

Gemeinsam auf Kurs



Geschäftsbericht 2011

Hamburg Messe und Congress GmbH in Zahlen

	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Finanzen (in Mio. Euro)						
Umsatzerlöse	59,1	76,1	54,1	79,2	48,1	60,6
Bilanzsumme	121,7	121,7	124,6	128,0	136,2	103,9
Personal						
Mitarbeiter (Ganztagskräfte / GTK)	243	243	241	246	252	259
Auszubildende durchschnittlich	21	21	19	16	17	16
Hamburg Messe						
Aussteller Messe gesamt	10.432	11.797	10.930	12.271	9.734	12.791
davon Eigenveranstaltungen	3.801	6.906	4.051	7.313	4.339	7.309
davon Gastveranstaltungen	6.631	4.891	6.879	4.958	5.395	5.482
Besucher Messe gesamt	670.667	700.342	747.505	839.555	848.746	980.226
davon Eigenveranstaltungen	361.412	487.954	444.961	610.747	554.542	709.431
davon Gastveranstaltungen	309.222	212.388	302.544	228.808	294.204	270.795
Belegte Bruttofläche (ohne Freigelände) gesamt in m ²	812.351	891.961	914.717	911.463	738.385	829.405
Zahl der Messen und Ausstellungen	43+1*	42	43	48	45	41
davon Eigenveranstaltungen	9+1*	10	9	11	9	12
davon Gastveranstaltungen	34	32	34	37	36	29
Ausland						
Zahl der Messen und Ausstellungen	17	22	16	20	19	23
davon Gemeinschaftsveranstaltungen	17	18	14	20	19	23
Aussteller gesamt	982	623	921	782	823	535
davon Gemeinschaftsbeteiligungen	982	571	666	782	823	535
CCH – Congress Center Hamburg						
Veranstaltungen gesamt	270	276	276	371	315	299
davon Kongresse und Tagungen	165	158	170	239	195	193
davon sonstige Veranstaltungen	105	118	106	132	120	106
Teilnehmer gesamt	335.758	321.539	336.480	336.568	358.821	327.139
davon Kongresse und Tagungen	172.646	134.446	149.493	147.318	148.781	145.642
davon sonstige Veranstaltungen	163.112	187.093	186.987	189.250	210.040	181.497

* hanseboot ancora boat show

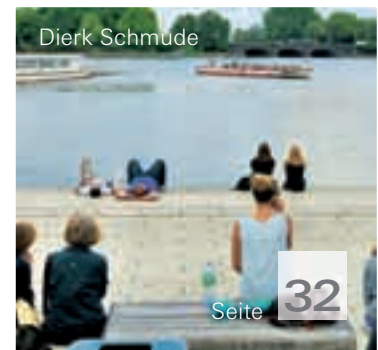
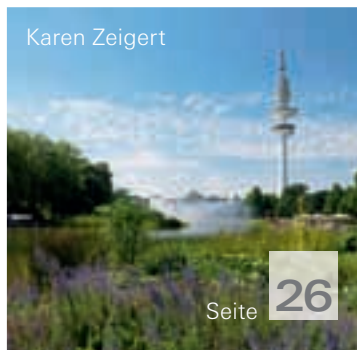
HMC – in Hamburg für Hamburg

44 Messen, 270 Kongresse, Tagungen, Hauptversammlungen und Konzerte, eine Million Besucher, mehr als eine halbe Million Übernachtungen Jahr für Jahr.

Die Hamburg Messe und Congress freut sich, mit ihren Veranstaltungen dazu beizutragen, Hamburgs Ruf als wichtige internationale Wirtschaftsmetropole und attraktives Touristenziel zu prägen und weiter auszubauen.



Inhalt



Kennzahlen

Eine Entwicklung der letzten sechs Jahre

04 Interview Geschäftsführung

08 Geschäftsleitung

10 Messeüberblick

16 Mitarbeiter im Porträt

Daniel Aalberts/Projektreferent

18 Gastveranstaltungen

Viel mehr als nur Fläche vermieten

22 Interview

Ein Gespräch mit Hamburgs Senator für
Wirtschaft, Verkehr und Innovation, Frank Horch

24 Im Gespräch

Der DBSV-Präsident Torsten Conradi über Schiffe,
das Segeln und die hanseboot

26 Mitarbeiter im Porträt

Karen Zeigert/Referentin Protokoll



Seavolution
Seite **34**



03

GESCHÄFTSBERICHT 2011
Inhalt

Social Media
Seite **38**



Nachtrag
Seite **52**

28 Windmetropole Deutschlands

32 Mitarbeiter im Porträt

Dierk Schmude/Tontechniker

34 Seavolution

Die HMC auf den Weltausstellungen

38 Social Media

Die HMC auf allen Kanälen

40 HMC Lageplan

42 Jahresabschluss 2011

42 Bilanz/Gewinn- und Verlustrechnung

43 Lagebericht 2011 (Kurzfassung)

48 Entsprechenserklärung

50 Bericht des Aufsichtsrates

52 Nachtrag

Was nach dem 31. Dezember 2011 geschah

Kontakt und Impressum



„Wir sind weiter
auf Wachstumskurs.“

Interview mit der Geschäftsführung

„Letztlich ist es so, dass die **jeweiligen Industrien bestimmen, wo Messen stattfinden**. Das wird bei den manchmal hitzig geführten Debatten um Messestandorte gern einmal vergessen.“

Die Hamburg Messe und Congress (HMC) hat 2011 erneut einen Umsatzrekord in einem ungeraden Jahr erzielt. Wie machen Sie das?

Bernd Aufderheide: Vor allem indem wir unsere Planungen konsequent umsetzen. Wir haben im Jahr 2005 unsere Ziele und Strategie bis zum Jahr 2016 definiert. Bislang hat die Umsetzung prima geklappt. In 2011 haben wir besonders in den Bereichen Service, CCH und Gastveranstaltungen sehr gute Ergebnisse erzielt.

Dr. Ulla Kopp: Umsatz ist wichtig, doch die Generierung von Umsatzwachstum ist noch wichtiger für die Erreichung unserer langfristigen Ziele. Parallel dazu überprüfen wir den Einsatz unserer finanziellen und personellen Ressourcen laufend kritisch. Es geht darum, diese dort einzusetzen, wo sie den größten Nutzen für das Unternehmen haben.

Was waren für Sie die herausragenden Ereignisse 2011?

Bernd Aufderheide: Herausragend war natürlich das deutliche Votum des Verband Deutscher Maschinen-

und Anlagenbau für Hamburg als Austragungsort einer international bedeutenden Windmesse. Letztlich ist es so, dass die jeweiligen Industrien bestimmen, wo Messen stattfinden. Das wird bei den manchmal hitzig geführten Debatten um Messestandorte gern einmal vergessen. Ein anderes Highlight, wenn auch nicht im streng geschäftlichen Sinne, war für mich der Showdown der beiden Schwergewichtsboxer Wladimir Klitschko und David Haye auf der Pressekonferenz vor ihrem Titelkampf im vergangenen Sommer, die in unseren Räumen stattgefunden hat.

Dr. Ulla Kopp: Ich habe mich persönlich sehr über die erfolgreiche Einführung von SAP in unserem Haus gefreut. Selbstverständlich ist die Optimierung interner Abläufe für Außenstehende nicht so spektakulär, in der Summe trägt sie aber deutlich zur Verbesserung der Profitabilität bei. Vergleichbares gilt auch für unsere effizienten Einkaufsprozesse. Gefreut hat mich außerdem, dass es gelungen ist, einige neue, spannende Gastveranstaltungen wie die transfairlog, eine Fachmesse für internationales Transport- und

Logistikmanagement, oder die World Travel Catering and Onboard Services Expo, eine Messe zum Catering in Flugzeugen, für 2012 nach Hamburg zu holen.

Sie sprechen die Gastveranstaltungen an, bei denen die HMC die Fläche, Know-how und Services bereitstellt, aber nicht selbst als Veranstalter auftritt. Welche Rolle spielen solche Veranstaltungen in Ihrem Portfolio?

Bernd Aufderheide: Gastveranstaltungen sind ein wichtiger Bestandteil unseres Portfolios. Einige wie beispielsweise die early bird, die ehemaligen Hamburger Einkaufstage, oder die Aircraft Interiors Expo sind schon seit vielen Jahren fix in unserem Veranstaltungsprogramm und prägen das Portfolio nicht unwesentlich.

Dr. Ulla Kopp: Wir hatten das Thema Wachstum ja bereits angesprochen. Gastveranstaltungen ermöglichen Wachstum in vergleichsweise kurzen Zeiträumen. So ist es uns in den vergangenen Jahren zunehmend gelungen, Gastveranstaltungen für Hamburg zu gewinnen, die einen

„Sehr erfolgreich waren wir 2011 im CCH, wo wir einen ganz klaren **Schwerpunkt auf die Akquisition von Tagungen und Kongressen** mit zwischen 1.500 und 8.000 Teilnehmern gelegt haben.“

engen Bezug zu den von Hamburg besonders geförderten Wirtschaftsklustern haben. Ich denke beispielsweise an die Themen Luftfahrt, erneuerbare Energien oder Medien.

Welche Herausforderungen gab es 2011?

Bernd Aufderheide: Das Messe- und Kongressgeschäft ist vielseitig, da ist es schwer, einzelne Themen hervorzuheben. Sicherlich war es wieder eine besondere Herausforderung, den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der Expo 2012 in Yeosu/Korea vorzubereiten. Und eine dauerhafte Herausforderung bleibt die Umsetzung unserer bereits erwähnten Strategie ...

Dr. Ulla Kopp: ... mit dem Ziel eines profitablen Wachstums. Sehr erfolgreich waren wir damit in 2011 beispielsweise im CCH, wo wir einen ganz klaren Schwerpunkt auf die Akquisition von Tagungen und Kongressen mit zwischen 1.500 und 8.000 Teilnehmern gelegt haben.

Bernd Aufderheide: Kleine Veranstaltungen mit bis zu 500 Teilnehmern

haben wir an das Hamburg Convention Bureau verwiesen. Letztlich konnten wir die Zahl der Teilnehmer an Kongressen und Tagungen gegenüber dem Vorjahr um mehr als 38.000 steigern. Davon profitieren nicht nur wir, sondern viele Unternehmen in der Stadt.

Wie meinen Sie das?

Bernd Aufderheide: Es gibt eine Studie des Münchener ifo Instituts für Wirtschaftsforschung aus dem Jahr 2010, wonach die Besucher der Veranstaltungen im CCH jährlich noch einmal rund 100 Millionen Euro für Taxifahrten, Restaurantbesuche, Übernachtungen und anderes in Hamburg ausgeben. Mit durchschnittlich 436 Euro pro Person geben Kongress- und Tagungsbesucher besonders viel aus. Auch deshalb ist die Steigerung der Teilnehmerzahl in diesem Bereich so erfreulich.

Dr. Ulla Kopp: Die Veranstaltungen im CCH sichern indirekt rund 1.780 Arbeitsplätze in Deutschland. Wichtiger ist mir aber, dass das CCH mit seinen Veranstaltungen eine Botschafterin der Stadt ist ...

Bernd Aufderheide: Ja, das gilt für große Hauptversammlungen und Medizinerkongresse ebenso wie für große Publikumsveranstaltungen wie den Deutschen Seniorentag in 2012 oder den Evangelischen Kirchentag und die International Lions Convention in 2013, zu denen jeweils mehrere Zehntausend Besucher erwartet werden.

Was erwarten Sie für 2012?

Dr. Ulla Kopp: Erneut den höchsten Umsatz und das beste operative Ergebnis in der Geschichte des Unternehmens sowie weiterhin die erfolgreiche Umsetzung unserer Ideen.

Bernd Aufderheide: Da kann ich nur beipflichten. Besonders das zweite Halbjahr 2012 wird aufgrund der schnellen Abfolge einiger großer Veranstaltungen zu einer wirklichen Herausforderung für alle unsere Mitarbeiter, denen ich an dieser Stelle noch einmal ganz besonders danken möchte.



1



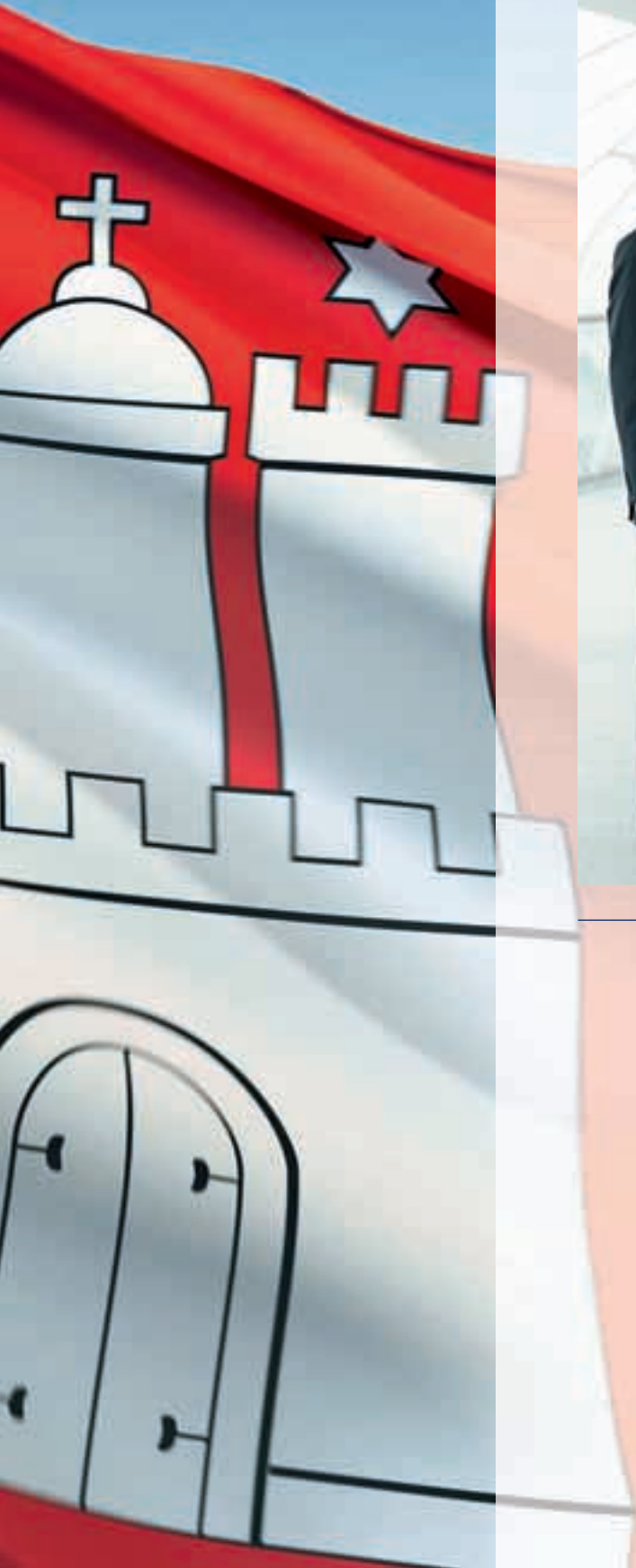
2

1 Bernd Aufderheide
2 Dr. Ulla Kopp

Hamburg Messe und Congress:

Die Geschäftsleitung







von links nach rechts:

Dr. Philipp Steinwarder:

Unternehmensbereichsleiter
Unternehmensentwicklung

Lars Kanbach:

Unternehmensbereichsleiter
Technik und Infrastruktur

Birgit Czernotzky:

Unternehmensbereichsleiterin
Marketing

Bernd Aufderheide:

Vorsitzender der Geschäfts-
führung

Dr. Ulla Kopp:

Geschäftsführerin

Edgar Hirt:

Unternehmensbereichsleiter
Kongresse und Veranstaltungen

Silke Reuter:

Unternehmensbereichsleiterin
Messen und Ausstellungen

Michael Strohmenger:

Unternehmensbereichsleiter
Personal und Rechnungswesen

mineralien hamburg

Die Deutschland-Premiere der Riesen-Donnerechse „Suwassea“, das größte fossile Ei der Welt und ein König „zum Anfassen“ – die mineralien hamburg 2011 präsentierte sich als Schau der Sensationen. Mehr als 21.000 Besucher aus dem In- und Ausland kamen an drei Veranstaltungstagen zu Nordeuropas größter Mineralienbörse. König Bansah, Oberhaupt des Gottesreichs Gbi in Ghana, informierte auf der mineralien über aktuelle Hilfsprojekte seiner Stiftung und repräsentierte zugleich die diesjährige Sonderschau „Afrika – Expedition ins Land der edlen Steine“. Hier wurden beeindruckende Stücke aus der Heimat der wertvollsten Edelsteine der Welt gezeigt. Das weltgrößte fossile Ei, das des Elefantenvogels mit 31 Zentimetern Größe, war ebenfalls ein Publikumsmagnet. Auch die Aussteller zogen ein sehr positives Fazit. Denn den günstig gelegenen Termin am zweiten Adventswochenende nahmen viele Besucher zum Anlass für einen Weihnachtseinkauf der besonderen Art in den Messhallen.

www.mineralien-hamburg.de



INTERNORGA

Die INTERNORGA 2011 hat erneut ihre Bedeutung als Europas wichtigste und größte Fachmesse für den Außer-Haus-Markt bestätigt. Rund 100.000 Fachbesucher informierten sich auf der 85. Internationalen Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien über die Neuheiten, Konzepte und Komplettlösungen der ausstellenden Unternehmen. Mit 1.123 Ausstellern aus 27 Ländern verbuchte die INTERNORGA eine Rekordbeteiligung. Wegen der großen Nachfrage nach Ausstellungsfläche wurde erstmals eine zusätzliche Leichtbauhalle für den Bäckerei- und Konditoreibedarf errichtet.

Die Konjunktur in Gastronomie und Hotellerie hatte sich zur INTERNORGA 2011 spürbar aufgehellt. Die positive Stimmung in der Branche und das umfassende Messeangebot schlugen sich auch in sehr guten Geschäften bei den Ausstellern nieder, wie eine Befragung ergab. Mehr als die Hälfte der Einkäufer ließ sich spontan von den Angeboten der Aussteller überzeugen und entschloss sich zu ordern.

Insbesondere das Interesse an neuen Produkten und innovativen Ideen war groß. Dem trug die INTERNORGA mit einer Newcomer's Area für Neueinsteiger in den Außer-Haus-Markt Rechnung, die 2011 in ihrer zweiten Auflage noch erweitert und internationalisiert wurde.

Neue Akzente setzte die INTERNORGA ebenfalls mit dem ersten INTERNORGA Zukunftspreis für Nachhaltigkeit. Hier wurden ausstellende Unternehmen prämiert, die sich durch besonders nachhaltige Produkte oder Verfahrensweisen auszeichnen.

Das INTERNORGA-Forum Schulcatering feierte sehr erfolgreich Premiere. Die Veranstaltung, die das Thema Verpflegung für Schulen und in Kindergärten umfassend beleuchtet, zog mit rund 400 Teilnehmern aus dem Stand doppelt so viele Teilnehmer an wie erwartet. Das Forum wird künftig fester Bestandteil der europäischen Leitmesse sein. www.internorga.com

Aircraft Interiors Expo

Die Aircraft Interiors Expo zog im April 2011 wieder hochkarätige Einkäufer und Entscheider der Luftfahrtindustrie auf das Gelände der Hamburg Messe und Congress. Die Industrie nutzte dort die Möglichkeit, die neuesten Produkte und Dienstleistungen rund um die Flugzeuginnenausstattung zu präsentieren. Als Folge der Investitionszurückhaltung während der Wirtschaftskrise 2009/10 bestand bei vielen Firmen der Luftfahrtbranche Nachholbedarf.

Das Interesse an der Veranstaltung war entsprechend groß. Zu den Trends gehörten neue Business Class-Bestuhlungen und fortgeschrittene Inflight-Entertainment- und Konnektivitätssysteme. Im Rahmen der Expo wurde erneut der „Oscar“ der Branche, der Crystal Cabin Award für innovative Produkte und Konzepte in der Flugzeuginnenausstattung, vergeben.

www.aircraftinteriorexpo.com/de/



REISEN HAMBURG

Mit dem neuen Messekonzept ist die REISEN HAMBURG 2011 bei den Besuchern auf ein sehr positives Echo gestoßen. Das Schwerpunktthema „Outdoor-Welt“, die mit dem Globetrotter Abenteuercamp, mit Equipment für Wandern, einem erweiterten Radbereich und vielen Spezialreise-Veranstaltern eine gesamte Halle füllte, erwies sich als erfolgreicher Schritt, die Outdoor-Sparte auf der traditionsreichen Reisemesse zu etablieren und neue Zielgruppen in die Messehallen zu bringen. Insgesamt präsentierten rund 900 Aussteller aus 70 Nationen ihre Neuheiten für Ferien und Freizeit in Deutschland und der ganzen Welt. Am größten war das Interesse der Besucher an Städtereisen, Aktivurlaub und Strandferien. Auch die Fernreisen stießen auf große Nachfrage. Aussteller aus dem Caravanning-Bereich zeigten sich ebenfalls sehr zufrieden mit dem fachkundigen und kaufkräftigen Publikum.

www.reisenhamburg.de

COTECA Hamburg

Hamburg ist europäischer Hauptumschlagplatz für Tee, Kaffee und Kakao. Die COTECA unterstreicht als internationale Kontaktplattform die Bedeutung des Branchenstandorts. Für die nächste Ausgabe der Veranstaltung im September 2012 wurden im vergangenen Geschäftsjahr entscheidende Weichen gestellt. Die COTECA holte sich den October Multimedia Verlag als starken Partner an Bord. Der Verlag ist Herausgeber des führenden Fachmagazins für Tee und Kaffee in Asien – „Tea & Coffee Asia“ – sowie des neuen globalen Magazins STiR. Sein umfassendes internationales Netzwerk macht den Verlag zum idealen Partner für die gezielte Ansprache der Branchen weltweit. Als ideelle Träger konnten der Deutsche Kaffeeverband und der Deutsche Teeverband gewonnen werden.

www.coteca-hamburg.com



Mit der Fokussierung auf Gastveranstaltungen, den Ausbau der Eigenveranstaltungen und die Weiterentwicklung von hochspezialisierten Fachmessen konnte im ungeraden Messejahr 2011 an die erfolgreichen Vorjahre angeknüpft werden.



GET Nord

Die GET Nord ist deutschlandweit die einzige gemeinsame Fachmesse für die Elektro-, Sanitär-, Heizungs- und Klimabranche und trägt so den Entwicklungen in der technischen Gebäudeausrüstung Rechnung, die ohne die Vernetzung der Gewerke und die Einbindung von Regelungstechnik und Energieversorgung nicht mehr denkbar ist. In 2011 wurde intensiv an der thematischen Ausgestaltung der GET Nord 2012 gearbeitet, die vom 22. bis 24. November 2012 stattfindet. Bereits zum dritten Mal können sich Fachbesucher dann über den neuesten Stand der Gebäudetechnik und energieeffiziente Lösungen und Einsatzmöglichkeiten für erneuerbare Energien in der technischen Gebäudeausrüstung informieren. Energieeffizienz wird eines der Hauptthemen auf der Messe sein. www.get-nord.de



acqua alta

Unter dem aktuellen Eindruck der Flutkatastrophe in Südostasien fand die acqua alta, Fachmesse mit internationalem Kongress für Klimafolgen, Hochwasserschutz und Wasserbau, im CCH – Congress Center Hamburg statt. Drei Tage lang präsentierten mehr als 70 Referenten aus 13 Nationen neueste Forschungsergebnisse und diskutierten über Anpassungsstrategien sowie konkrete Maßnahmen insbesondere für den Hochwasser- und Küstenschutz. Mit 39 Prozent Fachbesucheranteil aus dem Ausland war die acqua alta 2011 internationaler als die Vorveranstaltungen und zeigte damit erneut, dass die Veranstaltung für Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlicher Hand ein wichtiges Forum für intensiven Wissenstransfer und Networking ist. www.acqua-alta.de

Seatrade Europe

Die guten Wachstumsaussichten und der Optimismus der Kreuzfahrtbranche prägten auch die Kongressmesse Seatrade Europe im September 2011. 250 Aussteller aus 50 Nationen, steigende Besucherzahlen sowie viele neue Programmpunkte haben die Position der Seatrade Europe als europäische Leitmesse der Kreuzfahrtbranche weiter gestärkt. Auch der River Cruise Day, eine Konferenz rund um Flusskreuzfahrten, wurde hervorragend aufgenommen. Neue Akzente wurden zudem mit dem ersten Supplier Workshop gesetzt, bei dem sich mehr als 120 Lieferanten den Chefeinkäufern der weltweit führenden Werften der Branche vorstellen konnten.

www.seatrade-europe.com



H2Expo

Zwei Tage lang informierten sich Experten aus Industrie, Forschung und Politik Anfang Juni auf der H2Expo 2011 über die neuesten Entwicklungen im Bereich der Wasserstoff- und Brennstoffzellen-Technologie sowie der elektrischen Antriebe. Insbesondere Anwendungen in der Schifffahrt und der Luftfahrt stießen bei der 8. Internationalen Konferenz und Fachmesse auf großes Interesse. Die Infrastruktur, die für den Einsatz der Technologien erforderlich ist, und der Bereich der Elektromobilität standen ebenfalls im Fokus. 70 Referenten aus elf Ländern gaben einen Überblick über die neuesten Trends und Projekte weltweit. www.h2expo.de



goodgoods Hamburg

Ökologisch und verantwortungsbewusst, gleichzeitig aber auch begehrenswert, smart und hochwertig: So präsentierten die Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen Ende Mai auf der ersten Messe für nachhaltigen Konsum in Hamburg. Das Interesse an der neuen Veranstaltung war groß: Rund 10.000 Besucher nutzten die Gelegenheit, sich über Nachhaltigkeit in den verschiedensten Bereichen des Lebens – vom Wohnen über Technologie, Mobilität, Ernährung, Gesundheit bis zu Business-Themen – zu informieren und einzukaufen. Zwischen Ausstellern, Fachleuten und Besuchern fand ein reger Austausch zu Themen wie „green fashion“, „ökologischem“ Design, umweltverträglichen Produktionsweisen oder nachhaltiger Finanzierung statt. www.goodgoods.de



HAFENGEBURTSTAG

Der 822. HAFENGEBURTSTAG HAMBURG war der erfolgreichste aller Zeiten und etablierte sich damit auch 2011 weiter als international bedeutendes maritimes Volksfest und wichtiger Wirtschaftsfaktor der Hansestadt. Blauer Himmel, strahlender Sonnenschein und ein umfassendes maritimes Programm zogen mehr als 1,5 Millionen begeisterte Besucher in den Hamburger Hafen. Auf rund sechs Kilometern Länge von der HafenCity bis zum Museumshafen Oevelgönne bot das größte Hafenfest der Welt den Gästen aus dem In- und Ausland abwechslungsreiche Unterhaltung. Als ranghöchster Vertreter des Partnerlandes verlieh Kronprinz Haakon von Norwegen der Eröffnung royales Flair.

Seit 1994 organisiert die Hamburg Messe und Congress den HAFENGEBURTSTAG HAMBURG als Durchführungsgesellschaft im Auftrag der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation der Freien und Hansestadt Hamburg.

www.hamburg.de/hafengeburtstag



HansePferd Hamburg

Nur alle zwei Jahre wird das Hamburger Messegelände zum Mekka der Pferdefreunde im Norden. In 2011 liefen die Vorbereitungen für die HansePferd Hamburg 2012 auf Hochtouren. Zu Nordeuropas bedeutendster Ausstellung für den Pferdesport meldeten sich 450 Aussteller mit einem hochwertigen Sortiment an Produkten und Dienstleistungen an.

Ein unverwechselbares Markenzeichen der HansePferd ist die einzigartige Produktvielfalt aus den Bereichen Freizeitreiten, Westernreiten, Dressur-, Spring-, Vielseitigkeits-, Fahr-, Polo- und Rennsport, Voltigieren, Trekking und Wanderreiten. Publikumsmagnete sind auch das fachliche Rahmenprogramm und die großen GalaShows an den Messeabenden. „NO LIMITS“ war das Motto der großen GalaShow an den Messeabenden. Die Veranstaltung im April 2012 endete mit Bestnoten – sehr zufriedene Aussteller freuten sich über interessierte, fachkundige und kauffreudige Besucher.

www.hansepferd.de

SMM

Mit den vier Schwerpunktthemen Umwelt, maritime Sicherheit, Finanzierung und Offshore wurde die SMM Hamburg in 2011 als Weltleitmesse der maritimen Wirtschaft neu positioniert. Damit wird der Branchenentwicklung Rechnung getragen, dass Reederei sowie Spezialschiffahrt in der Branche eine immer größere Rolle spielen und die einzelnen Bereiche sich immer mehr miteinander verzahnen. Als Premieevent wird der gmec – global maritime environmental congress in 2012 im Rahmen der SMM integriert. In diesem Rahmen werden die wesentlichen Themen und Entwicklungen rund um umweltgerechte Schifffahrt diskutiert. Ebenfalls in die SMM integriert wurde die MS&D – Maritime Security & Defence als hochrangige Konferenz.

In der Kommunikation und im Besucherservice geht die SMM ebenso wie andere Veranstaltungen der Hamburg Messe und Congress GmbH neue Wege. Die SMM ist insbesondere im internationalen Bereich erfolgreich im Social Web aktiv. In Business-Netzwerken wird der Kontakt zu Ausstellern und Besuchern intensiv gepflegt. Auch im sozialen Netzwerk facebook positioniert sich die SMM international und stößt dabei insbesondere in den wichtigen Zukunftsmärkten wie Brasilien oder Indien auf große Resonanz. Für die Besucher der SMM Hamburg 2012 wird eine App entwickelt, die mobil einen kompletten Überblick über die Veranstaltung und viele weitere Services bietet.

In 2011 wurden die SMM India und die SMM Istanbul durchgeführt. Die beiden internationalen Veranstaltungen fanden unter unterschiedlichen Vorzeichen statt. Die Messe in der türkischen Metropole präsentierte sich qualitativ hochwertig, die Zahl der Aussteller und der Besucher war jedoch deutlich von der Branchenkrise beeinträchtigt, die gerade das Land am Bosphorus hart getroffen hat. Jetzt wird unter Berücksichtigung der Marktentwicklung an einer Weiterentwicklung der Veranstaltung gearbeitet.

Die SMM India stieß auf sehr positive Resonanz. Auch die sehr gute Zusammenarbeit mit dem indischen Partner trug zum Erfolg der Messe in der Wirtschaftsmetropole Mumbai bei.

Als Folge des internationalen Engagements präsentieren sich Aussteller aus diesen beiden wichtigen Zukunftsmärkten noch stärker als bisher auf der SMM Hamburg im September 2012. www.smm-hamburg.de



92 Prozent der **hanseboot-Besucher** sind **aktive Wassersportler**, die vor allem in **Ost- und Nordsee** unterwegs sind.



hanseboot

Die hanseboot ist das Highlight für aktive Wassersportler und der beste Zeitpunkt für einen Bootskauf. Das bestätigte sich erneut auf der 52. Internationalen Bootsmesse Hamburg Ende Oktober 2011, auf der rund 700 Werften und Yachthändler sowie Hersteller und Anbieter von Ausrüstung, Zubehör und Dienstleistungen ihre Angebote rund um den Wassersport präsentierten. Bei Segel- und Motoryachten wie auch bei Ausrüstung und Zubehör wurden viele Premieren und Innovationen gezeigt.

Zu den Höhepunkten im Rahmenprogramm zählten das Indoor Strandsegeln, die hanseboot academy-Kurse und die Vorträge auf der „meet the

experts“-Bühne. Auch die neue hanseboot Show arena mit einem zweiten Wasserbecken war gut besucht.

Von den Ausstellern wurde die hohe Fachlichkeit des Publikums erneut sehr gelobt. 92 Prozent der Besucher sind aktive Wassersportler, die auch im Mittelmeer, vor allem aber in Ostsee und Nordsee sowie in den Binnenrevieren Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg/Berlin unterwegs sind.

Parallel wurde in 2011 bereits an der Weiterentwicklung der hanseboot intensiv gearbeitet. Die aktiven Wassersportler stehen auf Besucherseite im Fokus. Ihnen sollen in den Hallen

noch mehr Boote gezeigt werden. In Kommunikation und Ausrichtung wird sich die hanseboot auf Ost- und Nordsee sowie auf die Reviere im Norden Europas konzentrieren. Mit ihren „Leuchttürmen“ präsentiert die hanseboot sich während des Jahres auch direkt vor Ort. Auf der hanseboot ancora boat show können die Besucher in Neustadt an der Ostsee Boote in ihrem Element besichtigen und prüfen. Auf der Warnemünder Woche und der Flensburger Fördewoche ist die hanseboot aktiver Hauptsponsor. Auch in Hamburg selbst soll 2012 viel mehr von der hanseboot zu sehen sein.

www.hanseboot.de

MS&D

1.400 Teilnehmer aus allen Kontinenten kamen im Juni zur MS&D 2011 nach Hamburg, um sich über aktuelle Themen und Entwicklungen der maritimen Sicherheit zu informieren und auszutauschen. Darunter befanden sich 19 internationale Navy-Delegationen. Mit ihrer hochkarätigen, internationalen Fachkonferenz hat sich die MS&D damit als die deutschlandweit zentrale Diskussions- und Informationsplattform

für sicherheitsrelevante Themen im maritimen Sektor auf politischer, militärisch-strategischer und industrieller Ebene weiter profiliert. Um insbesondere die begleitende Ausstellung weiter zu qualifizieren und mit der Industrie noch enger zu verzahnen, wurde beschlossen, die MS&D künftig im Rahmen der SMM – Shipbuilding, Machinery & Marine Technology durchzuführen.

www.msd-smm.com





Daniel Aalberts/Projektreferent:

„Es ist toll, eine Messe
wachsen zu sehen“



59,1

Mio. EUR Umsatz

Wer Daniel Aalberts zuhört, wenn er von der Seatrade Europe spricht, merkt sofort, die Arbeit ist für den Projektreferenten weit mehr als ein Job. „Ich betreue die Seatrade Europe rundum, kümmere mich um alles, was anfällt. Es ist toll, so eine Messe wachsen zu sehen“, sagt der 29-jährige Wahlhamburger, der ursprünglich aus Ostwestfalen stammt, über die Veranstaltung, die seit 2007 in Kooperation mit Seatrade Communications durchgeführt wird. Mit seinem Engagement und seiner Expertise trägt er maßgeblich dazu bei, dass die alle zwei Jahre stattfindende Fachmesse kontinuierlich mehr Aussteller und Besucher verzeichnen kann. „Wenn man eine noch relativ junge Messe betreut, dann kann man besonders viele neue Ideen und Maßnahmen entwickeln. Man kann gestalten. Das macht natürlich Spaß, vor allem, wenn die Strategie fruchtet und die Messe ein Erfolg wird“, betont Aalberts.

So sicher er sich auf dem Messeparkett und im Umfeld seiner Kunden aus der Kreuzfahrtbranche fühlt: Privat kann er sich zurzeit noch nicht vorstellen, an Bord eines der großen Ozeanriesen zu gehen. „Ich werde sehr schnell seekrank“, gibt Daniel Aalberts lachend zu. Sehr wohl fühlt er sich hingegen beim Fußballspielen. Wann immer





Daniel Aalberts
Projektreferent

es seine Zeit erlaubt, kickt er im Hamburger Stadtpark. Der liegt direkt vor seiner Haustür. Seine Fußballkünste stellt er auch in den Dienst des Fußballteams der Hamburg Messe und Congress, und zwar als Torwart. Beim bundesweiten Turnier der Messegesellschaften in Essen reichte es für die Elf aus Hamburg 2011 immerhin zum fünften Platz. „Da ist eindeutig noch Luft nach oben“, zeigt sich Daniel Aalberts optimistisch.

Gelernt hat er das Messewesen von der Pike auf: Seine Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann hat er bei der Hamburg Messe und Congress absolviert und im Januar 2010 abgeschlossen. Als Projektreferent ist er auch für die INTERNORGA zuständig. Die europäische Leitmesse für Außer-Haus-Gastronomie lockt jährlich etwa 1.000 Aussteller und 100.000 Fachbesucher an. Daniel Aalberts organisiert den Küchentechnik-Bereich, in dem zum Beispiel Herde, Spülmaschinen, Kühlschränke und Messer ausgestellt werden. Sein Aufgabenbereich ist breit gefächert: Er reicht von der Beratung der Kunden vor und während der Messe über die Akquise neuer Kunden bis hin zur Hallenaufplanung und Organisation vor Ort. „Bei allen Aktivitäten gilt es, ruhig zu bleiben, den Überblick zu bewahren und ein Gespür für die Bedürfnisse der Aussteller zu entwickeln“, so seine Erfahrung.

Bei der Planung einer Messe sei immer auch eine Menge Fingerspitzengefühl und Strategie im Spiel: Schließlich hängt für jeden Aussteller viel von der optimalen Platzierung ab. Seine taktischen und analytischen Fähigkeiten kommen Daniel Aalberts aber nicht nur im Beruf, sondern auch beim Pokern, seiner zweiten Leidenschaft neben dem Fußball, zugute. Er ist Mitglied der Betriebssportgruppe „Pokern“ und hat das vergangene Jahr mit einem beachtlichen dritten Rang auf der Jahrestabelle abgeschlossen. Zwei gelungene Messen, ein dritter und ein fünfter Platz: Daniel Aalberts' Lagebericht für 2011 fällt somit rundum positiv aus. Aber auch hier gibt es noch Luft nach oben.



Viel mehr als nur Fläche vermieten

Um interessante Gastveranstaltungen buhlen die attraktivsten Städte Europas – Hamburg ist dabei

Wien, Barcelona, Amsterdam, Genf – die Liste der Wettbewerber ist lang, wenn es darum geht, attraktive Gastveranstaltungen für den Standort Hamburg zu gewinnen. „Die Innenstadtlage mit den Hotels, Restaurants, Einkaufsmöglichkeiten und dem Park Planten un Blomen ist für uns unbezahlbar, um Veranstalter für Hamburg zu begeistern“, sagt Heike Schlimbach, Geschäftsbereichsleiterin hanseboot und Gastveranstaltungen bei der Hamburg Messe und Congress.

Anders als bei sogenannten Eigenveranstaltungen, die von der HMC organisiert und durchgeführt werden, geht es bei den Gastveranstaltungen zunächst darum, einem Veranstalter das Gelände oder einzelne Hallen zu vermieten. „Man muss nicht ganz so tief im Thema der ➔





jeweiligen Messe sein, dennoch sind wir weit mehr als reine Flächenvermieter.“ Denn der Veranstalter muss die Argumente an die Hand bekommen, die für seine Kunden – die Aussteller – entscheidend sind, um sich an einer Messe zu beteiligen. Und das ist neben einer perfekten Infrastruktur und anderen wichtigen Standortfaktoren vor allem die Gewissheit, die richtigen Besucher zu treffen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Gastveranstaltungen kennen daher nicht nur das Gelände genau, sie sind auch mit der Stadt bestens vertraut und arbeiten eng mit der Hamburgischen Gesellschaft für Wirtschaftsförderung (HWF), dem Clustermanagement, dem Hamburg Airport, dem Hamburg Convention Bureau (HCB), den Verkehrsbetrieben, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) sowie vielen weiteren Institutionen zusammen. Über die Zahl der Hotelbetten sind sie ebenso informiert wie über das aktuelle kulturelle Angebot oder die neuesten Flugverbindungen.

Wichtigster Schwerpunkt ist die Akquise von großen internationalen **Business-to-Business-Veranstaltungen**.

Aber auch die Transportwege durch die Stadt sind ihnen bekannt, denn das Hamburger Messegelände ist mit seiner hohen Bodenbelastbarkeit und den Hallenhöhen auch für Investitionsgütermessen bestens geeignet. Selbst sehr große, schwere Maschinen können hier gezeigt werden, müssen allerdings auf speziellen Routen angeliefert werden, um nicht in zu engen Straßen oder unter Brücken stecken zu bleiben. „Es sind immer viele beteiligt, bevor eine Gastveranstaltung eröffnet werden kann. Nur gemeinsam mit der Stadt und ihren Einrichtungen gelingt es, unsere Kunden für den Standort Hamburg zu begeistern“, sagt Heike Schlimbach.

Noch stärker in den Fokus wird das Team „Gastveranstaltungen“ zukünftig das sogenannte Kurzfristgeschäft nehmen. Das sind Veranstaltungen, die im Anschluss an die Anfrage noch im laufenden Jahr durchgeführt werden sollen. Ein attraktives Geschäft, weil sich dadurch sehr flexibel zeitlich Lücken schließen lassen. Allerdings kann das Kurzfristgeschäft nicht im klassischen Sinne



1 Bei der einstigen Gastveranstaltung Aircraft Interiors Expo ist die HMC mittlere Kooperationspartner

2 Die Aircraft Interiors Expo ist die weltweit wichtigste Messe für die Innenausstattung von Flugzeugkabinen

3 Mit der EU PVSEC war auch die europäische Leitmesse für Photovoltaik mehrfach zu Gast in Hamburg

4 Zweimal im Jahr belegt die große Einkaufsmesse Early Bird die Messehallen

5 Auf dem Weg zum Star: Andrang beim Casting für die TV-Talentshow X-Factor

6 FESPA Digital 2011: Die Messe der Druck- und Medienbranche, die in 2011 erstmalig in Hamburg stattfand, wurde zur am besten besuchten FESPA Digital aller Zeiten

vermarktet werden. Oft sind es Agenturen, die plötzlich Platz für ein Event benötigen. „Um dann angefragt zu werden“, so Schlimbach, „müssen wir einfach in den Köpfen der Agenturmitarbeiter verankert sein.“

Den weitaus wichtigsten Schwerpunkt bildet jedoch die Akquise großer internationaler Business-to-Business-Veranstaltungen, was in der Herangehensweise beinahe das Gegenteil des Kurzfristgeschäftes ist. Manchmal dauert es Jahre, bis Messen wie die IFRA Expo, die FESPA Digital oder die European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition (EU PVSEC) für den Standort Hamburg gewonnen werden können. „Für die transfairlog, eine Fachmesse für internationales Transport- und Logistikmanagement, haben wir mit großer Unterstützung der Stadt, insbesondere der Logistik Initiative, beispielsweise vier Jahre lang gearbeitet. 2012 findet sie endlich bei uns statt“, freut sich Heike Schlimbach über einen der jüngsten Erfolge.



„Visitenkarte für die Stadt“

Ein Gespräch mit Hamburgs Senator für Wirtschaft, Verkehr und Innovation, Frank Horch

Welche Bedeutung hat die Hamburg Messe und Congress für die Stadt?

Im deutschen und internationalen Standortwettbewerb der Metropolregionen spielt die Hamburg Messe und Congress für uns eine ganz entscheidende Rolle.

Für viele Besucher, die aus Anlass von Messen und Veranstaltungen nach Hamburg kommen, übernimmt das Unternehmen die Rolle einer Visitenkarte, die nach Möglichkeit die Modernität, Prosperität und Weltoffenheit unserer Stadt widerspiegeln sollte.

Oft entscheidet sich hieran, ob die Besucher wiederkommen wollen. Doch wir wollen ja nicht nur das gute Image Hamburgs erfolgreich transportieren, sondern auch geschäftliche Kontakte herstellen, sie vertiefen und letztlich so den Wirtschaftsstandort Hamburg stärken. Dies gilt insbesondere auch für diejenigen Wirtschaftszweige, die im Mittelpunkt der Wirtschafts-

politik des Senats stehen wie z.B. die Luftfahrtindustrie, die maritime Industrie oder die erneuerbaren Energien.

Was macht aus Ihrer Sicht den Messestandort Hamburg aus?

Viele unserer Wettbewerber in anderen Städten haben ähnlich wie wir in den letzten Jahren erheblich in den Ausbau und die Modernisierung ihrer Messe- und Kongressfazilitäten investiert. Unsere Investitionen der vergangenen Jahre sind daher keine hamburgische Besonderheit, sondern waren dem Wettbewerb geschuldet, der sich zwischen den Messe- und Kongressstandorten erheblich intensiviert hat. Was die Hamburg Messe und Congress jedoch auszeichnet, ist die besondere Lage inmitten der Stadt bei gleichzeitig exzellenter Verkehrsanbindung mit dem Auto, der Bahn oder dem Flugzeug. Und hier haben wir Standortvorteile gegenüber Konkurrenten. Diese sollten wir in Zukunft noch stärker nutzen.

Wie wirken sich internationale, nationale und regionale Fachmessen auf die Wirtschaft der Hansestadt und der Region aus?

Fachmessen mögen im Vergleich zu Publikumsmessen nicht dieselbe öffentliche Aufmerksamkeit erfahren, oft sind sie aber für die Wirtschaft unserer Metropolregion ungleich wichtiger.

Unternehmen und Bürger profitieren in vielfältiger Weise von der Existenz einer wettbewerbsfähigen Messe- und Kongressgesellschaft, nicht zuletzt auch von der damit verbundenen kaufkräftigen Nachfrage in unserer Hotellerie, Gastronomie, im Einzelhandel und verschiedenen anderen Dienstleistungen.

Dieser Kaufkraftzufluss hat bei Fachmessen gegenüber Publikumsmessen eine wesentlich höhere Bedeutung.

Wie wichtig ist ein international renommiertes Kongresszentrum wie das CCH für eine Metropole wie Hamburg?

Es gibt nach meiner Einschätzung nicht nur in Senat und Bürgerschaft, sondern auch in der Bevölkerung einen breiten Konsens, dass wir das CCH als international renommiertes Kongresszentrum erhalten wollen. Vor dem Hintergrund der hohen Investitionen, die mit einer umfassenden Revitalisierung unseres Kongresszentrums verbunden sein werden, und angesichts gewandel-

ter Anforderungen unserer Kunden bedarf es jedoch einer sorgfältig vorbereiteten Entscheidung über das weitere Vorgehen. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Im Hinblick auf die Hamburg Messe und Congress wäre für mich eine weitere Bedeutungszunahme und eine noch erhöhte Wahrnehmung im internationalen Wettbewerb das Ziel. Der einzigartige Standortvorteil einer citynahen Lage sollte zu

diesem Zweck nicht nur weiterhin gepflegt, sondern auch möglichst offensiv nach außen kommuniziert werden. Dies kann nur gelingen, wenn kontinuierlich investiert und modernisiert wird.

In Zeiten knapper öffentlicher Mittel wird es dabei insbesondere darauf ankommen, ob die Hamburg Messe und Congress die notwendigen Investitionen tatsächlich auch erwirtschaften kann. Hierin sehe ich die besondere Herausforderung, vor die das Unternehmen langfristig gestellt ist.

„Es gibt nach meiner Einschätzung nicht nur in Senat und Bürgerschaft, sondern auch in der Bevölkerung **einen breiten Konsens**, dass wir das CCH als **international renommiertes Kongresszentrum** erhalten wollen.“

Frank Horch
Senator für Wirtschaft, Verkehr und Innovation





Wenn der Wind von vorne weht

Der DBSV-Präsident Torsten Conradi über Schiffe, das Segeln
und die hanseboot

Wenn Torsten Conradi durch die Panoramasscheibe seines Büros am alten Vorhafen von Bremerhaven auf die Wesermündung blickt, ist Zuhause in jede Richtung. „Ich bin in Bremen geboren. Das liegt links. Zur Hälfte komme ich aber von Helgoland – und das ist rechts“, sagt der Mitinhaber des weltberühmten Konstruktionsbüros für Rennyachten *judel/vrolijk & co* und lässt augenzwinkernd offen, wie genau der Zuhörer sich das nun vorstellen muss.

beispielsweise aus den Niederlanden besonders attraktiv“, sagt er.

Für die nahe Zukunft hat er ein klares Ziel vor Augen: Er will die immer zahlreicher gewordenen kleinen Ausstellungen im Einzugsgebiet wieder auf der hanseboot zusammenführen. „In den vergangenen, wirtschaftlich nicht leichten Jahren sind die Kosten für Messeauftritte bei Ausstellern noch stärker zum Thema geworden. Das

„Die hanseboot hat einen super Termin, tolle Reviere im Einzugsgebiet und mit Hamburg einen herausragenden Austragungsort.“

Sicher ist, vor Helgoland wurde die Segelleidenschaft des erfolgreichen Yachtdesigners geweckt. Hier stieg er zum ersten Mal in einen Optimisten und hier liegt noch heute sein Boot – die „ESTA“, 37 Fuß lang, aus Mahagoni und 1986 selbst gebaut. „1986 war ein einschneidendes Jahr: Ich habe geheiratet, mein eigenes Boot zu Wasser gelassen und bin Partner bei *judel/vrolijk* geworden“, sagt der begeisterte Regattasegler, zu dessen Kunden auch die Segel-Ikone Hans-Otto Schümann und das spanische Königshaus zählen.

Viele Siegerschiffe des Admiral's Cup in den 80er- und 90er-Jahren des letzten Jahrhunderts wurden in dem Ingenieurbüro konstruiert. „Manchmal war ein Boot von uns dabei, manchmal zwei, und es gab Siegerteams, in denen alle drei Boote von uns stammten“, sagt Conradi. „Eines der Siegerschiffe steht im Museum nebenan. Die ‚Diva‘ gehörte 1985 zu den Gewinnern. Das Ruder habe ich entworfen.“

Torsten Conradi ist Bootsbauer und Segler aus Leidenschaft. Und so ist es keine Überraschung, dass er sich in den 90er-Jahren in den Vorstand des Deutschen Boots- und Schiffbauer-Verbands (DBSV) „sabbeln“ ließ, wie er es ausdrückt. 2008 wurde er dort Präsident. „Wenn ich etwas mache, mache ich es richtig. Das gilt auch für die hanseboot“, sagt Conradi, der seit 2008 auch dem Beirat der großen deutschen Bootsmesse vorsitzt.

„Die Stärke der hanseboot ist, dass die Hansestadt geografisch das Tor nach Skandinavien und ins Baltikum ist. Die Messe ist dank ihrer Lage und Ausrichtung für kleine und mittlere Werften aus diesen Regionen, aber auch

hat besonders in Skandinavien dazu geführt, dass sich viele kleine Ausstellungen etabliert haben, um das Geld für lange Anreisen zu sparen.“

Aus Conradis Sicht eine Milchmädchenrechnung, denn kleine Ausstellungen haben ein geringeres Angebot und ziehen so weniger Besucher an. „Die Branche leidet unter zu vielen kleinen Messen. Ein zentraler Ausstellungs-ort wie die hanseboot ist deshalb nicht nur im Interesse der Besucher, sondern vor allem auch der Hersteller“, ist er überzeugt. „Es gab für unsere Branche schon leichtere Zeiten. Aber auch wenn der Wind von vorne weht, ist die hanseboot eine der wichtigsten ‚Ankerveranstaltungen‘ in Europa. Das werden wir in Zukunft noch deutlicher machen.“



1 Torsten Conradi will die vielen kleinen Ausstellungen in Nordeuropa wieder auf der hanseboot zusammenführen



Karen Zeigert/Referentin Protokoll:

„Ich bin hier genau
richtig“

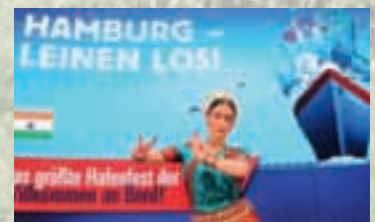


44

Messen und Ausstellungen

Messeluft hat Karen Zeigert schon früh geschnuppert. „Schon während meines Studiums der Rechtswissenschaften habe ich in Hamburg als Messe-Hostess gearbeitet. Das war eine tolle, vor allem aber eine sehr lehrreiche Zeit“, erzählt die gebürtige Hamburgerin mit den strahlend blauen Augen, die ursprünglich Anwältin werden wollte. Doch nach dem zweiten Staatsexamen kam es, wie so oft im Leben, ganz anders. Im Jahr 2004 begann sie als Aushilfe in einer Projektleitung bei der Hamburg Messe und Congress.

Ein Jahr später wurde ihr dann eine Stelle als Assistentin in der Abteilung Protokoll, Events und Rahmenprogramm angeboten. Karen Zeigert überlegte nicht lange – und sagte zu. Die Entscheidung habe sie nicht eine Minute bereut, sagt sie. Seit Mai letzten Jahres ist sie als Referentin Protokoll in der Abteilung tätig. Dort kümmert sie sich um die Organisation der Eröffnungsfeiern der verschiedenen Messen, um die Betreuung, die An- und Abreise der VIPs aus Politik und Wissenschaft, um Grußwortanfragen für Messekataloge sowie um die Vergabe von Jahres-Ehrenkarten. Darüber hinaus ist sie für die Platzierung der Gäste bei gesetzten Essen, für Rahmenprogramme,





Karen Zeigert
Referentin Protokoll

Pressebeobachtung und Messerundgänge zuständig. „Ich liebe das internationale Flair und den Kontakt zu Menschen aus so vielen Kulturen. Ich bin hier im Protokoll genau richtig und freue mich über jeden Gast, der zu uns kommt“, schwärmt die 40-Jährige.

Eines ihrer persönlichen Highlights im vergangenen Jahr war der Besuch des norwegischen Kronprinzen Haakon Magnus von Norwegen, der zur Eröffnung des HAFENGEBURTSTAGS HAMBURG in die Hansestadt kam. „Je höher eine Persönlichkeit gestellt ist, desto höher sind auch die Sicherheitsvorkehrungen, die wir zu treffen haben. Außerdem müssen immer eine Menge Extrawünsche abgeklärt werden“, berichtet Karen Zeigert. Sehr, sehr nett und extrem volksnah sei der Kronprinz gewesen, resümiert sie. Gute Nerven brauche man in ihrem Job. Zudem seien ein freundliches Auftreten, Serviceorientierung und die Fähigkeit, auf Menschen zuzugehen, ein absolutes Muss.

Zu den für sie besonderen Messen gehört die HansePferd. „Wenn die vielen Tiere zu uns auf das Gelände kommen, dann ist hier immer ordentlich etwas los“, schmunzelt Karen Zeigert. In ihrer Freizeit liest und reist sie gern oder sie trifft sich mit Freunden zum Flanieren und Kaffeetrinken an der Alster. Und in der Mittagspause zieht es sie, vor allem im Hamburger Sommer, mit den lieb gewonnenen Kollegen am liebsten zu Pflanzen und Blumen. Bei der Betreuung der Gäste hält sich Karen Zeigert stets hanseatisch vornehm im Hintergrund – das würde der Job mit sich bringen. Und was macht sie so richtig glücklich? „Wenn alles ineinandergreift und gut funktioniert! Das zeigt dann, dass das Protokoll gut gearbeitet hat.“

Windmetropole Deutschlands

Windenergie wird in Zukunft einen großen Beitrag zur Energieversorgung leisten. Hamburg ist bestens vorbereitet.

Die Zeichen stehen gut: Bis zum Jahr 2020 will die Bundesregierung als internationaler Vorreiter den Anteil der erneuerbaren Energien am gesamten Bruttostromverbrauch auf mindestens 30 Prozent steigern. Dabei gilt die Windenergie als Schlüsseltechnologie – sie nimmt zurzeit die Spitzenposition bei der Stromerzeugung aus erneuerbaren Energien in Deutschland ein. Doch ausgeschöpft ist das Potenzial noch lange nicht. Im Gegenteil: Weltweit gilt das Augenmerk verstärkt der Nutzung der Windenergie auf dem Meer (offshore), aber auch der weiteren Erschließung der Windenergienutzung an Land (onshore). ➔

Hamburg hat in den letzten Jahren stark vom Boom in der Windenergiebranche profitiert





Die Metropole Hamburg zwischen Nord- und Ostsee ist ein idealer Standort

Beim Kurs auf eine nachhaltige Energiepolitik kommt der Hansestadt Hamburg eine zentrale Rolle zu. Sie hat in den letzten Jahren stark vom Boom in der Windindustrie profitiert und sich zur Windmetropole Deutschlands entwickelt. Die Nähe zu den Offshore-Windfeldern in Nord- und Ostsee macht die Hansestadt zu einem idealen Standort für die Windenergiebranche. Dazu kommen Hamburgs hervorragende Infrastruktur, die vielfältige Forschungslandschaft und die hohe Lebensqualität.

Systems, auf dessen Initiative die Entscheidung für eine international konkurrenzfähige Windmesse in Hamburg gefallen ist.

Denn der Messestandort Hamburg verfügt nicht nur über ausreichend Ausbaupotenzial, um die wachsende Zahl internationaler Aussteller und Besucher aufnehmen zu können, die zeitliche Nähe der neuen Windmesse zur international bedeutenden Schiffbaumesse SMM bietet die Möglichkeit, Schiffbauer, Reedereien, Häfen, Logistikunternehmen und die maritime Zulieferindustrie, ohne

Die Messe wird die gesamte Wertschöpfungskette der Windindustrie abbilden und die Dynamik wie auch die Entwicklung der Branche in den Schlüsselmärkten weltweit widerspiegeln.

Diese Standortvorteile haben dazu geführt, dass sich immer mehr Unternehmen aus der Windenergiebranche in der Hansestadt angesiedelt haben und zukunftsfähige Jobs schaffen. Zu den bedeutenden Herstellern von Windenergieanlagen, die im Großraum Hamburg mit ihren Unternehmenszentralen, Vertriebsbüros oder Entwicklungsabteilungen heute ansässig sind, gehören REpower Systems, Nordex, General Electric Energy und Siemens. Dazu gesellen sich zahlreiche kleine und mittelständische Dienstleister. Und auch Auftraggeber für neue Windparks wie Vattenfall, RWE Innogy oder EnBW haben ihre Zentralen oder Dependancen in Hamburg. Insgesamt beläuft sich die Zahl der in der Windenergiebranche tätigen Unternehmen in Hamburg auf circa 600.

die vor allem der Offshore-Windenergiemarkt nicht realisierbar ist, für die WINDENERGY HAMBURG zu gewinnen.

„Wir sind sehr stolz darauf, dass wir mit unserem Konzept überzeugen konnten“, freut sich Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress, über die schon heute breite Zustimmung aus der Industrie.

WINDENERGY HAMBURG: Neue internationale Fachmesse der Windbranche ab 2014 in Hamburg

Positive Impulse für die Hansestadt als deutsche Windmetropole bringt künftig auch die neue internationale Messe WINDENERGY HAMBURG. Sie findet erstmals vom 23. bis 26. September 2014 auf dem Gelände der Hamburg Messe und Congress statt. Die Messe wird die gesamte Wertschöpfungskette der Windindustrie abbilden und die Dynamik sowie die Entwicklung der Branche in den Schlüsselmärkten weltweit widerspiegeln. Unterstützt wird die WINDENERGY HAMBURG nicht nur von führenden Unternehmen aus der Branche, sondern maßgeblich vom Fachverband VDMA Power

1 Hamburg ist die Windmetropole Deutschlands

2 Hamburg verfügt über ausreichend Ausbaupotenzial für die wachsende Zahl internationaler Aussteller und Besucher

3 Windenergie gilt als Schlüsseltechnologie im Bereich Erneuerbare Energien



Jobmotor Erneuerbare Energien

Erneuerbare Energien kurbeln die Wirtschaft in Hamburg und der Metropolregion an – der Anstieg der Beschäftigtenzahl in der jüngsten Vergangenheit ist beispiellos. Wie die Prognos AG im Auftrag des Clusters Erneuerbare Energien Hamburg aktuell ermittelt hat, betrug das bereinigte Beschäftigungswachstum der Branche im Zeitraum von 2008 bis 2011 rund 56 Prozent. Insgesamt arbeiten in der Metropolregion Hamburg in 1.466 Branchenunternehmen rund 24.700 Menschen, davon etwa 14.500 in der Stadt. Die Unternehmen schauen optimistisch in die Zukunft und erwarten ein weiteres Arbeitsplatzwachstum von 40 Prozent bis 2015.

In der Metropolregion Hamburg stieg die Zahl der Beschäftigten im Bereich **Erneuerbare Energien** zwischen 2008 und 2011 um 56 Prozent.

In der deutschen Windindustrie waren im vergangenen Jahr 101.100 Menschen beschäftigt. Rund 92.500 Arbeitsplätze entfallen auf die Onshore-Windenergie, 8.600 Menschen sind im Offshore-Bereich tätig. Seit 2003 hat sich die Zahl der Beschäftigten damit mehr als verdoppelt. Branchenexperten schätzen, dass in den nächsten Jahren weitere Arbeitsplätze entstehen. Aktuelle Erhebungen gehen davon aus, dass 2020 allein im Bereich der Onshore-Windenergie bis zu 160.000 Menschen arbeiten werden. Bis 2030 werden nach Annahmen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit bis zu 600.000 Menschen in Deutschland im Bereich der Erneuerbaren Energien tätig sein.



Dierk Schmude/Tontechniker:

Auf der Bühne mit den Stars



270

Veranstaltungen im CCH

Er hat mit Show-Legenden wie Ella Fitzgerald, Chris Barber, Harry Belafonte, Luciano Pavarotti und Hans Rosenthal auf der Bühne gestanden: Sei es, um den perfekten Sound auf den Weg zu bringen oder um ein aus der Hand gefallenes Mikrofon anzureichen. Dierk Schmude war da, wenn die Künstler probten und später am Tag ihr Programm auf die Bühne im CCH brachten. Der Tontechniker kümmert sich seit 1973, dem Jahr, als das CCH eröffnet wurde, um die Veranstaltungstechnik im Congress Center. Er kennt das Haus und dessen technische Gegebenheiten wie seine Westentasche.

„Die Zeit ist wie im Flug vergangen. Langeweile ist in den vergangenen 39 Jahren niemals aufgekommen. Dafür war es viel zu spannend, mit dem technischen Fortschritt Schritt zu halten“, sagt der dienstälteste technische CCH-Mitarbeiter. Gern erinnert er sich an die siebziger Jahre, als im CCH regelmäßig große Film- und Theaterpremierer stattgefunden haben und Fernsehsendungen wie „Spaß muss sein“ oder „Stars helfen Kindern“ live aus den Sälen in die deutschen Wohnzimmer übertragen wurden. „Ich habe es niemals erlebt, dass einer der Künstler überheblich oder arrogant war. Im Gegenteil. Die Zusammenarbeit war immer von einem sehr freundschaftlichen Mit-





Dierk Schmude
Tontechniker

einander geprägt“, bilanziert Dierk Schmude. Noch heute spürt er bei jeder Produktion Nervenkitzel, ganz gleich, ob er die Veranstaltungstechnik für einen großen mehrtägigen Kongress, eine aufwendige Betriebs- oder Aktionärsversammlung, einen Ball oder ein Konzert in einem der insgesamt 23 Säle zu organisieren hat.

Ob Kollegen, angehende Fachkräfte für Veranstaltungstechnik oder Schülerpraktikanten: Sie alle profitieren seit Jahrzehnten von der immensen Erfahrung des versierten Technikers, der immer ein offenes Ohr für die Belange der Nachwuchskräfte hat. Sein Know-how hat Dierk Schmude aber auch schon an Kollegen im Ausland weitergegeben. 2005 war er für zwei Monate im australischen Adelaide, um in dem dortigen Convention Centre den Technologietransfer voranzutreiben. „Die Kollegen waren so fasziniert von unserer Veranstaltungstechnik, dass sie sie schließlich übernommen haben“, erzählt Dierk Schmude. Auch einen Bildungsurlaub in Nicaragua hat er 1998 dazu genutzt, sein Wissen weiterzugeben. Damals trug er maßgeblich dazu bei, das Theater in der Hamburger Partnerstadt León, das infolge des verheerenden Hurrikans „Mitch“ fast vollständig zerstört war, wieder aufzubauen.

Doch vor allem Australien hat es Dierk Schmude angetan. Wenn er von dem Kontinent erzählt, beginnen seine Augen zu leuchten. Die Schönheit des Landes, die Unbekümmertheit und Offenheit der Menschen faszinieren ihn derart, dass er sich vorstellen kann, später mit seiner Frau nach „Down Under“ auszuwandern. Und „später“ kann schon sehr bald sein, denn 2012 geht die Ära Dierk Schmude im CCH zu Ende – es steht der wohl verdiente Ruhestand an. Das sei schon ein merkwürdiges Gefühl, gibt der langjährige Mitarbeiter zu. Angesichts der vielen Pläne von Dierk Schmude dürfte allerdings keine Langeweile aufkommen. Ruhig wird es in den kommenden Jahren kaum werden. In Australien erwartet ihn ein Wohnmobil, das bewegt werden will. Und dann sind da noch die Robben und Hummer auf Helgoland, für die er zusammen mit seiner Frau eine Patenschaft übernommen hat...



„Seavolution“

– die HMC auf den Weltausstellungen

Mit der Ausrichtung der deutschen Beteiligung auf der Expo im koreanischen Yeosu setzt die Hamburg Messe und Congress ihr Expo-Engagement fort.



Maritim und modern, unterhaltsam und interaktiv, welttoffen und mit wegweisenden wissenschaftlichen sowie technischen Innovationen präsentiert sich im Jahr 2012 der Deutsche Pavillon auf der Expo in der südkoreanischen Küstenstadt Yeosu.

Unbestritten einer der Höhepunkte des deutschen Auftritts ist eine virtuelle Tauchfahrt zum Meeres-

grund, auf die Besucher in einem futuristisch gestalteten Tiefseemobil gehen können. Zu den Überraschungen der Fahrt gehört auch die Begegnung mit Bewohnern der Tiefsee.

Dank einer spektakulären Rundumprojektion kommt auf der ungewöhnlichen Expedition das Gefühl auf, wie in einer Glaskugel zu schweben: Der französische Schriftsteller Jules Verne, Autor von „20.000 Meilen unter dem Meer“, hätte an

einer solchen Fahrt garantiert seine Freude gehabt. In Yeosu ist die Hamburg Messe und Congress bereits zum dritten Mal in Folge für einen Auftritt auf einer Weltausstellung zuständig. Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Messe und Congress, betont: „Es ist für uns eine große Ehre, dass wir erneut die deutsche Beteiligung auf einer Weltausstellung verantworten. Wir sehen das als Bestätigung für unsere bislang geleistete Arbeit.“ ➔

2011 hatte die Hamburg Messe und Congress vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) den Auftrag erhalten, den **Deutschen Pavillon mit dem Namen „Seavolution“ organisatorisch umzusetzen** und während der Weltausstellung vom 12. Mai bis zum 12. August 2012 zu betreuen. Das Motto der Expo 2012: **„Der lebende Ozean und die Küste – Ressourcenvielfalt und nachhaltige Aktivitäten“.**



Premiere für die HMC war die Expo 2008 in Zaragoza, Spanien. 94 Prozent der Gäste bezeichneten ihren Besuch im Deutschen Pavillon damals als „wunderbar“, „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“. Auch die Fachwelt feierte den deutschen Expo-Auftritt – es gab gleich zwei Preise: einen für die beste inhaltliche Umsetzung von der offiziellen Institution zur Vergabe der Weltausstellungen, dem „Bureau International des Expositions“, und einen vom Verband „Direkte Wirtschaftskommunikation e.V.“ in der Kategorie Sonderpreis. Auch der Erfolg des „Hamburg House“ auf der Expo 2010 in Shanghai ist zu einem großen Teil auf das Engagement und die kompetente Unterstützung der Hamburg Messe und Congress zurückzuführen. Die Hansestadt baute in Shanghai das erste zertifizierte Passivhaus Chinas und präsentierte sich mit einem bunten Ausstellungs- und Kulturprogramm als innovative und lebenswerte Metropole am Wasser. Insgesamt besuchten mehr als eine halbe Million Gäste das „Hamburg House“.

Küsten, Lebensraum und Schatzkammer

Das Konzept zur inhaltlichen Gestaltung des Deutschen Pavillons

auf der Expo 2012 stammt von der Arbeitsgemeinschaft facts + fiction GmbH und GTP Architekten. In Anlehnung an das Weltausstellungsmotto ist der Pavillon in drei übergeordnete Themenbereiche untergliedert: „Küsten“, „Lebensraum“ und „Schatzkammer“. In allen Bereichen werden innovative Technologien und Ansätze vorgestellt, die dazu beitragen können, aktuelle und zukünftige Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Schutz der Küsten und Meere dieser Welt zu meistern.

Bereits in der Wartezone vor dem Pavillon können Besucher in einem Quiz ihren Wissensstand über Deutschland testen. Beim Betreten des Pavillons gibt es einen kurzen Film zu sehen.

Er stellt die Hamburger HafenCity als größtes innerstädtisches Entwicklungsprojekt Europas, die wunderschönen Küsten der Nord- und Ostsee sowie die großen deutschen Häfen vor. Anschließend betreten die Besucher eine Dünenlandschaft mit multimedial bespielten Strandkörben. Projektionen und Animationen beschäftigen sich mit dem Leben an den Küsten beziehungsweise in küstennahen Gewässern. Darüber hinaus

werden umweltfreundliche Schiffe, Strömungsturbinen oder Tsunami-Frühwarnsysteme thematisiert.

Über eine Lichtschleuse gelangen die Besucher danach in den Themenbereich „Lebensraum“. Hier können sie den Lebensraum Ozean als größtes Ökosystem der Erde erkunden. Vorgestellt werden unter anderem Aspekte der Hochseefischerei und damit verbundene Gefahren der Überfischung. Zudem geht es um die wenig erforschte Tier- und Pflanzenwelt der Tiefsee, aber auch um Müll im Meer. Zivilisationsmüll in Form von extrem langlebigen Plastikprodukten, die im Wasser treiben, gilt als besonders gefährlich. In der Ausstellung verfolgen die Besucher den Weg der immer kleiner werdenden Plastikpartikel über Tausende Kilometer durch die Ozeane. Die winzigen Teile werden von Muscheln und Würmern gefressen und gelangen so in die Nahrungskette – mit verheerenden Folgen auch für die Menschen. Außerdem können die Besucher den Inhalt dreier Glaszylinder mit Müll unterschiedlicher Herkunft analysieren und auf seine Fundorte hin untersuchen.

Hinter einer weiteren Lichtschleuse empfängt die Besucher die aus zwei Räumen bestehende „Schatzkammer“. Im Mittelpunkt steht der Ressourcenreichtum der Weltmeere. Symbol für die enormen Bodenschätze der Tiefsee, die noch auf ihre Nutzbarmachung warten, ist eine mehrere Millionen Jahre alte Manganknolle vom Grund des Pazifiks.

Sie hat ein geschätztes Alter von etwa fünf Millionen Jahren. Forschungs sonden in Originalgröße zeigen außerdem, mit welchen Mitteln die Menschheit derzeit versucht, die Meereswelt zu erkunden. In Animationen erfahren die Besucher etwas über die zukünftigen Möglichkeiten eines umweltschonenden unterseeischen Abbaus von Erzen, Methanhydraten und anderen Ressourcen.

Eine attraktive Mischung aus Erlebnis und Information

Dietmar Schmitz vom BMWi, als Sektionskommissar der oberste Repräsentant des Deutschen Pavillons, betont: „Mit dem Deutschen Pavillon bieten wir eine attraktive und ausgewogene Mischung aus Erlebnis und Information für Fachleute



SEAVOLUTION 바다의 친환경적 진화

German Pavilion Expo 2012 Yeosu

2012 여수세계박람회 독일관

und das allgemeine Publikum.“ Der Ausstellungsbereich des Deutschen Pavillons, zu dem auch ein Souvenirshop und ein Restaurant mit typisch deutschen Speisen gehören, beträgt rund 1.700 Quadratmeter. Insgesamt erwarten die Expo-Veranstalter bis zu acht Millionen Besucher.

1 In 2011 begannen die Vorbereitungen für die Expo 2012 in Yeosu/Korea

2 Ein Foto mit Han-S, der durch die Ausstellung führt

3 Windkraft – ein wichtiges Thema auch für die HMC

4 Großes Interesse: Der Deutsche Pavillon zählt zu den beliebtesten der Expo 2012



Social Media

– die HMC auf allen Kanälen

Facebook, twitter, Xing, YouTube, LinkedIn & Co: Immer mehr Menschen nutzen die sozialen Online-Netzwerke.

Was bedeutet das für die HMC und ihre Veranstaltungen? Auf welchen Kanälen können Kunden noch besser erreicht werden? Was ist eine kurzfristige Modeerscheinung, was ist notwendig, um den Anschluss nicht zu verpassen? Und nicht zuletzt, wie viel Social Media benötigen Aussteller und Besucher? Viele Fragen, denn das World Wide Web hat das Leben nachhaltig verändert. Die Kommunikation ist eine andere geworden. Für Unternehmen rund um den Globus spielen die sozialen Netzwerke eine immer größere Rolle, um ihre Zielgruppen zu erreichen. Das gilt auch für die Hamburg Messe und Congress, die Social Me-

dia als weiteren Kanal im Marketing-Mix immer intensiver nutzt und so aktuelle Informationen rund um das Messegesehen schnell verbreitet.

Schätzungen gehen davon aus, dass allein in Deutschland mittlerweile 74 Prozent aller Internetnutzer in mindestens einem sozialen Online-Netzwerk angemeldet sind. Etwa zwei Drittel davon nutzen die sozialen Netzwerke regelmäßig. So werden Empfehlungen und Informationen häufig nicht mehr selbst aus dem Netz gezogen, sondern kommen direkt von Freunden, Bekannten und Gleichgesinnten. Und auch die Mediennutzung hat sich verändert: Videos, Fotos und Texte werden nicht mehr nur konsumiert, sondern online aktiv kommentiert und diskutiert oder selbst gestaltet. Die Vielfalt der sozialen Netzwerke bietet die Chance, auf unterschiedliche Weise in noch engeren Kontakt mit den Zielgruppen zu treten. So zeigt ein Film auf dem YouTube-Kanal der HMC, wie die 14 Meter lange und 8,6 Tonnen schwere Segelyacht „Tutima“ mithilfe eines großen Krans als Blickfang für die hanseboot auf dem Messe-Vorplatz aufgestellt wird. Der Aufbau der Messe HansePferd ist Thema eines anderen Films. Er weckt die Vorfreude der Reitsportfans und Besucher auf die Messe. Das tut auch eine Verlosungsaktion auf Facebook: Zu gewinnen gibt es Freikarten für die legendäre HansePferd Gala-Show. Und auch auf der Plattform von twitter ist die HansePferd mit zahlreichen „Tweets“ präsent.

1 Die Segelyacht „Tutima“ am Kran vor den Messehallen

2 Die HansePferd spricht sehr viele junge Frauen an – auch über Social Media





2

Das enorme Interesse der Fachöffentlichkeit an der SMM, der internationalen Leitmesse der Schiffbauindustrie, spiegelt sich indes nicht nur bei Facebook und YouTube, sondern auch bei Xing, dem sozialen Netzwerk für berufliche Kontakte. Eine Nutzerin hat dort ihre ganz persönliche Messebilanz gepostet. Darin heißt es: „Die maritime Automation springt auf den grünen Zug auf“ – die öffentliche Diskussion ist damit eröffnet.

Social Media ist mehr als nur ein Trend. Interaktion und Diskussionen sollen durch die Social Media-Aktivitäten gefördert werden. Zu den Inhalten, die gepostet werden, gehören unter anderem Hinweise

auf relevante Fachartikel und Fachveranstaltungen, Anwendungsbeispiele, Projekt-Geschichten, Preisverleihungen, Premieren und Produktvorstellungen. Hinzu kommen die Bekanntmachung von Frühbucher-rabatten oder die Vorstellung von Partnern. Adressaten sind vor allem Aussteller und Besucher, aber auch Partner, Verbände und sonstige Interessierte. „Die Themenvielfalt unserer Messen führt dazu, dass sich die Auftritte auch im Social Web stark voneinander unterscheiden“, sagt Bianca Gellert, Social Media-Expertin der Hamburg Messe und Congress. „Wir überlegen für jede Veranstaltung individuell, wo und wie die jeweilige Zielgruppe am besten erreicht werden kann. Dabei

machen wir natürlich einen großen Unterschied zwischen Fach- und Publikumsmessen.“

Die Anzahl der Klickraten, „Likes“ und „Freunde“, die die Hamburg Messe und Congress 2011 in den sozialen Netzwerken verzeichnen konnte, sind ein Ansporn, die Social Media-Aktivitäten zukünftig weiter auszubauen. „Im nächsten Schritt geht es nun darum, ein Resümee aus den bislang gesammelten Erfahrungen zu ziehen und das Thema Social Media weiterzuentwickeln“, betont Bianca Gellert. Sie weiß: Das Bloggen, Twittern, Chatten oder Posten ist kein Trend, der bald wieder verschwinden wird. Dazu gibt es zu viele Erfolgsgeschichten.

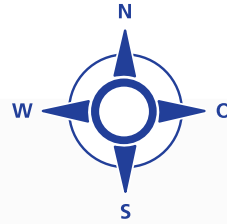
Auf einen Blick

– die Hamburg Messe und das CCH



LAGEPLAN:

Hamburg Messe und CCH – Congress Center Hamburg bestehen unter anderem durch ihre einmalige Lage. Im Herzen der Metropole trennt die elf Messehallen mit ihren 87.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche nur der Erholungspark Planten un Blumen vom Kongresszentrum mit seinen 23 Sälen. Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants, Hotels, die City, der Hafen, ein breites kulturelles Angebot, die Reeperbahn und viele Sehenswürdigkeiten sind von hier aus bequem in wenigen Minuten zu Fuß zu erreichen.



Konferenzbereich B

Park **Planten un Blomen**

CCH – Congress Center Hamburg



Dammtor



Parkhaus Mitte, Tiefgarage CCH, Tiefgarage Ost



DB/S Dammtor



S1 Airport bis Hbf.
Ab Hbf. umsteigen in S21 oder S31
bis Dammtor oder Sternschanze



U1, U2, U3
S Sternschanze, S Dammtor
Metrobusse: 4 oder 5 bis Dammtor
Schnellbusse: 34 bis Dammtor,
35 bis Eingang Ost oder Eingang Mitte



Halteposten an allen Eingängen

Jahresabschluss 2011

– der Hamburg Messe und Congress GmbH

BILANZ/Aktiva

– der Hamburg Messe und Congress GmbH zum 31. Dezember 2011

	2011	2010
<hr/>		
alle Angaben in TEUR		
1. Anlagevermögen	89.783	96.095
2. Umlaufvermögen	31.904	25.615
Summe AKTIVA	121.687	121.710

BILANZ/Passiva

– der Hamburg Messe und Congress GmbH zum 31. Dezember 2011

<hr/>		
alle Angaben in TEUR		
1. Eigenkapital	11.679	11.679
2. Fremdkapital	110.008	110.031
Summe PASSIVA	121.687	121.710

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

– der Hamburg Messe und Congress GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011

<hr/>		
alle Angaben in TEUR		
1. Gesamterlös	62.468	77.744
2. Personalaufwand	14.856	14.991
3. Übrige Aufwendungen	73.964	79.183
4. Ergebnis vor Verlustübernahme	-26.352	-16.430

Dem ungekürzten Jahresabschluss und Lagebericht hat die RBS RoeverBroennerSusat GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft am 15.3.2012 einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Lagebericht 2011 (Kurzfassung)

A. Geschäfts- und Rahmenbedingungen

1. Der deutsche Messemarkt

Die Rahmenbedingungen für die deutsche Messewirtschaft haben sich im Geschäftsjahr 2011 im Vergleich zu den Vorjahren deutlich verbessert. Dem vom AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) veröffentlichten vorläufigen Ergebnis des Messejahres 2011 zufolge wurden rund 159.000 Aussteller auf 135 überregionalen Messen registriert. Das sind ca. 3 Prozent mehr Aussteller gegenüber den Vorveranstaltungen (2010: 1 Prozent). Während die Steigerung der Beteiligungen aus dem Ausland mit 4 Prozent (2010: 2 Prozent) als überdurchschnittlich bezeichnet werden kann, verzeichnen die Inlandsbeteiligungen einen vergleichsweise geringen Zuwachs von 1 Prozent. Laut AUMA macht sich hier das erschöpfte Potenzial an neuen Ausstellern am inländischen Markt bemerkbar. Die meisten Firmen seien bereits auf allen relevanten Messen vertreten. Bei der vermieteten Standfläche (6,1 Millionen Quadratmeter) kann für 2011 gegenüber den Vorveranstaltungen ein Plus von 2 Prozent verzeichnet werden. Die Rückgänge der Besucher in den letzten beiden Jahren (2010: –1 Prozent; 2009: –8 Prozent) konnten mit einem Zuwachs in 2011 von 4 Prozent teilweise kompensiert werden. Insgesamt wurden ca. 9,5 Millionen Besucher registriert.

Für 2012 erwartet der AUMA auf den 160 überregionalen Messen eine Beteiligung von rund 182.000 Ausstellern auf einer Standfläche von 6,8 Millionen Quadratmetern. Des Weiteren rechnet der AUMA mit einem leichten Anstieg der Aussteller- und Besucherzahlen von ca. 2 Prozent. Dem prognostizierten geringfügigen Rückgang bei Inlandsbeteiligungen deutscher Aussteller steht laut dem AUMA eine stabile Beteiligung aus dem Ausland gegenüber.

2. Das Auslandsgeschäft

Das Auslandsengagement der deutschen Messeveranstalter hat sich nach der Wirtschaftskrise weiter erholt. Infolge dieser Erholung stieg die Anzahl der Beteiligungen an Auslandsmessen um rund 16 Prozent auf 266 im Jahr 2011 (Vorjahr: 231). Die wichtigsten Regionen im Berichtsjahr waren Asien mit rund 50 Prozent der Veranstaltungen und die europäischen Staaten außerhalb der EU, insbesondere Russland, gefolgt vom Nahen und Mittleren Osten und Lateinamerika.

3. Das nationale und internationale Kongressgeschäft

Endgültige Zahlen für 2011 liegen zwar noch nicht vor, es wird jedoch von einem leichten Rückgang bei der Anzahl der Veranstaltungen und bei der Anzahl der Teilnehmer im nationalen und internationalen Kongressgeschäft ausgegangen.

Der Wettbewerbsdruck nimmt durch die Ausweitung des Angebotes an Veranstaltungszentren weiter zu. Dies ist insbesondere im internationalen Verbandsgeschäft (z. B. medizinische Wanderkongresse) und im sogenannten Corporate Client Business spürbar. Dieser Wettbewerbsdruck wird zudem durch eine gezielte Subventionspolitik einzelner nationaler und internationaler Destinationen verstärkt.

Neben der Funktionalität von Kongresszentren spielen die Infrastruktur (Verkehrsanbindung, Hotellerie etc.) und das Image der Kongressstädte eine wesentliche Rolle bei der Entscheidungsfindung der Veranstalter. Im nationalen Ranking der beliebtesten Metropolregionen nimmt Hamburg Platz 5 ein (gemäß Meeting- & Event Barometer 2010/2011).

Lagebericht 2011 (Kurzfassung)

B. Geschäftsentwicklung Hamburg Messe und Congress GmbH

Die Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC) hat den Umsatz gegenüber dem Referenzjahr 2009 um 9,3 Prozent auf 59,1 Millionen Euro steigern können. Der größte Anteil des Umsatzes wurde vom Geschäftsbereich Hamburg Messe in Höhe von 38,9 Millionen Euro realisiert (65,8 Prozent). Davon resultieren 8,7 Millionen Euro aus dem Vertriebsbereich Services und 10,0 Millionen Euro aus dem Vertriebsbereich Gastveranstaltungen.

1. Geschäftsbereich Hamburg Messe

Der positive Trend des deutschen Messemarktes zeigt sich teilweise auch bei den Eigenveranstaltungen der HMC. So konnte die im März 2011 durchgeführte INTERNORGA mit 1.123 Ausstellern aus 27 Ländern und über 100.000 Fachbesuchern eine Rekordbeteiligung verbuchen und damit weiterhin ihre Position als Leitmesse des Außer-Haus-Marktes erfolgreich untermauern. Wegen der großen Nachfrage seitens der Aussteller wurde erstmals eine zusätzliche Leichtbauhalle für den Bäckerei- und Konditoreibedarf errichtet. Diese Vollausslastung des Geländes führte zu einem Umsatzwachstum von 3,8 Prozent gegenüber der Vorjahresveranstaltung. Auch die Messen Seatrade Europe und insbesondere die mineralien hamburg konnten mit steigenden Besucherzahlen die positive Entwicklung bestätigen. Die mineralien konnte neben einem Besucherzuwachs von rund 16 Prozent ebenfalls 5 Prozent mehr Aussteller sowie ein Flächenwachstum von 8 Prozent verbuchen.

Als neue Veranstaltung wurde im Mai die goodgoods (Messe für nachhaltigen Konsum in Hamburg) durchgeführt. Diese Messe bediente ein breites Spektrum für nachhaltigen Konsum – von Ernährung und Gesundheit über Wohnen, Mode bis Dienstleistung – und richtete sich an Endverbraucher.

Im Mai organisierte die HMC zur Stärkung der Marke hanseboot erstmals unter Eigenregie die hanseboot ancora boat show. Mit einer Rekordzahl an ausgestellten Booten und einem anspruchsvollen Rahmenprogramm wurde das Profil der schwimmenden Bootsmesse in Neustadt/Holstein geschärft.

Der Vertriebsbereich Gastveranstaltungen hat sich im Berichtsjahr positiv entwickelt. Es wurden insgesamt 34 Gastveranstaltungen auf dem Gelände der HMC durchgeführt. Dies ist eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um zwei Veranstaltungen. Die größten Veranstaltungen waren die European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition (PVSEC) sowie die FESPA Digital Europe.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden insgesamt 44 Messen und Ausstellungen (43 in 2009), darunter 10 eigene Veranstaltungen (9 auf dem Messegelände, eine in Neustadt/Holstein), durchgeführt. Es kamen mit 670.667 Besuchern 76.838 weniger als im Referenzjahr 2009 (747.505). Die vermietete Bruttofläche reduzierte sich im Vergleich zum Referenzjahr um 102.366 Quadratmeter auf 812.351 Quadratmeter (2009: 914.717 Quadratmeter).

Lagebericht 2011

(Kurzfassung)

Geschäftsbereich Ausland

Die HMC organisiert im Ausland jedes Jahr zahlreiche Gemeinschaftsbeteiligungen an Messen, welche im Wesentlichen im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) durchgeführt werden. Die Schwerpunkte der Beteiligungen liegen in den Bereichen maritime Industrie, Öl und Gas, Hotellerie sowie Gastronomie. Im Berichtsjahr wurde die HMC mit der Organisation und Durchführung von zehn Gemeinschaftsbeteiligungen vom BMWi beauftragt.

2. Geschäftsbereich CCH

Im Geschäftsjahr 2011 wurden im CCH 165 (158 in 2010; 170 in 2009) nationale und internationale Kongresse, Tagungen, Ausstellungen und Präsentationen durchgeführt. Durch die seit nunmehr drei Jahren umgesetzte Strategie, sich auf die Akquisition mittelgroßer (1.500 bis 3.500 Teilnehmer) und großer (3.500 bis 8.000 Teilnehmer) Veranstaltungen zu fokussieren und Veranstaltungen mit weniger als 500 Teilnehmern an das Hamburg Convention Bureau (HCB) zu verweisen, ist im Vergleich zum Vorjahr ein erfreulicher Sprung in der Auslastung der Räume und Flächen zu verzeichnen.

Ebenso führte die kontinuierliche Akquisition von mittelgroßen und großen Kongressen in den letzten drei Jahren zu einem Anstieg der Besucheranzahl in diesem Segment. Waren es 2010 noch 134.446 Besucher, so konnten für das Jahr 2011 172.646 Besucher notiert werden, dies ergibt ein Plus von 28,4 Prozent.

Der Schwerpunkt des Kongress- und Tagungsgeschäfts lag wie in den vergangenen Jahren auf dem medizinischen Bereich und auf Haupt-, Mitglieder- und Betriebsversammlungen. Als herausragende Kongresse sind zu nennen: Deutscher Anästhesiecongress 2011 (DAC) mit 5.000 Teilnehmern, 20. European Stroke Conference 2011 mit 2.500 Teilnehmern, 92. Deutscher Röntgenkongress 2011 mit 7.200 Teilnehmern, 7th Congress of the European Federation of IASP (Schmerzkongress) mit 5.000 Teilnehmern, Hauptversammlung der Volkswagen AG mit 2.500 Teilnehmern und ISC 2011 – International Supercomputing Conference mit 2.000 Teilnehmern.

Im Bereich der kulturellen und gesellschaftlichen Veranstaltungen fanden 105 Events statt, 13 weniger als im Vorjahr. Die Anzahl der Besucher betrug 163.112 (2010: 187.093). Der Anteil dieser Veranstaltungen am Gesamtumsatz des CCH betrug im Geschäftsjahr 2011 rund 10 Prozent.

Lagebericht 2011 (Kurzfassung)

C. Wirtschaftliche Lage

1. Umsatzentwicklung

Mit 59,1 Millionen Euro (2010: 76,1 Millionen Euro; 2009: 54,1 Millionen Euro) verzeichnet die HMC den bisher höchsten Umsatz in einem ungeraden Jahr. Vom Gesamtumsatz 2011 entfallen auf die einzelnen Vertriebsbereiche Messe 20,2 Millionen Euro, CCH 9,2 Millionen Euro, Gastveranstaltungen 10,0 Millionen Euro, Ausland 6,2 Millionen Euro und Services 9,9 Millionen Euro. Der Bereich Besitz erwirtschaftete einen Umsatz von 3,6 Millionen Euro.

2. Jahresergebnis

Das Geschäftsjahr 2011 schließt mit einem Jahresergebnis vor Verlustübernahme durch die HGV Hamburger Gesellschaft für Vermögens- und Beteiligungsmanagement mbH (HGV) von rund –26,4 Millionen Euro ab (2010: –16,4 Millionen Euro; 2009: –28,9 Millionen Euro). Im Vergleich zum Referenzjahr 2009 verursacht im Wesentlichen das höhere Rohergebnis die Ergebnisverbesserung.

3. Mitarbeiter

Zum Jahresende 2011 waren 290 (Vorjahr: 280) Mitarbeiter bei der HMC beschäftigt, davon 256 unbefristet und 34 befristet (Vorjahr: 246 unbefristet und 34 befristet). Umgerechnet in Vollzeitkapazitäten verfügte die HMC zum Jahresende über 242,5 Kapazitäten (Vorjahr: 243). Darüber hinaus stellte die HMC 23 Ausbildungsplätze für angehende Veranstaltungs- und Bürokaufleute, Fachkräfte für Veranstaltungstechnik sowie Bachelor of Arts (BA) zur Verfügung.

4. Vermögenslage

Die Bilanzsumme beträgt im Berichtsjahr unverändert zum Vorjahr 121,7 Millionen Euro, sodass auch die Eigenkapitalquote konstant bei 9,6 Prozent geblieben ist.

5. Finanzlage

Mit der Muttergesellschaft HGV bestehen ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag und eine Konzern-clearing-Vereinbarung. Die Liquidität der Gesellschaft ist dadurch jederzeit gewährleistet.

Lagebericht 2011

(Kurzfassung)

D. Ausblick, Risiken und Chancen der zukünftigen Entwicklung

1. Ausblick

Im Geschäftsjahr 2012 finden turnusmäßig mehr Messen statt, was zu einer deutlichen Verbesserung des Jahresergebnisses führen wird. Insbesondere werden für die großen Messen INTERNORGA und die alle zwei Jahre stattfindende SMM (Shipbuilding, Machinery & Marine Technology International Trade Fair Hamburg) Rekordumsatzerlöse erwartet. Diese Erlöse sollen in den Folgejahren weiter gesteigert werden. Ebenfalls werden für die GET Nord in 2012 und den Folgejahren positive Wachstumsimpulse erwartet.

Neben der Weiterentwicklung der Eigenveranstaltungen wird die Durchführung einer eigenen Windenergie-Messe, welche erstmals im Jahr 2014 stattfinden wird, für weiteres Wachstum sorgen.

2. Ergebnisentwicklung

Für das Geschäftsjahr 2012 rechnet die HMC mit einem Umsatz von 94,8 Millionen Euro. Bereinigt um den Sondereffekt in Höhe von 14,5 Millionen Euro aus der Organisation und Durchführung des Deutschen Pavillons auf der Expo 2012, wird gegenüber dem Referenzjahr 2010 eine Umsatzsteigerung von 5,5 Prozent erwartet.

Bedingt durch die Kosten aus der Immobilienleasingfinanzierung der „Neuen Messe“ sowie die Finanzierungs- und Abschreibungskosten der CCH-Erweiterung wird ein negatives Jahresergebnis erwartet. Die Immobilienkosten werden das Ergebnis auch in den nächsten Jahren negativ beeinflussen.

Die in den nächsten Jahren erwarteten Verluste werden von der HGV im Rahmen eines Ergebnisabführungsvertrags ausgeglichen.

3. Risikobericht

Die HMC verfügt über ein Risikomanagementsystem, mit dem zeitnah eine systematische Analyse und Bewertung der Risikosituation des Unternehmens vorgenommen sowie Gegensteuerungsmaßnahmen eingeleitet werden. Gegenstand der Analysen und Bewertungen sind sowohl strategische als auch operative Risiken.

Der HMC sind derzeit keine unternehmensgefährdenden Risiken im Hinblick auf die künftige Entwicklung ersichtlich. Nach Abschluss des Geschäftsjahres sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten, die zu einer wesentlich veränderten Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage geführt hätten.

Hamburg, 13. März 2012

gez. Bernd Aufderheide
Vorsitzender der Geschäftsführung

gez. Dr. Ulla Kopp
Geschäftsführerin

Entsprechenserklärung

der Geschäftsführung und des Aufsichtsrates der Hamburg Messe und Congress GmbH und der Geschäftsführungen der BNM Baugesellschaft Neue Messe mbH und der HMC International GmbH vom 14. Februar 2012:

„Die Hamburg Messe und Congress GmbH hat im Geschäftsjahr 2011 alle Regelungen des Hamburger Corporate Governance Kodex eingehalten, die von Geschäftsführung und Aufsichtsrat zu verantworten sind. Von dem folgenden Punkt wurde abgewichen:

- Gliederungspunkt 5.1.5: Die Frist von vier Wochen für die Verteilung der Niederschriften über Beschlüsse des Aufsichtsrates an dessen Mitglieder konnte nicht eingehalten werden, weil die Entwürfe der Niederschriften vor ihrer Ausfertigung abgestimmt wurden und die Abstimmungen nicht rechtzeitig abgeschlossen wurden.

Die Tochtergesellschaften BNM Baugesellschaft Neue Messe mbH und HMC International GmbH verfügen über keinen Aufsichtsrat. Sie haben im Geschäftsjahr 2011 alle Regelungen des Hamburger Corporate Governance Kodex eingehalten, die von den Geschäftsführungen zu verantworten sind.“

Aufsichtsrat 2011

Der Aufsichtsrat der HMC setzte sich im Geschäftsjahr 2011 aus folgenden Mitgliedern zusammen

Johann C. Lindenberg: Vorsitzender, ehem. National Chairman Unilever Deutschland

Hartmut Hofmann: Stellvertretender Vorsitzender, Abteilungsleiter Veranstaltungstechnik, Hamburg Messe und Congress GmbH

Dietrich von Albedyll: Geschäftsführer, Hamburg Marketing GmbH und Hamburg Tourismus GmbH

Sebastian Heinemann: Selbstständiger Berater SH Consultants (bis 15. November 2011)

Anja Holinsky: Projektleiterin, Hamburg Messe und Congress GmbH

Kai Hollmann: Geschäftsführer, Gastwerk Hotel Hamburg Verwaltungsgesellschaft mbH (seit 15. November 2011)

Dr. Rainer Klemmt-Nissen: Geschäftsführer, HGV Hamburger Gesellschaft für Vermögens- und Beteiligungsmanagement mbH

Martin Köppen: Leiter des Amtes Wirtschaftsförderung, Außenwirtschaft und Agrarwirtschaft, Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation, Freie und Hansestadt Hamburg (seit 29. März 2011)

Dr. Claus Liesner: Geschäftsführer, AMC Asset Management Consulting GmbH

Katja Löwe: Vertriebsreferentin, Hamburg Messe und Congress GmbH

Loretta Marsh: Vorsitzende des Betriebsrates, Hamburg Messe und Congress GmbH

Prof. Dr. Hans-Jörg Schmidt-Trenz: Hauptgeschäftsführer, Handelskammer Hamburg

Thomas Schuster: Leiter des Amtes Immobilienmanagement, Finanzbehörde, Freie und Hansestadt Hamburg

Peter Wenzel: Staatsrat, Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (bis 29. März 2011)

Bericht des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat befasste sich im abgelaufenen Geschäftsjahr regelmäßig mit der Lage und der Entwicklung der Hamburg Messe und Congress GmbH, der BNM Baugesellschaft Neue Messe mbH sowie der HMC International GmbH. Er hat im Berichtsjahr die ihm nach Gesetz und den Gesellschaftsverträgen obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsführungen der Hamburg Messe und Congress GmbH, der BNM Baugesellschaft Neue Messe mbH und der HMC International GmbH bei der Leitung der Gesellschaften fortlaufend beraten und überwacht.

Der Aufsichtsrat hat sich an die Vorgaben des Hamburger Corporate Governance Kodex gehalten und gemeinsam mit den Geschäftsführungen der Gesellschaften eine Entsprechenserklärung abgegeben.

Die Geschäftsführung hat den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über die relevanten Fragen der Unternehmensplanung, der strategischen Weiterentwicklung und die erzielten Ergebnisse in den einzelnen Gesellschaften einschließlich der Risikolagen unterrichtet.

Im Geschäftsjahr 2011 fanden vier Sitzungen des Aufsichtsrates sowie neun Sitzungen seiner Ausschüsse statt. Im Einzelnen tagten dreimal der Personalausschuss, viermal der Bauausschuss und zweimal der Finanzausschuss. Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2011 ein Beschluss des Aufsichtsrates und vier Beschlüsse des Personalausschusses in einem schriftlichen Verfahren gefasst.

Am 1. Juni bzw. am 11. August 2011 haben die Gesellschafterversammlungen der Hamburg Messe und Congress GmbH, der BNM Baugesellschaft Neue Messe mbH sowie der HMC International GmbH die Susat & Partner OHG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zur Abschlussprüferin bestellt. Die Susat & Partner OHG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft („Susat“) ist inzwischen auf die RöverBrönner GmbH & Co. KG verschmolzen worden. Das Unternehmen firmiert nun als RBS RoeverBroennerSusat GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft („RBS“).

Die RBS hat die Jahresabschlüsse – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführungen und der Lageberichte der Gesellschaften für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 geprüft.

Die RBS hat die Bestätigungsvermerke erteilt. Die Prüfungen haben zu keinen Einwendungen geführt. Nach Beurteilung der RBS entsprechen die Jahresabschlüsse der Gesellschaften den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Gesellschaftsverträge und vermitteln unter Beachtung der Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslagen der Gesellschaften. Die Lageberichte stehen im Einklang mit den Jahresabschlüssen, vermitteln insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaften und stellen die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklungen zutreffend dar.

Der Finanzausschuss hat sich in seiner Sitzung am 22. Mai 2012 und der Aufsichtsrat in seiner Sitzung am 18. Juni 2012 ausführlich mit den Jahresabschlüssen und den Lageberichten sowie den Berichten der RBS befasst. Der Aufsichtsrat erhebt hiergegen keine Einwendungen und stimmt dem Ergebnis der Prüfung durch die Abschlussprüfer zu. Der Aufsichtsrat billigt sowohl die Lageberichte der Geschäftsführer als auch die Jahresabschlüsse zum 31. Dezember 2011.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind Herr Martin Köppen und Herr Kai Hollmann als neue Mitglieder in den Aufsichtsrat der Hamburg Messe und Congress GmbH berufen worden. Aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden sind in dem Geschäftsjahr 2011 Herr Peter Wenzel sowie Herr Sebastian Heinemann. Ihnen dankt der Aufsichtsrat an dieser Stelle herzlich für ihren Einsatz für die Hamburg Messe und Congress GmbH und die angenehme Zusammenarbeit in dem Gremium.

Der Aufsichtsrat dankt den Geschäftsführern und den Mitarbeitern für ihr Engagement und das erfolgreich verlaufene Geschäftsjahr.

Hamburg, im Juni 2012

Johann C. Lindenberg
Vorsitzender des Aufsichtsrates

Was nach dem 31. Dezember 2011 geschah

> 19. April 2012

Volkswagen AG

Die Volkswagen AG ist zum 20. Mal mit einer Jahreshauptversammlung zu Gast im Congress Center Hamburg.

> 3./4. Mai 2012

Deutscher Seniorentag

Mit dem Bundespräsidenten Joachim Gauck und der Bundeskanzlerin Angela Merkel besuchen zwei der ranghöchsten Repräsentanten der Bundesrepublik Deutschland an zwei aufeinanderfolgenden Tagen den 10. Deutschen Seniorentag im CCH.

> 12. Mai 2012

Weltausstellung

In Yeosu/Korea wird die Expo 2012 eröffnet. Der Deutsche Pavillon wird von Mitarbeitern der HMC betreut. Es ist nach dem Deutschen Pavillon auf der Expo 2008 Zaragoza und dem Hamburg House auf der Expo 2010 Shanghai bereits das dritte Engagement der Hamburg Messe und Congress in Folge auf einer Weltausstellung.



> 12. Mai 2012

HAFEN- GEBURTSTAG

Einmalig: Zur Taufe der AIDamar während des 823. HAFENGEBURTSTAG HAMBURG gratulieren drei Schwesterschiffe mit einer Choreografie auf der Elbe.

In Anwesenheit der AIDAblu, AIDAluna und AIDAsol feierte die AIDamar ihre feierliche Taufe. 1,4 Millionen Menschen feierten an drei Tagen mit.



Herausgeber

Hamburg Messe und Congress GmbH
Messeplatz 1
20357 Hamburg · Germany
Phone + 49 40 3569-0
Fax + 49 40 3569-2203
info@hamburg-messe.de
www.hamburg-messe.de

Redaktion

Karsten Broockmann/Birgit Czernotzky/
Kirsten Köther/Sabrina Neumann/Chan Sidki-Lindus

Konzeption und Realisation

CAT Consultants, Hamburg
www.cat-consultants.de

Bildnachweise

Titel:	HMC	16:	www.mediaserver.hamburg.de/C. O. Bruch
	1 HMC/Michael Zapf	17:	HMC, HMC/Hauke Gabriel
	2 HMC/Romanus Fuhrmann-Rickert	18:	HMC/Michael Zapf
	3 HMC/Michael Zapf	19:	Reed Exhibitions
	4 WIP	20:	WIP, HMC/Christoph Brinkmann
	5 Reed Exhibitions	21:	HMC, FESPA Ltd.
1:	HMC/Ralf Meyer	23:	www.hamburg.de/Florian Jaenicke
4:	HMC/Michael Zapf	24:	HMC/Frank Thomas Koch
7:	HMC/Michael Zapf	25:	HMC/Frank Thomas Koch
8:	HMC	26:	www.mediaserver.hamburg.de/C. Spahrbier
9:	HMC/Michael Zapf	27:	HMC/Sabine Wenzel, HMC/Michael Zapf, HMC/Hauke Gabriel
10:	HMC/Michael Zapf	29:	HMC
11:	Reed Exhibitions, HMC/Stephan Wallocha, HMC/Romanus Fuhrmann-Rickert	31:	Siemens AG
12:	HMC/Stephan Wallocha, HMC/Michael Zapf, HMC/Stephan Wallocha	32:	www.mediaserver.hamburg.de/C. Spahrbier
13:	HMC/Michael Zapf, HMC/Romanus Fuhrmann- Rickert, HMC/Katrin Neuhauser	33:	WIP, HMC/Hauke Gabriel
14:	HMC/Michael Zapf	34-37:	www.expo2012-deutschland.de/de
15:	HMC/Michael Zapf	38-39:	HMC/Stephan Wallocha
		40-41:	HMC
		52:	HMC/Sabine Wenzel, HMC/Frederika Hoffmann



Papier: heaven 42. FSC®-zertifiziert.

Dieser Geschäftsbericht erscheint
auch in englischer Sprache.

Hamburg Messe und Congress GmbH

Hamburg Messe

Messeplatz 1 | 20357 Hamburg · Germany | Phone +49 40 3569-0 | Fax +49 40 3569-2203
info@hamburg-messe.de | www.hamburg-messe.de

CCH – Congress Center Hamburg

Am Dammtor/Marseiller Straße | 20355 Hamburg · Germany | Phone +49 40 3569-2222 | Fax +49 40 3569-2183
info@cch.de | www.cch.de