

Pressemitteilung

Frankfurt am Main,  
17. Februar 2021

## Erfolge in Asien und Frankreich

Markus Quint  
Tel. +49 69 75 75-59 05  
press@messefrankfurt.com  
www.messefrankfurt.com

**Nach einem erfolgreichen Neustart in China konnten nun auch erneut physische Veranstaltungen der Messe Frankfurt in Japan und Frankreich stattfinden. Die regionale Fachmesse Beautyworld Japan Fukuoka sowie der Texworld Evolution Showroom Paris machten die geschäftliche Begegnung unter Einhaltung von Sicherheits- und Hygienemaßnahmen wieder möglich. In Deutschland ermöglichen digitale Plattformen der Messe Frankfurt lebendige Begegnungen mit internationaler Teilnahme auch in Pandemiezeiten.**

Auf der Beautyworld Japan Fukuoka, der ersten physischen Veranstaltung der Messe Frankfurt im Kalenderjahr 2021, präsentierten insgesamt 122 Aussteller ihre Produkte. 3.818 Besucher informierten sich auf der regional ausgerichteten Veranstaltung für die Schönheitsindustrie über neue Trends und Produkte aus den Bereichen Kosmetik, Pflege, Parfümerie und Wellness.

Wolfgang Marzin, der Vorsitzende der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, sagt: „Noch herrscht aktuell ein Berufsverbot für Veranstalter in Deutschland. Niemand weiß, was die Zukunft bringt und jegliche Prognose wäre unseriös. Aber nachdem das Messegeschäft in China bereits im vergangenen Jahr angelaufen ist, konnten wir nun auch in Japan und Frankreich unter Beweis stellen, dass Messen unter Einhaltung von Sicherheitsvorkehrungen möglich sind.“

„Die erfolgreiche Durchführung unterstreicht, dass in Japan auch während der Pandemie Messen veranstaltet werden können“, bestätigt Stephan Buurma, Managing Director Asia, Messe Frankfurt. „Die Veranstaltung reiht sich in den Erfolg ihrer Schwestermesse ein, der Beautyworld Japan West, die im Oktober 2020 mit 224 ausstellenden Unternehmen und mehr als 22.000 Besuchern durchgeführt werden konnte.“

### **3.235 Anfragen von Besuchern der Texworld Evolution Paris**

Zum Texworld Evolution Paris - Le Showroom, der Anfang Februar im Atelier Richelieu seine Türen öffnete, kamen mehr als 500 Einkäufer und Fachleute aus der Mode-, Textil- und Bekleidungsbranche, um schon jetzt die Trends für das Frühjahr und den Sommer 2022 aufzuspüren. Unter gleichermaßen optimalen Komfort- und Sicherheitsbedingungen galt es, mehr als 2.500 ausgewählte Muster von 75 internationalen Herstellern aus rund zehn Ländern zu entdecken. Um den Besucherstrom zu regulieren, war der Zutritt nur mit Vorabreservierung und innerhalb eines festgelegten Zeitfensters möglich. Die Besucher des Showrooms konnten direkt mit den teilnehmenden Herstellern in

Messe Frankfurt GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main

Kontakt treten und stellten insgesamt 3.235 Anfragen mit Bitten um Informationen, Angebote sowie Bestellungen.

„Über das Vergnügen hinaus, wieder zusammzukommen und zusammenzuarbeiten, erfüllt dieser mit einem inspirierenden Trendforum ausgestattete Showroom die Erwartungen des Marktes“, sagte Frédéric Bougeard, Präsident der Messe Frankfurt France. „Die Beschaffungsbedürfnisse der Modeindustrie werden immer linearer; man wünscht sich regelmäßiger Treffen und begrüßt Zwischenlösungen wie diese, um die weiterhin unverzichtbaren physischen Messen zu ergänzen.“

### **„Neonyt on Air“ und ISH digital**

Überall dort, wo aufgrund behördlicher Erlasse keine physischen Veranstaltungen möglich sind, baut die Messe Frankfurt ihr digitales Angebot aus, um ihren Kunden auch in pandemischen Zeiten beste Plattformen zu bieten, geschäftlich miteinander in Kontakt zu bleiben. Im Rahmen der „Neonyt on Air“, zu der das Unternehmen Mitte Januar auf den Social Media-Kanälen der Neonyt einlud, konnte man sich während der live ausgestrahlten Talk-Runden und Panel Discussions über die neuesten Entwicklungen der nachhaltigen Mode- und Textilbranche informieren. Auch die Weltleitmesse für Wasser, Wärme und Klima veranstaltet erstmals die ISH Digital. Vom 22. bis 26. März 2021 präsentieren internationale Player hier ihre Neuheiten, diskutieren Trends und bauen ihr Netzwerk aus. Zu den Top-Themen der ISH Digital gehört u.a. „Luft als Lebensmittel“ mit Lüftungstechnologie, die helfen kann, die Konzentration der Covid-Aerosole in der Raumluft in Innenräumen zu reduzieren. Darüber hinaus stehen unter dem Titel „Hygienewelle im Bad“ Themen wie schmutz- und bakterienresistente Oberflächen im Bad, berührungslose Armaturen und hygienische Komfort-WCs im Mittelpunkt.

„Uns ist bewusst, dass die persönliche Begegnung durch nichts ersetzt werden kann“, sagt Marzin. „Bis wir überall auf der Welt wieder unsere internationalen Branchentreffpunkte physisch ausrichten können, schaffen wir für unsere Kunden Voraussetzungen, damit sie auch in schwierigen Zeiten miteinander in Kontakt bleiben können – stets mit Blick auf das Mögliche und Zweckmäßige im Sinne der beteiligten Branchen.“

### **Presseinformationen & Bildmaterial:**

<https://messefrankfurt.com/journalisten>

### **Hintergrundinformationen Messe Frankfurt**

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500\* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250\* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu

Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

\*vorläufige Kennzahlen 2020