und Grundsteuern.

Ergebnisverwendung

Die Geschäftsführung schlägt vor, das Ergebnis auf neue Rechnung vorzutragen.

V. Sonstige Angaben**Beschäftigte**

Neben den Geschäftsführern waren im Jahresdurchschnitt 619 Lohn- und Gehaltsempfänger, 204 Aushilfen und 16 Auszubildende beschäftigt.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Das Bestellobligo beträgt zum Bilanzstichtag T€ 37.190. Weitere Verpflichtungen von T€ 151.312 resultieren aus den künftig zu leistenden Leasingraten aus Leasingverträgen; ferner ergeben sich Verpflichtungen aus Mietverträgen von T€ 5.532.

Die Haftungsverhältnisse belaufen sich auf T€ 12.061. Die Messe Düsseldorf GmbH hat zugunsten der Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. eine Patronatserklärung – befristet bis zum 31.3.2003 – in Höhe des am 31.12.2001 nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrages abgegeben, um die Fortführung des Geschäftsbetriebs Dritten gegenüber zu garantieren. Des Weiteren besteht eine Bürgschaft gegenüber der Westdeutschen Landesbank zur Absicherung eines an ZAO Expocentr, Moskau, herausgegebenen Darlehens. Die Mitarbeiterbeteiligungsdarlehen sind ebenfalls durch eine Bürgschaft gesichert.

Die Gesellschafteranteile der GEC German Exposition Corporation International GmbH sind für die Bauphase des Shanghai New International Expo Centre an ein chinesisches Bankenkonsortium verpfändet.

Die Messe Düsseldorf GmbH gewährt ihren Arbeitnehmern Leistungen der betrieblichen Altersversorgung; hierzu sind die Mitarbeiter bei der Rheinischen Zusatz-

versorgungskasse, Köln, versichert. Das Anstaltsvermögen der öffentlichen Zusatzversorgungskassen und das Umlageverfahren in seiner jetzigen Struktur reichen nach derzeitigem Kenntnisstand nicht aus, die bei den beteiligten Arbeitgebern bestehenden Versorgungsverpflichtungen vollständig abzudecken. Die daraus entstehende Unterdeckung umfasst einen wesentlichen Betrag, der als finanzielle Verpflichtung die öffentlichen Arbeitgeber in der Zukunft treffen wird.

Angaben zu den Gesellschaftsorganen

Die Bezüge der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH betragen im Geschäftsjahr T€ 1.438. Die Bezüge an ehemalige Geschäftsführer und deren Hinterbliebene beliefen sich auf T€ 405.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern der Geschäftsführung und deren Hinterbliebenen sind T€ 5.159 zurückgestellt.

Zum Bilanzstichtag bestand ein an einen Geschäftsführer gewährtes Darlehen in Höhe von T€ 1; im Geschäftsjahr wurden T€ 2 getilgt. Das Darlehen wird mit 4 % p. a. verzinst und hat eine Restlaufzeit von 6 Monaten.

Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat beliefen sich im Geschäftsjahr auf T€ 114.

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir mit Datum vom 31. März 2003 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Messe Düsseldorf GmbH, Düsseldorf, für das zum 31. Dezember 2002 endende Geschäftsjahr geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Regelungen im Gesellschaftsvertrag liegen in der Verantwortung der Geschäftsführer der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) 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 Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht 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 der Gesellschaft

sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der Geschäftsführer sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichtes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage der Gesellschaft und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.“

WIBERA WIRTSCHAFTSBERATUNG AG
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Rakel
Wirtschaftsprüfer

ppa. Nauen
Wirtschaftsprüfer

Konzernlagebericht der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2002

Die globalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich auch im Jahr 2002 zunehmend verschlechtert. Die in den Vorjahren abgegebenen positiven Prognosen im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung wurden nicht erreicht. Trotz dieses schwierigen geopolitischen und volkswirtschaftlichen Umfelds hat die Messe Düsseldorf GmbH national und international die für das Geschäftsjahr 2002 gesetzten Ziele erreicht.

Das Marketinginstrument „Messe“ hat gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nichts von seiner Relevanz eingebüßt.

Der Konzern Messe Düsseldorf kann auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2002 zurückblicken. Die in den Vorjahren festgelegte strategische Ausrichtung hat sich als richtig erwiesen. Ziele dieser Ausrichtung, die auch im Geschäftsjahr 2002 stetig verfolgt wurden, sind die Weiterentwicklung und Standortfestigung des Messeprogramms in Düsseldorf und die Internationalisierung des Messegeschäfts durch eigene Aktivitäten oder in Kooperation mit Partnern, wenn dadurch das Messeprogramm in Düsseldorf gestützt wird und die Profitabilität der Auslandsaktivitäten zumindest mittelfristig sichergestellt ist.

Im Geschäftsjahr 2002 hat der Konzern Messe Düsseldorf mit einem Umsatz von T€ 324.401 ein Jahresergebnis von T€ 28.391 erzielt.

Geschäftsentwicklung und Ausblick der Messe Düsseldorf GmbH

Die Messe Düsseldorf GmbH ist auch im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Anteil am Konzernumsatz von T€ 267.148 (Vorjahr T€ 210.121) und einem Jahresergebnis von T€ 29.643 (Vorjahr T€ – 5.817) beteiligt. Von den insgesamt 23 Leitmessexpositionen wurden im Geschäftsjahr 14 veranstaltet. Entgegen dem Trend konnten Aussteller- und Besucherzuwächse verzeichnet werden, die mit dazu beitrugen, dass das Planergebnis übertroffen wurde.

Die Umsätze resultieren mit T€ 215.427 aus eigenen Messeprojekten am Standort Düsseldorf. Auf Gastveranstaltungen und sonstige Umsätze entfallen T€ 21.310; T€ 30.411 wurden im internationalen Messegeschäft erzielt.

Am Standort Düsseldorf wurden im Vergleich zum Vorjahr folgende Veranstaltungen durchgeführt:

| | 2002 | 2001 |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Messen und Ausstellungen | | |
| – Eigenveranstaltungen | 24 | 15 |
| – Gastveranstaltungen | 14 | 18 |
| Vermietete Nettohallenfläche | 1.364.156 m ² | 1.097.406 m ² |
| Anzahl der Aussteller | 30.094 | 26.197 |
| Anzahl der Messebesucher | 1.562.895 | 1.419.127 |

Das Geschäftsjahr 2002 gehört – bedingt durch den Zyklus der einzelnen Veranstaltungen – zu den umsatzstarken Messejahren. Einen bedeutenden Anteil am Gesamterlös hatte die alle drei Jahre stattfindende interpack, die im Vergleich zur Vorveranstaltung bei der Nettohallenfläche um 8,5 % zulegen konnte. Weitere umsatzstarke Veranstaltungen waren die MEDICA, EuroShop, boot, wire/Tube, GDS, glasstec, CARAVAN SALON, InterMopro/InterMeat/InterCool, METAV und die ProWein.

Die Engagements im Ausland haben sich auch für den Standort Düsseldorf positiv ausgewirkt. Bei den Eigenveranstaltungen betrug der Anteil der ausländischen Aussteller 55 %, der Anteil der ausländischen Besucher stieg auf 28 %.

Im Ausland wurden im Jahr 2002 durch die Messe Düsseldorf GmbH 26 Veranstaltungen in eigener Regie, 42 Auftragsveranstaltungen und mehr als 100 Verkaufsförderungsveranstaltungen durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Veranstaltungen lagen über den prognostizierten Zielen. Mehr als 45 % der Umsatzerlöse im Ausland wurden in Russland erzielt. Zur Stärkung des Standortes Moskau, und um weiteres Potential russischer Aussteller zu erschließen, wurde im Mai 2002 die Tochtergesellschaft 000 Messe Düsseldorf Moskau gegründet.

Das Jahr 2003 wird aufgrund der Veranstaltungsrhythmen ein schwaches Messejahr. Bei einem zu erwartenden Umsatz von T€ 186.433 wird das Geschäftsjahr mit einem negativen Ergebnis abschließen. Das Jahr 2003 wird in besonderem Maße dazu genutzt, einen Teil der geplanten Investitionen in das Messegelände zu realisieren. Neben Modernisierungsmaßnahmen wird 2003 mit dem Bau der Messehalle 21 begonnen, die im Folgejahr fertig gestellt werden soll. Zur finanziellen Unterstützung dieser Projekte haben die Gesellschafter für das Jahr 2003 bereits eine Kapitalerhöhung zugesagt.

Im Jahr 2003 wird es eine neue Messe im Veranstaltungskalender geben. Die NEWCAST – Internationale Fachmesse für Gussprodukte – wird erstmals parallel zu GIFA, METEC und THERMPROCESS als eigenständiges Forum für Gießereien stattfinden. Des Weiteren werden vier Gastveranstaltungen neu in das Programm 2003 aufgenommen: die Public Design, die POWER-GEN Europe, die eGo und die Channel World Expo.

Während sich das Jahr 2003 im Wesentlichen als vorbereitendes Arbeitsjahr für das Jahr 2004 darstellt, wird 2004 wieder ein umsatz- und ergebnisstarkes Messejahr werden. Mit den beiden Großmessen drupa

und K und dem auch sonst dichten Messekalendar wird für das Jahr 2004 ein Umsatz von T€ 300.000 erwartet. Unter Berücksichtigung der noch nicht klaren Steuergesetzgebung wird mit einem voraussichtlichen Gewinn nach Steuern von rund T€ 30.000 gerechnet.

Geschäftsentwicklung der internationalen Konzerntochtergesellschaften

Die Veletrhy Brno a. s. (VB) an der die MD mit 60,40 % beteiligt ist, ist die größte Tochtergesellschaft. Die VB hat im Geschäftsjahr 2003 bei einem Umsatz von T€ 49.936 ein Jahresergebnis von T€ 3.912 erzielt. Die VB gehört zu den erfolgreichsten Dienstleistungsunternehmen der Region und ist in Mittel- und Osteuropa ein bedeutender Mittler im internationalen Handelsaustausch. Im abgelaufenen Geschäftsjahr präsentierten 10.087 Aussteller auf 3,7 Mio. m² ihre Produkte.

Die im Mehrheitsbesitz der VB stehende Brno Inn betreibt das am Messegelände gelegene Holiday Inn Hotel und trägt damit zur Servicequalität für die Aussteller und Besucher bezüglich einer komfortablen Unterkunft bei. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2002 einen Umsatz von T€ 3.370 und ein Jahresergebnis von T€ 207.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr konnte die Messe Düsseldorf North America Inc. (MDNA), eine 100-prozentige Tochtergesellschaft von MD, ihr Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessern. Bei einem Umsatz von T€ 3.025 (Vorjahr T€ 2.999) wurde ein Jahresergebnis von T€ 58 (Vorjahr T€ -202) erreicht. Die Ergebnisverbesserung wurde im Wesentlichen durch die Senkung der Gemeinkosten erzielt.

Durch die bereits in Vorjahren eingeleiteten Maßnahmen zur Kostensenkung und Konzentration der Aktivitäten auf bestimmte Messethemen konnte die Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. (MDA) im vorangegangenen Geschäftsjahr ein positives Jahresergebnis in Höhe von T€ 350 erreichen. Turnusbedingt stieg der Umsatz um 35 % auf T€ 3.714.

Geschäftsentwicklung der nationalen Konzerntochtergesellschaften

Aufgrund der konstant hohen Auslastung des CCD und der Philipshalle stiegen die Umsatzerlöse der Düsseldorf Congress Veranstaltungsgesellschaft mbH (DC), eine 50-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH, auf T€ 8.914. Der Jahresüberschuss beträgt T€ 94. Auch für das Jahr 2003 kann von einer stabilen Entwicklung der Gesellschaft auf hohem Belegungsniveau ausgegangen werden.

Trotz der weiterhin angespannten Branchensituation im Modeeinzelhandel konnte die 49-prozentige Tochtergesellschaft IGEDO Internationale Modemesse Kronen GmbH & Co. KG durch die Ergänzung der CPD durch den Bereich „menswear“ den Umsatz erhöhen. Die leichte Verringerung des Ergebnisses im Vergleich zum Vorjahr resultiert aus erhöhten Marketingaufwendungen für die Einführung des Bereiches Menswear.

Die Immobilien der Düsseldorf Fashion House Verwaltungsgesellschaft mbH (DFH), eine 50-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH, verfügten auch im vergangenen Jahr über eine vollständige Auslastung. Die prognostizierten Umsatz- und Ergebnisziele wurden erreicht.

Die Messe Düsseldorf GmbH sieht sich keinen bestandsgefährdenden Risiken gegenüber. Normale geschäftliche Risiken werden durch Versicherungen abgedeckt. Des Weiteren besteht ein Risikomanagementsystem zur Früherkennung von Risiken.

Konzernbilanz zum 31. Dezember 2002 der Messe Düsseldorf GmbH

| Aktiva | 31.12.2002 T€ | 31.12.2001 T€ |
|--|------------------|------------------|
| A. Anlagevermögen | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| 1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 6.941 | 8.197 |
| 2. Geschäfts- oder Firmenwert | 0 | 3.166 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 391 | 149 |
| | 7.332 | 11.512 |
| II. Sachanlagen | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 303.188 | 318.754 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 478 | 470 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 7.617 | 7.548 |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 5.328 | 804 |
| | 316.611 | 327.576 |
| III. Finanzanlagen | | |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen | 345 | 573 |
| 2. Anteile an assoziierten Unternehmen | 1.045 | 1.140 |
| 3. Beteiligungen | 6.288 | 6.288 |
| 4. Ausleihungen an assoziierte Unternehmen | 4.012 | 4.238 |
| 5. Wertpapiere des Anlagevermögens | 0 | 216 |
| 6. Sonstige Ausleihungen | 1.932 | 2.034 |
| | 13.622 | 14.489 |
| | 337.565 | 353.577 |
| B. Umlaufvermögen | | |
| I. Vorräte | | |
| 1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 344 | 931 |
| 2. Fertige Erzeugnisse und Waren | 461 | 25 |
| | 805 | 956 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 9.764 | 27.269 |
| 2. Forderungen gegen Gesellschafter | 316 | 317 |
| 3. Forderungen gegen verbundene Unternehmen | 290 | 55 |
| 4. Forderungen gegen assoziierte Unternehmen | 1.972 | 1.710 |
| 5. Zum Verkauf bestimmte Bauten | 0 | 5.437 |
| 6. Sonstige Vermögensgegenstände (davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr T€ 0; Vorjahr T€ 373) | 7.729 | 23.283 |
| | 20.071 | 58.071 |
| III. Wertpapiere | | |
| 1. Sonstige Wertpapiere | 60.982 | 3.566 |
| | 60.982 | 3.566 |
| IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks | 26.699 | 48.405 |
| | 108.557 | 110.998 |
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | 2.429 | 1.160 |
| | 448.551 | 465.735 |

| Passiva | 31.12.2002 T€ | 31.12.2001 T€ |
|--|------------------|------------------|
| A. Eigenkapital | | |
| I. Gezeichnetes Kapital | 15.625 | 15.625 |
| II. Kapitalrücklage | 54.283 | 54.283 |
| III. Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung | 3.493 | 3.273 |
| IV. Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter | 16.206 | 15.130 |
| V. Konzernbilanzgewinn/-verlust | 23.999 | -2.716 |
| | 113.606 | 85.595 |
| B. Rückstellungen | | |
| 1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 7.707 | 7.295 |
| 2. Steuerrückstellungen | 2.990 | 1.457 |
| 3. Sonstige Rückstellungen | 43.379 | 35.061 |
| | 54.076 | 43.813 |
| C. Verbindlichkeiten | | |
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 178.001 | 197.623 |
| 2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen | 18.068 | 27.357 |
| 3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 12.003 | 35.676 |
| 4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern | 36.424 | 36.553 |
| 5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 240 | 50 |
| 6. Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen | 15 | 27 |
| 7. Sonstige Verbindlichkeiten | 36.102 | 38.938 |
| (davon aus Steuern T€ 843; Vorjahr T€ 982) | | |
| (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit T€ 1.021; Vorjahr T€ 1.174) | | |
| | 280.853 | 336.224 |
| D. Rechnungsabgrenzungsposten | 16 | 103 |
| | 448.551 | 465.735 |

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Düsseldorf GmbH für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2002

| | 2002 T€ | 2001 T€ |
|---|----------------|----------------|
| 1. Umsatzerlöse | 324.401 | 269.761 |
| 2. Andere aktivierte Eigenleistungen | 248 | 82 |
| 3. Sonstige betriebliche Erträge | 14.692 | 19.476 |
| 4. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen: | | |
| a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 10.590 | 9.971 |
| b) Aufwendungen für bezogene Leistungen | 154.298 | 134.404 |
| | 164.888 | 144.375 |
| 5. Personalaufwand: | | |
| a) Löhne und Gehälter | 41.851 | 40.734 |
| b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung T€ 2.766; Vorjahr T€ 1.933) | 10.835 | 9.694 |
| | 52.686 | 50.428 |
| 6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | 27.011 | 29.098 |
| 7. Sonstige betriebliche Aufwendungen | 49.547 | 38.772 |
| 8. Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen | -12 | 301 |
| 9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens | 407 | 218 |
| 10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 3.384 | 2.436 |
| 11. Abschreibungen auf Finanzanlagen | 407 | 5.930 |
| 12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen | 15.516 | 17.960 |
| 13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 33.065 | 5.711 |
| 14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | -57 | 3.706 |
| 15. Sonstige Steuern | 4.731 | 1.953 |
| 16. Konzernjahresüberschuss | 28.391 | 53 |
| 17. Fremden Gesellschaftern zustehende Gewinnanteile | -1.676 | -3.281 |
| 18. Verlustvortrag aus Vorjahren | -2.716 | 0 |
| 19. Entnahmen aus anderen Gewinnrücklagen | 0 | 512 |
| 20. Konzernbilanzgewinn/-verlust | 23.999 | -2.716 |

Entwicklung des Konzernanlagevermögens der Messe Düsseldorf GmbH im Geschäftsjahr 2002

| | Anschaffungs-/Herstellungskosten | | | | | Stand am 31.12.2002 T€ |
|--|----------------------------------|-------------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------------|
| | Stand am 1.1.2002 T€ | Währungs- umrechnung T€ | Zugänge T€ | Umbu- chungen T€ | Abgänge T€ | |
| | | | | | | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | | | | | |
| 1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 29.016 | 24 | 397 | 86 | 1.902 | 27.621 |
| 2. Geschäfts- oder Firmenwert | 16.345 | 0 | 0 | 0 | 0 | 16.345 |
| 3. Geleistete Anzahlungen | 149 | 0 | 361 | -86 | 33 | 391 |
| | 45.510 | 24 | 758 | 0 | 1.936 | 44.357 |
| II. Sachanlagen | | | | | | |
| 1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken | 605.049 | 773 | 3.452 | 230 | 652 | 608.852 |
| 2. Technische Anlagen und Maschinen | 2.335 | 8 | 48 | 0 | 4 | 2.387 |
| 3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung | 52.151 | 11 | 2.672 | 28 | 1.546 | 53.316 |
| 4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau | 804 | 2 | 4.923 | -258 | 142 | 5.329 |
| | 660.339 | 794 | 11.095 | 0 | 2.344 | 669.884 |
| III. Finanzanlagen | | | | | | |
| 1. Anteile an verbundenen Unternehmen | 606 | 2 | 151 | 0 | 0 | 759 |
| 2. Anteile an assoziierten Unternehmen | 21.618 | 0 | 149 | 0 | 244 | 21.522 |
| 3. Beteiligungen | 13.318 | 11 | 0 | 0 | 0 | 13.329 |
| 4. Ausleihungen an verbundene Unternehmen | 181 | 0 | 0 | 0 | 0 | 181 |
| 5. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 173 | 0 | 0 | 0 | 0 | 173 |
| 6. Ausleihungen an assoziierte Unternehmen | 4.633 | 0 | 0 | 0 | 247 | 4.386 |
| 7. Wertpapiere des Anlagevermögens | 219 | 3 | 0 | 0 | 222 | 0 |
| 8. Sonstige Ausleihungen | 2.266 | -293 | 260 | 0 | 68 | 2.165 |
| | 43.014 | -277 | 560 | 0 | 781 | 42.515 |
| Summe | 748.863 | 541 | 12.413 | 0 | 5.061 | 756.756 |

| Abschreibungen | | | | | Buchwerte | | |
|----------------------|-------------------------|---------------|------------------|--------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Stand am 1.1.2002 | Währungs- umrechnung | Zugänge | Umbu- chungen | Abgänge | Stand am 31.12.2002 | Stand am 31.12.2002 | Stand am 31.12.2001 |
| T€ | T€ | T€ | T€ | T€ | T€ | T€ | T€ |
| 20.819 | 18 | 1.745 | 0 | 1.902 | 20.680 | 6.941 | 8.197 |
| 13.179 | 0 | 3.166 | 0 | 0 | 16.345 | 0 | 3.166 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 391 | 149 |
| 33.998 | 18 | 4.911 | 0 | 1.902 | 37.025 | 7.332 | 11.512 |
| 286.294 | 277 | 19.560 | 0 | 466 | 305.665 | 303.187 | 318.755 |
| 1.865 | 3 | 45 | 0 | 4 | 1.909 | 478 | 470 |
| 44.604 | 32 | 2.495 | 0 | 1.432 | 45.699 | 7.617 | 7.548 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5.329 | 804 |
| 332.763 | 312 | 22.100 | 0 | 1.902 | 353.273 | 316.611 | 327.577 |
| 33 | 0 | 381 | 0 | 0 | 414 | 345 | 573 |
| 20.477 | 0 | 0 | 0 | 0 | 20.477 | 1.045 | 1.140 |
| 7.030 | 11 | 0 | 0 | 0 | 7.041 | 6.288 | 6.288 |
| 181 | 0 | 0 | 0 | 0 | 181 | 0 | 0 |
| 173 | 0 | 0 | 0 | 0 | 173 | 0 | 0 |
| 395 | 0 | 0 | 0 | 21 | 374 | 4.012 | 4.238 |
| 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 216 |
| 233 | -26 | 26 | 0 | 0 | 233 | 1.932 | 2.033 |
| 28.525 | -15 | 407 | 0 | 24 | 28.893 | 13.622 | 14.488 |
| 395.286 | 315 | 27.418 | 0 | 3.828 | 419.191 | 337.565 | 353.577 |

Konzernanhang der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2002

I. Allgemeine Grundsätze

Der Konzernabschluss der Messe Düsseldorf GmbH wurde unter Beachtung der handelsrechtlichen Vorschriften für Kapitalgesellschaften, des GmbH-Gesetzes und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung erstellt. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren gewählt. Besonderheiten des Messegeschäfts wurden berücksichtigt.

II. Konsolidierungskreis und Konsolidierungsgrundsätze

Neben der Messe Düsseldorf GmbH werden die Tochterunternehmen, an denen die Messe Düsseldorf GmbH unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt ist, voll in den Konzernabschluss einbezogen. Im Einzelnen sind dies:

- Messe Düsseldorf North America Inc., Chicago/USA
- Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd., Singapur
- Messe Düsseldorf Poland Sp. zo.o., Warschau/Polen
- Brno Inn a. s., Brünn/Tschechische Republik
- Veletrhy Brno a. s., Brünn/Tschechische Republik

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden gemäß § 312 HGB nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Im Einzelnen sind dies:

- Düsseldorf Fashion House Verwaltungsgesellschaft mbH, Düsseldorf
- Düsseldorf Congress Veranstaltungsgesellschaft mbH, Düsseldorf
- IGEDO Internationale Modemesse Kronen GmbH & Co. KG, Düsseldorf

Auf die Einbeziehung der Messe Düsseldorf Japan Ltd., Tokio, Messe Düsseldorf China Ltd., Shanghai, der 000 Messe Düsseldorf Moskau sowie weiterer Beteiligungen der Veletrhy Brno a. s. wurde gemäß § 296 Abs. 2 HGB verzichtet.

Sowohl für die Vollkonsolidierung als auch für die Equity-Bewertung wurde die Buchwertmethode zum Zeitpunkt des Erwerbs der Anteile oder der erstmaligen Einbeziehung in den Konzernabschluss zugrunde gelegt.

Die aus der Kapitalkonsolidierung entstandenen aktiven Unterschiedsbeträge werden teilweise den Vermögensgegenständen des Tochterunternehmens zugerechnet und entsprechend der Nutzungsdauer abgeschrieben. Verbleibende aktive Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwert bilanziert und einheitlich über vier Jahre abgeschrieben.

Wechselseitige Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den vollkonsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet. In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung werden die Erlöse aus Inenumsätzen sowie andere konzerninterne Erträge mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet. Konzerninterne Zwischengewinne sind im Geschäftsjahr 2002 nicht entstanden.

Die Währungsumrechnung der Bilanzen und der Gewinn- und Verlustrechnungen der einbezogenen ausländischen Tochterunternehmen erfolgt mit den Mittelkursen zum Bilanzstichtag. Die aus der Konsolidierung der ausländischen Tochterunternehmen resultierenden Umrechnungsdifferenzen werden erfolgsneutral in den dafür gebildeten Sonderposten eingestellt.

III. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die der Vollkonsolidierung zugrunde liegenden Abschlüsse werden einheitlich nach den vom Mutterunternehmen festgelegten Bilanzierungs- und Bewertungsrichtlinien aufgestellt. Für die assoziierten Unternehmen wurde eine einheitliche Bewertung nicht vorgenommen.

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen, angesetzt. Die Abschreibungen erfolgen linear unter Berücksichtigung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer. Bei eingetretenen dauerhaften Wertminderungen werden zusätzliche außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten und, sofern die Nutzung zeitlich begrenzt ist, abzüglich planmäßiger Abschreibungen angesetzt. Soweit dies notwendig ist, werden zusätzliche Abschreibungen auf den am Bilanzstichtag beizulegenden Wert vorgenommen.

Gebäude werden überwiegend linear und in zwei Fällen degressiv abgeschrieben. Abschreibungen auf Erweiterungsinvestitionen werden entsprechend der Restlaufzeit vorgenommen.

Zugänge des beweglichen Sachanlagevermögens werden konzerneinheitlich linear abgeschrieben.

Geringwertige Wirtschaftsgüter werden im Zugangsjahr voll abgeschrieben und gleichzeitig als Abgang gezeigt.

Die Anteile an verbundenen Unternehmen und Beteiligungen werden zu Anschaffungskosten oder zum

niedrigeren beizulegenden Wert bilanziert. Die ausgewiesenen Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden unter Berücksichtigung der Anpassungen im Rahmen der Equity-Bewertung angesetzt.

Die Anteile der nicht in den Konzernabschluss einbezogenen ausländischen Tochterunternehmen werden mit dem Stichtagskurs bewertet.

Ausleihungen werden mit dem Nennwert abzüglich Tilgungen angesetzt. Erkennbare Risiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

Die Vorräte werden zu Durchschnittspreisen oder zu niedrigeren Einstandspreisen angesetzt. Soweit Bestandsrisiken vorliegen, die sich aus der Lagerdauer oder verminderter Verwertbarkeit ergeben, werden Abwertungen vorgenommen. Abweichend hiervon werden bei der Messe Düsseldorf GmbH Werbe- und Büromaterialien mit einem Festwert bilanziert.

Die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände werden zum Nennwert bilanziert. Neben erforderlichen Einzelwertberichtigungen aus erkennbaren Risiken wird dem allgemeinen Kreditrisiko durch eine Pauschalwertberichtigung ausreichend Rechnung getragen.

Der Teilwert der Pensionsrückstellungen wird nach versicherungsmathematischen Methoden unter Anwendung der „Richttafeln 1998“ von Dr. Klaus Heubeck mit einem Zinssatz von 6 % ermittelt.

Die übrigen Rückstellungen sind im Rahmen einer vernünftigen kaufmännischen Beurteilung so bemessen, dass sie allen erkennbaren Risiken Rechnung tragen.

Verbindlichkeiten sind mit dem Rückzahlungsbetrag passiviert.

Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung wurden mit dem Tageskurs gebucht und zum Jahresende, unter Beachtung des Niederst- bzw. Höchstwertprinzips, mit dem Stichtagsmittelkurs bewertet.

IV. Angaben und Erläuterungen zur Konzernbilanz

Anlagevermögen

Die Zusammensetzung und Entwicklung der einzelnen Positionen des Anlagevermögens sind im Anlagenspiegel dargestellt.

Die immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten hauptsächlich Nutzungsrechte an einer öffentlich-rechtlichen Straße, Nutzungsrechte am Energieversorgungsnetz der Stadt Düsseldorf, Nutzungsrechte an Messethemen sowie erworbene Software.

Bei den Zugängen zu den immateriellen Vermögensgegenständen handelt es sich im Wesentlichen um den Erwerb von Software-Lizenzen.

Die Zugänge im Sachanlagevermögen betreffen hauptsächlich geleistete Anzahlungen und im Bau befindliche Anlagen und Gebäude.

Die Zugänge im Finanzanlagevermögen betreffen im Wesentlichen die im Geschäftsjahr 2002 neu gegründete Gesellschaft 000 Messe Düsseldorf Moskau.

Vorräte

Unter den Vorräten werden als wesentliche Posten Vorratsmaterialien, Büromaterialien und Werbeartikel ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und gegen verbundene Unternehmen beinhalten ausschließlich Forderungen mit einer Restlaufzeit von weniger als einem Jahr.

Die Forderungen gegen assoziierte Unternehmen betreffen die Forderungen gegen die Tochterunternehmen, die nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden. Die Restlaufzeit der Forderungen beträgt weniger als ein Jahr.

Wertpapiere

Bei den Wertpapieren handelt es sich um verzinsliche, ausschließlich mit A2 geratete Commercial Papers, die nur kurzfristig im Bestand gehalten werden.

Rückstellungen

Die Pensionsverpflichtungen sind voll durch Pensionsrückstellungen gedeckt. Für Mitarbeiter der Messe Düsseldorf GmbH ohne Pensionszusage besteht eine Altersversorgung bei einer Zusatzversorgungskasse.

Die Steuerrückstellungen beinhalten im Wesentlichen Rückstellungen für Betriebsprüfungsrisiken.

Die sonstigen Rückstellungen decken alle erkennbaren Risiken und wurden nach vernünftigen kaufmännischen Grundsätzen ermittelt. Sie umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für unterlassene Instandhaltungen (T€ 9.144), ausstehende Rechnungen (T€ 13.975) und Personal (T€ 7.188). Weitere Rückstellungen wurden gebildet für drohende Verluste (T€ 8.871) und andere ungewisse Verbindlichkeiten.

Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten des Konzerns Messe Düsseldorf gliedern sich nach Restlaufzeiten wie folgt:

| | Gesamtbetrag T€ | Mit einer Restlaufzeit | | |
|------------------------------------|--------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | | bis zu 1 Jahr T€ | bis zu 5 Jahren T€ | über 5 Jahre T€ |
| Gegenüber Kreditinstituten | 178.001 | 23.287 | 95.545 | 59.169 |
| Erhaltene Anzahlungen | 18.068 | 14.898 | 3.170 | |
| Lieferungen und Leistungen | 12.003 | 12.003 | | |
| Gegenüber Gesellschaftern | 36.424 | 352 | 8.488 | 27.584 |
| Gegenüber verbundenen Unternehmen | 240 | 240 | | |
| Gegenüber assoziierten Unternehmen | 15 | 15 | | |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 36.102 | 35.726 | 273 | 103 |
| | 280.853 | 86.521 | 107.476 | 86.856 |

Von dem Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind T€ 120.146 durch Grundpfandrechte besichert.

IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung**Umsatzerlöse**

Der Konzernumsatz des Geschäftsjahres 2002 gliedert sich nach Geschäftsfeldern und Regionen wie folgt:

| Geschäftsfeld | 2002 T€ | 2001 T€ |
|---------------|----------------|----------------|
| Messegeschäft | 321.238 | 266.185 |
| Hotelbetrieb | 3.163 | 3.576 |
| | 324.401 | 269.761 |

| Regionen | 2002 T€ | 2001 T€ |
|-----------------------|----------------|----------------|
| Deutschland | 235.742 | 198.695 |
| Tschechische Republik | 52.201 | 55.014 |
| GUS | 15.409 | 6.076 |
| USA | 2.418 | 2.406 |
| Singapur | 3.478 | 2.279 |
| Polen | 151 | 435 |
| Übrige Länder | 15.002 | 4.856 |
| | 324.401 | 269.761 |

Sonstige betriebliche Erträge

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen sind hauptsächlich Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen und aus der Auflösung von Wertberichtigungen zu Forderungen erfasst.

Veranstaltungsbezogener Aufwand

Die Abgrenzung der veranstaltungsbezogenen Aufwendungen zum sonstigen betrieblichen Aufwand wurde durch eine Beurteilung der Einzelkosten vorgenommen. Die veranstaltungsbezogenen Aufwendungen beinhalten Kosten, die direkt einem Kostenträger zuzuordnen sind. Werklieferungen sind unter den „Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren“ erfasst. Werk- und Dienstleistungen sind unter „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ aufgeführt.

Unter dem Posten „Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren“ werden hauptsächlich Energiekosten sowie Aufwendungen für Werbematerialien ausgewiesen. Die „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für bezogene Standbauleistungen, Instandhaltungen des Messegeländes, Mieten, Werbeaufwendungen und Provisionen.

Abschreibungen

Die planmäßigen Abschreibungen auf die Firmenwerte aus der Erstkonsolidierung der Messen und Ausstellungen Brno a. s. sowie der Brno INN a. s. belaufen sich auf T€ 3.166.

Sonstiger betrieblicher Aufwand

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten neben Raummieten und Bürokosten vornehmlich Rechts- und Beratungskosten, Aufwendungen für Werbung, Wertberichtigungen zu Forderungen und Zuführungen zur Drohverlustrückstellung.

Abschreibungen auf Finanzanlagen

Die Abschreibungen auf Finanzanlagen umfassen hauptsächlich Abschreibungen auf die Beteiligungen an der Messe Düsseldorf China Ltd. und der Messe Düsseldorf Japan Ltd.

Sonstige Steuern

Dieser Posten betrifft in erster Linie die Zuführung zur Rückstellung für Betriebsprüfungsrisiken.

VI. Sonstige Angaben

Beschäftigte

Im Konzern Messe Düsseldorf waren im Jahresdurchschnitt 1.351 kaufmännische und gewerbliche Arbeitnehmer beschäftigt (Vorjahr 1.365).

Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Das Bestellobligo beträgt zum Bilanzstichtag T€ 37.190. Weitere Verpflichtungen von T€ 151.591 resultieren aus Leasingverträgen; ferner bestehen Verpflichtungen von T€ 5.532 aus Mieten.

Die Haftungsverhältnisse belaufen sich auf T€ 12.061.

Die Messe Düsseldorf GmbH hat zugunsten der Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. eine Patronatserklärung in Höhe des nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrags abgegeben, um die Fortführung des Geschäftsbetriebs Dritten gegenüber zu garantieren. Des Weiteren besteht eine Bürgschaft gegenüber der Westdeutschen Landesbank zur Absicherung eines an ZAO Expocentr, Moskau, herausgegebenen Darlehens.

Die Gesellschafteranteile der GEC German Exposition Corporation International GmbH sind für die Bauphase des Shanghai New International Expo Centre an ein chinesisches Bankenkonsortium verpfändet.

Die Messe Düsseldorf GmbH gewährt ihren Arbeitnehmern Leistungen der betrieblichen Altersversorgung; hierzu sind die Mitarbeiter bei der Rheinischen Zusatzversorgungskasse, Köln, versichert. Das Anstaltsvermögen der öffentlichen Zusatzversorgungskassen und das Umlageverfahren reichen nicht aus, die bei

den beteiligten Arbeitgebern bestehenden Versorgungsverpflichtungen abzudecken. Die daraus entstehende Unterdeckung umfasst einen wesentlichen Betrag, der als finanzielle Verpflichtung die öffentlichen Arbeitgeber in der Zukunft belasten wird.

Angaben zu den Gesellschaftsorganen

Die Bezüge der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH betragen für das Geschäftsjahr 2002 T€ 1.438. Die Bezüge an ehemalige Geschäftsführer und deren Hinterbliebene belaufen sich auf T€ 405.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern der Geschäftsführung und deren Hinterbliebenen sind T€ 5.159 zurückgestellt.

Zum Bilanzstichtag besteht ein an einen Geschäftsführer gewährtes Darlehen in Höhe von T€ 1; im Geschäftsjahr wurden T€ 2 getilgt. Das Darlehen wird mit 4 % p. a. verzinst und hat eine Restlaufzeit von 6 Monaten.

Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat belaufen sich auf T€ 114.

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir mit Datum vom 7. April 2003 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der Messe Düsseldorf GmbH, Düsseldorf, aufgestellten Konzernabschluss und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2002 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der Geschäftsführer der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) 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 im 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 Geschäftsführer 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 Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.“

WIBERA WIRTSCHAFTSBERATUNG AG
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Rakel
Wirtschaftsprüfer

ppa. Nauen
Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich im Geschäftsjahr 2002 durch regelmäßige Berichte und Sitzungen über die Lage des Konzerns Messe Düsseldorf unterrichtet und wesentliche geschäftspolitische Fragen eingehend behandelt.

Trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds hat die Messe Düsseldorf GmbH national und international die für das Geschäftsjahr 2002 gesetzten Ziele erreicht und damit bewiesen, dass negative konjunkturelle Entwicklungen sich nicht zwangsläufig im Messegeschäft niederschlagen, wenn die Messen eine entsprechend gute Plattform mit geeignetem Nutzenversprechen für die ausstellende Wirtschaft bieten.

Im Geschäftsjahr 2002 hat der Konzern Messe Düsseldorf mit einem Umsatz von T€ 324.401 ein Jahresergebnis von T€ 28.391 erzielt. Das Messegeschäft im Geschäftsjahr 2002 verlief positiv. Der Umsatz aus Messeprojekten der Messe Düsseldorf GmbH wurde gegenüber 2001 (T€ 210.121) auf T€ 267.148 gesteigert. Viele Messen am Standort Düsseldorf verzeichneten gegen den Trend Aussteller- und Besucherzuwächse – und dies vor allem beim internationalen Publikum: Zuwächse bei den ausländischen Ausstellern (+1 % und damit ein Auslandsanteil von 55 %), Besuchern (+5 %, Auslandsanteil insgesamt 28 %) und der Nettofläche (+4 %) im Vergleich zu den Vorveranstaltungen.

Die in den Vorjahren festgelegte strategische Ausrichtung hat sich als richtig erwiesen. Ziele dieser Ausrichtung, die auch im Geschäftsjahr 2002 stetig

verfolgt und vom Aufsichtsrat ausdrücklich unterstützt wurden, sind die Weiterentwicklung und Standortfestigung des Messeprogramms in Düsseldorf und die Internationalisierung des Messegeschäfts durch eigene Aktivitäten oder in Kooperation mit anderen Partnern, wenn dadurch das Messeprogramm in Düsseldorf unterstützt wird und die Profitabilität der Auslandsaktivitäten zumindest mittelfristig sichergestellt ist. Außerdem wird ein langfristig angelegtes Programm zur Modernisierung und Erweiterung des Messegeländes in Düsseldorf Schritt für Schritt realisiert.

Der Jahresabschlussbericht der WIBERA Wirtschaftsberatung AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft über die entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen durchgeführte Prüfung hat dem Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 29. April 2003 vorgelegen. Die Prüfung hat ergeben, dass die Buchführung und der Jahresabschluss 2002 den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. Auch die Prüfung und Beratung durch den Aufsichtsrat hat keine Einwände zum Jahresabschluss 2002 ergeben. Dementsprechend empfiehlt der Aufsichtsrat der Gesellschafterversammlung, den Jahresabschluss 2002 festzustellen.

Düsseldorf, 29. April 2003

Joachim Erwin
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Per Fax
+49(0)2 11/45 60-85 63

Per Post
Messe Düsseldorf GmbH
Abt. U2-W, Frau Köhler
Messeplatz
40474 Düsseldorf

Firma _____

Name _____

Vorname _____

Funktion _____

Straße _____

Postfach _____

PLZ/Ort _____

Land _____

Telefon _____

E-Mail _____

Bitte senden Sie mir Ihren aktuellen
Messekalender (up-to-date)

Bitte senden Sie mir detaillierte
Informationen zu folgenden Messen:

Name der Messe

Informationen für Besucher

Informationen für Aussteller

Herausgeber
Messe Düsseldorf GmbH
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Telefon +49(0)211/45 60-01
InfoTel. +49(0)211/45 60-900
Telefax +49(0)211/45 60-668
www.messe-duesseldorf.de
info@tradefair.de

Konzeption und Gestaltung
Ogilvy & Mather Special

Fotografie
Achim Kroepsch

Satz
project

Litho
Woeste Druck + Verlag

Belichtung und Druck
Woeste Druck + Verlag

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany

Tel. +49 (0) 2 11/45 60-0 1
InfoTel +49 (0) 2 11/45 60-9 00
Fax. +49 (0) 2 11/45 60-6 68
www.messe-duesseldorf.de
info@messe-duesseldorf.de

