

Es ist so weit: 1974 erfolgt die Neuerfindung als Nürnberger Messe- und Ausstellungsgesellschaft (NMA) – die eigentliche Geburtsstunde der NürnbergMesse. Damit emanzipiert sich die Messegesellschaft von der Rolle als reine Flächenverwalterin und wird Veranstalterin und Gastgeberin. Was nach anfänglichen Hungerjahren folgt, sind Jahrzehnte der Entwicklung: von 15 zu über 1.000 Beschäftigten, von einem Standort in Deutschland zu sieben weltweit mit jährlich über 100 Messen und Kongressen. Damit die NürnbergMesse erfolgreich performen kann, brauchte es anfangs Durchhaltewillen, findige Köpfe, zündende Ideen, ein glückliches Händchen und politische Möglichmacher – für **fast 50 Jahre Wachstum**.

**D**as intensive Ringen um den Bau eines neuen Messegeländes hat sich gelohnt, der Grundstein für eine Zukunft als Messestadt ist gelegt: Nürnberg verfügt im Jahr 1973 über ein Messezentrum, das modernsten Anforderungen genügt. Zumindest über den ersten Abschnitt. Nun gilt es, neben der Fertigstellung des bereits vorgeplanten zweiten Bauabschnitts, den Messeplatz auch organisatorisch und institutionell für die Zukunft aufzustellen. Vor allem aber mit neuen Messen und Veranstaltungen zu füllen. Denn die Spielwarenmesse wird zwar vertraglich gesichert in den folgenden eineinhalb Jahrzehnten in Nürnberg stattfinden, doch macht sie allein ein Messegelände dieser Größenordnung nicht rentabel. Auch die weiteren feststehenden Veranstaltungen, die von AFAG, Nürnberger Bund und anderen bereits in den alten Messehallen am Stadtpark durchgeführt wurden, sind in diesen neuen Dimensionen nicht wirtschaftlich kostendeckend. Trägerin des Messezentrums ist 1973 die Messehallen GmbH als städtische Tochter. Sie muss sich neu erfinden. Denn um den Standort in die Zukunft zu führen, genügen nicht „die Errichtung, die Unterhaltung und der Betrieb von Messehallen“<sup>45</sup>, wie es in Gesellschaftsvertrag und Handelsregister noch bis 1973 steht. Eine Evolution ist nötig: von der reinen Eigentümer-, Betreiber- und Verwaltungsgesellschaft von Messehallen hin zu einem aktiven Gastgeber, einem Partner für Aussteller wie Besucher, nicht zuletzt zu einem Planer und Ausrichter von eigenen Veranstaltungen. Die neu zu formierende Gesellschaft muss ein „kompetenter Sachwalter des Messewesens in Nürnberg und dem daraus resultierenden gesamtwirtschaftlichen Nutzen für die Bürger, die Stadt, die Region und die Wirtschaft“<sup>46</sup> werden, wie sie ihr Selbstverständnis Ende der 1980er-Jahre beschreiben wird.

## Die Stadt erhält ihren Platz im Firmennamen

Ihren Ausgang nimmt diese Transformation am 25. Januar 1974, als im Rahmen einer Gesellschafterversammlung der Beschluss zur Neufassung des Gesellschaftsvertrags verabschiedet wird. Die offensichtlichste Veränderung: Die Messehallen GmbH firmiert nun vom 1. Januar 1974 an als Nürnberger Messe- und



Ausstellungsgesellschaft mbH (NMA). Der Name der Stadt findet sich nun also auch in der Firmierung. Gegenstand der neu gefassten Gesellschaft sind nicht nur „Errichtung, Erhaltung und Betrieb der Messehallen und der dazugehörigen Funktions-, Service- und sonstigen Einrichtungen im Nürnberger Messezentrum“, sondern auch die „Förderung der Wirtschaft, insbesondere des Messe- und Veranstaltungswesens in Nürnberg“ sowie die „Durchführung von Messen, Ausstellungen und sonstigen geeigneten Veranstaltungen“<sup>47</sup>. Es ist ein Paradigmenwechsel. Neben der Geschäftsführung und der Gesellschafterversammlung erhält die NMA einen Aufsichtsrat und einen Beirat.<sup>48</sup> Die Stadt Nürnberg, die nach dem Ausstieg der Spielwarenmesse aus der Messehallen GmbH 1972 auch bei deren Nachfolgesellschaft Alleingeschäftsführerin ist, installiert damit hochkarätig besetzte Gremien, die die Geschäftspolitik der Messegesellschaft maßgeblich mitgestalten. Die konstituierende Sitzung des Aufsichtsrats ist am 20. März 1974 im Rathaus Wolff’scher Bau.<sup>49</sup> Nürnbergs Oberbürgermeister Dr. Andreas Urschlechter wird zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt, Bürgermeister Willy Prölsch und Stadtrat Helmut Bühl werden stellvertretende Vorsitzende. Das Stammkapital beträgt 6,3 Millionen DM. Mit Eintrag der Nürnberger Messe- und Ausstellungsgesellschaft ins Handelsregister ist der Umgründungsprozess am 5. April 1974 abgeschlossen.

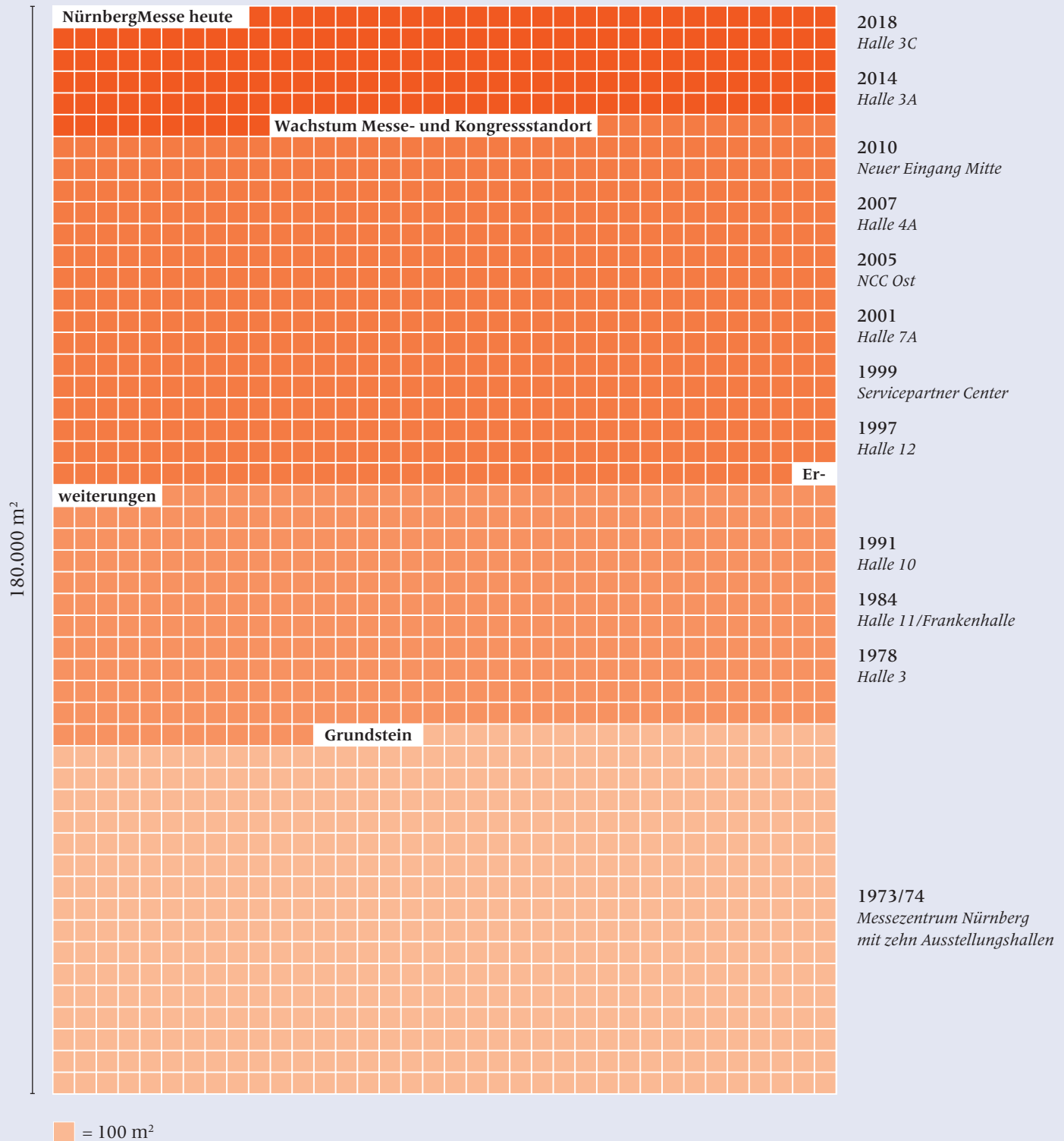
Die Herausforderung ab 1974: 60.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche wollen ausgelastet werden.

**5. April  
1974**

Die Nürnberger Messe- und Ausstellungsgesellschaft wird ins Handelsregister eingetragen.

# Von 0 auf 180.000 Quadratmeter in knapp 50 Jahren

Die Fläche des Nürnberger Messezentrums  
ist über die Jahre massiv gewachsen.



Quelle: NürnbergMesse



## Aufstrebendes Unternehmen wird zur Marke

Bis weit in die 2000er-Jahre ist die Entwicklung des Messestandorts vom stetig wachsenden Platzbedarf der Internationalen Spielwarenmesse geprägt. Diesem wurde erfolgreich und in gemeinsamem Vorgehen entsprochen.

Zugleich zeigt die NMA, dass daraus Verpflichtung und Rückenwind zugleich erwachsen. Es beginnt die Zeit der Emanzipation. Die Erfolge der ersten Jahrzehnte machen Mut und sind auch wirtschaftspolitisch sichtbar. Natürlich wird die Nürnberger Messe in einer breiten Öffentlichkeit immer noch mit der Spielwarenmesse gleichgesetzt. Doch im Markt der Messen erarbeiten sich die Nürnberger Sichtbarkeit und Respekt. Das bauliche Wachstum geht weiter. Aber auch das Unternehmen NMA erwächst seinen Kinderschuhen und setzt sich neue, eigene Ziele. Ausdruck des unternehmerischen Erstarkens ist es auch, dass sich die NMA in der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre, gestützt auf eine Wettbewerbsanalyse und eine Imagestudie, Gedanken um ihren Markenauftritt macht. Trotz der bisherigen Zugewinne von Veranstaltungen sowie des stetigen Ausbaus des Geländes ist die Nürnberger Messe- und Ausstellungsgesellschaft deutlich weniger bekannt als etwa Spielwarenmesse oder AFAG.

Das Kürzel NMA, das ohne die nicht sonderlich prägnante Gesamtfirmierung wenig verständlich ist, erscheint in der Kommunikation schwierig. Zudem ist die Bildmarke, die das sechseckige, wabenförmige Raster der Messehallen aufnimmt, ohne Zusatz nicht aussagekräftig. Eine einprägsame Wort-Bild-Marke soll also her.<sup>62</sup>

Mit Unterstützung durch eine Agentur wird eine neue Markenidentität konzipiert. Die Argumente: besondere Flexibilität gegenüber Kundenwünschen, Loyalität gegenüber Gastveranstaltungen, kein Kopieren anderer Messeplätze, persönliches Engagement, hohe Geländequalität, besonderes Flair des Messeplatzes Nürnberg sowie eine günstige Kosten-Nutzen-Relation für Aussteller.<sup>63</sup>

Darüber hinaus wird Nürnberg als alte Handelsstadt, aber junge Messestadt vorgestellt. „Wir verzichten konsequent darauf, die mittelalterliche Handelstradition als historische Messetradition zu

Die neue Wort-Bild-Marke von 1988 kombiniert das bekannte Signet, das das wabenförmige Raster der Messehallen aufnimmt, mit dem neuen Namen.

27.  
Oktober  
1989

Die Umfirmierung in NürnbergMesse GmbH wird ins Handelsregister eingetragen.

interpretieren“<sup>64</sup>, heißt es im Markenhandbuch von 1988. Damals wie heute ist man sich der starken Tradition Nürnbergs und ihrer Rolle im mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Fernhandel durchaus bewusst; auch dieses Buch schlägt Brücken zu diesem Bezug. Eine davon abgeleitete Kontinuität als jahrhundertalte Messestadt behauptet die NürnbergMesse jedoch nie.

Die neue Wort-Bild-Marke kombiniert das bekannte Signet mit dem neuen Namen: NürnbergMesse. Das ist griffiger und international besser verständlich. 1988 wird es beschlossen, im gleichen Jahr wird der Firmenname angepasst: Nürnberg Messe NMA Nürnberger Messe- und Ausstellungsgesellschaft mbH<sup>65</sup>. Dies geschieht behutsam als Zwischenschritt, um „während einer Übergangszeit die optische Verbindung und Kontinuität von NMA und NürnbergMesse nach außen hin zu dokumentieren“. Im zweiten Schritt beschließt die Gesellschafterversammlung im September 1989 die Umfirmierung in NürnbergMesse GmbH. Sie wird am 27. Oktober 1989 ins Handelsregister eingetragen.<sup>66</sup>

### Ikonisch

*Die Orientierung in den neuen Messehallen war anfangs schwierig, weil sie alle gleich aussahen. Abhilfe schuf der Grafikdesigner Otl Aicher mit seinen ikonischen Piktogrammen und einer neuen Farbgestaltung.*



## Freistaat wird Gesellschafter – endlich!

Auch wenn der Freistaat 1974 nicht als Gesellschafter der NMA einsteigen wollte, was in Nürnberg besonders im Hinblick auf eine breitere wirtschaftliche Basis und Kontakte in die Ministerien sehr begrüßt worden wäre, wurde ihm ein Sitz im Aufsichtsrat der NMA eingeräumt. Die Unterstützung des Freistaats Bayern war für die Entwicklung des Messeplatzes Nürnberg essenziell. Seit den 1950er-Jahren gibt es finanzielle Unterstützung aus der Landeshauptstadt

München, von der die Spielwarenmesse ebenso profitiert wie die Messehallen GmbH für die ersten Schritte am Berliner Platz und in der Folge die NMA. Der Erwerb des Messegeländes wäre ohne das Zutun der Bayerischen Landesregierung nicht möglich gewesen. Folgerichtig setzt sich Nürnbergs Wirtschaftsreferent Dr. Wilhelm Doni in der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre dafür ein, „den Freistaat Bayern ständig an seine messepolitische Verantwortung für Nürnberg als zweitgrößten bayerischen Messeplatz [zu] erinnern“<sup>67</sup>.

Die Verhandlungen über staatliche Zuschüsse zum Bau der Halle N (heute Halle 10) geben schließlich den Anlass, dass die Stadt Nürnberg als Alleingesellschafter dem Freistaat erneut anbietet, als Gesellschafter einzusteigen. Dieses Mal ist man in der Landeshauptstadt aufgeschlossen. Die gewachsene Bedeutung des Messeplatzes Nürnberg wird den Sinneswandel nicht behindert haben.

Die Anfang 1988 aufgenommenen Verhandlungen, maßgeblich geführt von Nürnbergs Oberbürgermeister Dr. Peter Schönlein, Wirtschaftsreferent Dr. Wilhelm Doni sowie Messechef Dr. Hartwig Hauck mit dem bayerischen Finanzminister Gerold Tandler, ziehen sich allerdings: Die Stadt möchte mit 50 Millionen DM einen möglichst hohen Mittelfluss für die Anteile erreichen, der Freistaat verweist auf die bislang geleisteten Zuschüsse.<sup>68</sup>

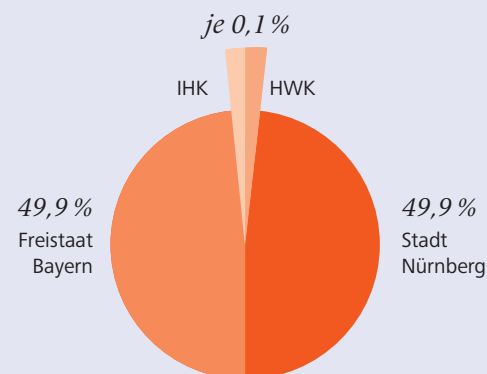
Im Ergebnis können sich beide Parteien schließlich 1989 auf einen Gesellschaftsvertrag verständigen. Dieser sieht vor, dass der Freistaat Bayern 40 Millionen DM in die Gesellschaft einbringt. 20 Millionen DM der staatlichen Mittel werden zur Aufstockung des Eigenkapitals verwendet, mit 10 Millionen DM kauft der Freistaat der Stadt Nürnberg Gesellschafteranteile ab. Die restlichen 10 Millionen DM werden der NürnbergMesse als Gesellschafterdarlehen bereitgestellt. Auch die Stadt Nürnberg gibt in diesem Rahmen ein Darlehen in Höhe von 10 Millionen DM.<sup>69</sup>

Im Gesellschaftsvertrag, der am 19. Februar 1990 notariell beurkundet wird und am 1. Mai 1990 in Kraft tritt, werden Stadt Nürnberg und Freistaat Bayern mit jeweils 49,9 Prozent der Anteile gleichberechtigte Hauptgesellschafter der NürnbergMesse GmbH. Hinzu kommen noch zwei weitere Gesellschafter: Mit jeweils 0,1 Prozent der Gesellschaftsanteile und 60.000 DM beteiligen sich außerdem die Industrie- und Handelskammer

Nürnberg und die Handwerkskammer für Mittelfranken an der Messegesellschaft.<sup>70</sup> Die Einbeziehung der beiden Kammern dient vor allem der Einbringung ihres wirtschaftlichen Know-hows auf den Geschäftsablauf. Sie sind weder in Gewinnbeteiligungen eingebunden noch zur Übernahme von Verlusten verpflichtet. Die Zusammenarbeit der Gesellschafter findet hauptsächlich im Rahmen der Gesellschafterversammlung sowie des Aufsichtsrats statt.

## Gesellschafteranteile der NürnbergMesse

Stand 1990



Nach mehreren Kapitalerhöhungen halten Stadt Nürnberg und Freistaat Bayern heute je 49,969 % sowie IHK und HWK je 0,031 % der Gesellschaftsanteile (Stand 2023).

Quelle: NürnbergMesse

Den Vorsitz der Gesellschafterversammlung führt der jeweilige Aufsichtsratsvorsitzende, der im dreijährigen Turnus zwischen Stadt Nürnberg und Freistaat Bayern wechselt.<sup>71</sup> Für das Vorankommen des Messeplatzes Nürnberg ist diese neue Beteiligungsstruktur ein zentraler Schritt, ohne den die Größenordnung der weiteren Wachstumsentwicklung vermutlich kaum stemmbar wäre.



Vertragsunterzeichnung der vier Gesellschafter 1990 (von links): Dr. Gustl Drechsler (Präsident IHK Nürnberg von 1989 bis 1995), Gerold Tandler (Bayerischer Staatsminister der Finanzen von 1988 bis 1990), Dr. Peter Schönlein (Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg von 1987 bis 1996), Heinrich Mosler (Vizepräsident HWK für Mittelfranken von 1989 bis 1997).



## Serviceorientierung als entscheidender Faktor

Der intensive Einsatz der Nürnberger Messeleute für ihre Kunden und Partner sorgt in der Qualität für den entscheidenden Unterschied. Eine GfK-Studie stellt 1999 drei wesentliche Stärken des Teams heraus: Mit Know-how, gemeinsamer Kompetenz und partnerschaftlicher Serviceorientierung verfügen die Nürnberger praktisch über Alleinstellungskriterien im nationalen Vergleich.

Die Nürnberger Fachmessen gelten mit ihrer Spezialisierung als äußerst effektiv für die Aussteller. Auch die gute Erreichbarkeit des Messeplatzes Nürnberg festigt den guten Ruf.<sup>89</sup>

Wie umfassend das Serviceverständnis ist, zeigt das Novum für Aussteller, die komplette Standorganisation von der NürnbergMesse erledigen zu lassen. Hierfür wird eine eigene Abteilung geschaffen. Mussten sich die Aussteller früher um Standbau, Logistik, Catering, Dekoration, Reinigung bis hin zu Marketingleistungen selbst kümmern, erhalten die Kunden der NürnbergMesse ab 2003 dafür ein Angebot und einen koordinierenden Ansprechpartner.<sup>90</sup> Von überall in der Welt können Aussteller über den Online-Standkonfigurator ihren Messeauftritt planen.

## Kongresse und Messen sind die ideale Kombination

In den 1990er-Jahren wächst die strategische Bedeutung von Kongressen für die NürnbergMesse. Zeitgleich zu einem Thema stattfindende Messen und Kongresse wurden früher in Teilen des Messemarktes als Konkurrenz bewertet; ein Kongress würde den Besucherzufluss zur Messe schmälern, war die Befürchtung. Aber die Entwicklung geht

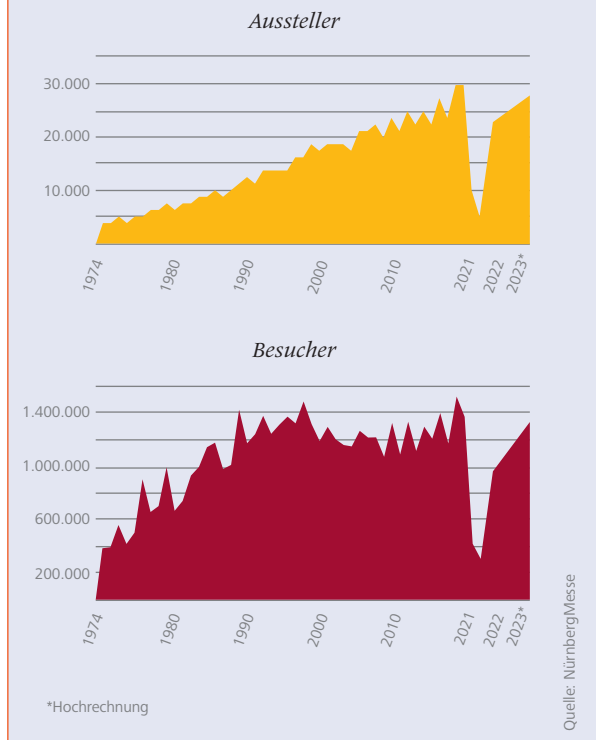
Das Service-Team der Messe bietet vom Standbau bis zu Dekoration und Logistik alles an. Seit 2004 gibt es außerdem den Express-Service „Get-it!“. Das Team organisiert „im Handumdrehen fehlende Gegenstände vom Pizaofen über Hunderte von Tischtennisbällen bis hin zum Zierfisch oder seltene Computerkabel“.<sup>88</sup>

## 2. April 1992

Gründung der ersten Tochtergesellschaft NürnbergMesse Service GmbH

## Gut besuchte Messen

So viele Aussteller und Besucher zählten die Veranstaltungen der NürnbergMesse Group weltweit.



komplett in die andere Richtung: Die Bemühungen um zusätzliche, idealerweise anwendungsorientierte Kongresse werden intensiviert, da sie den parallel stattfindenden Messen des jeweiligen Fachbereichs oft ein internationales Fachpublikum verschaffen. Und es ergeben sich zusätzliche Chancen: Am Rande der Kongresse finden oft „Lobby-Shows“ statt, kleinere Ausstellungen von Unternehmen aus dem zum Kongress passenden Fachbereich. Diese Ausstellungen sind in Nürnberg nicht selten Ausgangspunkt und Nukleus für die Entwicklung einer neuen Fachmesse.<sup>91</sup>

Zusätzliche Räume für größere Kongresse sollen diese Strategie unterstützen. 1997 entsteht das erste von drei Kongresszentren auf dem Messegelände und begründet das CongressCenter NürnbergMesse (CCN). „Optimaler Nutzen und Komfort durch ein Höchstmaß an räumlicher, technischer und organisatorischer Flexibilität“<sup>92</sup>, wirbt 1998 der Internetauftritt der NürnbergMesse. Das Konzept geht auf, sodass schnell weitere Ausbaumaßnahmen erfolgen müssen. Doch weiterhin übersteigt die Nachfrage das Angebot.