

# People first

Mitarbeiter – Aussteller – Besucher

Geschäftsbericht 2003 Messe Düsseldorf GmbH



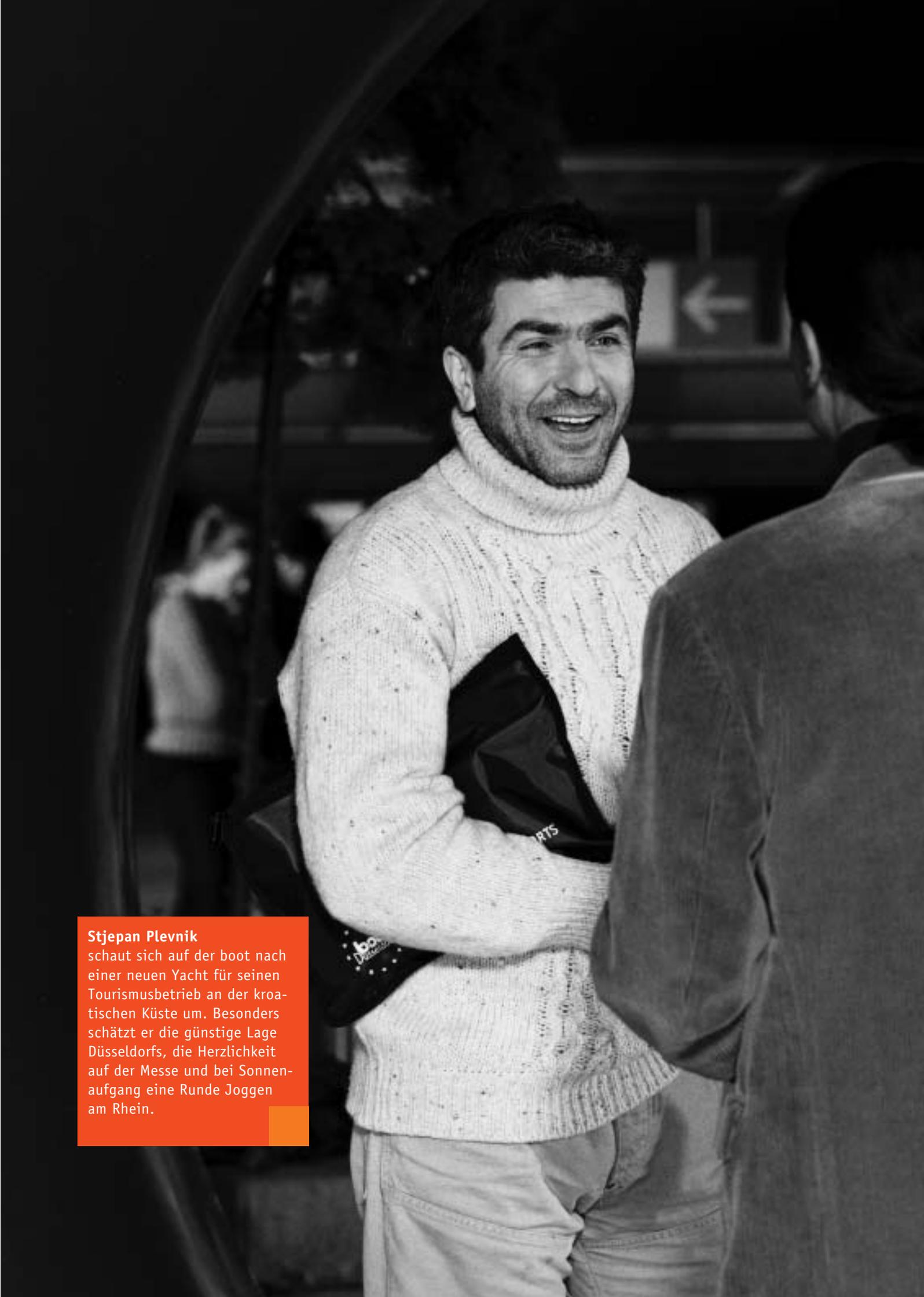
Messe  
Düsseldorf



„Najljepši brodovi  
svijeta se upravo  
nalaze na kopnu.  
Ali skroz dok se  
radi o Düsseldorfu...“

„Die schönsten Boote der Welt  
liegen ausgerechnet auf dem Festland.  
Aber solange das Düsseldorf ist ...“

Stjepan Plevnik >>



**Stjepan Plevnik**

schaut sich auf der boot nach einer neuen Yacht für seinen Tourismusbetrieb an der kroatischen Küste um. Besonders schätzt er die günstige Lage Düsseldorfs, die Herzlichkeit auf der Messe und bei Sonnenaufgang eine Runde Joggen am Rhein.

# Inhalt

Vorwort .....	6
Globalisierung als Motor .....	9
Das Auslandsgeschäft .....	16
Die Leitmessekompetenz .....	25
Die Messen in Düsseldorf .....	26
Unser Service .....	28
Die Messe und Düsseldorf .....	33
Rechtliche Verhältnisse .....	38
Fakten zur Entwicklung 1999 bis 2003 .....	41
Veranstaltungen 2003 im Überblick .....	42
Bilanz Messe Düsseldorf GmbH .....	44
Gewinn- und Verlustrechnung Messe Düsseldorf GmbH .....	47
Entwicklung des Anlagevermögens Messe Düsseldorf GmbH .....	48
Anhang Messe Düsseldorf GmbH .....	50
Bestätigungsvermerk Messe Düsseldorf GmbH .....	55
Konzernlagebericht Messe Düsseldorf GmbH .....	56
Konzernbilanz Messe Düsseldorf GmbH .....	60
Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung Messe Düsseldorf GmbH .....	63
Entwicklung des Konzernanlagevermögens Messe Düsseldorf GmbH .....	64
Konzernanhang Messe Düsseldorf GmbH .....	66
Bestätigungsvermerk Konzern Messe Düsseldorf GmbH .....	73
Bericht des Aufsichtsrats .....	74

# Hallo Schön, Sie wiederzusehen.

Besucher sind bei uns immer willkommen. Falls Sie unsere kleine Trilogie verfolgt haben: „Welcome back.“ Falls Sie das erste Mal reinschauen: „Willkommen an Bord.“

Vor zwei Jahren haben wir an dieser Stelle unsere Mitarbeiter vorgestellt, letztes Jahr kamen Aussteller aus aller Welt zu Wort und dieses Mal spielen unsere Besucher die Hauptrolle.

Natürlich können wir nicht jeden einzelnen unserer über 1,2 Mio. Besucher pro Jahr persönlich kennen. 234.000 m<sup>2</sup> Hallenfläche sind sehr viel Raum, um Menschen auf einem Weltmarkt zusammenzuführen. Manchmal trifft man einen Menschen wirklich nur einmal. Führt ein gutes Gespräch. Schließt ein Geschäft ab, das beide Seiten weiterbringt. Doch die meisten Besucher sind seit Jahren immer wieder bei uns zu Gast. Sie sind es, die unsere Aussteller langfristig zum Erfolg führen. Und damit unser Business sichern. Auch für die Zukunft.

Die Messe Düsseldorf steht bei aller Innovationskraft auch für Kontinuität. Zum Jahreswechsel 2003/2004 habe ich von Wilhelm Giese das Ruder als Vorsitzender der Geschäftsführung übernommen, verfolgt mit meiner Mannschaft aber weiterhin dieselben Ziele: Stärkung der Leitmes- sen, Weiterentwicklung des Messeplatzes, Optimierung des Services und Ausbau des Auslandsgeschäfts – hier liegen unsere gemeinsamen Wurzeln.

Mittlerweile kommt die Hälfte unserer Aussteller aus dem Ausland, was an der guten Arbeit unseres internationalen Netzwerks in 105 Ländern der Erde liegt. Hier können sich unsere Besucher einen Überblick über die Produkte einer ganzen Branche verschaffen. Ihr Vertrauen verdienen wir uns, indem wir jeden Besuch zum Erlebnis werden lassen. Durch die Modernisierung unseres Messegeländes als wirtschaftlicher Schmelztiegel genauso wie durch unseren Service, der konsequent ausgeweitet wird. Und natürlich mit Hilfe unserer Stadt. Die gefällt zum Glück von selbst.

Der Dialog von Mensch zu Mensch ist unser Plus im Vergleich zu anderen Medien. Das Erlebnis mit allen Sinnen schafft Vertrauen und Optimismus. Messen haben auf den Abschwung einer Branche schon oft antizyklisch Einfluss genommen, weil Menschen aus zufälligen Begegnungen ungeahnt kreative Ideen und Projekte in Gang setzen konnten.

Bei uns passiert viel mehr als nur der nackte Austausch von Informationen. Bei uns kommt zum Vorschein, was Kommunikation eigentlich bedeutet: miteinander reden und sich verstehen. Und das ist schließlich der Beginn jeder guten Geschäftsbeziehung – besonders bei der Messe Düsseldorf. Ob unsere Besucher das genauso sehen, verraten sie Ihnen selbst. Fünf Menschen, stellvertretend für alle, die unsere Messehallen mit Leben füllen. Vielen Dank.

Werner M. Dornscheidt,  
Vorsitzender der  
Geschäftsführung  
Messe Düsseldorf GmbH

「精神の柔軟性とは動きです。頭の中の、そ  
して行動を通しての。  
ああそうそう：正しい  
見本市においての動き  
です。」

„Mobilität ist Bewegung.  
Im Kopf und durch Handeln.  
Ach ja: und auf der  
richtigen Messe.“

Yukari Kotani >>



**Yukari Kotani**

kommt aus Japan und ist Schwerbehindertenbeauftragte eines Elektronikkonzerns. Für sie ist die weite Reise zur REHACare kein Problem, solange sie Innovationen, die ihren Kollegen das Leben erleichtern, „mit nach Hause nehmen kann“.

## Der weltweite Messemarkt wartet nicht.

Zukunft

2003 wird ein Mann zum sechsten Mal Weltmeister. Nach einem harten Kampf und nachdem er sein Können auf fast allen Strecken der Welt unter Beweis gestellt hat. Mal wieder. Fragt man ihn nach dem Warum, spricht er gerne darüber, dass der Erfolg seinem Team zu verdanken ist. Halt, stopp!

Wir wissen nicht, ob Ihr Herz für Rot, Silber oder Blauweiß schlägt und wir wollen uns auch nicht mit den Größen der Formel 1 vergleichen. Aber es kann sehr nützlich sein, sich im Geschäftsleben Vorbilder aus anderen Welten zu suchen. Uns faszinieren Tempo und Technik, der Wille, sich weiterzuentwickeln, das Letzte aus sich herauszuholen: um Erster zu sein. Wir sind bereits in den 60er Jahren in das internationale Messesgeschäft gestartet und werden auch im neuen Jahrtausend nicht satt. Denn der Messemarkt bestraft Unternehmen, die sich entspannt zurücklehnen. Wir müssen mindestens genauso mobil und flexibel wie unsere Besucher und unsere Aussteller sein.

Inne halten wir nur, wenn es darum geht, internationale Strategien festzuzurren. Dann bewerten wir alle relevanten Fakten und sagen auf Grund des Bauchgefühls unserer Auslandsexperten auch mal Nein. Wir bleiben wach. Denn die Rahmenbedingungen im internationalen Messe- und Ausstellungswesen haben sich verändert. Nachhaltig.

Während das Wachstum in den Wirtschaftsräumen der Triade USA, Japan und Europa stagniert, verlagert es sich mit zunehmender Geschwindigkeit in die Schwellenländer Osteuropas, Asiens und Lateinamerikas. Rezessive Tendenzen in vielen nationalen Ökonomien, die Krise der New Economy und eine schwache Konsumgüterkonjunktur führen im Messesgeschäft nicht selten zu abnehmenden Aussteller- und Besucherzahlen. Auch auf dem deutschen Messemarkt ist der Wettbewerbsdruck enorm. Fast jedes Erfolg versprechende und spannende Messethema ist in der Vergangenheit besetzt worden. Verstärkt wird der Druck durch ausländische Veranstalter auf dem deutschen Markt. Es reicht also nicht mehr aus, den Fokus auf die internationalen Messen am Heimatstandort zu legen.

### Die Chancen der Globalisierung:

- Synergien zwischen Inlands- und Auslandsmessen nutzen
- Mehr Internationalität am Heimatstandort
- Minimale Streuverluste auf regionalen Messen
- Zusätzliche Umsätze auf ausländischen Messenmärkten
- Imagegewinn für die gesamte Unternehmensgruppe



**Es gilt die Faustregel.**

Je weiter ein Entscheider von Europa entfernt lebt, desto schwieriger ist es, ihn als Besucher zu gewinnen. Auch wenn eine Veranstaltung international auf hohem Niveau ist, tritt nur ein Teil der Interessenten die lange Reise aus Asien oder Amerika zu uns an. Diese Menschen können nur in ihren regionalen Märkten erreicht und für Düsseldorf interessiert werden.

**Gut, dass wir schon da sind.**

Grundsätzlich können sich nur zwei Messetypen in einer globalisierten Welt etablieren: Der erste ist ganz klar die Leitmesse. Die multilaterale Drehscheibe und Kommunikationsplattform mit weltweiter Pilotfunktion für die jeweilige Branche und ihren Wirtschaftszweig. Einfach gesagt: die internationale Nummer 1. Mit einem Marktanteil von knapp 60 Prozent an den weltweit durchgeführten Leitmesen ist das deutsche Messewesen hier optimal positioniert. Der zweite Messetyp mit Zukunftsgarantie ist die maßgeschneiderte regionale oder nationale Veranstaltung. Für die Messe Düsseldorf spielen hier neben Deutschland ganz besonders Osteuropa, China und Indien eine wichtige Rolle. In diese Zukunftsmärkte sind wir bereits frühzeitig und zielorientiert aufgebrochen.

Was dabei wichtig ist: Das deutsche Messewesen hat die Zeichen der Zeit erkannt. Es nimmt heute eine führende Rolle im internationalen Messegeschäft ein. Und: Die Messe Düsseldorf kann von Synergien profitieren.

2003: 151 Auslandsmessen deutscher Veranstalter

Australien	1	Europa	1	2	3	4	5	6	7	8								
9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22					
24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37					
38	39	40	41	42	Nordamerika	1	2	3	4	5	6							
Lateinamerika	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10								
11	12	13	14	15	16	Afrika	1	Naher Osten und Mittlerer Osten	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ostasien	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11							
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25					
26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39					
40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53					
54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65							
66	67	68	69	70	71	72	73	74	75									

Quelle: AUMA

## Der Kurs für den Messestandort Deutschland.

Messen in Deutschland sind alles, nur nicht „deutsch“. Die Menschen, die durch die Hallen, Messestände, U-Bahnen, Bars und Restaurants strömen, eilen, schlendern – sie kommen aus der ganzen Welt. Die Internationalität ist demnach auch der wichtigste Pluspunkt der deutschen Messen im weltweiten Wettbewerb. 142 internationale Messen in Deutschland haben 2003 an die 10 Mio. Besucher angelockt. Davon kamen 1,87 Mio. aus dem Ausland. Bei den 160.000 Ausstellern liegt der internationale Anteil mittlerweile sogar bei über 50 %. Sie alle treten bei uns an, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kunden zu begeistern. Oft ist ihnen dafür kein Weg zu weit.

### Die Sonne geht auf.

Die Zahl der asiatischen Aussteller auf Messen in Deutschland ist erneut gestiegen. Schon 2002 wurden 15 % mehr Firmen aus Asien registriert als im Vorjahr. Der Anteil Asiens an den ausländischen Ausstellern erreichte 23 %. Besonders hohe Zuwachsraten gingen dabei auf die Konten von China und Indien.

### Deutsche Messen wachsen an ihren Aufgaben im Ausland.

Nach Rückgängen im Jahr 2002 stabilisiert sich die heimische Messewirtschaft wieder. Der erste Grund: Allein 80 der

rund 150 weltweit durchgeführten Leitmesen finden in Deutschland statt. Der zweite: Systematische Auslandsbeteiligungen bringen uns weiter. Das trifft sich gut. Denn die deutsche Wirtschaft will ausländische Messen für ein konsequentes Exportmarketing nutzen. Allein auf den Messen mit offizieller deutscher Beteiligung sind jährlich über 4.500 Unternehmen präsent. Die Bundesregierung trägt dazu bei und unterstützt im Jahresdurchschnitt bis zu 200 Gemeinschaftsbeteiligungen deutscher Aussteller. 2003 mit rund 35 Mio. €. Die Hälfte aller Beteiligungen wurden dabei in Asien organisiert.

### Nicht abhängen lassen.

Trotz konjunktureller Einbußen stellt das deutsche Messewesen immer noch eine der führenden Dienstleistungsbranchen der deutschen Wirtschaft dar – und kann sogar weiter auf Wachstumskurs bleiben. Vorausgesetzt, die Veranstalter wandeln sich mehr und mehr vom Quadratmeterverkäufer zum Full-Service-Anbieter, sie stärken ihre Leitmessekompetenz, fokussieren sich stärker auf den Mittelstand und stabilisieren ihr Auslandsgeschäft. Auf diesem Kurs werden wir unseren Vorsprung ausbauen.

### Der Messestandort Deutschland:

- 2,5 Mrd. € Umsatz p. a.
- Geschätzte 23 Mrd. € gesamtwirtschaftliche Produktionseffekte
- $\frac{2}{3}$  der weltweit führenden Messen finden in Deutschland statt
- 23 deutsche Messeplätze bieten 2,58 Mio. m<sup>2</sup> Hallenfläche
- und sichern 250.000 Arbeitsplätze

## Erfolge am Messeplatz Düsseldorf.

*Einfaller*

### Unsere Besucher aus dem Ausland 1996–2003:

- Europäische Union: 62 %
- Übriges Europa: 15 %
- Amerika: 9 %
- Asien: 9 %
- Afrika: 3 %
- Australien: 2 %

Nice to meet you. Jeder vierte Amerikaner, der im vergangenen Jahr eine Messe in Deutschland besuchte, hat sich für Düsseldorf entschieden. Das nennen wir Big Business. Nur eines von vielen Beispielen, die den hohen Bekanntheitsgrad der Messen in Düsseldorf im Ausland belegen. Kein Wunder bei 23 internationalen Leitmessens in der Stadt am Rhein!

Düsseldorf ist seit vielen Jahren weltweit einer der Messeplätze mit höchster Internationalität. 2003 fanden bei uns in 17 Hallen mit einer Bruttofläche von 234.000 m<sup>2</sup> 18 Eigen- und 16 Gastveranstaltungen statt, zu denen wir rund 24.000 Aussteller und über 1 Mio. Besucher begrüßen konnten. 54 % der Aussteller und 24 % der Besucher kamen aus dem Ausland.

Gleichzeitig realisierte die Messe Düsseldorf GmbH 2003 im Ausland 22 Eigenveranstaltungen und Beteiligungen sowie 49 Veranstaltungen im Auftrag Dritter. Aber trotz allem Engagement können wir uns nicht immer auf unsere eigenen Stärken verlassen.

### Messen sind auch ein Spiegel der Wirtschaft.

Die Messe Düsseldorf hat mit einem Umsatz von fast 190 Mio. € ein Jahresergebnis von rund 5,7 Mio. € vor Steuern

erreicht. 2003 gehört damit zu den umsatzschwachen Messejahren. Auch auf Grund der Veranstaltungsrhythmen. Aber jetzt ist es Zeit, nach vorne zu blicken.

### Zwei Blockbuster in einem Jahr.

Unsere Mitarbeiter brauchen ihre ganze Kraft für das zyklische Ausnahmejahr 2004. Die Durchführung eines Branchenhighlights wie der drupa mit fast 400.000 Besuchern oder der K mit gut 200.000 Besuchern ist allein schon ein organisatorischer Kraftakt. Turnusbedingt finden beide Großereignisse aber in einem Jahr statt. Die Konsequenz aus wirtschaftlicher Sicht: Wir rechnen vor allem vor dem Hintergrund des heller werdenden Konjunkturmehls 2004 mit einem Umsatz von rund 300 Mio. €.

Gleichzeitig mit den Aktivitäten in der Heimat wird die Unternehmensgruppe Messe Düsseldorf im kommenden Jahr ihr Programm im Ausland weiter ausbauen. Unser internationales Business wird von dem wirtschaftlichen Aufschwung in Osteuropa und Asien profitieren. Zwei Hilfsmittel haben sich für eine so lange und anspruchsvolle Strecke, wie sie vor uns liegt, bewährt: konsequentes Customer-Relationship-Management und – Adre-nalin!



**Vincenzo Miletti,** gehören zahlreiche luxuriöse Schuhläden in Mailand. Die einzige Schuhmesse, die er außerhalb Italiens besucht, ist die GDS in Düsseldorf. Er genießt dabei einen Service, der so exklusiv ist wie das Angebot.

„Non è mia abitudine  
correre dietro  
alle mode di scarpe.  
A Düsseldorf  
trovo stile.“

„Ich bin es nicht gewohnt,  
irgendwelchen Schuhtrends  
hinterherzulaufen.  
In Düsseldorf finde ich Stil.“

<< Vincenzo Miletta

## Wir halten dem Mittelstand alle Türen auf.

Noch ein Stückchen Fleischwurst auf die Hand? Wir wissen seit Kindesbeinen, wie intensiv der persönliche Verkauf kleine und große Kunden bindet. Darum freuen wir uns auch darüber, dass das Marketinginstrument Messe im Wettstreit der verschiedenen Kommunikationsmittel mittlerweile als immer wichtiger eingeschätzt wird.

Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Ennid-Instituts im Auftrag des Ausstellungs- und Messeausschusses der deutschen Wirtschaft (AUMA) unter rund 500 Unternehmen, die auf Messen ausstellen, zu denen ausschließlich Fachbesucher kommen. Zum ersten Mal seit der Erhebung hat die „Messebeteiligung“ den „persönlichen Verkauf“ im Kommunikations-Mix überholt. So schätzen 76 % der Unternehmen Messen als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ein. Insgesamt besuchen über 77 % der deutschen Entscheidungsträger Messen. Für Aussteller ist das die Chance, die richtig Wichtigen anzusprechen und Key-Account-Management zu betreiben.

### Die Fremdenführer.

Messen gelten für den Mittelstand auch im Ausland als das am besten geeignete Markteintrittsinstrument. In der exportorientierten deutschen Wirtschaft erzielt dort rund die Hälfte aller Unternehmen mehr als 30 % ihres Umsatzes.

In Zeiten stagnierender Binnennachfrage stellen die Auslandsmärkte für die Unternehmen die einzig verbleibende Möglichkeit dar, ihren Absatz zu steigern. Wollen die deutschen Messegesellschaften ihre Kunden nicht verlieren, müssen sie zusammen mit ihnen in neue Märkte aufbrechen. Dabei gilt es, den Unternehmen eine kommunikative Plattform für den Auftritt auf fremden Märkten zu bieten – mit marktgerechten Konzepten, flexiblen Strategien und einem wirklich einzigartigen Service. Denn der Wert einer Messegesellschaft gründet in Zeiten globalisierter Regionalmärkte nicht mehr auf dem Anlagevermögen, sondern auf einer loyalen Kundenbasis, die über Jahre hinaus wächst.

### Da kommt Aufbruchstimmung auf.

In Kooperation mit dem AUMA wird das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit 2004 auf 265 Auslandsmessen vertreten sein, um mittelständischen Unternehmen eine Exportplattform zu bieten. Das ist absoluter Rekord. Regionaler Schwerpunkt ist auch für das nächste Jahr Ostasien mit 119 Beteiligungen, vor Mittel- und Osteuropa. Die Messe Düsseldorf ist in allen Wachstumsmärkten gut positioniert und bietet ihren Kunden auch im Ausland Qualität und Service auf Düsseldorfer Niveau. Wir nehmen Fahrt auf.

### Die wichtigsten Tools im Marketing-Mix:

- Internetauftritt: 79 %
- Messen/Ausstellungen: 76 %
- Persönlicher Verkauf/Außendienst: 75 %
- Firmenpräsentationen: 67 %
- Direktwerbung: 61 %
- Public Relations: 56 %
- Fachzeitschriften: 41 %
- Werbung: 15 %

Jeder Zweite, der Einkaufs- und Investitionsentscheidungen trifft, stützt sich dabei auf den Besuch von Messen.

## In der ganzen Welt. Durch die richtige operative Strategie.

Fall

### Unser Auslandsgeschäft aus Düsseldorf 2003:

- Für das Auslandsprogramm  
Bund und Länder:  
28 Veranstaltungen  
mit über 12.100 m<sup>2</sup> in  
19 Ländern
- Für die CMA:  
21 Events mit rund  
3.900 m<sup>2</sup> in 17 Ländern
- 22 Eigenveranstaltungen  
und Beteiligungen mit  
fast 27.700 m<sup>2</sup> in  
12 Ländern

Mit unserem Auslandsgeschäft begleiten wir unsere internationalen Kunden aus Düsseldorf in die Märkte der Welt und sichern damit über eine vertrauensvolle Kundenbindung und große Präsenz in den Wachstumsmärkten den Standort Düsseldorf für unsere Leitmessen.

### Eigenveranstaltungen und Beteiligungen im Ausland.

Entsprechend den Bedürfnissen unserer Kunden entwickeln wir – ergänzend zu unseren Düsseldorfer Leitmessen – nationale oder übernationale regionale Veranstaltungen in den Wachstumsmärkten der Welt und bieten unseren Kunden damit ein abgestuftes Instrumentarium für die individuelle Marktbearbeitung.

Wir haben sehr früh damit begonnen, unsere führenden Leitmessen als globale Markenartikel zu positionieren – und sie vor dem Hintergrund des jeweiligen länderspezifischen Kontexts in ausländische Märkte zu exportieren. Das Konzept der Leitmesse K wird zum Beispiel in Singapur (ASEANPLAS, ASEANRUBBER), Kuala Lumpur (M-PLAS), Bangkok (T-PLAS), Neu-Delhi (PLASTINDIA) und Moskau (INTERPLASTICA) erfolgreich adaptiert und sorgt dafür, dass die Unternehmensgruppe Messe Düsseldorf international gut im Spiel ist – ein Gütesiegel.

### Am Ende freut sich der Dritte.

Außerdem organisieren wir im Auftrag der öffentlichen Hand Messebeteiligungen von deutschen und europäischen Unternehmen im Ausland. Die Planung, Organisation und Abwicklung von Veranstaltungen für Dritte ist eine weitere wichtige Ertragssäule der Messe Düsseldorf. In den letzten 35 Jahren wurden über 3.500 Projekte im Rahmen des internationalen Auftragsgeschäfts realisiert. Im Jahr 2003 führten wir zum Beispiel 22 offizielle Messebeteiligungen im Auftrag der Bundesrepublik Deutschland durch. Dazu kamen 4 Messebeteiligungen für das Land NRW und 2 für die Stadt Düsseldorf. Außerdem engagierten wir uns mit 21 Beteiligungen für die CMA (Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft) in den USA, in Kanada, Großbritannien, Niederlande, Griechenland, Frankreich, Irland, Rumänien, Russland, China und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Auch das „schmeckt“ uns bereits seit 1970.

Im starken Messejahr 2004 veranstalten wir 33 Messen auf dem heimischen Gelände. Und international kommen im Konzernverbund noch einmal 116 Veranstaltungen in 21 Ländern, einschließlich 25 Bundesbeteiligungen und 22 Beteiligungen für die CMA, rund um den Globus dazu. So ein Pensum ist nur durch eine klare Strategie der Internationalisierung zu bewältigen.

# House

Und das ist noch nicht alles: Darüber hinaus haben wir so prestigeträchtige Projekte wie die Deutschen Pavillons bei der Expo 1992 und 2000 übernommen. Dabei sein ehrt uns: Schließlich hat uns auch die Deutsche Sport-Marketing GmbH damit beauftragt, für das Nationale Olympische Komitee die Organisation und den Betrieb des Deutschen Hauses bei den Olympischen Sommerspielen in Sydney (2000), Athen (2004) und Peking (2008) sowie bei den Winterspielen in Salt Lake City (2002) und Turin (2006) zu leiten. Damit kann unser Unternehmen als einzige deutsche Messegesellschaft die olympischen Ringe für Marketing und Kommunikation einsetzen. Ein weiteres Ass im Ärmel.

### Mehr Ausländer beim Heimspiel.

Ein Instrument zur Ausweitung und Festigung der globalen Präsenz ist ein weltweites Netz von 64 Auslandsvertretungen für 105 Länder, die kontinuierlich den Anteil an internationalen Besuchern und Ausstellern bei unseren Messen in der Welt erhöhen. So werden wir über weltweite wirtschaftliche und messepolitische Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten. Dazu pflegen die Länderprofis für uns und unsere Kunden vor Ort Kontakte zu Unternehmen, Behörden, Außenhandelsorganisationen, Verbänden, Kammern und zur Fach- und Wirtschaftsressource. Zum Teil schon seit 30 Jahren.

### Teamwork durch Kooperationen.

Weitere Instrumente der globalen Vernetzung sind Jointventures und strategische Allianzen von Messegesellschaften – die Zukunft unseres Geschäfts. Durch 13 direkte Beteiligungen und eigene Tochtergesellschaften in Deutschland, Asien, Mittel- und Osteuropa, Indien und den USA hat die Messe Düsseldorf ein engmaschiges Kompetenznetzwerk gewoben. Werfen wir einen Blick auf unser internationales Netzwerk.

2004 weltweit: 117 Veranstaltungen in 23 Ländern



# 13 Tochtergesellschaften und Beteiligungen 64 Auslandsvertretungen für 105 Länder





**Amerika**

**Nordamerika**

- 1 Kanada
  - 2 USA
- Zentralamerika**
- 3 Bahamas
  - 4 Costa Rica
  - 5 Dominikanische Republik
  - 6 El Salvador
  - 7 Guatemala
  - 8 Honduras
  - 9 Mexiko
  - 10 Nicaragua
  - 11 Panama

**Südamerika**

- 12 Argentinien
- 13 Bolivien
- 14 Brasilien
- 15 Chile
- 16 Ecuador
- 17 Kolumbien
- 18 Paraguay
- 19 Peru
- 20 Uruguay
- 21 Venezuela

**Europa**

- 1 Belgien
- 2 Bosnien-Herzegowina
- 3 Bulgarien
- 4 Dänemark
- 5 Estland
- 6 Färöer-Inseln
- 7 Finnland
- 8 Frankreich
- 9 Griechenland
- 10 Grönland
- 11 Großbritannien
- 12 Irland
- 13 Italien
- 14 Island
- 15 Kroatien
- 16 Lettland
- 17 Liechtenstein
- 18 Litauen
- 19 Luxemburg
- 20 Mazedonien
- 21 Monaco
- 22 Niederlande
- 23 Norwegen
- 24 Österreich
- 25 Polen
- 26 Portugal
- 27 Rumänien
- 28 Russland
- 29 Schweden
- 30 Schweiz
- 31 Slowakische Republik
- 32 Slowenien
- 33 Spanien
- 34 Tschechische Republik
- 35 Türkei
- 36 Ukraine
- 37 Ungarn
- 38 Zypern

**Afrika**

- 5 Ghana
- 6 Kamerun
- 7 Kenia
- 8 Malawi
- 9 Marokko
- 10 Mauritius
- 11 Namibia
- 12 Nigeria
- 13 Sambia
- 14 Südafrika
- 15 Simbabwe
- 16 Tansania
- 17 Togo
- 18 Tunesien

**Asien**

- 1 Bahrain
- 2 China
- 3 Indien
- 4 Indonesien
- 5 Irak
- 6 Iran
- 7 Israel
- 8 Japan
- 9 Jordanien
- 10 Katar
- 11 Kuwait
- 12 Libanon
- 13 Macao
- 14 Malaysia
- 15 Oman
- 16 Pakistan
- 17 Philippinen
- 18 Saudi-Arabien
- 19 Singapur
- 20 Südkorea
- 21 Syrien
- 22 Taiwan
- 23 Thailand
- 24 Vereinigte Arabische Emirate
- 25 Vietnam

**Afrika**

- 1 Ägypten
- 2 Benin
- 3 Botswana
- 4 Elfenbeinküste

**Ozeanien**

- 1 Australien
- 2 Neuseeland

- Tochtergesellschaften
- ▲ Büros der Tochtergesellschaften
- vertretene Länder

## Russland ist hellwach.

Weit reichende Reformen, eine sinkende Inflationsrate sowie die spürbare Belebung der Binnennachfrage haben die russische Wirtschaft im ersten Halbjahr 2003 um über 7 % wachsen lassen. Immer mehr deutsche Unternehmen entdecken – verstärkt durch den eher müden Heimatmarkt – die Russische Föderation als attraktiven Absatzmarkt. 2003 flossen insgesamt 8 Mrd. US-Dollar in das riesige Land zwischen Ostsee und Pazifik. Denn Investitionen sind berechenbarer geworden, wovon auch die russische Mes-selandschaft profitiert.

### **Deutlicher geht es nicht.**

Zwischen 1997 und 2001 stieg die Zahl der Messen und Ausstellungen weltweit um 24 %. Interessant ist dabei die regionale Verteilung: In Europa waren es plus 29 %, in Deutschland plus 18 % und in Osteuropa beeindruckende 139 % mehr! Von den 43 vom Wirtschaftsministerium geförderten Messen in Mittel- und Osteuropa fanden allein 27 in Russland statt. Als erste westliche Messegesellschaft wurde die Messe Düsseldorf bereits 1979 in Moskau akkreditiert.

Die Messe Düsseldorf Moskau 000 ist das größte deutsche in Russland tätige Messeunternehmen und eine sehr erfolgreiche Neugründung. Inzwischen hat sie gemeinsam mit dem Regionalbüro in Sankt Petersburg 25 Mitarbeiter, die die Aussteller vor Ort unterstützen.

Mit ihrem Engagement im Rahmen der Modernisierung von Russlands größtem Messegelände Krasnaja Presnja sicherte sich die Messe Düsseldorf Durchführungsrechte für die Ausrichtung von Messen im Bereich ihrer Kernthemen. In 2003 platzierte die Messe Düsseldorf insbesondere zwei neue Veranstaltungen auf dem russischen Markt, die sehr gut liefen. Die WIRE Russia konnte sich auf Anhieb als die führende Messe im russischen Wachstumsmarkt etablieren. Auch die CPM – Collection Premiere Moscow der Messetochter IGEDO COMPANY setzte sich sofort an die Spitze der internationalen Modemessen in Russland. 350 Marken aus 17 Ländern – so lauteten die nackten Zahlen, hinter denen sich anziehende Mode und rege Ordertätigkeit verbergen.

### **Eine Freundschaft, die Früchte trägt.**

Ein weiteres Highlight 2003 waren die 3. Düsseldorfer Wirtschaftstage im September in Moskau. Ein fester Bestandteil der inzwischen 10-jährigen Städtepartnerschaft Düsseldorf–Moskau. Stadt, Messe, IHK Düsseldorf sowie der Verband der Deutschen Wirtschaft in der Russischen Föderation luden ein. Für 50 Delegationsteilnehmer stand in diesem Jahr das Thema „Handel und Immobilien“ im Mittelpunkt. Für uns stehen 2004 weitere 16 Veranstaltungen in der russischen Hauptstadt im Fokus.



**Dr. Nisha Rangachari**  
ist Einkäuferin für Produkte  
der Telemedizin. Seit fünf Jah-  
ren besucht sie die MEDICA in  
Düsseldorf – und schickt ihr  
Team seit letztem Jahr auch  
auf die HOSPIMEDICA in ihrem  
Heimatland Indien.

हमारे ग्राहकों के नेटवर्क  
का केंद्र डुसलडौरफ का  
मेला है ।  
यहाँ और हैदराबाद में ।

„Das Zentrum unseres  
Kundennetzwerks ist die  
Messe Düsseldorf.  
Hier und in Hyderabad.“

<< Dr. Nisha Rangachari

## In unseren Kernmärkten China und Indien.

330 vor Christus ließ sich Alexander der Große als „König von Asien“ feiern, dabei kam er nie weiter als bis nach Indien. Dass weit dahinter das größte Imperium des Altertums existierte, ahnte er nicht.

Heute kann man nirgends auf der Welt so günstig produzieren, so viele Menschen erreichen, so günstig forschen und schnell entwickeln wie in China. Chinas Dynamik ist atemberaubend. Trotz des Ausbruchs von SARS strotzte die chinesische Wirtschaft auch 2003 wieder vor Kraft. Mit einem realen Wachstum von 8,5 %. Die Bundesrepublik ist der mit Abstand wichtigste Handelspartner Chinas in Europa. So hat die Zahl der Messen deutscher Veranstalter binnen zwei Jahren auch um 65 % zugenommen. In der Volksrepublik China ist die Messe Düsseldorf auf dem besten Weg, sich als Topveranstalter zu etablieren.

### Shanghai Surprise.

Zentrale Bedeutung hat dabei unser Engagement beim Bau des modernsten Messegeländes Chinas, dem Shanghai New International Expo Center (SNIEC) in der chinesischen Wachstumsmetropole. Gemeinsam mit den Messegesellschaften Hannover und München betreibt die Messe Düsseldorf das SNIEC über die German Exposition Corporation (GEC) International GmbH mit Sitz in Berlin. Die GEC und ihr chinesischer Partner, die Shanghai Pudong Land Development Company, halten jeweils 50 % an dem

viel versprechenden Jointventure, das zum Paradebeispiel für die erfolgreiche Kooperation von deutschen Messegesellschaften im Ausland geworden ist. Wachstumsraten von durchschnittlich über 20% im lokalen Messemarkt Shanghai in den vergangenen Jahren sind Ansporn genug. Im zweiten vollständigen Geschäftsjahr fanden im SNIEC 40 Messen und Ausstellungen mit chinesischer und internationaler Beteiligung statt. Bereits heute sind viele der Veranstaltungen im SNIEC die führenden Messen im gesamten asiatisch-pazifischen Raum. 2004 ist das Gelände komplett ausgebucht. Aus diesem Grund werden im Frühjahr 2004 zwei weitere Messehallen mit insgesamt 22.500 m<sup>2</sup> Hallenfläche in Betrieb genommen. Langfristig bietet das Gelände Ausbaumöglichkeiten bis auf 17 Hallen mit einer Bruttohallenfläche von 200.000 m<sup>2</sup>. Das aktuelle Gesamtinvestment beläuft sich auf 176 Mio. US-Dollar.

### Auf diese Tochter kann man stolz sein.

Die 1999 gegründete Messe Düsseldorf China Ltd. (MDC) erzielte 2003 früher als erwartet das erste positive Jahresergebnis ihrer Geschichte. Kein Wunder bei sechs Messen, an denen insgesamt rund 1.800 Aussteller und 131.000 Besucher aus über 20 Ländern teilnahmen. Mit der wire CHINA und der Tube CHINA werden 2004 weitere Düsseldorfer Leitmessungen auf dem hart umkämpften chinesischen Messemarkt eingeführt. Bei allen Veranstaltungen bieten wir Ausstellern und

### Unser Service im Reich der Mitte:

- u. a.
- Standbau
- Öffentlichkeitsarbeit
- Reiseplanung
- Beratung bei Planung, Werbung, Zoll- und Transportfragen

### Jointventure-Veranstaltungen in China:

- All in Print China
- INTERKAMA China (Automatisierungstechnik)
- CHINA SHOES (Schuhmode) und CHINA SHOETEC (Schuhfertigung)
- CHINA-PHARM
- CHINA MED
- CRC – China Retail Conference and Exposition
- wire/Tube CHINA
- COS + H (Arbeitsschutz und -sicherheit)

#### **Darum Indien:**

- Einer der größten Wirtschaftsmärkte Asiens
- Eine kaufkräftige Mittelschicht von 300 Mio. Einwohnern
- Eine immer bessere Infrastruktur
- Stetig wachsendes BIP von 6 bis 8 % jährlich
- Zunahme von Industrie und Außenhandel

#### **Unsere Messen 2003 in Indien:**

- INTERKAMA INDIA
- BUILD4INDIA
- FoodTec India 2003
- HOSPIMEDICA INDIA 2003
- Essen Welding India 2003
- Tube India 2003

Besuchern einen Service, der sich ausschließlich am gewohnten Standard auf dem Düsseldorfer Messegelände orientiert. Das zahlt sich aus.

Mittlerweile beschäftigen wir 32 Mitarbeiter an den Standorten Beijing, Shanghai, Guangzhou und Chongqing. Und last but not least wird im April 2004 ein fünftes Büro in Shenyang eröffnet.

#### **Und jetzt ist Indien am Zug.**

Indien hat 2003 das höchste Wirtschaftswachstum in Südostasien erzielt. Wieder einmal. Das modernste Messegelände in Indien ist das Hitex in Hyderabad, an dessen technischer Ausgestaltung die Messe Düsseldorf mitgewirkt hat, und im Februar letzten Jahres eingeweiht wurde. Das erste Areal in der Region, das internationalen Standards entspricht. Das wird die CIDEX Tradefairs Pvt. Ltd. zu nutzen wissen: ein Jointventure der Messen Düsseldorf und Köln.

Die Erfahrung vieler internationaler Firmen hat gezeigt, dass eine effektive Bearbeitung des indischen Markts auf Grund historischer, gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Besonderheiten nur aus dem Land selbst heraus möglich ist. In Indien sichern an den Standorten Neu-Delhi, Mumbai und Hyderabad 25 Mitarbeiter die Qualität unserer Messerveranstaltungen. Nach den Erstveranstaltungen INTERKAMA und Tube India zeigten sich Aussteller, Besucher und Fachverbände überzeugt, die optimalen



Messeplattformen für ihre Industrien in dieser Region erlebt zu haben. Obwohl sich die CIDEX einem harten Wettbewerb durch staatliche Messegesellschaften stellen muss, sind unsere Veranstaltungen im Hinblick auf Qualität und Service in Indien positiv zu bewerten.

#### **Nach der Krise kommen die Chancen.**

Die Messe Düsseldorf organisierte 2003 in Asien insgesamt 45 Messen und Beteiligungen. Neben den großen Binnenmärkten China und Indien sind die Länder Südostasiens der dritte Zukunftsmarkt der Region – bei 6 bis 7 % Wachstum in den vergangenen Jahren scheinen sie die Asienkrise überwunden zu haben.

Das spürt auch unsere Tochter in Singapur, die Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd., die mit 15 Mitarbeitern Veranstaltungen in verschiedenen südostasiatischen Staaten, darunter vor allem Thailand, Malaysia und Singapur, organisiert. Auch Vietnam wird als Einzelmarkt immer interessanter. Trotz der Auswirkungen von SARS hat unsere Tochter in Singapur mit einem deutlichen Plus das Jahr 2003 beendet und konnte 12.000 Besucher und 600 Aussteller aus 68 Ländern begrüßen.

Neu lanciert wurde die HOSPIMEDICA THAILAND, die sich an den boomenden Medizinmarkt in Indochina richtet und 177 Aussteller und 3.113 Besucher überzeugte. Darüber hinaus veranstalteten wir beispielsweise mit der wire Singapore 2003 und der Tube Singapore 2003 ein sehr erfolgreiches Branchen-Doppel.

## 23 Charaktere unter einem Dach.

Heute

Starke Marken haben Gesichter wie Menschen. Weil Menschen sich nur mit Marken identifizieren, die Persönlichkeit haben. Wir zahlen seit 54 Jahren erfolgreich auf das Konto der Messe Düsseldorf als „Dachmarke“ ein. Indem wir starke „Tochtermarken“ wie die boot oder die MEDICA entwickeln, positionieren, schützen und stärken. Die Messe Düsseldorf definiert sich über diese hochkarätigen internationalen Leitmessen. Sie sind in acht unterschiedliche Kompetenzfelder eingebettet – von Technologie bis Mode.

### Unsere Kompetenzfelder:

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

### Und das kommt dabei raus.

Mit dieser Strategie wurde Düsseldorf zur „Basis for Business“: 23 der weltweit rund 150 Leitmessen finden in Düsseldorf statt und machen unseren Messeplatz zum Marktführer in Europa. Dazu kommen über 140 internationale Fachmessen und Kongresse. Auch diese sind meist die Topveranstaltungen ihrer Branche.

Nicht nur in Düsseldorf, sondern in fast allen Teilen der Erde sagt man uns inzwischen nach, dass wir wüssten, wie Kommunikation funktioniert. Wie man Menschen anspricht, gewinnt und bindet. Unsere Leitmessen sind in der ganzen Welt bekannt. Erfolgreiche Themen werden häufig – adaptiert an die jeweiligen regionalen Anforderungen – in die ganze Welt „exportiert“.

An unseren internationalen Messestandorten sollen die qualifiziertesten Aussteller auf die qualifiziertesten Besucher treffen. So einfach ist das.

### So international sind unsere Leitmessen:

- drupa 2000  
Aussteller: 1.943  
Aus dem Ausland: 61 %  
Besucher: 428.248  
Aus dem Ausland: 47 %
- interpack 2002  
Aussteller: 2.550  
Aus dem Ausland: 63 %  
Besucher: 174.100  
Aus dem Ausland: 53 %
- K 2001  
Aussteller: 2.872  
Aus dem Ausland: 60 %  
Besucher: 227.934  
Aus dem Ausland: 51 %
- MEDICA 2003  
Aussteller: 3.923  
Aus dem Ausland: 62 %  
Besucher: 135.758  
Aus dem Ausland: 33 %

## Hier finden Menschen und Märkte ein Zuhause.

### Weitere Leitmesse 2003:

- ProWein mit 2.809 Ausstellern und 28.431 Besuchern
- BEAUTY INTERNATIONAL mit 604 Ausstellern und 56.748 Besuchern
- CARAVAN SALON mit 546 Ausstellern und 164.235 Besuchern
- A+A mit 1.283 Ausstellern und 55.752 Besuchern

2003 haben wir auf 18 Eigen- und 16 Gastveranstaltungen 24.000 Aussteller und 1,2 Mio. Besucher begrüßt. So weit, so gut. Jetzt können Sie weiterblättern. Oder sich zurücklehnen und ganz entspannt in spannende Branchen eintauchen.

### Unser Flaggschiff.

Für Yacht- und Wassersportfans ist die Internationale Bootsausstellung Düsseldorf ein Muss. Die Markenzeichen der Boot waren auch 2003 wieder hohe Kaufbereitschaft und ein internationales Publikum. 307.000 Besucher aus 67 Ländern informierten sich bei 1.652 Ausstellern aus 52 Ländern über traumhafte Motorboote und Segelyachten. 70 % der Besucher haben nicht nur geguckt, wofür wir sogar Verständnis hätten, sondern auch gekauft. Das sind 10 % mehr als 2002. Die Zahl der Auslandsbesucher hat sich mit 40.000 gegenüber dem Vorjahr noch einmal erhöht. Und 97 % der Besucher fanden genau das Angebot, das sie suchten.

### Die einzige Sucht, die gerade noch durchgeht.

80.000 Quadratmeter Schuhe! Es würde uns nicht wundern, wenn sich zwischen die 40.000 Fachbesucher der GDS auch

die vier schuhfanatischen Ladys einer allseits beliebten TV-Serie geschummelt hätten. Für uns ist die International Shoe Fair ein gutes Standbein in schwierigen Zeiten. Mit rund 25.000 Besuchern aus 78 Ländern weisen wir einen doppelt so hohen Internationalitätsgrad auf wie die Nummer 2 der Branche. Nimmt man allein einen so wichtigen Absatzmarkt wie Frankreich, kamen zur GDS rund 1.500 französische Einkäufer. So viele wie zu keiner anderen Schuhfachmesse außerhalb Frankreichs. Die GDS ist die Informations-, Kommunikations- und Order-Plattform Nummer 1 der weltweiten Schuhbranche. Und deren Vertreter beobachteten auf unseren neuen Plazas verzückt, wie man Schuhe noch verrückter, eleganter oder styliischer inszeniert.

### Wenn man sich eine Messe backen könnte ...

wäre es die iba in Düsseldorf. 72.000 Besucher kamen zum „Weltmarkt des Backens“. Bemerkenswert war bei den Fachleuten aus Übersee der Anteil aus den asiatischen Ländern: 14 % gegenüber 9 % im Jahr 1998. Auch viele kleinere und mittelständische Bäcker holten sich bei der iba Appetit auf Innovationen.

# Umweltplatz

## Der Fels in der Brandung.

Das Publikum der REHACare International ist enorm aufgeschlossen. Und auf Grund der Gesundheitsreform leider auch verunsichert. Trotzdem oder gerade deshalb wollten sich über 50.000 Besucher Klarheit über neue Reha-Produkte und Hilfsmittel verschaffen, die 811 Aussteller aus 31 Ländern vorstellten. Damit hat die Zahl der Besucher gegenüber den Vorjahren noch einmal zugelegt. Den Stellenwert als international führende Messe belegten 7.000 Fachbesucher aus aller Welt. Und die Topnoten der Aussteller: 93 % waren mit dem Verlauf zufrieden und wollen 2004 wieder teilnehmen. Up to date bleiben bis dahin alle durch das messeeigene Internet-Portal.

## Perfekte Abwehrkräfte.

Die MEDICA bleibt ein Garant für gute Geschäfte und den kompletten Marktüberblick über Trends und Produkte. Die weltgrößte Medizinmesse fuhr in ihrer 35-jährigen Geschichte 2003 erneut einen Besucherrekord ein: 135.800 Fachbesucher informierten sich über die ambulante und stationäre Versorgung. Ein Drittel der Fachbesucher kam aus aller Herren Länder. Für die rund 3.900 Aussteller aus 65 Nationen ergab sich eine ideale Geschäftsbasis für Innovationen,

von der Implantationstechnik bis zur Elektromedizin. Ganz im Zeichen der Gesundheitsreform stand der 26. Deutsche Krankenhaustag.

## Brandneu und aus dem Stand erfolgreich.

Mit 23.400 Besuchern feierte die Wander- und Trekkingmesse TourNatur im September eine eindrucksvolle Premiere. Selbst Reinhold Messner zeigte sich bei seinem Besuch schwer begeistert. Nicht weniger überzeugte die NEWCAST, Internationale Fachmesse für Gussprodukte, die erstmals im Rahmen von GIFA, METEC und THERMPROCESS in Düsseldorf stattfand und aus dem Stand überzeugte. Insgesamt besuchten 71.942 Fach- und Führungskräfte aus der ganzen Welt die vier wärmstens zu empfehlenden Events.

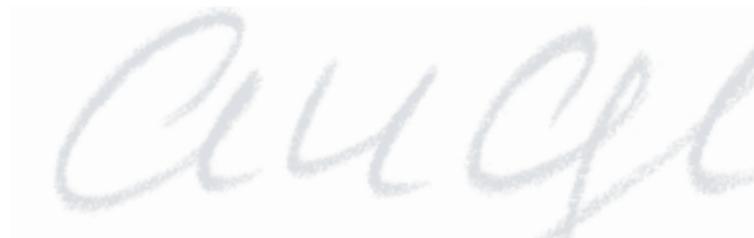
## Messe Düsseldorf & friends.

Unsere Gastveranstaltungen lockten 6.200 Aussteller und 168.000 Besucher nach Düsseldorf. Die größte von allen: die cpd woman\_man. Die Kombination von Damen- und Herrenmode festigt die Position Düsseldorfs als internationales Modezentrum. Doch darauf ruhen wir uns nicht aus. Viele Aussteller riefen nach mehr Glamour. Den sollten sie haben! Frischere Präsentationen und Fashionshows waren unsere Antwort.

## 2003 waren außerdem zu Gast:

- Die Internationale Fachmesse für Werbeartikel PSI
- Die Fachmesse für den öffentlichen Raum public design
- Die ElectronicPartner für Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik
- PowerGen Europe und Zukunft Kommune
- VISCOM für visuelle Werbetechniken
- Und die DIMA für Dialogmarketing

## Das tut man alles. Damit Menschen sich wohl fühlen.



Wir verkaufen unsere Leistungen lange, bevor wir sie erbringen. Messen werden Monate im Voraus geplant. Prima, sagen Sie, da kann wenigstens nichts schief gehen. Eine große Verpflichtung, sagen wir. Denn wir wollen unsere Versprechen an den Messetagen halten. Doppelt und dreifach.

Unser internationales Netzwerk für Dienstleistungen ist ein Garant dafür. Auch auf unseren Messen im Ausland bieten wir unseren Kunden ganze Servicepakete – bis zum maßgeschneiderten Stand. Damit sich Aussteller wie Besucher auf das Wichtigste konzentrieren können: ihr Business.

### 4 Eckpfeiler für Besucher- und Ausstellerservice

z.B. Medientechnik  
Standausstattung  
Telekommunikation  
Entsorgung

**Standbau/  
Technik**

**Sonstige  
Services**

z.B. Incoming-Service  
Online Order System  
Besucher-Infosystem  
Personalvermittlung

z.B. Parkplätze  
Travel-Service  
Stand-Catering  
Business Center

**Infrastruktur/  
Gastronomie**

**Marketing/  
Kommunikation**

z.B. Internetportale  
Kooperative Werbung  
Pressecenter  
Multiplikatoren-  
Management

### Nur mit guten Leuten läuft es wie am Schnürchen.

Am Standort Düsseldorf arbeiten mehr als 600 Menschen aus 70 Berufsbildern. Weltweit sind es über 1.400 Frauen und Männer, die wissen, was sie tun. Ihr Ziel ist es, die Marke „Messe Düsseldorf“ anfassbar zu machen, zu beweisen, was wir tatsächlich können. Rund um den Globus stehen dabei durchdachte Konzepte, eine professionelle Organisation und vor allem ein optimaler Service im Mittelpunkt. Wir ziehen an einem Strang, um den wirtschaftlichen Erfolg von Ausstellern und Besuchern sicherzustellen. Und haben auch noch Spaß dabei.

Regelmäßige Schulungen bringen unser Team auf den neuesten Stand. Und mehrwöchige Praktika im Ausland ermöglichen einen Blick über den Tellerrand. Damit fördern wir den internationalen Dialog, den kulturellen Austausch, die Sprachkenntnisse und natürlich den Kontakt zu unseren Kunden in aller Welt. Partner der Austauschprogramme sind die Messegesellschaften Brunn, Helsinki und Stockholm, die im Gegenzug auch eigene Mitarbeiter zu uns entsenden, unsere Tochter Messe Düsseldorf North America in Chicago



und unsere Auslandsvertretung in England. Die Messe Düsseldorf ist übrigens die einzige deutsche Messegesellschaft, die so ein systematisches Austauschprogramm betreibt. Und vielleicht die einzige, die einen so exzellenten Service hat.

#### **Bleiben Sie dran.**

Werbung ist für die Messe Düsseldorf unverzichtbar. Wir arbeiten mit Nachdruck daran, den Markencharakter unserer Messen zu stärken. Innerhalb ihrer Branchen sind drupa, K oder MEDICA weltweit ein Begriff. Das Nonplusultra für Marktführer auf der Aussteller- und das relevante Fachpublikum auf der Besucherseite. Und das soll auch so bleiben. Mit intensiver Werbung in internationalen Fachzeitschriften und mit Directmailings wecken wir schon lange vor jeder Veranstaltung Interesse bei unseren Kunden. Bei Messen mit Publikumsfokus werben wir deutschlandweit auch im Funk und mit Plakaten. Detaillierter ist unser umfassendes Informationsmaterial. Von Flyern zu Messeterminen über „Wege zur Messe“ bis zum Geländeplan, der den Besucher direkt an den Stand führt.

#### **Weiß die Presse schon davon?**

Damit die Medien ihre Leser, Zuhörer und Zuschauer rechtzeitig informieren, beginnt die Presseabteilung der Messe Düsseldorf schon lange vor jeder Veranstaltung mit der Arbeit. In weltweiten Pressekonferenzen werden Journalisten auf das Messthema eingestimmt und mit Pressemeldungen, Fachtexten, Hintergrundartikeln, Bildmaterial, Interviews und Berichten über Aussteller versorgt. Damit wissen unsere Besucher vor dem ersten Messtag, was sie erwartet, bleiben während der Messe up to date und erhalten nach der Messe eine fachkundige Bilanz. Und die ist meist hervorragend.

#### **Ein, zwei, drei, vier, fünf, sechs, sieben Orte des Geschehens.**

DüsseldorfCongress bietet den perfekten Rahmen für die Kommunikation von Mensch zu Mensch! Im Jahr 2003 wurden rund 1.800 Veranstaltungen in den Locations CCD. Süd, CCD. Ost, CCD. Stadthalle, PHILIPSHALLE, Robert-Schumann-Saal und RheinHalle/Messehallen durchgeführt. Anziehungspunkte für 646.000 Besucher.

**Full Service auch im Internet:**

- Messeportale von der boot bis zur ProWein
- Online-Shop für Tickets und Kataloge
- Das Informationsprogramm KATI für Messedaten über Aussteller, Produkte und Rahmenprogramme
- MyOrganizer: persönliches Notebook zur Vorbereitung auf die Messe
- Aussteller-Datenbank zur Terminvereinbarung am Messestand
- Info-Counter in fast jeder Messehalle und in allen Eingängen
- Internet-Cafés

Neben messebegleitenden Veranstaltungen und Firmenevents fanden in den CCD.-Locations insbesondere mehrtägige wissenschaftliche Kongresse statt. In der RheinHalle präsentierten sich Unternehmen wie T-Mobile oder Rewe. Und in der PHILIPSHALLE begeisterte zum Beispiel im November im Durchschnitt an jedem zweiten Abend ein Konzert die Fans. Die Vielfalt der verschiedenen Locations von DüsseldorfCongress bietet den Veranstaltern viel Platz und Flexibilität für ihre Vorstellungen und wird 2004 um die exklusive Eventlocation Modul E am Flughafen ergänzt. Kein Grund, gleich abzuheben.

**Der Club der Sieben.**

Wenn Sie hier eine Verschwörung vermuten, liegen Sie richtig: Für die Kongresswirtschaft wächst der weltweite Wettbewerb. Derzeit rangiert die deutsche Tagungsindustrie weltweit auf Platz 3. Um sich internationale Großveranstaltungen in Zukunft häufiger sichern zu können, haben wir uns 2002 mit sechs großen Kongresszentren in Deutschland – Berlin, Hamburg, Frankfurt, Köln, Stuttgart,

München – zu einer Marketing-Kooperation zusammengeschlossen. Unter der Marke „Seven Centers“. Den ersten großen gemeinsamen Auftritt hatten die „Verbündeten“ auf der neuen internationalen Messe der Kongress-, Meeting-, Event- und Incentivebranche: der imex 2003 in Frankfurt.

**Zu guter Letzt:  
Ein Preis, auf den wir stolz sind.**

Die UVEX GmbH gehört seit Jahrzehnten zu den größten Ausstellern unserer Messe für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. Und ehrt ihre wichtigsten Lieferanten mit dem Titel „Supplier of the Year“. 2003 wurde die Messe Düsseldorf in der Kategorie Marketing ausgezeichnet. „Die Innenarchitekten der Messe halfen uns, die UVEX-Welt für vier Tage lebendig und erlebbar zu machen. Sie hatten großen Anteil daran, dass unser wichtigstes Marketinginstrument zu einem großen Erfolg wurde und wir unseren Kunden die Leistungsfähigkeit unserer Produkte, unsere Beratungs- und Servicekompetenz vermitteln konnten“, sagt Frank Seuling, Vorsitzender der Geschäftsführung UVEX ARBEITSSCHUTZ GMBH. Danke!



**Michail Kulikov,**  
ist Bäckermeister in einem  
russischen Betrieb für Aufback-  
Waren. Inzwischen ist er seit  
sechs Jahren auf der iba zu Gast.  
Jedes Jahr freut er sich auf die  
modernsten Backtechniken und  
sein angestammtes Zimmer im  
Hotel in der Altstadt.

„Если наши булочки  
такие же вкусные, как  
булочки домашнего  
печения, хотя пеклись  
и не дома, то это бла-  
годаря мне. И совсем  
чуть-чуть благодаря  
выставке «iba».“

„Wenn unsere Brötchen wie selbst gemacht  
schmecken, es aber nicht sind, liegt das an mir.  
Und ein kleines bisschen an der iba.“

<< Michail Kulikov

## Viel zu schade für eine Stippvisite.

Was jetzt folgt, wird Sie vielleicht verblüffen: Weltweit haben 35 Messegebiete jeweils über 100.000 m<sup>2</sup> Hallenfläche, davon nur acht außerhalb Europas. Von den insgesamt 27 europäischen Gebieten über 100.000 m<sup>2</sup> befinden sich 23 in Westeuropa und vier in Mittel- und Osteuropa. Auf 23 deutschen Messeplätzen stehen für die Durchführung überregionaler Messen und Ausstellungen fast 2,58 Mio. m<sup>2</sup> Hallenfläche zur Verfügung. Die Messe Düsseldorf besitzt mit 234.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche das fünftgrößte Messegelände der Welt! Und ist in einer wirklich sehenswerten Stadt zu Hause.

### **Kurze Vorwarnung.**

Unsere Besucher müssen beinahe aufpassen, dass sie die Stadt Düsseldorf überhaupt zu Gesicht bekommen. Denn vom Flughafen bis zur Messe ist es nur ein Katzensprung. Mit 500 Direktflügen kommt man von überall her nach Düsseldorf.

Nur 20 Minuten dauert die U-Bahnfahrt vom Düsseldorfer Hauptbahnhof zur Messe. Kein Wunder, dass schon die Hälfte unserer Besucher auf öffentliche Verkehrsmittel umgestiegen ist. Aber auch mit dem Auto fährt man bei uns gut. Auf

unser Gelände führt eine eigene Autobahnabfahrt und über eine neue Rheinbrücke ist es mit dem linken Niederrhein verbunden. Außerdem haben wir 2003 ein neues Parkleitsystem mit einem Investitionsvolumen von 2,5 Mio. € installiert. So kommt man entspannt zu Besuch.

### **„Sie haben es aber schön hier.“**

Danke. Das Gelände der Messe Düsseldorf wurde schon immer den Wünschen von Besuchern und Ausstellern angepasst. Deshalb haben wir uns für die nächsten Jahre einen Masterplan für die grundlegende Modernisierung des Messegeländes verordnet.

### **Hochleistung im Norden.**

Wer in Zukunft mit der U-Bahn zur Messe kommt, wird unter einem gläsernen Brückengebäude in den neuen Messe- und Arenabahnhof einfahren. Unser neuer Eingang Nord: Zusätzliche Serviceeinrichtungen wie Kassen, Garderoben und Infostände werden unseren Besuchern einen luftigen Empfang in sechs Meter Höhe bereiten. Denn die Messe Düsseldorf baut nicht nur in die Breite, sondern will mit außergewöhnlicher Architektur auch in Zukunft für ein perfektes Ambiente sorgen.

## Etwas ist dran an Düsseldorf.

Sie ist nicht die Stadt der Liebe, aber sie hat Charme. Sie ist nicht die Stadt, die niemals schläft, obwohl man das in den Bars der Altstadt ganz anders sieht. Düsseldorf hat einfach von unterschiedlichen Metropolen genau das Richtige – und ist damit auf ihre Art einzigartig.

### Hier lässt es sich leben.

In einer weltweiten Studie über die Lebensqualität von Großstädten der internationalen Unternehmensberatung Mercer liegt Düsseldorf auf dem zwölften Rang. Im Vergleich bedeutet das: Bei uns fühlen sich Einheimische und Besucher genauso wohl wie im malerischen Brüssel oder gar im australischen Melbourne. Und auch München und Amsterdam haben bloß einen hauchdünnen Vorsprung vor Düsseldorf. Noch. Durch eine hervorragende Infrastruktur und die Anbindung an die ganze Welt wird unsere Region auch in Zukunft zu den internationalen Topstandorten gehören. Auch wirtschaftlich.

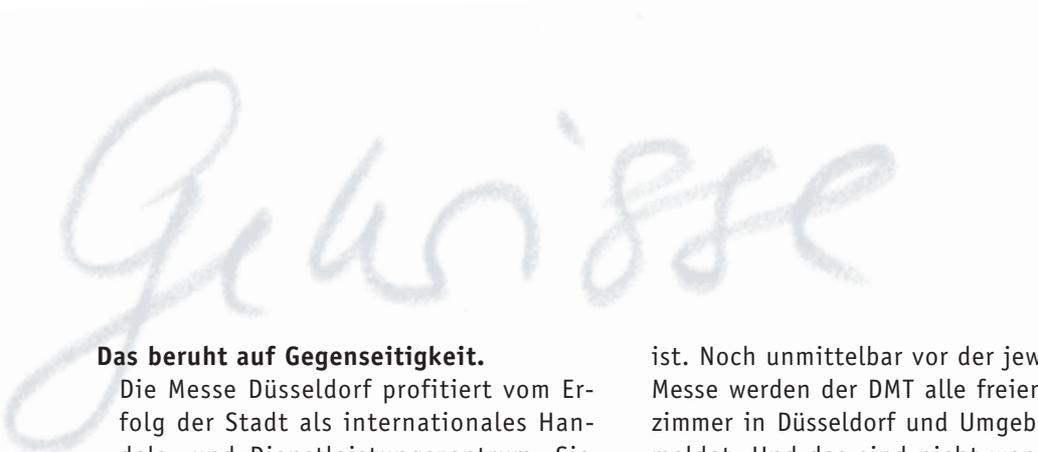
### Hier lässt es sich arbeiten.

Die Hauptstadt von Nordrhein-Westfalen ist die Heimat der meisten Konzernzentralen in Deutschland. Und liegt genau in der Mitte eines der leistungsfähigsten Wirtschaftsräume Europas. Ein Viertel des deutschen Bruttosozialprodukts wird hier von 700.000 Unternehmen erzielt.

### Big in Düsseldorf.

Japan kommt dabei eine große Rolle zu. Seit den 50er Jahren haben sich japanische Unternehmen im Raum Düsseldorf niedergelassen. Heute leben 6.100 Japaner bei uns und bereichern den Lifestyle unserer Stadt durch ihre Kultur. Während die Japanische Industrie- und Handelsvereinigung in Berlin 20 ordentliche Mitglieder zählt, bringt es die japanische IHK in Düsseldorf auf 336. Nach wie vor liegt das japanische Zentrum von Kontinentaleuropa am Rhein.





### **Das beruht auf Gegenseitigkeit.**

Die Messe Düsseldorf profitiert vom Erfolg der Stadt als internationales Handels- und Dienstleistungszentrum. Sie trägt aber auch viel dazu bei: durch Events auf Topniveau, die Aussteller und Besucher aus aller Welt anlocken. Ihre Funktion als Multiplikator trägt die Messe wiederum in alle Welt. Bereits im dritten Jahr ist die Messe Düsseldorf auf der MIPIM – der wichtigsten Immobilienmesse Europas in Cannes – für die Stadt Düsseldorf und ihre Partner aktiv. Vom Standbau über die Betreuung der Partner bis zur Pressearbeit. Auch auf der EXPO REAL, der größten deutschen Immobilienmesse in München, und der IT & ME, der bedeutendsten Tourismusmesse in den USA, sind wir ein unschlagbares Team.

### **My Kind of Town.**

So Frank Sinatra über Chicago. Dem schließen wir uns gerne an. Gemeinsam mit unserem Büro Chicago, der Düsseldorf Marketing und Tourismus GmbH (DMT) und DüsseldorfCongress präsentieren Messe und Stadt den Raum Düsseldorf auch in den USA als Wirtschafts- und Messestandort, der eine Reise wert

ist. Noch unmittelbar vor der jeweiligen Messe werden der DMT alle freien Hotelzimmer in Düsseldorf und Umgebung gemeldet. Und das sind nicht wenige. An die 20.000 Hotelzimmer stehen in Düsseldorf für Gäste aus aller Welt bereit. Hinzu kommen noch einmal über 50.000 Zimmer im Umkreis von 50 Kilometern. Auch im Internet ist die umfangreiche **Hoteldatenbank mit Buchungsservice** abrufbar. Mehr Last-Minute geht nicht.

### **Nach der Messe zur After-Work-Party?**

Mit über 30 Museen und Ausstellungen ist Düsseldorf eine einzigartige Kulturmétropole, von der Kunstakademie bis zum Künstlermuseum, vom alten Heine bis zum aktuellen Literaturtelefon. Wer hier seinen Wissensdurst gestillt hat, besucht anschließend eines der unzähligen internationalen Restaurants, die Cafés, Bars und Clubs in der Altstadt, am Rhein und eigentlich überall.

Und jetzt genug der Worte. Düsseldorf muss man erleben. Besuchen Sie uns. Wir sind für Sie da.

### **Rund 2.200 Auslandsniederlassungen in Düsseldorf:**

- Niederlande: 384
- Japan: 214
- Großbritannien: 188
- USA: 136
- Frankreich: 123
- Schweiz: 119
- Türkei: 110
- Belgien/Luxemburg: 79
- Italien: 78
- Iran: 62



# Summa

Das Geschäftsjahr 2003.

# Summagum

## 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
<b>Stammkapital</b>	<b>15.625</b>	<b>100,00</b>

### Geschäftsführung

- Dipl.-Betriebswirt Wilhelm Giese  
Vorsitzender der Geschäftsführung (bis 31.12.2003)  
Düsseldorf
- Dipl.-Betriebswirt Werner M. Dornscheidt  
Vorsitzender der Geschäftsführung (seit 1.1.2004)  
Düsseldorf
- Dipl.-Ing., Dipl.-Wirtsch.-Ing. Horst Klosterkemper  
(bis 30.11.2003)  
Düsseldorf
- Dipl.-Kaufmann Wilhelm Niedergöcker  
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

- Dipl.-Kaufmann Hartmut Haubrich  
Vizepräsident der Industrie- und Handelskammer zu  
Düsseldorf  
Vorsitzender der Geschäftsführung der  
ElektronicPartner Handel GmbH
- Marie-Luise Smeets  
Bürgermeisterin der Landeshauptstadt Düsseldorf
- Volker Höhfeld  
Justiziar

**Mitglieder**

- Dr. Richard Beckers  
Kaufmann
- Margot Best  
Ministerialrätin im Finanzministerium des Landes  
Nordrhein-Westfalen
- Jörg Bickenbach  
Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft und  
Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen
- Karl-Uwe Bütof (seit 13.1.2003)  
Ministerialdirigent im Ministerium für Wirtschaft und  
Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen
- Hans-Otto Christiansen  
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf  
Personaldirektor a. D.
- Friedrich G. Conzen  
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf  
Einzelhandelskaufmann
- Dirk Elbers  
Vorsitzender der CDU-Ratsfraktion der  
Landeshauptstadt Düsseldorf
- Dr. Friedrich Hassbach  
Ratsherr der Landeshauptstadt Düsseldorf  
Unternehmensberater
- Christina Hertrich  
Kaufmännische Angestellte
- Dieter Krell (bis 13.1.2003)  
Ministerialdirigent im Ministerium für Verkehr, Energie  
und Landesplanung des Landes Nordrhein-Westfalen
- Josef Kürten  
Ehrenoberbürgermeister der Landeshauptstadt  
Düsseldorf
- Dipl.-Kaufmann Claudia Laskowski  
Kaufmännische Angestellte
- Andreas Oschlies  
Installateur
- Dipl.-Mathematikerin Christine Rössel  
Kaufmännische Angestellte
- Jürgen Schad  
Kaufmännischer Angestellter
- Gabriele Schafer  
Kaufmännische Angestellte
- Professor Wolfgang Schulhoff (seit 1.1.2003)  
Präsident der Handwerkskammer Düsseldorf
- Günter Wurm  
Vorsitzender der SPD-Ratsfraktion der  
Landeshauptstadt Düsseldorf



## Fakten zur Entwicklung der Messe Düsseldorf GmbH

		1999	2000	2001	2002	2003
Gesamtkapazität	m <sup>2</sup>	235.700	265.600	266.900	266.900	266.900
verfügbare Hallenfläche	m <sup>2</sup>	205.200	233.100	234.400	234.400	234.400
verfügbares Freigelände	m <sup>2</sup>	30.500	32.500	32.500	32.500	32.500
Nutzung	m <sup>2</sup> brutto	2.364.290	2.431.640	2.141.980	2.673.330	2.077.200
Vermietung	m <sup>2</sup> netto	1.240.738	1.294.019	1.097.406	1.364.156	978.561
Messen und Ausstellungen	gesamt <sup>1)</sup>	41	43	33	38	34
Eigenveranstaltungen		26	22	15	24	18
Gastveranstaltungen		15	21	18	14	16
Gesamtkonzernumsatz	Mio. €	301,7	337,4	269,8	324,4	239,7
Konzernumsatz Inland	Mio. €	222,8	261,4	198,7	235,7	161,3
Konzernumsatz Ausland	Mio. €	78,9	76,0	71,1	88,7	78,4
Konzerninvestitionen	Mio. €	22,9	45,3	13,7	12,4	63,3
Konzernabschreibungen	Mio. €	34,3	32,8	29,1	27,4	24,5
Konzern-Cash flow	Mio. €	-24,2	32,0	30,1	56,2	39,4
Konzernpersonalbestand		1.495	1.438	1.365	1.351	1.432
Aussteller	gesamt <sup>1)</sup>	29.419	29.594	26.176	30.094	23.958
Aussteller Inland		15.591	15.501	12.847	14.761	11.038
Aussteller Ausland		13.828	14.093	13.329	15.333	12.920
Besucher	gesamt <sup>1)</sup>	1.746.420	1.827.408	1.419.127	1.562.895	1.217.397
Besucher Inland		1.366.297	1.346.450	1.069.526	1.124.855	920.181
Besucher Ausland		380.123	480.958	349.601	438.040	297.216
DüsseldorfCongress Veranstaltungsgesellschaft mbH <sup>2)</sup>						
Veranstaltungstage		326	327	320	320	283
Veranstaltungen		2.344	2.641	2.247	2.121	1.812
Teilnehmer		488.801	764.055	786.376	724.535	646.027

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 2003

		Aussteller Inland	Aussteller Ausland	Aussteller gesamt	Nettofläche m <sup>2</sup> ohne Sonderschau- flächen	Besucher gesamt	davon Ausland in %
A+A	2001*	605 – 11,9 %	678 10,6 %	1.283 – 1,3 %	45.569 – 9,3 %	55.752 14,1 %	19 %
BEAUTY INTERNATIONAL	2002*	518 0,8 %	86 – 2,3 %	604 0,3 %	21.933 – 0,5 %	56.748 0,8 %	5 %
boot-Düsseldorf	2002*	1.012 – 4,1 %	640 0,3 %	1.652 – 2,4 %	100.524 – 0,5 %	307.054 – 8,0 %	13 %
CARAVAN SALON	2002*	411 16,8 %	135 8,9 %	546 14,7 %	77.074 2,7 %	164.235 8,6 %	13 %
ComPaMED	2002*	48 – 4,0 %	136 11,5 %	184 7,0 %	2.988 3,5 %	***	
cos made	2002*	44 76,0 %	15 – 11,8 %	59 40,5 %	739 17,7 %	920 14,1 %	31 %
EuroCIS	2000*	143 – 10,1 %	29 – 6,5 %	172 – 9,5 %	3.690 – 22,6 %	4.479 – 5,4 %	18 %
GDS**	2002*	378 0,8 %	2.676 – 9,5 %	3.054 – 8,3 %	159.246 – 7,1 %	79.046 – 8,8 %	62 %
GIFA	1999*	353 – 6,9 %	437 – 5,2 %	790 – 6,0 %	42.509 – 8,1 %	51.269 – 6,4 %	48 %
iba	1998*	401 – 18,2 %	495 4,4 %	896 – 7,1 %	67.017 – 8,1 %	71.677 – 23,0 %	45 %
MEDICA	2002*	1.498 0,3 %	2.425 12,4 %	3.923 7,4 %	111.155 1,4 %	135.758 2,6 %	33 %
METEC	1999*	162 3,8 %	158 – 3,1 %	320 0,3 %	12.527 – 15,8 %	12.090 – 17,6 %	49 %

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

		Aussteller Inland	Aussteller Ausland	Aussteller gesamt	Nettofläche m <sup>2</sup> ohne Sonderschau- flächen	Besucher gesamt	davon Ausland in %
NEWCAST	Erstveranstaltung	77	178	255	4.457	3.078	34 %
ProWein	2002*	794 - 2,9 %	2.015 - 0,9 %	2.809 - 1,5 %	35.689 - 0,8 %	28.431 4,4 %	17 %
REHACare International	2002*	571 6,7 %	240 9,6 %	811 7,6 %	29.215 15,2 %	50.102 4,4 %	14 %
THERMPROCESS	1999*	162 - 11,0 %	114 3,6 %	276 - 5,5 %	8.067 - 10,3 %	5.505 - 19,6 %	43 %
TourNatur	Erstveranstaltung	146	21	167	3.064	23.418	2 %
Modemessen Düsseldorf CPD woman_man**	2002*	1.546 - 9,7 %	1.548 29,8 %	3.094 6,5 %	157.108 3,3 %	90.723 - 0,7 %	34 %
CPD FABRICS**	2002*	22 - 53,2 %	88 - 46,0 %	110 - 47,6 %	1.631 - 48,7 %	3.650 - 44,5 %	44 %
Sonstige Veranstaltungen		2.147	806	2.953	94.359	73.462	
<b>Jahresgesamtsumme</b>		<b>11.038</b>	<b>12.920</b>	<b>23.958</b>	<b>978.561</b>	<b>1.217.397</b>	

\* Veränderungsquote gegenüber Vorveranstaltung    \*\* Zweimal jährlich

## Bilanz der Messe Düsseldorf GmbH zum 31. Dezember 2003

Aktiva	31.12.2003 T€	31.12.2002 T€
<b>A. Anlagevermögen</b>		
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	7.491	6.344
2. Geleistete Anzahlungen	0	33
	<b>7.491</b>	<b>6.377</b>
<b>II. Sachanlagen</b>		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	218.301	229.114
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	4.909	4.322
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	41.959	4.415
	<b>265.169</b>	<b>237.851</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	17.978	17.978
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	15.690	15.690
3. Beteiligungen	17.540	28.513
4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.734	4.012
5. Sonstige Ausleihungen	154	198
	<b>55.096</b>	<b>66.391</b>
	<b>327.756</b>	<b>310.619</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
<b>I. Vorräte</b>		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	297	297
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	22.004	8.115
2. Forderungen gegen Gesellschafter	10	317
3. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	833	2.164
4. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	2.285	1.972
5. Sonstige Vermögensgegenstände	4.798	5.688
	<b>29.930</b>	<b>18.256</b>
<b>III. Wertpapiere</b>		
1. Sonstige Wertpapiere	34.896	60.982
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks</b>	46.759	17.837
	<b>111.882</b>	<b>97.372</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	689	1.426
	<b>440.327</b>	<b>409.417</b>

Passiva	31.12.2003 T€	31.12.2002 T€
<b>A. Eigenkapital</b>		
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	15.625	15.625
<b>II. Kapitalrücklage</b>	111.398	91.397
<b>III. Bilanzgewinn</b>	24.549	23.826
	<b>151.572</b>	<b>130.848</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8.198	7.707
2. Steuerrückstellungen	6.690	2.990
3. Sonstige Rückstellungen	31.084	40.905
	<b>45.972</b>	<b>51.602</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	145.046	135.589
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	42.033	14.707
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.723	9.422
4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	41.151	36.424
5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	173	109
6. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0	13
7. Sonstige Verbindlichkeiten (davon aus Steuern T€ 929; Vorjahr T€ 767) (davon im Rahmen der sozialen Sicherheit T€ 801; Vorjahr T€ 769)	4.657	30.703
	<b>242.783</b>	<b>226.967</b>
	<b>440.327</b>	<b>409.417</b>



## Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Düsseldorf GmbH für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2003

	2003 T€	2002 T€
1. Umsatzerlöse	189.894	267.148
2. Andere aktivierte Eigenleistungen	131	116
3. Sonstige betriebliche Erträge	35.068	11.206
4. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen:		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	7.391	6.840
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	105.567	132.336
	<b>112.958</b>	<b>139.176</b>
5. Personalaufwand:		
a) Löhne und Gehälter	32.181	32.635
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung T€ 3.229; Vorjahr T€ 2.766)	8.731	8.019
	<b>40.912</b>	<b>40.654</b>
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	19.420	18.795
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	27.268	36.465
8. Erträge aus Beteiligungen	666	84
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens (davon aus verbundenen Unternehmen T€ 1.224; Vorjahr T€ 1.410)	1.231	1.418
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge (davon aus verbundenen Unternehmen T€ 0; Vorjahr T€ 3)	1.913	2.976
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen	10.973	1.381
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	11.637	12.427
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5.735	34.050
14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3.998	-52
15. Sonstige Steuern	1.014	4.459
<b>16. Jahresüberschuss</b>	<b>723</b>	<b>29.643</b>
17. Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr	23.826	-5.817
<b>18. Bilanzgewinn</b>	<b>24.549</b>	<b>23.826</b>

## Entwicklung des Anlagevermögens der Messe Düsseldorf GmbH im Geschäftsjahr 2003

	Anschaffungs-/Herstellungskosten				Stand am 31.12.2003 T€
	Stand am 1.1.2003 T€	Zugänge T€	Umbuchungen T€	Abgänge T€	
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	25.020	2.668	33	7	27.714
2. Geleistete Anzahlungen	33	0	-33	0	0
	<b>25.053</b>	<b>2.668</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>27.714</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich Bauten auf fremden Grundstücken	497.124	5.835	3.042	5.975	500.026
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	32.120	2.192	-1.300	1.815	31.197
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	4.416	39.422	-1.742	137	41.959
	<b>533.660</b>	<b>47.449</b>	<b>0</b>	<b>7.927</b>	<b>573.182</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	25.593	0	0	0	25.593
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	15.690	0	0	0	15.690
3. Beteiligungen	34.444	0	0	0	34.444
4. Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	4.386	0	0	304	4.082
5. Sonstige Ausleihungen	197	20	0	63	154
	<b>80.310</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>367</b>	<b>79.963</b>
<b>Summe</b>	<b>639.023</b>	<b>50.137</b>	<b>0</b>	<b>8.301</b>	<b>680.859</b>

Abschreibungen				Buchwerte		
Stand am 1.1.2003	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	Stand am 31.12.2003	Stand am 31.12.2003	Stand am 31.12.2002
T€	T€	T€	T€	T€	T€	T€
18.676	1.554	0	7	20.223	7.491	6.344
0	0	0	0	0	0	33
<b>18.676</b>	<b>1.554</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>20.223</b>	<b>7.491</b>	<b>6.377</b>
268.011	16.055	1.545	3.886	281.725	218.301	229.113
27.798	1.811	-1.545	1.776	26.288	4.909	4.322
0	0	0	0	0	41.959	4.416
<b>295.809</b>	<b>17.866</b>	<b>0</b>	<b>5.662</b>	<b>308.013</b>	<b>265.169</b>	<b>237.851</b>
7.615	0	0	0	7.615	17.978	17.978
0	0	0	0	0	15.690	15.690
5.930	10.973	0	0	16.903	17.541	28.514
374	0	0	25	349	3.733	4.012
0	0	0	0	0	154	197
<b>13.919</b>	<b>10.973</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>24.867</b>	<b>55.096</b>	<b>66.391</b>
<b>328.404</b>	<b>30.393</b>	<b>0</b>	<b>5.694</b>	<b>353.103</b>	<b>327.756</b>	<b>310.619</b>

## Anhang der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2003

### 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 Messegeschäftes 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. Erkennbare Einzelrisiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt.

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 eines Rechts und um den Erwerb von Software. Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren

hauptsächlich aus dem Umbau der Restaurants, aus dem Parkleitsystem und aus Anlagen im Bau (Halle 8, Eingang Nord, Erweiterung Halle 13).

Bei den Abgängen im Sachanlagevermögen handelt es sich im Wesentlichen um einen Teilabgang des Messeturms B und des anteiligen Grundstücks im Zusammenhang mit einem Sale-and-lease-back-Vertrag. Die vollständige Aufstellung des Anteilsbesitzes ist beim Handelsregister des Amtsgerichts Düsseldorf (HRB 63) hinterlegt.

#### 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 und in den Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, wurden Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen saldiert.

Die sonstigen Vermögensgegenstände ergeben sich hauptsächlich aus Steuererstattungsansprüchen und geleisteten Anzahlungen.

#### Wertpapiere

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

#### Eigenkapital

Gemäß Beschluss der Gesellschafterversammlung vom 11.12.2002 wurden im Geschäftsjahr T€ 20.000 der Kapitalrücklage zugeführt.

#### 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 betreffen im Wesentlichen Gewerbesteuer.

Die sonstigen Rückstellungen decken alle erkennbaren Risiken und wurden nach vernünftigen kaufmännischen Grundsätzen ermittelt. Sie umfassen hauptsächlich Rückstellungen für ausstehende Rechnungen (T€ 9.827), für Altersteilzeit, Urlaub und sonstige Personalkosten (T€ 7.158), für drohende Verluste (T€ 6.228) und für Instandhaltungen (T€ 4.378).

Im Geschäftsjahr ergaben sich Erträge aus der Auflösung von sonstigen Rückstellungen von T€ 7.237. Die Zuführungen zu den sonstigen Rückstellungen betragen insgesamt T€ 16.960.

### 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	145.046	23.270	96.211	25.565
Erhaltene Anzahlungen	42.034	42.034		
Lieferungen und Leistungen	9.723	9.723		
Gegenüber Gesellschaftern	41.151	2.201	8.487	30.463
Gegenüber verbundenen Unternehmen	172	172		
Sonstige Verbindlichkeiten	4.657	4.248	305	104
	<b>242.783</b>	<b>81.648</b>	<b>105.003</b>	<b>56.132</b>

Von dem Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren T€ 134.920 durch Grundpfandrechte besichert.

### IV. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

#### Umsatzerlöse

Geschäftsfeld	2003 T€	2002 T€
Inlandsveranstaltungen	153.604	229.523
Auslandsveranstaltungen	28.548	30.411
Andere Erlöse	7.742	7.214
	<b>189.894</b>	<b>267.148</b>

Die Umsatzerlöse im Ausland resultieren überwiegend aus Veranstaltungen in Russland, Volksrepublik China und den USA.

**Sonstige betriebliche Erträge**

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen sind hauptsächlich Erträge aus Anlagenabgängen (T€ 10.687), aus dem Verkauf eines Rechts (T€ 11.300), aus Auflösungen von Rückstellungen und aus Weiterberechnungen an verbundene Unternehmen sowie Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, 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, Werbe- und EDV-Kosten.

**Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens**

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

**Abschreibungen auf Finanzanlagen**

Die Buchwerte der Beteiligungen wurden den Verkehrswerten angepasst.

**Steuern vom Einkommen und vom Ertrag**

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die Aufwendungen aus der Zuführung zur Rückstellung für Gewerbesteuer mit T€ 4.057 enthalten.

**Sonstige Steuern**

Dieser Posten enthält im Wesentlichen 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, 149 Aushilfen und 17 Auszubildende beschäftigt.

### **Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse**

Das Bestellobligo beträgt zum Bilanzstichtag T€ 48.931. Weitere Verpflichtungen von T€ 161.499 resultieren aus den künftig zu leistenden Leasingraten aus Leasingverträgen; ferner ergeben sich Verpflichtungen aus Mietverträgen von T€ 3.642.

Die Haftungsverhältnisse belaufen sich auf T€ 5.346. Es besteht eine Bürgschaft gegenüber der Westdeutschen Landesbank zur Absicherung eines an ZAO Expo-centr, Moskau, herausgegebenen Darlehens. Des Weiteren sind Anzahlungen von Kunden und Mitarbeiterbeteiligungsdarlehen durch Bürgschaften gesichert.

Die Gesellschafteranteile der GEC German Exposition Corporation International GmbH sind für die Bauphase des Shanghai New International Expo Center 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 Anstaltsver-

mögen 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 Geschäftsorganen**

Die Bezüge der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf GmbH betragen im Geschäftsjahr T€ 1.563. Die Bezüge von ehemaligen Geschäftsführern und deren Hinterbliebenen beliefen sich auf T€ 398.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern der Geschäftsführung und deren Hinterbliebenen sind T€ 6.531 zurückgestellt.

Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat beliefen sich im Geschäftsjahr auf T€ 60.

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir mit Datum vom 15. März 2004 den folgenden uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Messe Düsseldorf GmbH, Düsseldorf, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2003 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 Ge-

sellschaft 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 Lageberichts. 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 2003

Die seit mehreren Jahren anhaltende rezessive Entwicklung der Konjunktur sowohl in Deutschland als auch auf den Weltmärkten hat sich im Jahr 2003 fortgesetzt. Dies hat die ökonomischen Daten der Unternehmen in nahezu allen Branchen negativ beeinflusst. Messen sind nach wie vor ein sehr wichtiges Marketinginstrument – negative konjunkturelle Entwicklungen schlagen sich nicht zwangsläufig im Messegeschäft nieder, wenn die Messen eine entsprechend gute Plattform mit überzeugendem Nutzen für die ausstellende Wirtschaft bieten –, jedoch wird der Messeauftritt im Wettbewerb zu anderen Medien schärfer diskutiert. In diesem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld hat die Messe Düsseldorf GmbH national und international die für das Geschäftsjahr 2003 gesetzten finanziellen Ziele erreicht.

Die in den Vorjahren festgelegte strategische Ausrichtung wurde auch im Geschäftsjahr 2003 stetig verfolgt. Ziele dieser Ausrichtung 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 und die Profitabilität der Auslandsaktivitäten zumindest mittelfristig sichergestellt wird. Außerdem gibt es ein langfristig angelegtes Programm zur Modernisierung und Erweiterung des Messegeländes in Düsseldorf. Im Geschäftsjahr 2003 wurde mit dem Bau der neuen Messehalle 8 begonnen und die Halle 13 erweitert sowie modernisiert. Die neue Halle 8, die rund 13.000 m<sup>2</sup> Hallenfläche umfasst, soll erstmals zur K im Oktober

2004 genutzt werden. Die zur finanziellen Unterstützung dieser Projekte zugesagte Einzahlung der Gesellschafter in die Kapitalrücklage wurde im Geschäftsjahr 2003 in Höhe von T€ 20.000 realisiert. Nach Fertigstellung der neuen Halle und der Erweiterung der Halle 13 stehen somit insgesamt 252.214 m<sup>2</sup> moderne Hallenfläche zur Verfügung.

Der Konzern Messe Düsseldorf weist im Geschäftsjahr 2003 bei einem Umsatz von T€ 239.737 ein Jahresergebnis von T€ 14.028 aus.

### **Geschäftsentwicklung und Ausblick der Messe Düsseldorf GmbH**

Die Messe Düsseldorf GmbH ist mit einem Anteil am Konzernumsatz von 79 % die bedeutendste Konzerngesellschaft der Gruppe. Das Geschäftsjahr 2003 gehört – bedingt durch die Veranstaltungsrhythmen – zu den umsatzschwachen Messejahren. Das Planergebnis konnte jedoch übertroffen werden. Die Umsätze des Geschäftsjahres 2003 betragen T€ 189.894 (Vorjahr T€ 267.148). Davon wurden T€ 139.365 aus eigenen Messeprojekten am Standort Düsseldorf erwirtschaftet, T€ 28.548 wurden – ohne unsere ausländischen Tochtergesellschaften – im internationalen Messegeschäft erzielt, auf Gastveranstaltungen und sonstige Umsätze entfielen T€ 21.981. Das Jahresergebnis vor Steuern betrug T€ 5.735. Die Umsatzziele im Inland konnten nicht immer erreicht werden. Die Umsätze im Ausland lagen jedoch deutlich über dem Wirtschaftsplan. 2003 konnten außerdem einige Projekte realisiert werden, die trotz des umsatzschwächeren Jahres mit ihren außerordentlichen Ergebnissen halfen, das Gesamtergebnis zu stützen.

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

	2003	2002
Messen und Ausstellungen		
– Eigenveranstaltungen	18	24
– Gastveranstaltungen	16	14
Vermietete Nettofläche	978.561 m <sup>2</sup>	1.364.156 m <sup>2</sup>
Anzahl der Aussteller	23.958	30.094
Anzahl der Messebesucher	1.217.397	1.562.895

Großen Anteil am Gesamterlös des Geschäftsjahres 2003 hatten MEDICA, GDS, boot, iba, GIFA und CARAVAN SALON/TourNatur. Im Vergleich zu den Vorveranstaltungen konnten MEDICA, ComPaMED, CARAVAN SALON und cos made bei der Nettofläche zulegen, die REHA-Care International und die cos made erreichten sogar einen Zuwachs von 15,2 % beziehungsweise 17,7 %. Mit der NEWCAST und der TourNatur wurden in diesem Geschäftsjahr zwei neue Veranstaltungen erfolgreich platziert. Die NEWCAST wurde als internationale Fachmesse für Gussprodukte parallel zu GIFA, METEC und THERMPROCESS veranstaltet, die TourNatur fand zeitgleich mit dem CARAVAN SALON statt und konnte diesen mit ihren Themen Wandern und Trekking sinnvoll ergänzen. Bei den Gastveranstaltungen gab es insgesamt vier neue Veranstaltungen, die Public Design, POWER-GEN Europe, ZUKUNFT KOMMUNE und die GEV Getränke Fachmesse.

Im Geschäftsjahr 2003 wurden im Ausland durch die Messe Düsseldorf GmbH 22 Eigenveranstaltungen und Beteiligungen, 49 Auftragsveranstaltungen und mehr als 130 Verkaufsförderungsveranstaltungen durchgeführt. 39 % der Umsatzerlöse im Ausland wurden in Russland erzielt. Besonders erfolgreich war die SHK MOSKAU, die im Vergleich zum Vorjahr sowohl bei der Aussteller- als auch bei der Besucherzahl Zuwächse verzeichnen konnte. Einen ebenso positiven Verlauf nahm die METALLURGY/Tube Russia. Im Geschäftsjahr 2003 fand parallel erstmals die wire Russia statt, die sich auf Anhieb als Leitmesse etablierte. Die Engagements der Messe Düsseldorf GmbH in Russland werden durch die 2002 gegründete Tochtergesellschaft Messe Düsseldorf Moskau 000 erfolgreich unterstützt.

Die verschiedenen Aktivitäten der Messe Düsseldorf GmbH im Ausland tragen positiv zur Internationalität der in Eigenregie durchgeführten Veranstaltungen am Standort Düsseldorf bei. 2003 stieg der Anteil der ausländischen Aussteller auf 58 %, der Anteil der ausländischen Besucher betrug 24 %.

Das Jahr 2004 wird für die Messe Düsseldorf GmbH aufgrund der Messezyklen ein außerordentlich umsatz- und ergebnisstarkes Messejahr. Neben den Großmessen drupa und K finden auch andere Messen mit mehrjährigem Turnus in diesem Jahr statt. Bei einem erwarteten Umsatz von T€ 300.000 wird mit einem Ergebnis nach Steuern von T€ 22.200 gerechnet. Die Messerhythmen, die 2004 Ursache für die hohe Auslastung des Messegeländes sind, führen in den drei Folgejahren zu geringerer Veranstaltungsdichte mit entsprechend schwächeren Jahresergebnissen. Wie geplant, werden in dieser Zeit Modernisierungs- und Baumaßnahmen fortgeführt. Es wird einiger Anstrengungen bedürfen, den sich daraus ergebenden Kostenauswirkungen entgegenzusteuern und die bisher geplanten Ergebnisse zu übertreffen. 2008 wird dann durch zwei Großmessen wieder ein zyklisch bedingtes besonders starkes Messejahr werden.

#### **Geschäftsentwicklung der internationalen Konzerntochtergesellschaften**

Die Veletrhy Brno a. s. (VB), an der die Messe Düsseldorf GmbH mit 60,40 % beteiligt ist, ist die größte Tochtergesellschaft. Im Geschäftsjahr 2003 erzielte sie

ein Jahresergebnis von T€ 2.964 (Vorjahr T€ 3.912) bei Umsätzen von T€ 44.273 (Vorjahr T€ 49.936). Damit hat die VB ihren bedeutenden Anteil am tschechischen Markt (59,1 %) sowie am mittelosteuropäischen Markt gefestigt. Bei Eigenveranstaltungen konnten ca. 338.000 m<sup>2</sup> Nettohallenfläche an rund 11.500 Aussteller vermietet werden. Die Anzahl der Besucher betrug rund 1 Mio. Im Geschäftsjahr 2003 nahm die Vorbereitung der VB auf den EU-Beitritt der Tschechischen Republik großen Raum ein.

Die im Mehrheitsbesitz der VB stehende Brno INN betreibt das am Messegelände in Brünn gelegene Holiday Inn Hotel und trägt mit seinen komfortablen Unterkünften zur Servicequalität am Messeplatz Brünn bei. Im Vergleich zum Vorjahr konnten sowohl die Umsätze als auch das Jahresergebnis gesteigert werden. Bei einem Umsatz von T€ 3.625 (Vorjahr T€ 3.370) betrug das Ergebnis T€ 395 (Vorjahr T€ 207).

Die Messe Düsseldorf North America Inc. – eine 100-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH – betreibt überwiegend die Akquisition von Ausstellern und Besuchern aus den USA für die Messen am Standort Düsseldorf. Damit ist ihre Geschäftsentwicklung abhängig von den Veranstaltungszyklen des Mutterunternehmens. Turnusbedingt waren die Umsätze des Geschäftsjahres 2003 niedriger als im Vorjahr. Mit einem Umsatz von T€ 1.971 (Vorjahr T€ 3.025) und einem Jahresergebnis von T€ 25 (Vorjahr T€ 58) konnte das Planergebnis jedoch deutlich verbessert werden.

Die in Singapur ansässige Messe Düsseldorf ASIA Pte. Ltd. – ebenfalls eine 100-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH – hatte ein sehr schwieriges Geschäftsjahr zu bewältigen. Aufgrund der SARS-Krise mussten hohe Umsatzeinbußen hingenommen werden, weil sowohl die Anzahl der Aussteller als auch die Anzahl der Besucher rückläufig waren. Bei einem Umsatzdefizit von 30 % konnte mit entsprechenden Kosteneinsparungen dennoch ein positives Ergebnis von T€ 43 (Vorjahr T€ 350) erreicht werden.

#### **Geschäftsentwicklung der nationalen Konzerntochtergesellschaften**

Die Düsseldorf Congress Veranstaltungsgesellschaft mbH, eine 50-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH, erbringt sehr erfolgreich Dienstleistungen für Kongresse und andere Veranstaltungen. Dabei verfügt sie über die Räume des CCD, der PHILIPSHALLE, der Stadthalle und der RheinHalle. Im Geschäftsjahr 2003 konnte sie bei einem Umsatz von T€ 7.681 (Vorjahr T€ 8.914) einen Jahresüberschuss von T€ 79 (Vorjahr T€ 94) erzielen.

Die 49-prozentige Tochter IGEDO Internationale Modemesse Kronen GmbH & Co. KG musste sich im Geschäftsjahr 2003 national in dem wirtschaftlich

schwierigen Umfeld der Modebranche behaupten. Jedoch konnte in Moskau die CPM als Erstveranstaltung im Herbst 2003 so erfolgreich platziert werden, dass bereits Zuwächse für die Folgeveranstaltung im Frühjahr 2004 zu verzeichnen sind.

Die Düsseldorf Fashion House Verwaltungsgesellschaft mbH, eine 50-prozentige Tochter der Messe Düsseldorf GmbH, hat mit T€ 10.006 (Vorjahr T€ 10.115) die für das Geschäftsjahr 2003 erwarteten Umsätze übertroffen. Das Haus verfügt über eine vollständige Auslastung.

Die Messe Düsseldorf GmbH sieht sich keinen bestandsgefährdenden Risiken gegenüber. Normale geschäftliche Risiken werden durch Versicherungen abgedeckt. Außerdem besteht ein Risikomanagementsystem. Durch monatliche Berichterstattung werden Risiken erfasst, die bestimmte kritische Werte überschreiten, damit im Sinne eines Frühwarnsystems die rechtzeitige Einleitung von Gegensteuerungs- und Ausgleichsmaßnahmen ermöglicht wird. In die Berichterstattung fließen auch regelmäßig Risiken der Tochtergesellschaften mit ein.

## Konzernbilanz zum 31. Dezember 2003 der Messe Düsseldorf GmbH

Aktiva	31.12.2003 T€	31.12.2002 T€
<b>A. Anlagevermögen</b>		
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	8.271	6.941
2. Geleistete Anzahlungen	47	391
	<b>8.318</b>	<b>7.332</b>
<b>II. Sachanlagen</b>		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	296.848	303.188
2. Technische Anlagen und Maschinen	1.405	478
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	7.831	7.617
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	42.227	5.328
	<b>348.311</b>	<b>316.611</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	268	345
2. Anteile an assoziierten Unternehmen	1.226	1.045
3. Beteiligungen	6.212	6.288
4. Ausleihungen an assoziierte Unternehmen	3.734	4.012
5. Sonstige Ausleihungen	1.638	1.932
	<b>13.078</b>	<b>13.622</b>
	<b>369.707</b>	<b>337.565</b>
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
<b>I. Vorräte</b>		
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	351	344
2. Fertige Erzeugnisse und Waren	303	461
	<b>654</b>	<b>805</b>
<b>II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	23.253	9.764
2. Forderungen gegen Gesellschafter	10	316
3. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	614	290
4. Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	2.285	1.972
5. Sonstige Vermögensgegenstände	6.753	7.729
	<b>32.915</b>	<b>20.071</b>
<b>III. Wertpapiere</b>		
1. Sonstige Wertpapiere	34.896	60.982
	<b>34.896</b>	<b>60.982</b>
<b>IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks</b>	54.588	26.699
	<b>123.053</b>	<b>108.557</b>
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	1.762	2.429
	<b>494.522</b>	<b>448.551</b>

Passiva	31.12.2003	31.12.2002
	T€	T€
<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Gezeichnetes Kapital	15.625	15.625
II. Kapitalrücklage	74.282	54.283
III. Unterschiedsbetrag aus der Währungsumrechnung	977	3.493
IV. Ausgleichsposten für Anteile anderer Gesellschafter	17.599	16.206
V. Konzernbilanzgewinn	38.311	23.999
	<b>146.794</b>	<b>113.606</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8.198	7.707
2. Steuerrückstellungen	6.690	2.990
3. Sonstige Rückstellungen	33.343	43.379
	<b>48.231</b>	<b>54.076</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	190.139	178.001
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	45.997	18.068
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11.869	12.003
4. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	41.151	36.424
5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	184	240
6. Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	0	15
7. Sonstige Verbindlichkeiten	10.157	36.102
(davon aus Steuern T€ 1.026; Vorjahr T€ 843)		
(davon im Rahmen der sozialen Sicherheit T€ 1.045; Vorjahr T€ 1.021)		
	<b>299.497</b>	<b>280.853</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	<b>0</b>	<b>16</b>
	<b>494.522</b>	<b>448.551</b>



## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Düsseldorf GmbH für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2003

	2003 T€	2002 T€
1. Umsatzerlöse	239.737	324.401
2. Andere aktivierte Eigenleistungen	231	248
3. Sonstige betriebliche Erträge	38.848	14.692
4. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen:		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	10.923	10.590
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	121.770	154.298
	<b>132.693</b>	<b>164.888</b>
5. Personalaufwand:		
a) Löhne und Gehälter	41.218	41.851
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung (davon für Altersversorgung T€ 3.229; Vorjahr T€ 2.766)	11.561	10.835
	<b>52.779</b>	<b>52.686</b>
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	<b>24.496</b>	<b>27.011</b>
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	<b>38.344</b>	<b>49.547</b>
8. Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen	469	-12
9. Erträge aus Beteiligungen	228	0
10. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	7	407
11. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.194	3.384
12. Abschreibungen auf Finanzanlagen	75	407
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	14.081	15.516
<b>14. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>19.246</b>	<b>33.065</b>
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	4.002	-57
16. Sonstige Steuern	1.216	4.731
<b>17. Konzernjahresüberschuss</b>	<b>14.028</b>	<b>28.391</b>
18. Fremden Gesellschaftern zustehende Gewinnanteile	-1.392	-1.676
19. Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahren	25.675	-2.716
<b>20. Konzernbilanzgewinn</b>	<b>38.311</b>	<b>23.999</b>

## Entwicklung des Konzernanlagevermögens der Messe Düsseldorf GmbH im Geschäftsjahr 2003

	Anschaffungs-/Herstellungskosten					Stand am 31.12.2003 T€
	Stand am 1.1.2003 T€	Währungs- umrechnung T€	Zugänge T€	Umbu- chungen T€	Abgänge T€	
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>						
1. Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	27.621	-182	2.901	388	15	30.663
2. Geschäfts- oder Firmenwert	16.345	0	0	0	0	16.345
3. Geleistete Anzahlungen	391	-10	4	-338	0	47
	<b>44.357</b>	<b>-192</b>	<b>2.905</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>47.055</b>
<b>II. Sachanlagen</b>						
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	608.852	-14.128	16.206	3.835	8.037	606.728
2. Technische Anlagen und Maschinen	2.387	-24	1.026	0	1.546	1.843
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	53.316	789	3.030	-1.265	2.933	52.937
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.328	-27	39.679	-2.570	183	42.227
	<b>669.883</b>	<b>-13.390</b>	<b>59.941</b>	<b>0</b>	<b>12.699</b>	<b>703.735</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>						
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	759	-7	20	0	97	675
2. Anteile an assoziierten Unternehmen	21.523	0	283	0	103	21.703
3. Beteiligungen	13.329	0	0	0	1	13.328
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	4.385	0	0	0	303	4.082
7. Wertpapiere des Anlagevermögens	0	0	0	0	0	0
8. Sonstige Ausleihungen	2.165	-228	126	0	425	1.638
	<b>42.515</b>	<b>-235</b>	<b>429</b>	<b>0</b>	<b>929</b>	<b>41.780</b>
<b>Summe</b>	<b>756.755</b>	<b>-13.817</b>	<b>63.275</b>	<b>0</b>	<b>13.643</b>	<b>792.570</b>

Abschreibungen					Buchwerte		
Stand am 1.1.2003	Währungs- umrechnung	Zugänge	Umbu- chungen	Abgänge	Stand am 31.12.2002	Stand am 31.12.2003	Stand am 31.12.2002
T€	T€	T€	T€	T€	T€	T€	T€
20.680	-164	1.891	0	15	22.392	8.271	6.941
16.345	0	0	0	0	16.345	0	0
0	0	0	0	0	0	47	391
<b>37.025</b>	<b>-164</b>	<b>1.891</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>38.737</b>	<b>8.318</b>	<b>7.332</b>
305.664	-12.189	19.665	1.545	4.805	309.880	296.848	303.188
1.909	-10	85	0	1.546	438	1.405	478
45.699	915	2.854	-1.545	2.817	45.106	7.831	7.617
0	0	0	0	0	0	42.227	5.328
<b>353.272</b>	<b>-11.284</b>	<b>22.604</b>	<b>0</b>	<b>9.168</b>	<b>355.424</b>	<b>348.311</b>	<b>316.611</b>
414	-1	0	0	6	407	268	345
20.477	0	0	0	0	20.477	1.226	1.046
7.041	0	75	0	0	7.116	6.212	6.288
181	0	0	0	0	181	0	0
173	0	0	0	0	173	0	0
374	0	0	0	26	348	3.734	4.011
0	0	0	0	0	0	0	0
233	14	0	0	247	0	1.638	1.932
<b>28.893</b>	<b>13</b>	<b>75</b>	<b>0</b>	<b>279</b>	<b>28.702</b>	<b>13.078</b>	<b>13.622</b>
<b>419.190</b>	<b>-11.435</b>	<b>24.570</b>	<b>0</b>	<b>9.462</b>	<b>422.863</b>	<b>369.707</b>	<b>337.565</b>

## Konzernanhang der Messe Düsseldorf GmbH für das Geschäftsjahr 2003

### 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
- 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

Die noch im Vorjahr vollkonsolidierte Tochtergesellschaft Messe Düsseldorf Poland Sp. zo. o., Warschau, wurde zum Stichtag 1.1.2003 entkonsolidiert. Die Entkonsolidierung wurde vorgenommen, da die Gesellschaft den Geschäftsbetrieb im Wesentlichen eingestellt hat. Das Entkonsolidierungsergebnis wurde aufwandswirksam verrechnet.

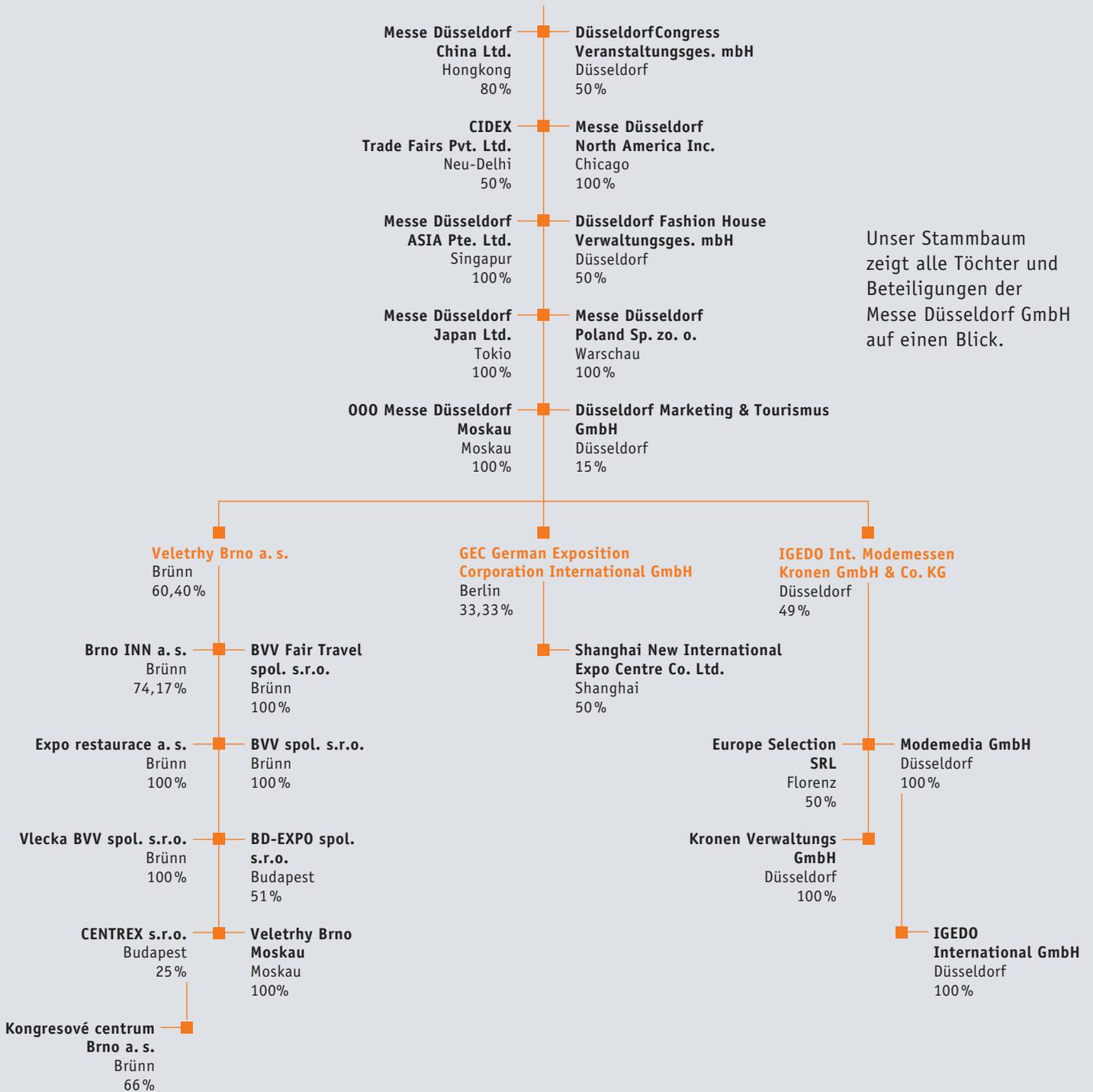
Auf die Einbeziehung der Messe Düsseldorf Japan Ltd., Tokio, Messe Düsseldorf China Ltd., Shanghai, der Messe Düsseldorf Moskau OOO sowie weiterer Beteiligungen der Veletrhy Brno a. s. wurde gemäß § 296 Abs. 2 HGB verzichtet.

Mit Wirkung zum 1.1.2003 wurde die World Trade Center Brno a. s. auf die alleinige Gesellschafterin Veletrhy Brno a. s. verschmolzen. Der Verschmelzungsgewinn von T€ 96 wurde dabei erfolgswirksam vereinnahmt. Weitere Konsequenzen für die Konsolidierung ergaben sich aus der Verschmelzung nicht.

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. Zum Bilanzstichtag waren alle Geschäfts- oder Firmenwerte vollständig abgeschrieben.

**Messe Düsseldorf GmbH**



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

Wechselseitige Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den vollkonsolidierten Gesellschaften werden gegeneinander aufgerechnet. In der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung werden die Erlöse aus Innenumsätzen sowie andere konzerninterne Erträge mit den entsprechenden Aufwendungen verrechnet. Konzerninterne Zwischengewinne sind im Geschäftsjahr 2003 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 aus der Kapital- und Schuldenkonsolidierung werden erfolgsneutral in den dafür gebildeten Sonderposten eingestellt. Die Umrechnungsdifferenzen aus der Aufwands- und der Ertragskonsolidierung werden erfolgswirksam behandelt.

### 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. Erkennbare Einzelrisiken werden durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Bei der Veletthy Brno a. s. wird eine zusätzliche pauschale Wertberichtigung gebildet.

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 Messeständen und an Messehallenflächen im Ausland sowie erworbene Software.

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

Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren hauptsächlich aus dem Umbau der Restaurants und aus dem Parkleitsystem am Standort Düsseldorf, dem Neubau des Pavillons F am Standort Brunn und aus Anlagen im Bau (Halle 8, Eingang Nord, Erweiterung Halle 13 in Düsseldorf).

Bei den Abgängen im Sachanlagevermögen handelt es sich im Wesentlichen um einen Teilabgang des Messeturms B und des anteiligen Grundstücks im Zusammenhang mit einem Sale-and-lease-back-Vertrag in Düsseldorf.

##### **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.

Die sonstigen Vermögensgegenstände ergeben sich hauptsächlich aus Steuererstattungsansprüchen und geleisteten Anzahlungen.

**Wertpapiere**

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

**Eigenkapital**

Gemäß Beschluss der Gesellschafterversammlung vom 11.12.2002 wurden im Geschäftsjahr T€ 20.000 der Kapitalrücklage der Messe Düsseldorf GmbH zugeführt.

**Rückstellungen**

Die Pensionsverpflichtungen sind voll durch Pensionsrückstellungen gedeckt. Für Mitarbeiter der Messe

Düsseldorf GmbH ohne Pensionszusage besteht eine Altersversorgung bei einer Zusatzversorgungskasse. Die Steuerrückstellungen betreffen im Wesentlichen die Gewerbesteuer.

Die sonstigen Rückstellungen decken alle erkennbaren Risiken und wurden nach vernünftigen kaufmännischen Grundsätzen ermittelt. Sie umfassen im Wesentlichen Rückstellungen für unterlassene Instandhaltungen (T€ 4.378), ausstehende Rechnungen (T€ 11.156) und Personal (T€ 8.154). Weitere Rückstellungen wurden

se Verbindlichkeiten gebildet für drohende Verluste und andere ungewis-

**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	190.139	30.344	122.985	36.810
Erhaltene Anzahlungen	45.997	45.997		
Lieferungen und Leistungen	11.869	11.869		
Gegenüber Gesellschaftern	41.151	2.201	8.487	30.463
Gegenüber verbundenen Unternehmen	184	184		
Sonstige Verbindlichkeiten	10.157	9.748	305	104
	<b>299.497</b>	<b>100.343</b>	<b>131.777</b>	<b>67.377</b>

Von dem Gesamtbetrag der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten waren T€ 134.920 durch Grundpfandrechte besichert.

## V. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### Umsatzerlöse

Der Konzernumsatz des Geschäftsjahres 2003 gliedert sich nach Geschäftsfeldern und Regionen wie folgt:

Geschäftsfeld	2003 T€	2002 T€
Messegeschäft	236.199	321.238
Hotelbetrieb	3.538	3.163
	<b>239.737</b>	<b>324.401</b>

Regionen	2003 T€	2002 T€
Tschechische Republik	47.144	52.201
GUS	11.035	15.409
USA	1.554	2.418
Singapur	3.320	3.478
Polen	0	151
Übrige Länder	15.338	15.002
Ausland insgesamt	78.391	88.659
Deutschland	161.346	235.742
	<b>239.737</b>	<b>324.401</b>

### Sonstige betriebliche Erträge

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen sind hauptsächlich Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, Erträge aus Anlagenabgängen und dem Verkauf von Rechten 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 sowie Aufwendungen für Werbematerialien ausgewiesen. Die „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ umfassen im Wesentlichen Aufwendungen für bezogene Standbauleistungen, Instandhaltungen des Messegeländes, Mieten, Werbeaufwendungen und Provisionen.

#### **Sonstiger betrieblicher Aufwand**

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

#### **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag**

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die Aufwendungen aus der Zuführung zur Rückstellung für Gewerbesteuer mit T€ 4.057 enthalten.

#### **Sonstige Steuern**

Dieser Posten enthält im Wesentlichen Grundsteuern.

### **VI. Sonstige Angaben**

#### **Beschäftigte**

Im Konzern Messe Düsseldorf waren im Jahresdurchschnitt 1.415 kaufmännische und gewerbliche Arbeitnehmer beschäftigt (Vorjahr 1.351).

#### **Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse**

Das Bestellobligo beträgt zum Bilanzstichtag T€ 48.931. Weitere Verpflichtungen von T€ 161.547 resultieren aus Leasingverträgen; ferner bestehen Verpflichtungen von T€ 4.285 aus Mieten.

Die Haftungsverhältnisse belaufen sich auf T€ 6.330. Es besteht eine Bürgschaft gegenüber der Westdeutschen Landesbank zur Absicherung eines an ZAO Expo-centr, Moskau, herausgegebenen Darlehens. Des Weiteren sind Anzahlungen von Kunden und Mitarbeiterbeteiligungsdarlehen durch Bürgschaften 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 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 T€ 1.563. Die Bezüge an ehemalige Geschäftsführer und deren Hinterbliebene belaufen sich auf T€ 398.

Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern der Geschäftsführung und deren Hinterbliebenen sind T€ 6.531 zurückgestellt.

Die Aufwendungen für den Aufsichtsrat belaufen sich auf T€ 60.

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Nach dem abschließenden Ergebnis unserer Prüfung haben wir mit Datum vom 15. März 2004 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 2003 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 in-

ternen 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 2003 durch regelmäßige Berichte und Sitzungen über die Lage des Konzerns Messe Düsseldorf unterrichtet und wesentliche geschäftspolitische Fragen eingehend behandelt.

Trotz eines schwierigen geopolitischen und volkswirtschaftlichen Umfelds hat die Messe Düsseldorf GmbH national und international die für das Geschäftsjahr 2003 gesetzten ambitionierten Ziele erreicht.

Die in den Vorjahren festgelegte strategische Ausrichtung hat sich als richtig erwiesen. Ziele dieser Ausrichtung, die auch im Geschäftsjahr 2003 stetig verfolgt und vom Aufsichtsrat ausdrücklich unterstützt wurden, sind die Weiterentwicklung und Standortfestigung des Messeprogramms in Düsseldorf, die Weiterführung des langfristigen Programms zur Modernisierung und Erweiterung des Messegeländes 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.

Der Konzern Messe Düsseldorf weist im Geschäftsjahr 2003 bei einem Umsatz von T€ 239.737 ein Jahresergebnis von T€ 14.028 aus. Die Messe Düsseldorf GmbH ist mit einem Anteil am Konzernumsatz von 79 % die bedeutendste Konzerngesellschaft der Gruppe.

Das Geschäftsjahr 2003 gehört – bedingt durch die Veranstaltungsrhythmen – zu den umsatzschwachen Messen Jahren. Das Planergebnis konnte jedoch übertroffen werden. Die Umsätze des Geschäftsjahres 2003 betragen T€ 189.894 (Vorjahr T€ 267.148). Davon wurden T€ 139.365 aus eigenen Messeprojekten am Standort Düsseldorf erwirtschaftet, T€ 28.548 wurden – ohne unsere ausländischen Tochtergesellschaften – im inter-

nationalen Messegeschäft erzielt, auf Gastveranstaltungen und sonstige Umsätze entfielen T€ 21.981. Das Jahresergebnis vor Steuern betrug T€ 5.735. Die Umsatzziele im Inland konnten nicht immer erreicht werden. Die Umsätze im Ausland lagen jedoch deutlich über dem Wirtschaftsplan. 2003 konnten außerdem einige Projekte realisiert werden, die trotz des umsatzschwächeren Jahres mit ihren außerordentlichen Ergebnissen halfen, das Gesamtergebnis zu stützen.

Im letzten Jahr wurden 18 Eigenveranstaltungen und 16 Gastveranstaltungen in Düsseldorf durchgeführt. Auf 978.561 m<sup>2</sup> vermieteter Nettofläche konnten 23.958 Aussteller 1.217.397 Besuchern ihre Innovationen präsentieren. Im Ausland organisierte die Messe Düsseldorf GmbH 22 Eigenveranstaltungen und Beteiligungen, 49 Auftragsveranstaltungen und mehr als 130 Verkaufsförderungsveranstaltungen.

Der Jahresabschlussbericht der WIBERA Wirtschaftsberatung AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, über die entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen durchgeführte Prüfung hat dem Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 7. Mai 2004 vorgelegen. Die Prüfung hat ergeben, dass die Buchführung und der Jahresabschluss 2003 den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen. Auch die Prüfung und Beratung durch den Aufsichtsrat haben keine Einwände zum Jahresabschluss 2003 ergeben. Dementsprechend empfiehlt der Aufsichtsrat der Gesellschafterversammlung, den Jahresabschluss 2003 festzustellen.

Düsseldorf, 7. Mai 2004

Joachim Erwin  
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf  
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Ich bin weiterhin an der Zusendung Ihres Geschäftsberichtes interessiert

Bitte nehmen Sie mich aus Ihrem Verteiler

Bitte senden Sie diesen Geschäftsbericht ebenfalls an:

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

**Per Fax**

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

**Per Post**

Messe Düsseldorf GmbH

Abt. UK-WE,

Manfred Weber

Messeplatz

40474 Düsseldorf