

Messe Frankfurt zurück auf Wachstumskurs

Frankfurt am Main, 19.12.2022

Die Messe Frankfurt hat nach dem pandemiebedingten Neustart seit April ihren Wachstumskurs wiederaufgenommen. Zu den in Summe 310 Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt kamen rund 52.000 Ausstellerinnen und Aussteller sowie 3,3 Millionen Besucherinnen und Besucher. Beim Umsatz erwartet die Unternehmensgruppe rund 450 Millionen Euro, nach 154 Millionen Euro im Vorjahr. Der Gelände-Masterplan wird erfolgreich abgeschlossen, die weiteren Investitionsschwerpunkte liegen auf den drei Säulen neue Messekonzepte, Digitalisierung sowie Nachhaltigkeit.

„Die persönliche Begegnung, unser Kerngeschäft, wird gebraucht und nachgefragt. Die Fülle an Veranstaltungen, eine unverändert hohe Kundenzufriedenheit und eine deutlich wahrnehmbare Internationalität untermauern den hochwertigen Nutzen für die Branchen“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt bei Vorlage der vorläufigen Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2022.

Stephanie Wüst, Dezernentin für Wirtschaft, Recht und Reformen der Stadt Frankfurt und frisch gewählte Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt, betont: „Als Gesellschafter unterstützen wir die Messe Frankfurt in ihrer strategischen Ausrichtung. Die vom Management initiierten Maßnahmen entwickeln den Messestandort und die Marke ‚Messe Frankfurt‘ nachhaltig und zukunftsorientiert weiter. Das stärkt die internationale Wettbewerbssituation des Standortes Frankfurt. Nicht zuletzt kommt das der lokalen und regionalen Wirtschaft zugute. Zudem haben sie internationale Strahlkraft und stärken den Standort Frankfurt. Die Stadt Frankfurt bekennt sich zum Messestandort und deren Stärkung ist auch aktiv im Koalitionsvertrag verankert.“

„Die Belegschaft der Messe Frankfurt hat Durchhaltevermögen und Kreativität bewiesen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Nun gilt es, auf dem wieder erreichten Erfolgspfad weiter zu gehen und die Messe Frankfurt zukunftsfest zu machen. Denn wir befinden uns nicht nur in einer Energiekrise, sondern auch mitten im Übergang hin zum klimafreundlichen Wirtschaften. Durch ihre hohe und internationale Innovationsdichte ist die Messe Frankfurt der ideale Ort, um den Wirtschaftswandel weltweit voranzutreiben, der eine Herausforderung, aber eben auch eine Chance ist“, hob der Hessische Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Tarek Al-Wazir, hervor.

Starke Veranstaltungsbilanz nach Neustart und strategische Neuausrichtung

Im Geschäftsjahr 2022 fanden unter dem Dach der Unternehmensgruppe 310 Veranstaltungen mit annähernd 52.000 ausstellenden Unternehmen sowie 3,3 Millionen Besucher*innen statt. Rund 80 Veranstaltungen mussten weltweit aufgrund der Nachwirkungen von Corona abgesagt beziehungsweise verschoben werden. Die

Internationalität auf den konzerneigenen Veranstaltungen am Heimatstandort in Frankfurt erreichte auf Seiten der Aussteller*innen rund 73 Prozent, bei den Facheinkäufer*innen waren es annähernd 57 Prozent. „Für das Geschäftsjahr 2022 gehen wir zum jetzigen Zeitpunkt von einem konsolidierten Konzernumsatz in Höhe von rund 450 Millionen Euro aus“, sagte Marzin. Das Konzernergebnis nach Steuern wird bei rund -30 Millionen Euro liegen, unter anderem bedingt durch den pandemiebedingten Ausfall des ersten Quartals, der Tilgung von Darlehen und der Berücksichtigung des Verkaufs eines Grundstücks. „Wir haben in den beiden vergangenen Jahren viel dazu gelernt und uns einiges getraut. Wir haben ausprobiert, selektiert und konzentrieren uns nun auf das, was relevant ist und gleichzeitig die Qualität unserer Veranstaltungen und Services optimiert“, bekräftigte Marzin die strategische Neuausrichtung. Nach entscheidenden Dekaden der Spezialisierung, Internationalisierung und zunehmender Digitalisierung, in denen die Messe Frankfurt ihre Rolle als eines der führenden Messeunternehmen weltweit ausgebaut hat, steht das Unternehmen vor den nächsten großen Entwicklungen. Die digitale Modernisierung soll forciert werden und die Veranstaltungen über das ganze Jahr für die unterschiedlichen Branchen zu einem exklusiven und ganzjährigen B2B-Hub werden.

„Wir professionalisieren das Content Management durch die Entwicklung und den Betrieb von ganzjährigen Kommunikationsplattformen. Die Geschwindigkeit und Intensität der Angebote folgt dabei den Bedürfnissen der jeweiligen Branchen“, erläuterte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, die digitale Weiterentwicklung der Veranstaltungen. Schon heute profitieren Kunden der Messe Frankfurt von der globalen Reichweite der Veranstaltungen. „Ein konsequentes Data Driven Marketing ist für uns daher der nächste Schritt. Das bedeutet, dass künftig noch besser als heute die relevanten Kundeninformationen in einer Datenbank zusammengefasst und für die Vermarktung unserer Messen optimal ausgespielt werden“, so Braun. Investieren wird die Messe Frankfurt in eine moderne IT-Struktur, um die betriebliche Effizienz durch Prozessoptimierungen zu steigern, die Sicherheitsstandards weiter zu stärken sowie die Veranstaltungen mit modernen Angeboten und Tools auszurüsten. „Der digitale Masterplan, der in seiner Dimension sämtliche Strukturen und Bereiche im Unternehmen umfasst, liegt schon länger in der Schublade, er wurde durch Corona jedoch ausgebremst“, ergänzte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Nachhaltigkeit ist ein weiterer zentraler Teil der Unternehmensstrategie der Messe Frankfurt. Erstmals hat sich das Unternehmen einem ESG-Rating (Environmental, Social, Governance) unterzogen und bereits die Bronze-Medaille erreicht. In einem nächsten Schritt strebt die Messe Frankfurt als erstes Unternehmen innerhalb der Veranstaltungswirtschaft jetzt ein Zertifikat des Umweltmanagementsystems EMAS (Eco Management und Audit Scheme) an, auch bekannt als EU ÖKO-Audit. Die Messe Frankfurt wird das verpflichtende Energieaudit bis zum November 2023 durchführen und sich dann jährlich an ihren Fortschritten messen lassen. Bereits in den vergangenen Jahren hat sich die Unternehmensgruppe mit einer Reihe von freiwilligen Selbstverpflichtungen zur Nachhaltigkeit bekannt. Hierzu gehören der United Nations Global Compact, die Charta der Vielfalt sowie der Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet. Die Messe Frankfurt unterstützt die Nachhaltigkeitsinitiative des Branchenverbands AUMA und UFI und hat den „Net Zero Carbon Events Pledge“ unterzeichnet.

Mit der Fertigstellung der Halle 5 und ihrer Eröffnung Anfang Februar 2023 ist der Masterplan für das Messegelände abgeschlossen. Dieser war in einem Zeitraum von

1998 bis 2022 ausgelegt und wurde mit einem Investitionsvolumen von mehr als einer Milliarde Euro bestritten. „Unsere Hallen sind nicht nur architektonische Landmarks inmitten der Großstadt, sondern nun auch alle auf einem technisch vergleichbaren Ausstattungsstandard. Diese Optimierung ist ein klares Bekenntnis der Messe Frankfurt zu ihrem Heimatstandort“, resümierte Behm. Das Messegelände kann sowohl im Osten als auch im Westen des Geländes vollwertig bespielt werden und ist für Großveranstaltungen genauso wie für mehrere parallel stattfindende Veranstaltungen ideal nutzbar. Damit kann das Gelände bestens ausgelastet werden.

Angesichts der erfreulichen zurückliegenden Veranstaltungsmonate und den Rückmeldungen von Kunden für das bevorstehende Jahr blickt die Messe Frankfurt optimistisch in die Zukunft, immer unter der Voraussetzung, dass alle Veranstaltungen planmäßig stattfinden können.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

Besuchen Sie uns auf:

www.twitter.com/messefrankfurt

www.instagram.com/messefrankfurt

www.youtube.com/user/messefrankfurt

Ihr Kontakt:

Markus Quint

Tel.: +49 69 75 75-59 05

markus.quint@messefrankfurt.com

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

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation nachhaltige Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.200* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 450* Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

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

* vorläufige Kennzahlen 2022