

2011

Geschäftsbericht



+
global



+
lokal

Handeln vor Ort



+
digital

Auf einen Blick

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt konzipiert, plant und veranstaltet Messen und Ausstellungen im In- und Ausland. Mutter- und Tochtergesellschaften bieten ein abgestimmtes Leistungsspektrum für die nationale und internationale Kundschaft, für Aussteller und Besucher.

Unternehmensgruppe					
in Mio. €*	2007	2008	2009	2010	2011
Umsatzerlöse	424	440	424	448	467
Personalaufwand	84	91	94	102	106
Abschreibungen	48	47	53	59	59
Ergebnis vor Ertragsteuern	44	52	37	42	34
Umsatzrendite vor Ertragsteuern in %	10	12	9	9	7
Jahresüberschuss	28	36	23	24	22
Cashflow (vereinfacht)	72	79	73	80	76
Anlagezugänge	105	115	118	20	22
Eigenkapital	340	377	384	397	404
Bilanzsumme	778	876	869	875	832
Mitarbeiter (jeweils 31.12.)	1.395	1.463	1.589	1.629	1.725

* ausgenommen Mitarbeiter und Umsatzrendite

Gesellschafter: Stadt Frankfurt (60%), Land Hessen (40%)
Gezeichnetes Kapital: Stadt Frankfurt 108 Mio. €, Land Hessen 72 Mio. €

Grunddaten	2007	2008	2009	2010	2011
Grundfläche (m ²)	578.000	578.000	578.000	578.000	578.000
Verfügbare Hallenfläche (m ²)	321.754	321.754	345.697	355.678	355.678
Verfügbare Freifläche (m ²)	83.698	96.078	95.721	96.078	96.078
Anzahl der Hallen	9	9	10	10	10
Inlandsmessen					
Anzahl der Messen und Ausstellungen	44	42	37	36	37
Aussteller	41.135	43.682	41.097	42.386	38.184
Aussteller (Inland)	17.669	16.739	17.534	17.434	14.686
Aussteller (Ausland)	23.466	26.943	23.563	24.952	23.498
Nettofläche (m ²)	1.514.597	1.422.605	1.438.709	1.281.215	1.366.756
Besucher	2.575.899	1.678.677	2.325.565	1.474.301	2.307.067
Auslandsmessen					
Anzahl der Messen	68	60	54	51	63
Aussteller	22.955	25.148	22.320	26.196	30.643
Nettofläche (m ²)	515.853	551.535	483.217	572.538	713.636
Besucher	981.070	884.312	837.317	921.183	1.063.369
Gesamt					
Anzahl der Messen	112	102	91	87	100
Aussteller	64.090	68.830	63.417	68.582	68.827
Nettofläche (m ²)	2.030.450	1.974.140	1.921.926	1.853.753	2.080.392
Besucher	3.556.969	2.562.989	3.162.882	2.395.484	3.370.436

Handelsplätze



Messen sind und bleiben das wichtigste Marketinginstrument für die globale Wirtschaft. Sie bieten allen Wirtschaftsbranchen die Gelegenheit, sich auf neutralen Plattformen zu treffen, auszutauschen und miteinander zu handeln.

Diese Plattformen schaffen wir auf unserem Gelände in Frankfurt, mit unseren Veranstaltungen weltweit und mit unseren Angeboten im Internet. So unterstützen wir unsere Partner und Kunden nicht nur dabei, langfristige und verlässliche Geschäftsbeziehungen in einer sich stetig wandelnden Welt einzugehen, sondern darüber hinaus zu bewahren. Denn ihr Erfolg ist auch unser Erfolg.

Darum ist die Messe Frankfurt für ihre Kunden immer da vor Ort, wo sie uns brauchen:
Lokal. Global. Und digital.

Inhalt



04

Editorial der Geschäftsführung



06

Platz für die Pasta Connection
Consumer Goods & Leisure



12

In der Boxengasse
Textiles & Textile Technologies



18

Auf Puschkins Spuren
Mobility & Infrastructure



30

Wo die Realität digital sieht
Entertainment, Media & Creation



36

Maßgeschneiderte Verbindungen
Services
Gastmessen, Kongresse & Events



24

Zuhause in der Zukunft
Technology & Production

42 Gesamtaktivitäten
der Messe Frankfurt

50 Lagebericht des Konzerns
Messe Frankfurt GmbH
50 Geschäfts- und Rahmenbedingungen
54 Darstellung des Geschäftsverlaufs
57 Darstellung der Lage
65 Chancen und Risiken der
zukünftigen Entwicklung
68 Sonstige Angaben/Ausblick
69 Nachtragsbericht

70 Jahresabschluss des Konzerns
Messe Frankfurt GmbH
70 Konzern-Bilanz
72 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
73 Konzern-Anhang 2011
84 Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens
der Messe Frankfurt GmbH
86 Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH
88 Kapitalflussrechnung des Konzerns
Messe Frankfurt GmbH
89 Entwicklung des Eigenkapitals

90 Bestätigungsvermerk des
Abschlussprüfers

91 Bericht des Aufsichtsrats

93 Impressum, Kontaktdaten

Handeln vor Ort

Orte für den Handel, Orte zum Handeln, Plattformen für die Realwirtschaft: Seit über 750 Jahren kommen Aussteller und Besucher zu unseren Veranstaltungen, um Geschäfte zu machen. In dem was wir tun sind wir erfolgreich, das bestätigt auch das Ergebnis, mit dem wir das vergangene Geschäftsjahr abschließen konnten. Es war mit 467,5 Millionen Euro das umsatzstärkste „Handelsjahr“ in der Geschichte der Messe Frankfurt und insgesamt in mehr als einer Hinsicht ein ganz besonderes Jahr.

Orte zum Handeln finden unsere Kunden nicht nur an unserem Heimatstandort in Frankfurt am Main. Ob in Indien, in Dubai oder in Russland – wir sind da, wo die wirtschaftliche Relevanz für unsere Kunden liegt. Unsere Aufgabe als Messeveranstalter ist es, ihnen in den wachstumsrelevanten Märkten Plattformen für Angebot und Nachfrage anzubieten. Durch strategische Entscheidungen und Investitionen stärken wir weltweit die internationalen Messeplätze.

Das wirkt sich auch auf die jeweilige Region aus, ortsansässige Unternehmen und Dienstleister partizipieren am Erfolg unserer Messen – ob durch Taxifahrten, Hotelübernachtungen oder Restaurantbesuche. Die größte Wertschöpfung entsteht aber natürlich am Stammsitz in Frankfurt: Eine Studie des unabhängigen ifo Instituts zeigt, dass Veranstaltungen der Messe Frankfurt auf diesem Weg in der Bundesrepublik Deutschland jährlich Umsätze in Höhe von 3,1 Milliarden Euro auslösen. Der Stadt Frankfurt, dem Land Hessen und dem Bund entstehen steuerliche Mehreinnahmen von insgesamt 567 Millionen Euro. 32.500 Arbeitsplätze

werden deutschlandweit durch die Tätigkeit der Messe Frankfurt geschaffen. Fazit: Die Messe Frankfurt stiftet Nutzen – für ihre Kunden, aber auch für die Volkswirtschaft.

Auch 2011 hat die Messe Frankfurt ihren Wachstumskurs fortgesetzt. Rund 69.000 Aussteller und über 3,8 Millionen Besucher haben wir mit unseren Eigen- und Gastveranstaltungen rund um den Globus zusammengebracht; davon kamen allein zu unseren zahlreichen Konzerten, Sport- und Kultur-events in Frankfurt nahezu eine halbe Millionen Gäste auf das Messegelände. Mit allen relevanten Kennziffern gehört die Messe Frankfurt weltweit zu den Spitzenunternehmen unserer Branche. In Deutschland sind wir außerdem die bei weitem profitabelste Messegesellschaft mit eigenem Gelände.

Dahinter stehen alle unsere Mitarbeiter weltweit, bei denen wir uns an dieser Stelle für ihren persönlichen Einsatz und ihr Engagement bedanken. Sie sind es, die rund um den Globus für unsere Kunden vor Ort sind. Und sie sind es auch, die dieses Jahr zu einem ganz besonderen gemacht haben.



► | Die Geschäftsführung auf der Terrasse der Halle 11
◄ | Blick auf die Halle 11



Für die Zukunft sehen wir uns gut gerüstet: Mit dem Wachstum unserer etablierten Messen, durch langfristige Vertragsverhältnisse mit wichtigen Partnern und vielen Messeneuzugängen haben wir unser Portfolio nachhaltig ausgebaut. Damit haben wir einerseits die Auslastung unseres Geländes und andererseits unsere Marktanteile in wachstumsstarken Märkten erhöht. Zusätzlich erlaubt uns eine starke regionale Struktur, die Servicestandards umsetzen zu können, wie sie unsere Aussteller und Besucher von uns erwarten – weltweit. Mit dem Spatenstich zu einem weiteren Kongresszentrum, dem Kap Europa, wird Frankfurt auch in die Championsleague des Kongress- und Tagungsgeschäfts aufsteigen. Last but not least: Wir freuen uns sehr, dass wir als Messegesellschaft die deutsche Beteiligung an der Weltausstellung 2015 in Mailand mit vorbereiten dürfen und dort den Deutschen Pavillon betreiben werden. Die Expertise und Kompetenz der Messe Frankfurt

haben die Entscheider in der Bundesregierung überzeugt. Und so sind wir wie gewohnt wieder da vor Ort, wo unsere Kunden unsere Dienstleistungen in Anspruch nehmen wollen.

In diesem Geschäftsbericht werden Sie Orte kennenlernen, die auf den ersten Blick nichts mit der Messe Frankfurt zu tun haben. Oder doch? Wir berichten in den nachfolgenden Geschichten von diesen sehr unterschiedlichen Orten, Plätzen oder Treffpunkten und möchten damit zeigen, wie die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt auch über ihr Gelände hinaus relevant ist – lokal, global und digital.

Bitte begleiten Sie uns!

Wolfgang Marzin

Detlef Braun

Uwe Behm

Platz für die Pasta Connection

An weiß gedeckten Tischen, zwischen Antipasti und Espresso, entstehen Ideen für neue Projekte, vernetzt sich die Branche und Verträge bekommen den letzten Feinschliff. In der Cucina Mediterraneo spürt man deutlich, wenn Veranstaltungen auf dem Messegelände stattfinden – dann platzt das Reservierungsbuch aus allen Nähten.



„Die Messe hat das aus mir gemacht, was ich heute bin.“

Giovanni Maragliano



Il pragmatico – Der Pragmatiker
Giovanni Maragliano

„Benvenuti al ristorante!“ – Schon seit über zehn Jahren werden in der Cucina Mediterraneo nach einem langen Messetag Geschäftsbeziehungen bei einer großen Portion Pasta a la Casa und einem trockenen Chianti vertieft. Dass das so möglich ist, daran ist übrigens eine Straßenbahn nicht ganz unbeteiligt.

Nach einer Studie des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung legt in Deutschland ein Mensch täglich durchschnittlich 1,4 Kilometer zu Fuß zurück. Giovanni Maragliano, Besitzer der Cucina Mediterraneo und Familienschmied, lacht. Wenn seine Gäste abends nach der Ambiente, Heimtextil oder Light + Building zu ihm ins Restaurant kommen, haben sie weitaus mehr Kilometer auf dem Buckel, oder besser in den Beinen, sagt er. Meetings, Pressekonferenzen und Produktpräsentationen – Giovanni Maragliano ist überzeugt, dass man sich dann erst einmal hinsetzen, durchatmen, aber vor allem gut essen und trinken sollte. Das Gespräch, das komme ganz von selbst. Und so wurde schon die eine oder andere Geschäftsbeziehung in seinem Restaurant final besiegelt. Egal, ob nun in der Cucina Mediterraneo in Frankfurt, im Kevin Rathbun Steakhaus in Atlanta oder im Sushi-Restaurant Sushiyokan in Tokio – das, was Aussteller und Besucher weltweit nach Messeschluss lukullisch vertiefen, findet seinen Ursprung bei Veranstaltungen der Messe Frankfurt.

Wie wird man Restaurantbesitzer? Indem man seine Chance ganz einfach – „facile così“ – beim Schopfe packt. Giovanni war mal Straßenbahnfahrer. Sein Beruf führte den gebürtigen Italiener regelmäßig an der Station Messe vorbei. Die vielen Menschen auf dem Weg zum Veranstaltungsgelände, die wollte er bekochen. Im Januar 2000 war es soweit: Seine Cucina Mediterraneo eröffnete in direkter Nähe zum Messe-City-Eingang. „Ich freue mich riesig, wenn Messe ist, denn dann sehe ich sie alle wieder“, sagt Giovanni und meint damit die zahlreichen in- und ausländischen Besucher, die zum großen Teil schon Stammgäste, ja manche sogar Freunde geworden sind. Und für Freunde räumt er bei Bedarf auch sein Büro, um daraus einen weiteren Gasträum zu machen. „Facile così“ – so einfach ist das!



„Globales vermischt sich nach Messeschluss mit Lokalem und löst sich in das städtische Umfeld auf.“

Stephan Kurzwski

Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Stephan Kurzwski ist seit Mitte 2010 als Senior Vice President für den Bereich Consumer Goods & Sales verantwortlich. Davor verantwortete er bei der Messe Frankfurt die Bereiche Automechanika, Business Development und Independent Brands.

Messe Frankfurt: Die Kontaktemacherin

Messen veranstalten heißt, nicht nur Produkte, sondern vor allem Menschen zusammenzubringen – zum direkten Gespräch, zum Erfahrungs- und Wissensaustausch, kurz: zum professionellen Netzwerken. Gespräche während der Messen festigen zwischenmenschliche Bindungen und fördern die (Branchen-)Gemeinschaft. Aus flüchtigen Bekanntschaften werden so reale Kontakte und Beziehungen. Was vorher ein Name auf einer Visitenkarte, ein virtueller Kontakt bei XING oder LinkedIn, eine Stimme am Telefon war, bekommt ein Gesicht, wird zu einer Persönlichkeit. Kein E-Mailverkehr, keine Telefon- und keine Videokonferenz können das direkte Gespräch ersetzen. Echte Beziehungen schaffen Vertrauen – die beste Basis für tragfähige und dauerhafte Geschäftsbeziehungen.

2000

Mio. €

Diese Summe umfasst die Ausgaben für Übernachtung und Verpflegung aller in Frankfurt ausstellenden Unternehmen in einem Jahr. Die Ausgaben pro Besucher liegen für Frankfurter Messen im Schnitt bei 450 Euro.

Nach der Messe ist vor der Messe

Wertvolle Kontakte bedeuten für Unternehmen mehr Absatz, mehr Umsatz und mehr Gewinn. Deswegen hat die Messe Frankfurt 2006 die Business-to-Business-Plattform Productpilot.com entwickelt, welche die reale Messe- mit der Online-welt verbindet. Inzwischen sind in der Datenbank über 20.000 Unternehmen gelistet. Für Fachbesucher und Einkäufer aus aller Welt ist sie das ideale Werkzeug zur effizienten und zielorientierten Suche nach Produkten, Dienstleistungen und Anbietern. Zudem bietet die moderne, semantische Business-Matching-Technologie auf Productpilot.com automatisch internationale Geschäftskontakte zu Usern mit ähnlichen Interessen und Zielen.

Hier treffen sich die Entscheider

Reale Kontakte sind qualitativ hochwertig und nachhaltig. Das bestätigen auch die Ergebnisse von Besucherumfragen, die die Messe Frankfurt regelmäßig während ihrer Veranstaltungen durchführt. Demnach gehören 55 Prozent der Besucher dem Top-Management an. Zahlreiche Entscheider aus inhabergeführten Betrieben des Facheinzelhandels und des Handwerks erhöhen den Anteil bei den Konsumgütermessen sogar auf über 60 Prozent.

Wo all die schönen Dinge ihren Ursprung haben

Wenn im Designbüro die ersten Skizzen für ein neues Produkt entstehen, sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Konsumgüter erfordern Leidenschaft; der Entwicklungsprozess ist geprägt von der Lust an Innovation, der Freude an Formen und Farben, aber auch von der Herausforderung praktischer Anwendbarkeit.



Die Marke Ambiente – eine etablierte Trendplattform
Pro Jahr finden weltweit fünf Veranstaltungen unter der Marke der Leitmesse Ambiente statt. Die Ambiente und ihre Schwesterveranstaltungen in Schanghai und Tokio bilden zusammen den globalen Marktplatz und Treffpunkt für die Konsumgüterbranche.

Vor Beginn der industriellen Revolution sah der Arbeitsmarkt für Designer noch sehr dürftig aus. Dinge des täglichen Lebens mussten vor allem praktisch sein und wurden in kleiner Stückzahl hergestellt. Erst die Möglichkeit zur Massenproduktion machte einen Prototyp erforderlich – und mit ihm Menschen, die Funktionalität und Kreativität verbinden und gleichzeitig für eine anonyme Käuferschaft abstrahieren konnten. Heute steht am Anfang eines Konsumprodukts immer erst die Idee, die dann ihren Weg über Muster und Produktion in den Handel findet. Die Messe Frankfurt ist in dieser Kette ein wichtiges Glied, denn sie vereint im Kompetenzfeld Consumer Goods & Leisure einige der führenden Messeformate der weltweiten Konsumgüterbranche und bringt dadurch alle wichtigen Entscheider aus Unternehmen, Design, Handel und Ausbildung zusammen.



ambiente

Tischlein deck Dich

Die Ambiente ist weltweit die Nummer eins für Produkte rund um den gedeckten Tisch, Küche und Hausrat, Geschenk- und Dekorationsartikel sowie Wohn- und Einrichtungsaccessoires. 4.442 Aussteller und 144.991 Besucher – das ist ein Plus von zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr – machen die Ambiente zur weltweit bedeutendsten Konsumgütermesse.

27
Mrd. €**Ganz schön großzügig**

Nach einer Studie der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat 2011 durchschnittlich jeder Deutsche rund 400 Euro für Geschenke ausgegeben. Positive Aussichten für 2012: Nach einer aktuellen Forsa-Umfrage haben heute 69 Prozent der Befragten mehr, zumindest aber ähnlich viel Geld zur Verfügung.



m-es.se/t6N2

tendence**Tendenz: Auf stabilem Kurs**

Die Tendence ist traditionell die größte und wichtigste Order- und Trendplattform der zweiten Jahreshälfte. In den beiden Angebotsbereichen „Giving“ für kreative Geschenkideen und „Living“ für das Wohnen, Dekorieren und Einrichten zeigte die Tendence die neuesten Trends für die Herbst-/Wintersaison 2011/12 und gab einen Ausblick auf die Frühjahrs- und Sommerneuheiten 2012.

**paperworld****Das globale Büro**

Die Paperworld war 2011 mit 80 Prozent Auslandsanteil auf Aussteller- und 62 Prozent auf Besucherseite eine der internationalsten Veranstaltungen am Messeplatz Frankfurt. Die B2B-Messen für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren finden in Dubai, Hongkong, Moskau und Schanghai statt.

creativeworld**Kreative Energie für maximale Inspiration**

Seit 2011 ist die Creativeworld das neue Zentrum der Hobby-, Bastel- und Künstlerbranche. Mit eigener Veranstaltungsmarke und erweitertem Fachmessekonzept findet sie parallel zu Paperworld und Christmasworld statt.

**beautyworld hair&beauty****Im Auge des Betrachters**

Schönheit ist in der Welt zu Hause: Die Beautyworld Japan gilt als größte Kosmetikfachmesse des asiatischen Marktes, die Beautyworld Middle East nimmt ebenfalls immer mehr an Bedeutung zu. Und auch am Heimatstandort in Frankfurt steht das Entwicklungsrad nicht still: 2014 findet parallel zu Hair and Beauty die OMC Hairworld, die Weltmeisterschaft der Friseure, statt.

**interiorlifestyle**

TOKYO

Stilvoll mit Niveau

In Zusammenarbeit mit der Heimtextil Japan und Homedesign Japan machten mehr als 520 Aussteller die Interior Lifestyle Tokyo zur führenden Plattform für japanische Interieurs und Einrichtungsgegenstände aus dem gehobenen Segment.

**maintier****ungeheuer sympathisch****Tierisch gelungene Premiere**

Es maunzt, es bellt und es piepst aus Halle 1: Auf der „ungeheuer sympathischen“ Publikumsmesse für die ganze Familie zeigten 86 Aussteller alles rund um die Themen Futter, Haltung, Erziehung, Ausrüstung und ... Mode für Heimtiere. Ein viel besuchtes Rahmenprogramm inklusive Lebendtierausstellungen, Vorführungen, Vorträgen und Aktionen rundete die erste Maintier ab.

christmasworld**Weihnachtszauber**

Ob Kerzen, Kugeln, Floristenbedarf oder festliche Beleuchtung: Nichts wird so beständig nachgefragt wie Festschmuck und saisonale Dekoration. Die Christmasworld ist Ende Januar die Orderplattform des Groß- und Einzelhandels. Rund 1.000 Aussteller präsentieren inspirierende Trends genauso wie Klassiker für das perfekt dekorierte Fest – nicht nur zu Weihnachten.

**interiorlifestyle**

CHINA

+16%
mehr Fachbesucher

Schöner leben

Die Interior Lifestyle China ist die einzige professionelle Geschäftsplattform in China und den umliegenden Regionen, die das mittlere und obere Marktsegment im Lifestyle-Bereich abbildet. 14.500 Fachbesucher, und damit 16 Prozent mehr als noch im Vorjahr, kamen 2011, um die neuesten Entwicklungen und Innovationen der 225 ausstellenden Unternehmen zu sehen.

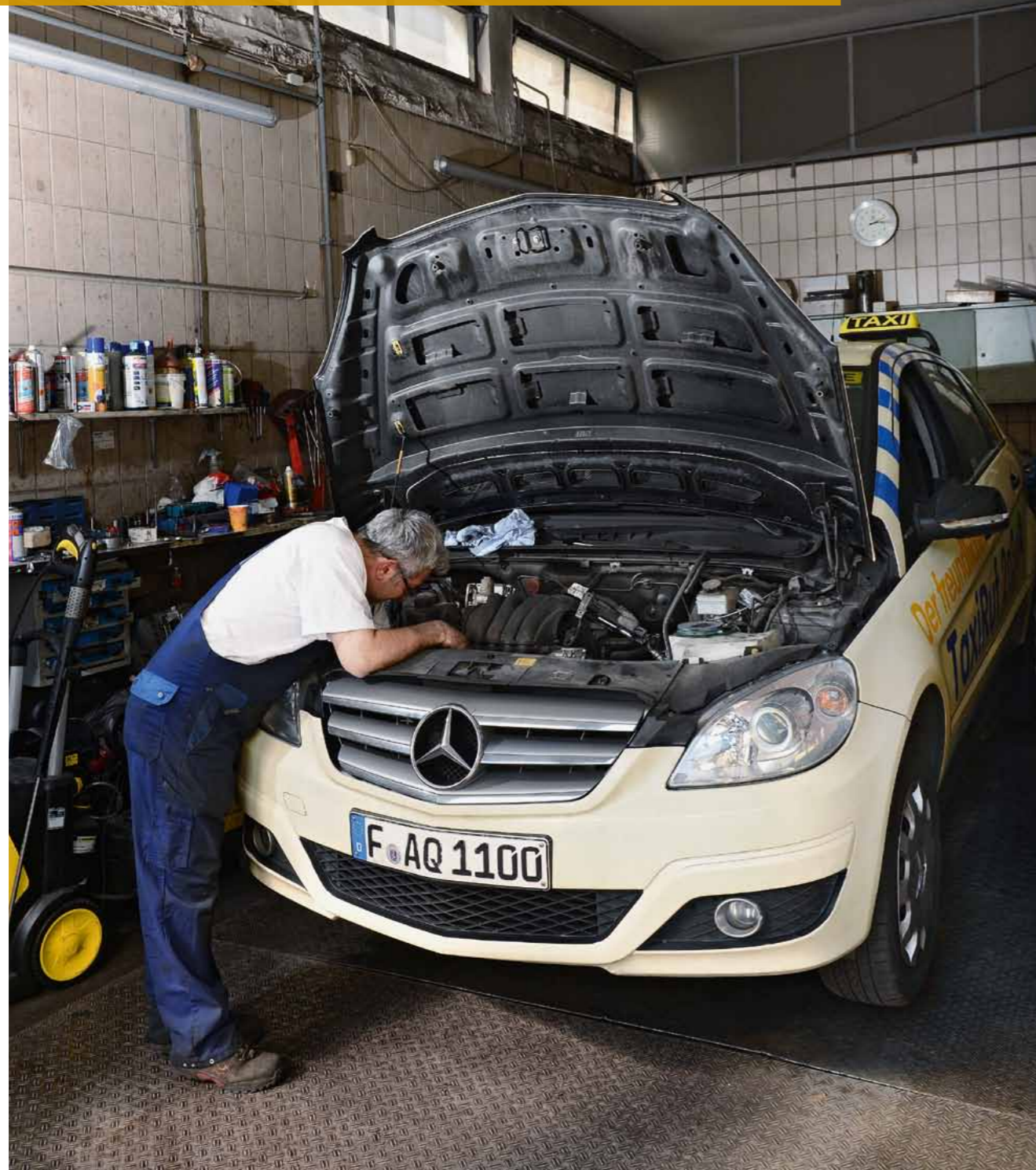
IFFT interiorlifestyle living**Möbelschau**

Seit 2008 präsentieren sich zwei der prominentesten Messen in Japan gemeinsam: die International Furniture Fair Tokyo – größte Möbelmesse in Japan – und die Interior Lifestyle Living – führende designorientierte Messe für Innenräume.



In der Boxengasse

Zu Messezeiten geht es auch bei A.M.M. Taxi hoch her: „Wenn wir gebraucht werden, rollen die Taxen 24 Stunden!“ Klar, dass Fahrzeug und Motor dann ständig Höchstleistung bringen müssen. In der hauseigenen Kfz-Werkstatt wird deswegen die Funktionsfähigkeit der Taxen regelmäßig überprüft.



+ Frankfurt am Main
248,3 km² Fläche
695 624 Einwohner

1.712 Taxen

Es ist heiß in dem Raum, der Geruch nach Motoröl hängt in der Luft. Jede noch so kleine Ecke ist optimal ausgenutzt: Schraubenzieher, Ölwannen, Felgenbäume ... alles hat seinen Platz. Mittendrin: eines von neun betriebs-eigenen Erdgasfahrzeugen aus der Flotte von Ronny Wächter.

Das Familienunternehmen A.M.M. Taxi gehört deutschlandweit zu den Vorreitern, die ihren Kunden eine ADAC-zertifizierte Eco-Flotte anbieten kann. Neben neun eigenen Erdgasfahrzeugen stehen über die Zentrale insgesamt 20 der umweltverträglichen Autos zur Verfügung – Tendenz steigend. Darauf ist die komplette Belegschaft stolz. Sowieso ist der Umgang unter- und miteinander sehr von Gemeinschaftssinn geprägt. „Hier packt jeder mit an“, sagt Ronny Wächter und parkt schnell eine seiner Erdgastaxen im Hof des Hauses Bornheimer Landwehr 36 um. Die dörfliche Hinterhofidylle trägt: Die Zeit bleibt hier nicht stehen. Ronny Wächter weiß genau, dass man „dran“ bleiben muss, um im regionalen Wettstreit um Fahrgäste bestehen zu können. Deswegen ist er erst jüngst ganz im Sinne der Nachhaltigkeit noch einen Schritt weiter gegangen. Getreu dem Motto „Nicht nur in die Zukunft schauen, sondern fahren“,



können sich die Taxen des Familienbetriebs neben „Eco-zertifiziert“ seit neuestem sogar „Klimaneutral“ auf den Kotflügel schreiben. Über Arktik → www.arktik.de, ein TÜV-geprüftes unabhängiges Klimaschutzunternehmen, werden 100 Prozent der durch die Taxifahrten entstandenen CO₂-Emissionen ausgeglichen.



Der Macher

Ronny Wächter

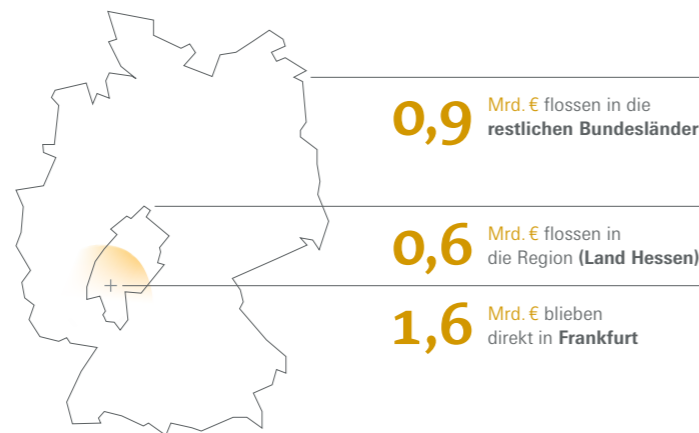
Der 1975 in Gera/Thüringen geborene studierte Betriebs- und Bankfachwirt hat das kleine Taxiunternehmen 2004 von seinem Schwiegervater übernommen und seitdem konsequent ausgebaut. Heute betreibt er gemeinsam mit anderen Unternehmen die Taxizentrale „TaxiRuf 20304“ mit 85 Fahrzeugen, 20 davon Erdgasautos. Zur betriebs-eigenen Flotte der A.M.M. Taxi Frankfurt GmbH gehören 17 Taxen, darunter neun Erdgasautos. Das Kernteam von insgesamt 34 festangestellten Fahrern wird zu Messezeiten kräftig aufgestockt, denn bis zu 40 Prozent mehr Fahrgäste wollen befördert werden. Der Umsatz des Betriebs erhöht sich dann um rund 25 Prozent.
→ www.amm-taxi.de

Stadt, Land, Umwegrendite

Dass Ronny Wächter seinen Betrieb nachhaltig aufrüsten und langfristig auf sichere Beine stellen kann, daran hat die Messe Frankfurt einen nicht unerheblichen Anteil. Umwegrentabilität heißt das Zauberwort – so sperrig der Begriff, so maßgeblich der Einfluss auf die Stadt und das Umland. Eine Studie des unabhängigen ifo Instituts für Wirtschaftsforschung der Universität München zeigt die zentrale Bedeutung der Messe Frankfurt, die, so die Studie, ähnlich zu bewerten ist wie die des Frankfurter Flughafens. Das Messe-, Kongress- und Eventgeschäft ist ein starker wirtschaftlicher Faktor und Jobmotor für die gesamte Region. Zahlreiche Betriebe, sei es das Taxiunternehmen, der Herrenausstatter, der Bäcker oder das Übersetzungsbüro, profitieren von Veranstaltungen auf dem Messegelände. Ronny Wächter bringt es auf den Punkt: „Die Messe ist für Frankfurt wichtig.“ Sie stärkt das Image der Stadt, sichert Jobs, ist eine Art Leuchtturm und vor allem „ein wichtiger Umsatz- und Ertragsgarant“. Der Taxiunternehmer muss es wissen, schließlich ist er einer von rund 18.700 Erwerbstätigen in der Mainmetropole, deren Arbeitsplatz nicht zuletzt auch durch die Veranstaltungen der Messe Frankfurt gesichert werden.

3,1 Mrd. € Kaufkraft erzeugte die Messe Frankfurt 2011

Kein anderer Messestandort kann solche wirtschaftlichen Effekte vorweisen.



„Wir bringen nicht nur Menschen und Produkte zusammen, wir bringen die Messen mit der Region zusammen.“

Klaus Münster-Müller

Chief of Finance, Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt GmbH

Der Diplom-Kaufmann ist seit 1988 bei der Messe Frankfurt im Controlling bzw. im Finanzbereich beschäftigt. Seit Mitte 2010 verantwortet er als Chief of Finance den gesamten Finanzbereich der Unternehmensgruppe.



Messe ist überall

Nicht nur die Frankfurter können sich freuen: Von der Umwegrendite profitieren auch das Rhein-Main-Gebiet und sogar die gesamte Bundesrepublik. Rund 32.500 Arbeitsplätze bundesweit lassen sich in einen direkten Zusammenhang mit der Messe Frankfurt bringen. Insgesamt wurden durch sie in den vergangenen zehn Jahren in Deutschland annähernd 3.000 neue Arbeitsplätze geschaffen, auf Frankfurt entfielen dabei 1.900. Konkret heißt das: Jeder Mitarbeiter der Messe, national wie international, sichert deutschlandweit 20 Arbeitsplätze.

Im Vergleich zu einer Studie aus dem Jahr 1999 ist die Anzahl der Arbeitsplätze bundesweit dabei um zehn Prozent gestiegen, in Frankfurt sogar um elf Prozent. Die Messe Frankfurt und jeder einzelne ihrer Mitarbeiter trägt also ganz entscheidend zur Wirtschaftsförderung in der Stadt, der Region und im Land bei.

Stets zu Diensten

Die Messe Frankfurt versteht sich als Full-Service-Dienstleister, der seinen Ausstellern und Besuchern einen qualitativ hohen sowie verlässlichen Standard bietet. In vielen Bereichen ist die Konzerngruppe dabei auf moderne, flexible und serviceorientierte Unternehmen in ihrem direkten Umfeld angewiesen. Dazu zählen das Hotellerie- und Gastronomie-gewerbe ebenso wie Lebensmittel- und Messebau-lieferanten. Ein großes Netzwerk von Partnern und Dienstleistern außerhalb des Messegeländes ermöglicht es, die hohen Standards zu halten, aber auch weiter auszubauen.

Welcome to Utopia

Unter Wolken aus überdimensionalen Ballons wird ein Meer aus kleinen weißen Windrädern von Ventilatoren sanft in Bewegung gesetzt. Die Utopie wird Idee, wird Realität.



40

Textilmessen in acht Ländern –
14.100 Aussteller und 400.000 Besucher weltweit

Was wäre wenn wir nur noch Produkte herstellen würden, die ohne Ausbeutung am Menschen, ohne Raubbau an der Natur und ohne Zusatz gesundheitsgefährdender Stoffe auskommen würden?

Die vom Stijlinstituut Amsterdam konzipierte Ausstellung während der Heimtextil 2011 thematisierte damit das bei den Konsumenten deutlich gestiegene Interesse an nachhaltigen Produkten und den damit verbundenen Themen. Besonders bei Textilien sind ökologisches Bewusstsein und verantwortliches Handeln inzwischen auch ein starker wirtschaftlicher Faktor geworden – für die Messe Frankfurt Grund genug, nachhaltig erzeugte Produkte stärker in den Fokus der internationalen Textilmessen zu rücken.

Alleinstellungsmerkmal: geballte Textilkompetenz

Die Messe Frankfurt deckt mit dem größten Textilmessenportfolio der Welt in den Bereichen „Wohn- und Objekttextilien“, „Bekleidungsstoffe und Fashion“, „Technische Textilien“ sowie „Textile Pflege und Verarbeitung“ die komplette Wertschöpfungskette der Industrie ab. Egal, ob in Frankfurt, Schanghai, Paris oder Moskau – an allen wichtigen Standorten und in den bedeutenden Wachstumsregionen weltweit bietet die Messe Frankfurt der Textilbranche mit ihren Veranstaltungen hervorragende Voraussetzungen, um sich zu präsentieren, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen, den Markteintritt zu schaffen oder Exportaufträge zu generieren.

Texpertise Network

Neben einem Überblick über das umfangreiche Leistungsportfolio bündelt die veranstaltungsübergreifende Website zudem das größte weltweite Netzwerk von Messe- und Branchenexperten.
→ www.texpertise-network.com

heimtextil

Trend-bewusst? Aber bitte nachhaltig!

Erstmals erschien mit dem „Green Directory“ 2011 ein Verzeichnis von Ausstellern, deren Angebote entweder eine hohe ökologische Produktqualität aufweisen oder sich durch nachhaltige Herstellungsweisen auszeichnen. Nachhaltigkeit war auch das bestimmende Thema bei Vorträgen, Präsentationen und Sonderschauen. Das kam an: Fachbesucher aus aller Welt bewerteten gerade diese weiter ausgebauten inhaltliche Qualität als sehr gut. Heimtextil goes City: Bereits zum siebten Mal öffnete sich die Fachmesse auch wieder in die Stadt. Topaktuelle Trends und Neuheiten von der Heimtextil konnten in ausgewählten Frankfurter Fach- und Raumausstattergeschäften bestaunt werden.



Sobriety – Mix Mash – Utility – Wilderness

Unter dem Titel „Reconnect“ inszenierten internationale Designer in vier Leitmotiven die Heimtextil-Trends für die Saison 2011/2012.



GREENshowroom zeigt aus der Verbindung von Zeitgeist und Design mit Nachhaltigkeit eine zukunftsweisende Perspektive im gehobenen Lifestyle-Segment.



Green Fashion Victim

Mit dem GREENshowroom hat die Messe Frankfurt im Juli 2011 die Regie für die etablierte Eco-Fashion-Show während der Mercedes-Benz Fashion Week Berlin übernommen. Im Hotel Adlon Kempinski präsentierten 40 Labels einen Mix aus exklusiver, internationaler und nachhaltiger Avantgarde-Mode, aus Accessoires und Lifestyle-Produkten.

→ www.green-showroom.net



m-es.se/Zw97

techtexsil texprocess materialvision

Aller guten Dinge sind drei

Die Leitmesse Techtexsil, weltweiter Premiumtermin für technische Textilien und Vliesstoffe, und die zeitgleich stattfindende Fachausstellung und Konferenz Material Vision haben prominente Unterstützung bekommen: So präsentierte sich mit der Texprocess, der internationalen Leitmesse für die Verarbeitung von textilen und flexiblen Materialien, das Top-Event der bekleidungs- und textilverarbeitenden Industrie erstmals in Frankfurt. Ideeller Träger ist der Branchenverband VDMA. Durch die Branchen- und Themennähe der drei Messen entstanden für Aussteller und Besucher zahlreiche Synergien.

1.561

Hersteller

aus 60 Nationen präsentierten 35.378 Fachbesuchern aus 107 Ländern in Frankfurt am Main ihre Weltneuheiten bei technischen Textilien und Vliesstoffen sowie der Herstellung und Verarbeitung von textilen und flexiblen Materialien.

Auf Puschkins Spuren

Der Newski Prospekt gehört zu den bekanntesten und schönsten Straßen weltweit. Über 200 prunkvolle Stadtpaläste, repräsentative Villen, großzügige Jugendstil-Kaufhäuser und opulente Kirchenbauten erzählen von der bewegenden Geschichte St. Petersburgs und seiner Einwohner.



+18,6

Mio. €

Umsatzzuwachs aller Auslandsgesellschaften der Messe Frankfurt im Jahr 2011. Das entspricht einer Steigerung von 16 Prozent.



Nur wenige Schritte vom Newski Prospekt entfernt liegt die letzte Wohnstätte eines der berühmtesten Söhne St. Petersburgs: Alexander Sergejewitsch Puschkin, russischer Nationaldichter und Begründer der modernen russischen Literatur. Mit seiner Frau Natalja und den vier Kindern bewohnte er dort eine Erdgeschosswohnung direkt am Mojka-Kanal. Heute befindet sich in dem Haus ein so genanntes „Musej-kwartira“, ein „Wohnungsmuseum“.

Nichts fasziniert Dimitri Rutz mehr als die Geschichte von St. Petersburg und seinen Bewohnern. Der 28-jährige Groß- und Außenhandelskaufmann, der fließend Russisch spricht, arbeitet für das deutsche Unternehmen Flenor GmbH aus Düsseldorf und betreut den Messeauftritt während der Automechanika in St. Petersburg. Sobald es ihm die Zeit erlaubt, spaziert er durch die Straßen der Stadt. „An jeder Ecke ist hier Geschichte erlebbar“, sagt er begeistert. „Schriftsteller, Künstler, Adelige – alle, die etwas auf sich hielten, waren hier und haben ihre Spuren hinterlassen.“ Auf seinen Streifzügen besucht er dabei auch gerne die Mojka-Uferstraße, wo im Haus Nummer 12 Alexander Puschkin viel zu früh nach einem Duell verstarb. Im Alter von nur 37 Jahren verblutete er an den Folgen eines Bauchschusses.



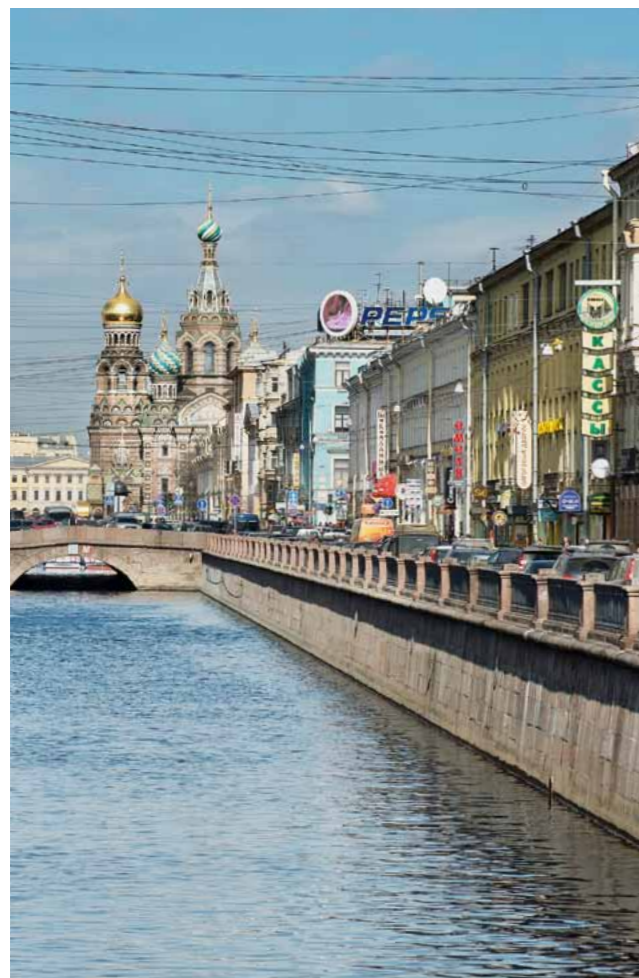
- | Newski Prospekt – Hauptschlagader St. Petersburgs
- | Dimitri Rutz (links) von der Firma Flenor auf der Automechanika

+20

neue Messen weltweit veranstaltet die Messe Frankfurt 2011 und 2012.

Messealltag in St. Petersburg

Dimitri Rutz genießt die kurzen Ausflüge in die historischen Viertel, auch wenn ihm für sie nicht viel Zeit bleibt. Ansonsten konzentriert er sich voll auf die Messe. Ein Tag beginnt für Dimitri Rutz immer gleich: Nachdem der Reisewecker geklingelt hat, meldet sich auch noch der Wecker seines Mobiltelefons „zur Sicherheit“. Denn „nichts wäre schlimmer als zu verschlafen“. Inzwischen hat sich das schon zu einem Ritual entwickelt, an dem er festhält, sobald er auf einer Auslandsmesse arbeitet. Nach dem Frühstück geht es gestärkt auf das Messengelände Lenexpo, ca. 25 Kilometer vom Flughafen, dem Pulkovo International Airport, entfernt. Das Gelände liegt direkt am Finnischen Meerbusen, am Hafen, von dem aus die Fähren nach Stockholm abgehen. Das Hafenbecken ist auch noch spät im April an einigen Stellen von großen Eisplatten bedeckt. Im Pavillon 8 wird Dimitri Rutz schon von seinem litauischen Kollegen Saulius Liesis erwartet, mit dem er gemeinsam den Flennor-Stand betreut.



Internationalität ist eines der Markenzeichen der Messe Frankfurt.

Messe Frankfurt goes East

Russland ist ein prosperierender Markt, dessen derzeitige Modernisierungs- und Investitionsbemühungen beträchtliche Mengen an Rohstoffen, Produkten und neuen Technologien erfordern. Der Bedarf kann im Land selbst aber nur teilweise abgedeckt werden und macht es so zu einem aussichtsreichen Wachstums- und Investitionsmarkt für ausländische Unternehmen. „Gerade der Automobilssektor und seine Zulieferbranchen boomen derzeit“, sagt Dimitri Rutz.

◀ | Blick auf die Erlöserkirche

„Die globale Präsenz der Messe Frankfurt ist beeindruckend. An über 30 Standorten weltweit finden Veranstaltungen ‚made by Messe Frankfurt‘ statt. Unser Vertriebsnetz umfasst 150 Länder dieser Erde. Alleine 28 Tochterunternehmen und 52 Sales Partner in aller Welt sind für uns im internationalen Geschäft tätig.“

Stephan Buurma

Managing Director Asia, Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt GmbH

Stephan Buurma ist als Geschäftsführer der Messe Frankfurt Asia Holding Ltd. seit 2003 für die Veranstaltungen im asiatischen Raum zuständig. Zur Geschäftsleitung der Unternehmensgruppe gehört der gelernte Bilanzbuchhalter, Wirtschaftswissenschaftler und Historiker seit Mitte 2010.



„Deswegen wollen wir hier in jedem Fall präsent sein.“ Die Messe Frankfurt bietet durch den strategischen und konsequenten Ausbau ihrer globalen Präsenz in dieser Wirtschaftsregion dafür die entsprechenden Präsentationsmöglichkeiten. Neue Veranstaltungen wie die Interlight Moscow, die NAMM Musikmesse Russia, die Prolight + Sound NAMM Russia, die Paperworld Russia, der Creative-world Salon Russia und die ISH Moscow sollen die Position der Messe Frankfurt in Russland nachhaltig stärken.

Wachstumsschübe

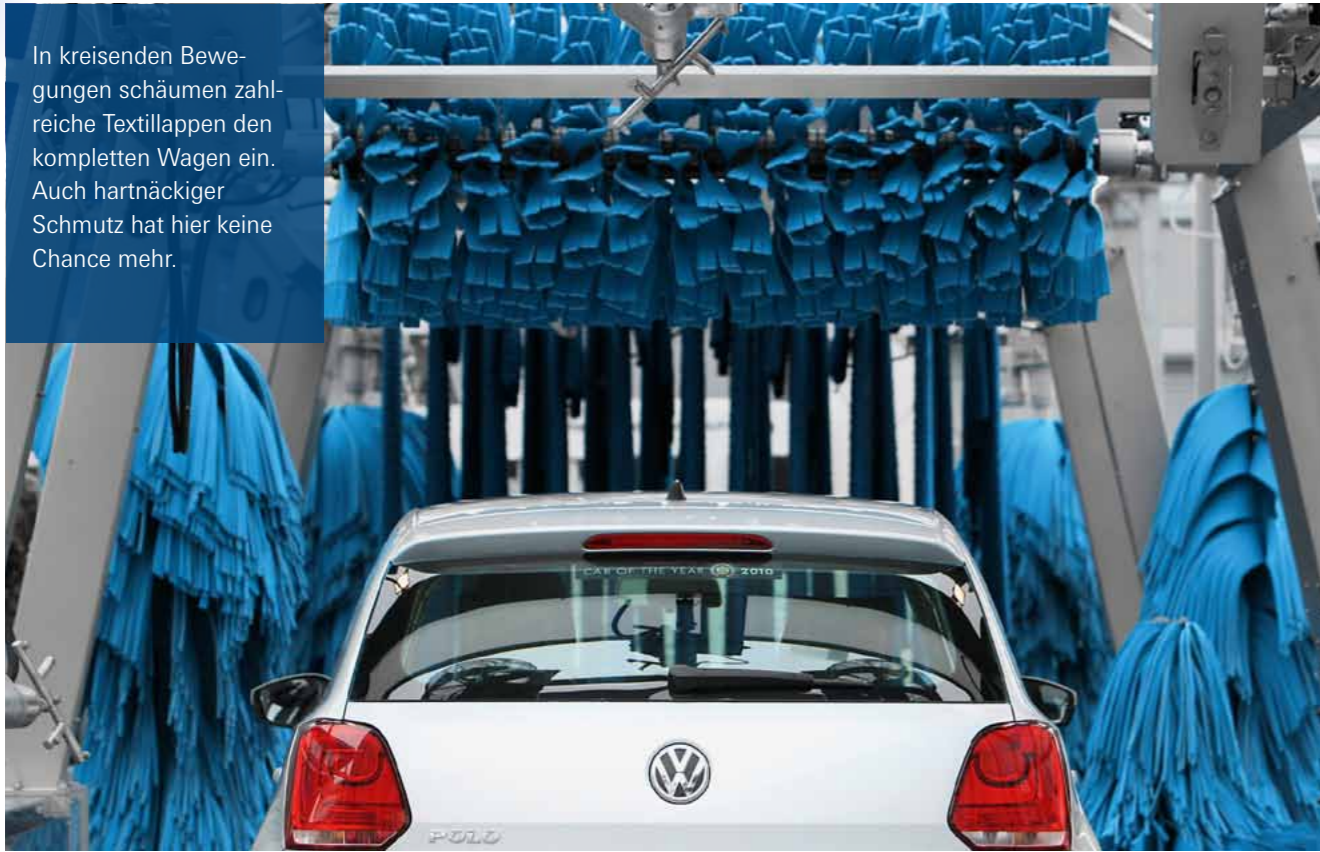
Mit 17 Millionen Quadratkilometern Landesfläche gehört Russland nicht nur zu den größten Ländern weltweit, sondern gilt nach Indien und China auch mit als größter Wachstumsmarkt. Frankfurt bleibt zwar mit seinen etablierten Messen weiterhin Heimatstandort und Basis des Kerngeschäftes der Unternehmensgruppe. Das Beispiel Russland zeigt jedoch – ebenso wie China und Indien – dass die Messe Frankfurt in aussichtsreiche Weltmarktregionen expandiert. Alleine 2011 und 2012 wird die Messe Frankfurt im Rahmen ihrer Marken- und Globalisierungsstrategie 20 neue Messen weltweit veranstalten.

EXPOortschluger Messe Frankfurt

Die Kompetenz der Messe Frankfurt geht aber weit über das Veranstalten von Messen hinaus: Im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums verantwortet die Messe Frankfurt die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der Weltausstellung EXPO in Mailand 2015. Den Zuschlag für das Prestigeobjekt erhielt der deutsche Marktführer im November 2011 und konnte sich somit in einer offenen Ausschreibung gegen zahlreiche Wettbewerber durchsetzen. Auch die Gesellschafter der Messe Frankfurt freut das: Mailand ist Partnerstadt von Frankfurt, die gesamte norditalienische Region wiederum ein wichtiger Wirtschaftspartner des Landes Hessen. Thema der Weltausstellung, die nach 1906 bereits zum zweiten Mal in Mailand stattfindet, ist: „Feeding the planet, energy for life“.

Carwash City

In kreisenden Bewegungen schäumen zahlreiche Textillappen den kompletten Wagen ein. Auch hartnäckiger Schmutz hat hier keine Chance mehr.



Blühende Bäume im Frühjahr, Vogeldreck im Sommer und Streusalz im Winter sind der Horror für jeden Autobesitzer.

Gut, dass es inzwischen eine Vielzahl hochmoderner textiler Portalwaschanlagen und Waschstraßen gibt, die sich dieser Probleme annehmen. Schnell, umfassend und auch noch umweltfreundlich: 1.000 Programme sorgen mit Normal-, Basis-, Intensiv- oder Brillantpflege sowie allerlei Zusatzleistungen wie Handpolitur und antistatischer Innenraumpflege für blitzblank poliertes Blech und ein sauberes Wageninterieur. Das größte Portfolio an Neu- und Weiterentwicklungen von Waschstraßen und -portalen zeigen Hersteller und Betreiber alle zwei Jahre auf dem Freigelände während der Automechanika in Frankfurt – natürlich im laufenden Betrieb.

Liebe geht durch den Motor

Mit zwölf Veranstaltungen rund um den Globus ist die Automechanika die weltweit führende Messemarke der Automobilbranche sowie die größte und internationalste Business-Plattform für Erstausrüster und den automobilen Aftermarket. Ob Kuala Lumpur, Buenos Aires, Schanghai oder Dubai – die Automechanika-Veranstaltungen gelten als Publikumsmagneten mit hervorragender Besucherqualität. Sie bieten mittelständischen Unternehmen der Automobilindustrie einen sicheren Weg in Zukunftsmärkte und öffnen lokalen Firmen die Pforte zum Weltmarkt. Das Themenspektrum der Automechanika ist vielfältig, das Produktspektrum der einzelnen Messen auf den jeweiligen Markt abgestimmt. So finden Ersatz- und Originalteile, Werkstatt- und Tankstellenausrüstung, Zubehör, aber auch Personen- und Nutzfahrzeuge ihren Weg in die Welt.



International renommiert: Automechanika Innovation Award

automechanika

Charismatisches Herzstück

Die Leitmesse in Frankfurt ist der Mittelpunkt aller weltweiten Automechanika-Veranstaltungen. In der Stadt am Main treffen sich seit 1971 Entscheider aus Industrie, Handel, Werkstatt und Forschung und präsentieren alle zwei Jahre Neuheiten und Entwicklungen aus dem Bereich Autoteile und -zubehör. Mit dem Green Directory stellt die Automechanika zudem einen wichtigen Wegweiser zu umweltfreundlichen Produkten und Lösungen zur Verfügung, der den zunehmenden Wertewandel in der Automobilindustrie in Bezug auf Nachhaltigkeit deutlich macht. In ihm sind nur Aussteller verzeichnet, die mit ihren Innovationen und Dienstleistungen dieses Thema aufgreifen und umsetzen.

automechanika

SHANGHAI

Rekordverdächtiges Branchenevent

Erneut konnte Asiens Leitmesse für Autoteile, -ausstattung und -service einen Aussteller- und Besucherrekord verzeichnen. 3.619 Aussteller aus 36 Ländern und 61.178 Fachbesucher zeigten das enorme Interesse und den Bedarf der Industrie, sich dem asiatischen Markt zu präsentieren. Weltbekannte Brands zeigten die aktuellsten Entwicklungen, Produkte und Technologien in den Bereichen Parts & Components, Repair & Maintenance sowie Accessories & Tuning. 2011 präsentierte die Automechanika Shanghai erstmals eine neue Halle für den Bereich Zubehör, einen Remanufacturing Pavilion sowie eine „Energy Zone“, die sich neuen Energien widmete.

61.178

Fachbesucher

3.619

Fachaussteller



automechanika

MIDDLE EAST

Geburtsstagsfeier im Mittleren Osten

Automechanika Middle East ist die größte internationale Fachmesse für den automobilen Zubehörmarkt im Einzugsbereich des Mittleren Ostens, des indischen Subkontinents und Afrikas. 2012 feiert die Leitmesse ihr zehnjähriges Jubiläum als die erste Fachausstellung ihrer Art in der Region, die zu den dynamischsten und aussichtsreichsten Wachstumsmärkten weltweit zählt. 2011 erhielt die Automechanika Middle East den Award of Trade Show Executive's Fastest 50 in der Kategorie „Fastest Growing Show in the Middle East“.

Der Handel mit Automotive-Teilen in Dubai belief sich 2011 auf über 9 Milliarden US-Dollar, wobei 41 Prozent davon für den Export und Re-Export bestimmt waren.

Zuhause in der Zukunft

Intelligent vernetzte Gebäude, die dezentral Energie erzeugen, speichern und bei Bedarf freigeben, sind derzeit eines der Topthemen. Die beste Plattform zur Präsentation der innovativen Entwicklungen bieten Veranstaltungen der Messe Frankfurt.

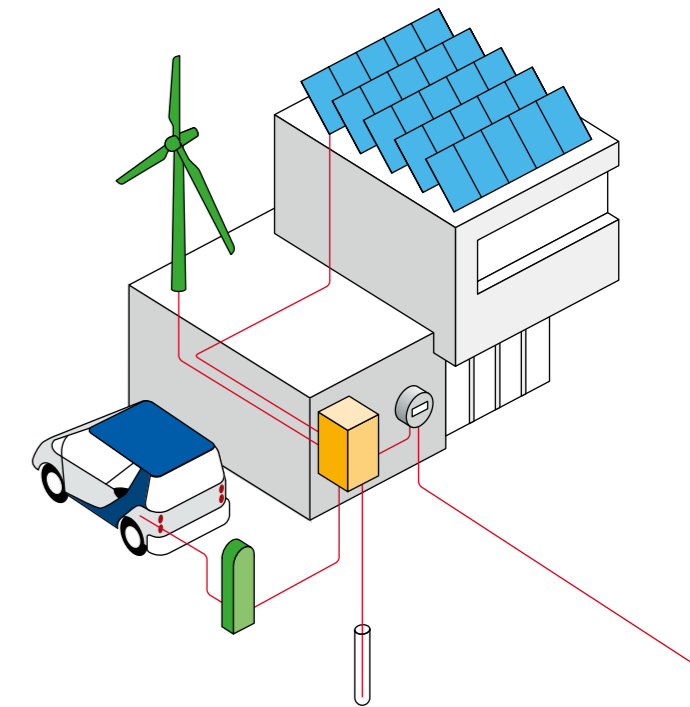


Sonne, Wind und Wasser – was nach Urlaub, Strand und Surfen klingt, ist noch viel mehr: Futter für das intelligente grüne Gebäudekraftwerk – natürlich mit integrierter E-Tankstelle fürs Auto.

Sonnenenergie, Wind- und Wasserkraft, aber auch Biomasse wie Holzpellets sind die Energielieferanten der Zukunft, denn der Ausstieg aus der Atomkraft ist nur durch eine regenerative Stromerzeugung zu kompensieren.

Da Sonne, Wasser und Wind aber nicht kontinuierlich zur Verfügung stehen, geht die Entwicklung über das Nutzen erneuerbarer Energien hinaus. Priorität dabei: die Energieversorgung umfassend zu sichern sowie Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Eine Lösung bieten die sogenannten Smart Grids, intelligente Stromnetze. Das Ziel: Flächendeckend miteinander vernetzte Gebäude sollen Energie intelligent nutzen, speichern und verteilen. Die Herausforderung: eine dezentrale und stabile Energieversorgung.

Dafür müssen nicht nur Photovoltaik- und Windkraftanlagen, Kraftwärmekopplung, Brennstoffzellen- und Speichertechnik sinnvoll verbunden und systematisch integriert werden. Auch das Stromnetz muss umgerüstet und angepasst werden. Eine weitere wichtige Komponente ist außerdem die Software. Sie errechnet und steuert, wann Strom am günstigsten nutzbar ist und wohin erzeugte Energie verteilt werden soll. Smart Grids gehören zu den Top Ten der einflussreichsten Hightech-Trends 2012, denn Energieeffizienz gilt als die wichtigste Brückentechnologie auf dem Weg zur Energiewende.



- ◀ | Einmal volltanken, bitte!
- ▲ | Das Auto als Energiespeicher und somit Bestandteil des Energiemanagements

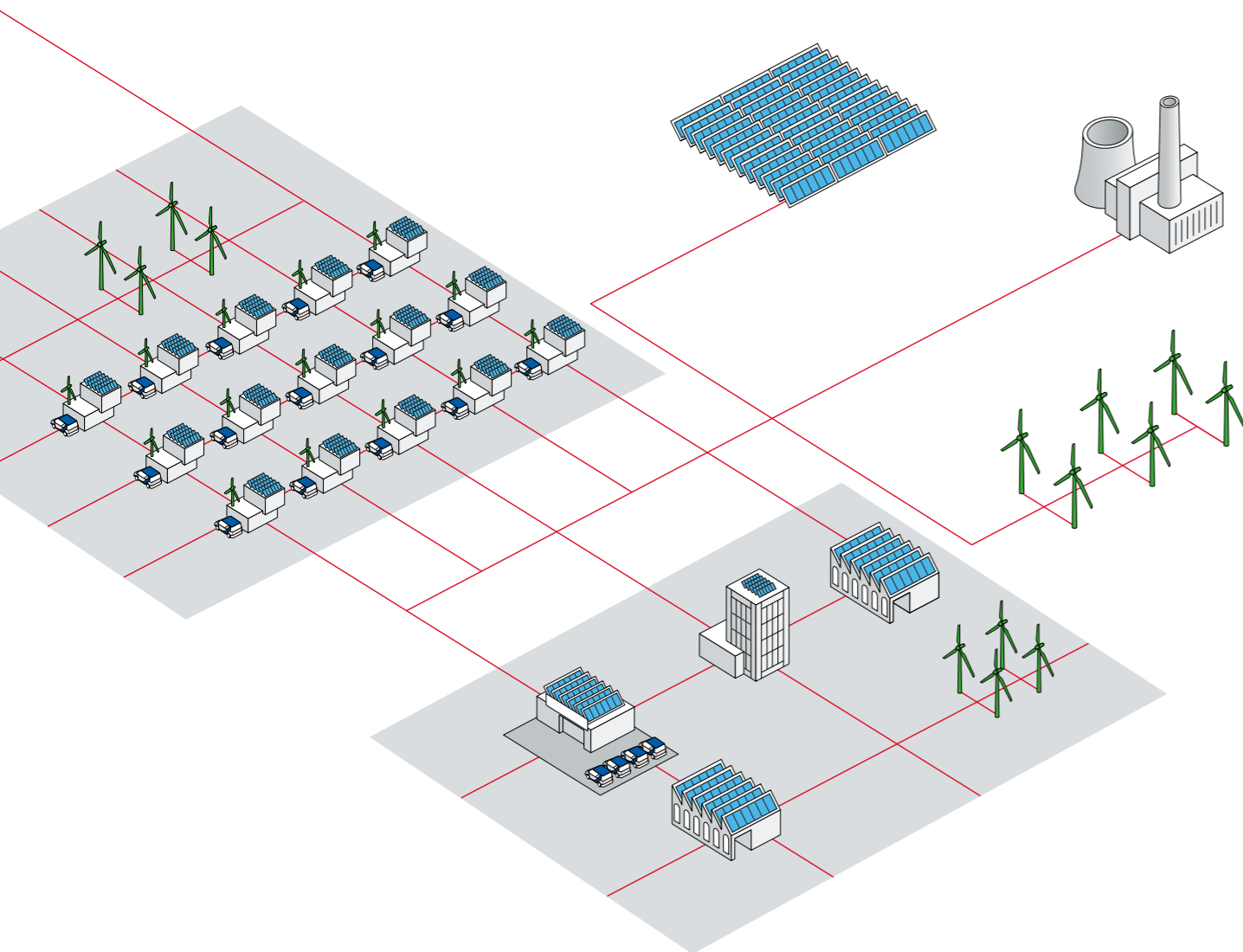
-50

Mio. €

Im Jahr 2010 ging Strom aus erneuerbaren Energien im Wert von **50 Millionen Euro** verloren, weil er nicht gespeichert bzw. genutzt werden konnte.
→ Quelle: ESWE Versorgungs AG

Die Energiewende betrifft nicht nur Neubauten, auch die Modernisierung von Bestand ist eine wichtige Maßnahme und zählt dazu. Das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) und das Wärme-EEG fördern in Deutschland die dezentrale Energieerzeugung.

In Modellstädten wie Mannheim, Düsseldorf und Berlin werden bereits jetzt erste Bausteine auf dem Weg zu einer umfassenden Vernetzung getestet.
→ www.effiziente-energiesysteme.de



„Innovationen sind der Motor für eine starke Wirtschaft. Veranstaltungen der Messe Frankfurt bieten dafür die richtige Präsentationsfläche.“

Iris Jeglitza-Moshage

Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Iris Jeglitza-Moshage ist seit 1999 bei der Messe Frankfurt. Seit Mitte 2010 verantwortet die Geschichts-, Kommunikations- und Politikwissenschaftlerin den Geschäftsbereich Technology & Production und ist Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.



Zukunftsmotor Innovation

Innovative Entwicklungen sind die Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg. Wachstumssparten wie intelligente Gebäudetechnik, E-Mobilität, Windkraft und Photovoltaik, aber auch die der Energieversorgung bieten noch viel Raum für visionäre Ideen und neue Denkansätze. Um Innovationen einem breiten internationalen Fachpublikum vorzustellen und in die Märkte einzuführen, sind Veranstaltungen der Messe Frankfurt die ideale Plattform. In allen Wirtschaftsregionen dieser Welt deckt das Unternehmen mit seinem umfangreichen Produktportfolio wichtige Wachstumsfelder ab. Unternehmen, Forschung und Verbände nutzen internationale

Leitmessen wie Light + Building, ISH, Texcare, Techtexil oder Automechanika, um alle branchenrelevanten Entscheider und Einkäufer zu treffen.

Aber nicht nur die hohe Innovationskraft der Aussteller ist ein Erfolgsgarant für die Messe Frankfurt. Das Unternehmen entwickelt ständig selbst innovative Ideen und fortschrittliche Ansätze zu Veranstaltungskonzepten, aber auch für die eigene Unternehmenskultur. Ohne dabei ihre Tradition zu vernachlässigen, passt die Messe Frankfurt ihre Strategie einer sich ständig verändernden Welt an, setzt dadurch neue Trends und übernimmt so in der globalen Messebranche eine Vorreiterrolle.

Zukunftsorientierte Verantwortung

Die gesellschaftliche Verantwortung hat seit jeher einen hohen Stellenwert für die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt. Corporate Social Responsibility ist deshalb ein fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Das CSR-Engagement umfasst heute die Themenfelder „Umwelt/Nachhaltigkeit“, „Soziale Verantwortung“, „Bildung/Wissenschaft“ und „Kulturelles Engagement“.

Lichtertanz auf Hochhauswänden

Bei Tage noch mausgrauer Beton, verwandeln sich Plätze, Häuser und Brücken bei Einbruch der Dunkelheit in die Bühne für ein ganz besonderes Lichtspektakel.



An der Hauptwache, auf dem Gelände der ehemaligen Großmarkthalle oder am Mainufer – überall das gleiche Bild: Menschen mit offenen Mündern betrachten fasziniert ihre Stadt in einem neuen Licht.

≈ 50

Veranstaltungen weltweit, darunter die Weltleitmessen in den jeweiligen Branchen, zeigen das große internationale Wachstumspotenzial der Technologiemesen unter der Dachmarke Messe Frankfurt. Insgesamt nutzen rund 17.000 Aussteller und eine Million Besucher die Hightech-Events der Messe Frankfurt.

Alle zwei Jahre lädt die „Luminale – Biennale der Lichtkultur“, die vor zehn Jahren von der Messe Frankfurt und den Ausstellern der Light + Building initiiert wurde, nach Frankfurt ein. Zeitgleich zur Light + Building zeigen sich dann Straßen und Plätze, Hochhäuser und Kirchen, Museen und Galerien in völlig neuem Licht. Über 170 unterschiedliche Aktionen und Installationen lassen die nächtliche Skyline in überraschendem Glanz und in allen Farben des Regenbogens erstrahlen. Aus der ganzen Welt kommen die Menschen, um den Trubel auf den nächtlichen Plätzen und die Licht-Installationen von Architekten, Künstlern und Designern zu erleben. Unter dem Dach der Luminale treffen Low-Budget-Studentenprojekte auf ausgereifte Profi-Inszenierungen und interpretieren jedes auf seine spezielle Art das Medium Licht neu.

Innovationscharakter

Das innovative Veranstaltungsformat der Luminale zeigt einmal mehr, wie sich die Messe Frankfurt ständig neu erfindet, unbekannte Wege geht und andere Denkansätze verfolgt. Gerade im Bereich der Technologien ist der Fortschritt essentiell, um langfristig am Markt bestehen zu können. Das ist auch einer der Gründe, warum das Unternehmen Messe Frankfurt das Geschäftsfeld Technology & Production nachhaltig ausbauen will.



Technologie im Fokus

Das Tochterunternehmen Mesago Messe Frankfurt bietet hoch spezialisierte, international führende Messen und Kongresse wie die SPS IPC Drives und die PCIM mit dem Themenschwerpunkt Technologie. Insgesamt organisiert Mesago weltweit 14 Business-to-Business-Veranstaltungen für mehr als 2.500 Aussteller und weit über 100.000 Fachbesucher und Kongressteilnehmer.

ISH light+building

Gebäude auf dem Weg in die Zukunft

Mit 13 Messen auf drei Kontinenten sind ISH und Light + Building die weltweit führenden Messemarken für Gebäudetechnik. Die Veranstaltungen zeigen von moderner intelligenter Gebäudetechnik bis hin zu Highend-Design alles, was die Industrie im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Energieeffizienz, Vernetzung, Komfort und Sicherheit in Gebäuden leisten kann.



intersec



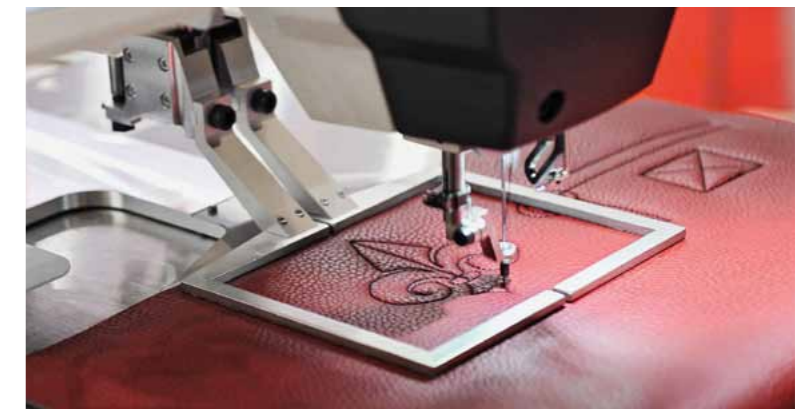
Sicher ist sicher

Die Nachfrage nach Sicherheitstechnologien steigt. Mit insgesamt sieben Fachmessen der Veranstaltungsfamilie Intersec ist die Messe Frankfurt weltweit Marktführer in diesem Sektor.

IFFA texcare texprocess

Mensch und Maschine

Die Weltleitmessen IFFA, Texcare und Texprocess bieten dem Maschinen- und Anlagenbau ideale Präsentationsplattformen für seine Innovationen. Die Branchensektoren fokussieren Technologien für die Fleischverarbeitung (IFFA), für die Verarbeitung textiler und weiterer flexibler Materialien (Texprocess) und für die Pflege von Textilien (Texcare).



Wo die Realität digital sieht

„Größter Messekonzern weltweit mit eigenem Gelände, Mitarbeiter weltweit: 1.725, Umsatz 2011: 467,5 Millionen.“ Im Live-Videobild erscheinen jede Menge interessante „digitale Untertitel“ rund um die Messe Frankfurt.



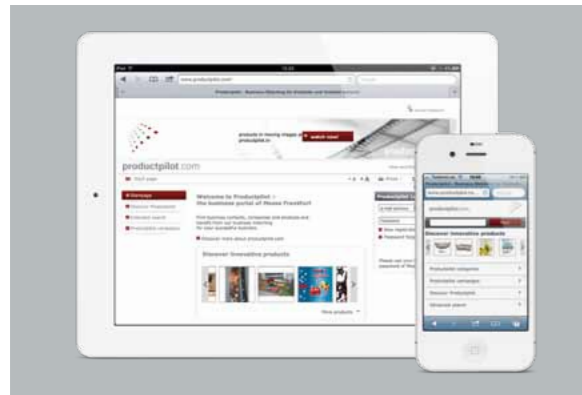
„Der Markt für Augmented Reality existiert heute nur sehr begrenzt: 2010 betrug sein Volumen lediglich **21 Millionen US-Dollar**. Wenn sich der Markt aber so entwickelt, wie wir erwarten, dann wird das Volumen im Jahr 2016 weit mehr als **drei Milliarden US-Dollar** betragen.“

Mark Beccue, Senior Analyst
ABI Research Februar 2011

Smartphone mit Kamera, GPS und Internet ist alles, was man braucht, um Dinge zu sehen, die eigentlich gar nicht da sind. Moderne Technologien machen es möglich. Auch die traditionelle Handelsplattform Messe Frankfurt bietet ihren Kunden den Mehrwert der Onlinewelt und die Chancen der digitalen Vernetzung.

„Augmented Reality“ – „erweiterte Realität“ heißt eine Technologie, die hilft, mehr zu sehen: Über das echte Bild – mit der Kamera des Handys gefilmt und dank integriertem GPS lokalisiert – werden digitale zusätzliche Informationen gelegt. Die Sicht des Nutzers erhält durch verschiedene „Layer“ (Informationsschichten) eine neue zusätzliche Ebene.

Auch wenn sich erst noch herausstellen wird, ob und in welchen Bereichen sich Augmented Reality zukünftig wie stark durchsetzen wird, zeigt diese Technologie doch, dass die Welt sich nicht mehr ausschließlich nur digital oder nur real betrachten lässt. Stattdessen gewinnt die Verbindung der beiden Ebenen an Bedeutung. So ist es auch nur logisch, dass sich im Laufe der Zeit neben dem „realen“ Messehandelsplatz ein weiterer, digitaler Marktplatz als sinnvolle Ergänzung in der Virtualität etabliert hat.



Messen als Marketinginstrument

Nach einer Umfrage des Branchenverbandes AUMA lösen digitale Vernetzungs- und Austauschmöglichkeiten das analoge Marketinginstrument „Messe“ keineswegs ab. Die Messe wird ihre starke Stellung bei den ausstellenden Unternehmen weiter behalten.

Interaktive Werbung mit Spaßfaktor

Das Webspecial zu Productpilot.com macht die Vorzüge von B2B-Kommunikation spielerisch erlebbar. → www.productpilot.com

Die Messe Frankfurt hat die Bedeutung dieses Bereiches schon früh erkannt und ihre Expertise dahingehend umfassend auf- und ausgebaut. Schnell verfügbare und passende virtuelle Produkte, Onlinemedien, digitale Services und hilfreiche Tools unterstützen heute das reale Kerngeschäft der Messen, Kongresse sowie Events und vernetzen die Branchen.

Marktplatz digital – moderne Vorteile für das bewährte Messegeschäft

Technisch ist heute nahezu jedes einzelne Element einer Messe auch digital darzustellen. Die Aufgabe des Messeveranstalters wird es daher zunehmend, die digitalen Services und Informationen anzubieten, die dem Kunden einen echten Mehrwert bieten. Stark nachgefragt sind dabei etwa Infos zu einzelnen Produkten, aber auch die Möglichkeit, sich via Smartphone-App auf dem Frankfurter Messengelände zu lokalisieren und zu treffen. Übrigens: Der Weltmesseverband UFI hat die Smartphone-Apps der Messe Frankfurt im Frühjahr 2012 zu den weltweit besten gekürt.



„Kunden brauchen die richtige Information zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Deswegen holen wir unsere Kunden da ab, wo sie zuerst suchen: im Internet. Die Website der Messe Frankfurt ist das Tor zu unseren Veranstaltungen, zu digitalem Business und zur Vernetzung.“

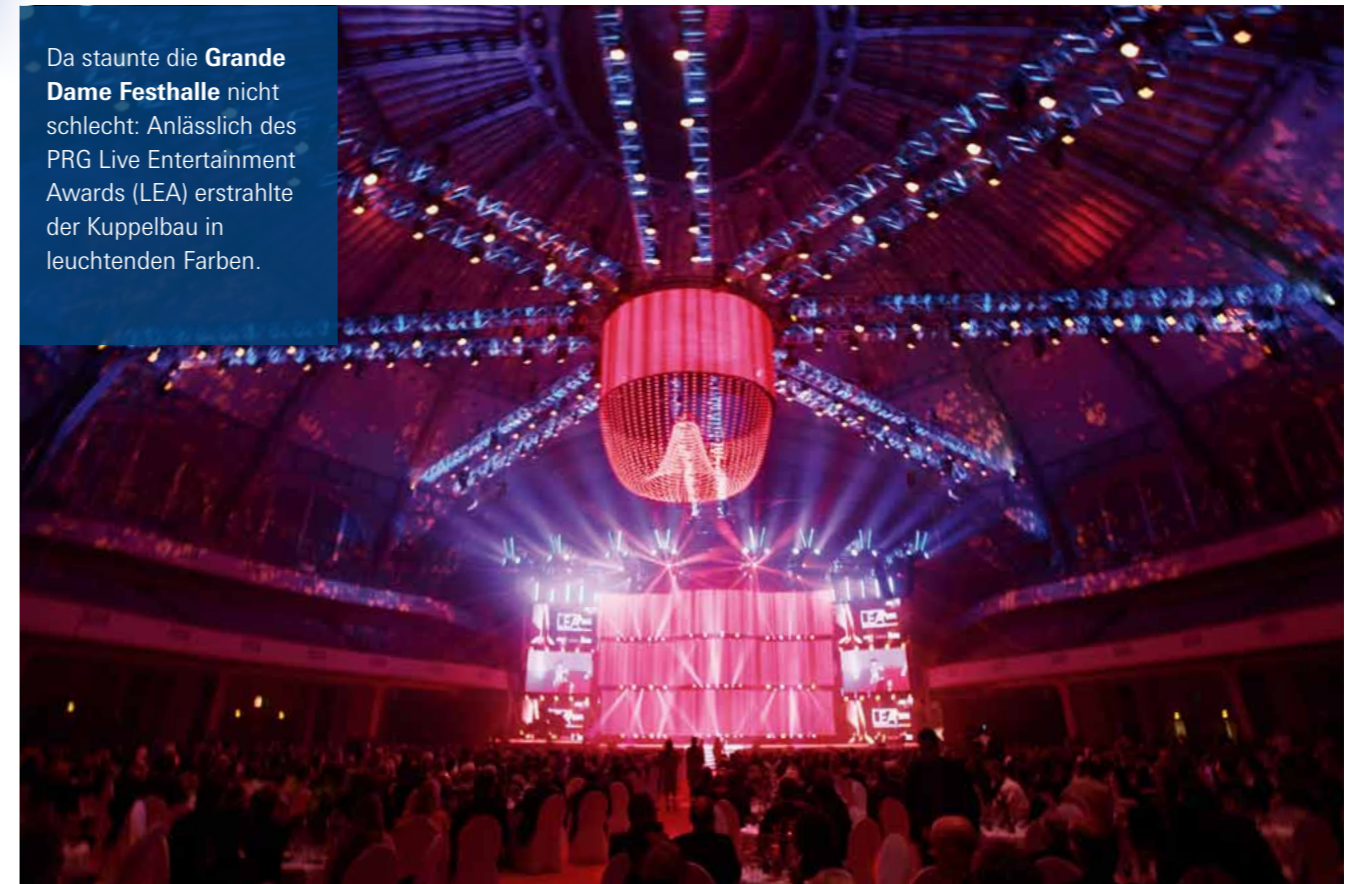
Klaus Reinke

Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Der Chemie- und Wirtschaftsingenieur ist seit 2000 bei der Messe Frankfurt und Mitbegründer von Productpilot.com. Seit Mitte 2010 verantwortet er den Bereich New Business und ist seitdem auch Mitglied der Geschäftsleitung.

Music in the Air

Da staunte die **Grande Dame Festhalle** nicht schlecht: Anlässlich des PRG Live Entertainment Awards (LEA) erstrahlte der Kuppelbau in leuchtenden Farben.



Eng war es vor der Werbewand der PRG-LEA-Gala im Blitzlichtgewitter der Fotografen: Sänger, Comedians und Schauspieler drängten sich, aber nicht etwa, um sich selbst zu feiern.

Nein, diesmal standen die im Vordergrund, die normalerweise hinter der Bühne für den reibungslosen Ablauf einer Show sorgen. Mit einer fulminanten Gala, die der Branche alle Ehre machte, wurden die herausragenden Leistungen von Konzertveranstaltern, Agenten, Künstlermanagern und Spielstättenbetreibern gewürdigt. Der PRG LEA, zum ersten Mal zu Gast in Frankfurt, war gleichzeitig das offizielle Eröffnungsevent der Musikmesse und der Prolight + Sound. Jedes Jahr im Frühjahr verwandelt sich das Messengelände für vier Tage in einen der größten und pulsierendsten Klangräume weltweit. Von der Geige über die Gitarre bis hin zur Drum-Machine ... hier schlägt dann jedes Musikerherz höher.

55

Länder – Gemeinsam erreichten die Musikmesse und die Prolight + Sound mit 2.380 Ausstellern einen internationalen Ausstellerrekord. Über 109.000 Besucher kamen zu den beiden Veranstaltungen.



musikmesse

Die schönsten vier Tage im Jahr

Mit über 30.000 Produkten, mehr als 1.000 Konzerten, Workshops und zahllosen Produktvorführungen ist die Musikmesse die größte und wichtigste Veranstaltung ihrer Art. 2011 wurde erstmals der Deutsche Pianistenpreis – parallel zur Musikmesse – verliehen. Und auch der Nachwuchs kam nicht zu kurz: Bei „Music4Kids“ konnte er sich unter pädagogischer Anleitung auf einem akustischen Spielplatz der Superlative in Halle 6 austoben.

prolight+sound

Von zuckenden Lichtblitzen, vollautomatischer Tagungstechnik und kristallklarem Sound

Egal, ob Theater- und Festivalbühnen, Rockkonzerte oder große Corporate- und Produkt-Events – viele Veranstaltungen werden erst durch den richtigen Sound, das perfekte Licht oder die richtige Multimediatechnik zu einem gelungenen Event. Vom Einsatz solcher Anlagen unter realen Bedingungen konnten sich Besucher unter anderem auf dem Außen- und Gelände der Prolight + Sound überzeugen. Beim Media Systems Congress referierten internationale Fachleute über neue Technologien, Produkte und Dienstleistungen aus Medientechnik und Systemintegration. Mit dem zehnten OPUS – dem Deutschen Bühnenpreis – wurden die Inszenierungen der britischen Regisseurin Katie Mitchell prämiert. Und mit dem Systems Integration Award (Sinus) erhielten die Goethe-Universität Frankfurt und ihre Medientechnik-Dienstleister ebenfalls eine Auszeichnung.



music

CHINA

Geburtsstagskind: zehn Jahre Musikmesse in China

Im zehnten Jubiläumjahr hat die Music China ihre Position als einflussreiches Event der Musikinstrumentenindustrie nicht nur bestätigt. Auf Aussteller- wie auch auf Besucherseite hat sie zudem alle Rekorde geschlagen. 1.419 Unternehmen präsentierten sich dem rasant wachsenden chinesischen und asiatischen Markt. Besucherseitig verzeichnete die Music China mit insgesamt 52.186 Besuchern ein Plus von neun Prozent. Die Music China nimmt weltweit inzwischen den Rang der drittgrößten internationalen Messe der Branche ein.



m-es.se/y6FE

274

Aussteller 2002

1.419

Aussteller 2011

Digital makes the world go round

Durch alle Industrien und Branchen hindurch hat die Digitalisierung Geschäftsmodelle, Prozesse und Arbeitsabläufe verändert. Dies betrifft alle Arbeitsgebiete und Gewerke, von der Produktion über die Kommunikation bis hin zu Technologie und Infrastruktur. Das Digitale ist Alltag geworden und bringt neue Anforderungen mit sich. Die Messe Frankfurt bietet zu diesem Themenfeld eine ganze Reihe von Kongressmessen und Veranstaltungen an. Über das ganze Jahr verteilt beleuchten diese Events die Digitalisierung aus unterschiedlichen Perspektiven.

m-days

+50%

mehr Teilnehmer im Jahr 2011 bei 94 Unternehmen auf der dreifachen Fläche im Vergleich zu 2010.

Boomende Mobile-Branche

Ein überaus erfolgreiches Debüt im Portfolio der Messe Frankfurt feierten 2011 die 6. M-Days – „The home of mobile“. Die Kongressmesse, eine erfolgreiche Kombination aus Fachkongress, Messevorträgen, dem „Show your App“-Award und einem Podium für Entwickler, konnte nicht nur ihre Position als wichtigste Kongress-Messe der Mobile-Branche in Deutschland stärken, sondern sich auch als eine der größten ihrer Art in Europa behaupten.

email-expo search-expo ux-expo

Top-Thema: Social Media und E-Mail im Marketing-Mix

Das Messe-Trio Email-Expo, Search-Expo und UX-Expo deckt die drei Bereiche E-Mailing, Suchmaschinen-Marketing und User Experience ab. Marketingmanager erhielten praxisnahe Lösungsangebote und einen Überblick über die Top-Trends der Online-Kundenkommunikation. Zu den Highlights zählte die E-Mail-Klinik, in der Experten Fachbesuchern wertvolle Tipps zur Optimierung ihres E-Mail-Marketings boten.

Das Branchenevent für E-Mail- und Internet-Marketing in Frankfurt



digitaltouch voice+ip be.connected.

Kundeninteraktion: digital und erfolgreich

Im Herbst präsentierte die Kombination aus den Veranstaltungen Digital Touch, Voice + IP und Be Connected Visionen, Lösungen und technologische Umsetzungen in den Themenfeldern der digitalen Kundeninteraktion, dem Kundendialog und den neuesten Kommunikationstechnologien. 2011 wurden erstmals alle drei Veranstaltungen gemeinsam unter der Regie der Messe Frankfurt durchgeführt. Während die Voice + IP bereits in ihr siebtes Jahr geht, fanden die Digital Touch zum ersten und die Be Connected zum zweiten Mal statt.

Hier entstehen maßgeschneiderte Verbindungen

Stoffmuster, Garnproben und Schnittvorlagen – im Münchner Büro von Marko Cesar weiß man gleich, womit er beruflich zu tun hat. Der gebürtige Slowene hat sich auf Corporate-Fashion-Kollektionen spezialisiert, die durch Farbe, Muster und Form Unternehmensidentifikation schaffen und nach außen transportieren.



≈ 100

Teile umfasst die modische und dennoch funktionale Kollektion der Messe Frankfurt.

Eines der auffälligsten Stücke aus der Kollektion der Messe Frankfurt ist der dunkelblaue Regenmantel. Mit seinen reflektierenden silbrigen Sicherheitsstreifen reicht er fast bis auf den Boden. So schützt er Mitarbeiter, die während der Veranstaltungen auf dem Außengelände den Verkehr regeln, Einlasskontrollen durchführen und für die Sicherheit auf dem Gelände sorgen, vor Wind und Wetter.

Den Mantel, der absolut wasser- und winddicht ist, gibt es nirgends im Handel zu kaufen – genau wie viele der anderen Stücke aus der Kollektion. Sie wurden exklusiv als visueller und unverkennbarer Ausdruck der Corporate Identity entwickelt und werden – je nach Bedarf – individuell hergestellt. Das Individuelle ist zugleich aber auch die Herausforderung – ganz besonders bei genanntem Regenmantel: Marko Cesar musste einen Betrieb finden, der zum einen das spezielle Material verarbeiten konnte und zum anderen auch bereit war, diesen in vergleichsweise kleiner Stückzahl herzustellen. In Bayern ist er fündig geworden. Insgesamt umfasst die modische und dennoch funktionale Kollektion des Unternehmens an die 100 Teile, die alle in Deutschland beziehungsweise in der EU hergestellt werden. Im Sortiment: Blazer, Röcke, Hosen, Sakkos, Westen, Hemden, Blusen, Mäntel und Parkas, aber auch Gürtel, Mützen, Tücher, Turtlenecks, Handschuhe und Krawatten.

Sämtliche in Frage kommenden Produzenten und Nähereien werden vor einer Beauftragung besucht, um zu gewährleisten, dass diese auch nachhaltig produzieren. Das macht Marko Cesar höchstpersönlich: „Unser Unternehmen ist ISO-9001-zertifiziert. Das bedeutet: Wir unterliegen Qualitätsmanagement-Regularien, die sich stark am Kunden orientieren. Dazu gehört auch, auf Nachhaltigkeit in der Produktion zu achten. Deswegen werden Stoffe von den Produzenten, die ebenfalls alle in Deutschland oder der EU angesiedelt sind, direkt an die beauftragten Nähereien geliefert, um weite Wege zu vermeiden.“



„Die Messe Frankfurt steht für Kontinuität in einer sich wandelnden Welt, für Verlässlichkeit bei größtmöglicher Flexibilität, aber vor allem für Mut zu Veränderung, ohne dabei die Bodenhaftung zu verlieren.“

Uwe Behm

Geschäftsführer Messe Frankfurt Venue GmbH

Seit November 2006 ist Uwe Behm Mitglied der Geschäftsführung der Messe Frankfurt GmbH und Geschäftsführer der Messe Frankfurt Venue GmbH. Zuvor war der gelernte Maschinenbau- und Wirtschaftsingenieur seit 2002 Mitglied der erweiterten Geschäftsführung der Messe Frankfurt GmbH.

Vertrauensbeweis

Auch die Messe Frankfurt versteht sich als Dienstleister und Fullservice-Agentur, die schnell, flexibel und kundenfreundlich agiert. Von der Anmeldung über Elektro- oder Wasseranschlüsse bis hin zum Standbau unterstützt das Unternehmen ihre Kunden in allen Belangen. Jede Art von Dienstleistung kann individuell angefragt und beauftragt werden. Stand-Catering und Messegastonomie, messebegleitende Presse- und Marketingmaßnahmen, Logistik und technische Services, Personalvermittlung, aber auch messerelevante Seminare und Schulungen an der hauseigenen Akademie

zeigen die große Bandbreite an Dienstleistungen, die die Messe Frankfurt ihren Kunden anbietet. Die Service-Expertise kommt an – nicht nur bei den Ausstellern und Besuchern. 2011 konnte die Messe Frankfurt die bis dato sehr erfolgreiche Zusammenarbeit mit Gastveranstaltern wie dem VDA (IAA) verlängern und weiter vertiefen. Auch mit der Demat GmbH als Veranstalter der EuroMold wird die Messe Frankfurt zukünftig eng zusammenarbeiten. Ein weiteres Highlight 2011 war die Durchführung der BMW-Händlerwochen auf dem Gelände der Messe Frankfurt im Vorfeld zur IAA.

CR Corporate Fashion

Marko Cesar hat das Handwerk von der Pike auf gelernt: Erst machte er eine Schneiderlehre in Slowenien, dann 1972 die Meisterprüfung in Deutschland. Bevor er 1992 CR Corporate Fashion übernommen hat, war er acht Jahre als Produktionsleiter bei Etienne Aigner tätig. Seine Karriere ist sein Vorteil: Er kennt alle Schritte bei der Entstehung eines Kleidungsstücks aus eigener Erfahrung und kann seine Kunden somit umfassend beraten. Die Firma CR Corporate Fashion, die seit über 20 Jahren im Bereich gehobener Unternehmensbekleidung tätig ist, bietet alles aus einer Hand: Vom Design über Produktion und Logistik bis hin zum modernen Online-Bestellsystem versteht sich das Unternehmen als Full-Service-Dienstleister.

Services



accenteservices

Lecker, lecker, lecker

Mit mehr als 200 Festangestellten, über 3.000 freien Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von rund 35 Millionen Euro gehört die Accente Gastronomie Service GmbH bundesweit zu den Top-Caterern im Messegewerbe. Das bleibt nicht ungeehrt: 2011 konnte sich der Full-Service-Dienstleister unter anderem bereits zum vierten Mal in Folge den „Night of the Proms Gastro Award“ für die Kategorie „Premium Banquet“ sichern. Der Award, der jährlich vergeben wird, bewertet die Leistungen von Gastronomen an den „Night of the Proms“-Veranstaltungsorten.

fairconstruction

Bauunternehmer

Von der ersten Ideenentwicklung bis zur Organisation und Realisierung der Architektur begleitet Fairconstruction ihre Kunden. 2011 wurden insgesamt 2.751 Projekte als System- oder Individualstände am Standort Frankfurt betreut und 83.498 Quadratmeter Standfläche bebaut. Und auch international konnte Fairconstruction zahlreiche Stände realisieren, darunter etwa 31.000 Quadratmeter auf den beiden Texworld-Messen in Paris.

Texworld in Paris: Neben den Ausstellerständen und der Sonderschau „Fabric Experiences“ wurde hier zum ersten Mal im Frühjahr auch das Trendforum entworfen und gebaut.



akademie

Hoch hinaus

Die Akademie Messe Frankfurt hat ein neues Domizil: Seit Anfang 2012 finden alle Seminare und Lehrgänge im Frankfurter Messeturm statt. Mit einem beeindruckenden Blick auf Stadt und Messegelände bietet die Akademie praxisnahe Weiterbildung, um Kunden und Mitarbeiter der Messe Frankfurt in den Bereichen Messe- und Eventmanagement, Management und Führung, Personal sowie Marketing und Vertrieb fit zu machen.

Gastfreundlich

Dass das Gelände der Messe Frankfurt optimal für Veranstaltungen aller Art geeignet ist, dafür stehen neben den Eigenveranstaltungen des Unternehmens auch die zahlreichen Gastmessen. Viele von ihnen sind bereits langjährige Stammgäste. 18 Gastmessen waren es im Berichtsjahr – allen voran die IAA Pkw, die vom Verband der Automobilindustrie e. V. (VDA) veranstaltet wird. Seit 50 Jahren in Frankfurt, hat die IAA 2011 ihre Partnerschaft mit der Messe Frankfurt bis 2019 weiter

verlängert. Auch die Frankfurter Buchmesse, die IMEX und die CPHI verzeichneten stabile bis steigende Aussteller- und Besucherzahlen. Mit dem Veranstalter DEMAT, der in Frankfurt u. a. die EuroMold durchführt, wurde erneut ein langfristiger Vertrag unterschrieben. Ebenso wurde mit UBM Live ein Kooperationsvertrag unterzeichnet, in dessen Rahmen neue Weltleitmesse am Standort Frankfurt durchgeführt werden.

**Wissensdurstig**

2011 war eines der stärksten Kongressjahre für die Messe Frankfurt. Über 103.000 Teilnehmer besuchten die 85 Veranstaltungen. Zu den Highlights des Jahres zählten – zum Teil mit mehr als 5.000 Teilnehmern – der Kreativgipfel ADC, der internationale Elektrizitätskongress CIRED, das Deutsche Eigenkapitalforum, die Hauptversammlung der Deutschen Bank, der Deutsche Zahnärztetag und die Euro Finance Week.

Event-Experte

Mehr als eine halbe Million Gäste kamen zu 69 Events auf das Messegelände – darunter Veranstaltungen von DVAG, AEG, den Automobilherstellern KIA und VW, Union Investment und FTI Touristik. Eine ganz besondere Auszeichnung war es, das DFB-Presszentrum der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft im Fußball zu Gast zu haben.

**Lieblingsort? Frankfurts „Gud Stubb“**

Die traditionsreiche, aber ewig junge Festhalle schenkte über 370.000 Gästen eindrucksvolle Stunden bei Konzerten, Sportveranstaltungen, Shows und Firmenevents. Sportliche Highlights waren der BMW Frankfurt Marathon mit dem Zieleinlauf in der Festhalle und das

Internationale Festhallenreitturnier. Musikalische Höhepunkte waren Auftritte von Shakira, den Red Hot Chili Peppers, Rihanna, George Michael und Coldplay. Im Showbereich glänzten die Klassiker Holiday on Ice, die Pferdegala Apassionata sowie der Cirque du Soleil.

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2011

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2011

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Airtec ¹⁾		84	146	230	5.300	1.754	1.434	3.188
■ Ambiente		1.203	3.239	4.442	187.625	77.483	67.508	144.991
■ Buchmesse ¹⁾		3.124	4.260	7.384	100.000	280.194	0	280.194
■ Christmasworld		265	699	964	55.238	15.177	16.316	31.493
■ CPhI ¹⁾		228	1.700	1.928	64.947	6.060	23.860	29.920
■ Creativeworld		77	154	231	9.352	2.599	2.773	5.372
■ DiKOM Süd ¹⁾		106	0	106	3.500	2.040	0	2.040
■ EuroMold ¹⁾		818	536	1.354	30.000	37.092	20.863	57.955
■ Hair & Beauty		134	35	169	6.753	17.732	1.370	19.102
■ Heimtextil		342	2.230	2.572	119.471	25.252	47.819	73.071
■ IAA Pkw ¹⁾		752	260	1.012	178.068	807.360	120.640	928.000
■ IMEX ¹⁾		471	3.019	3.490	21.477	4.101	4.843	8.944
■ ISH		1.063	1.319	2.382	169.204	132.667	70.743	203.410
■ Musikmesse		556	948	1.504	46.086	50.533	24.688	75.221
■ Paperworld		373	1.485	1.858	57.402	19.450	31.588	51.038
■ Prolight + Sound		361	515	876	34.173	17.255	16.526	33.781
■ Tectextil inkl. Material Vision		444	782	1.226	27.072	11.136	13.779	24.915
■ Tendence		848	1.215	2.063	71.114	40.647	11.515	52.162
■ Texprocess		120	206	326	14.542	4.808	5.655	10.463
Internationale Fachmessen	19	11.369	22.748	34.117	1.201.324	1.553.340	481.920	2.035.260

1) Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen



Die Mitglieder des Aufsichtsrates während der Aufsichtsratssitzung im Portalhaus auf dem Messegelände am 8. Dezember 2011

► | Dr. h. c. Petra Roth – Stadt Frankfurt am Main (links)
Olaf Cunitz – Stadt Frankfurt am Main (rechts)



	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Facility Management		151	6	157	2.573	4.227	120	4.347
■ Sonstige Fachausstellungen	2	350	0	350	16.200	6.000	0	6.000
Fachausstellungen	3	501	6	507	18.773	10.227	120	10.347
■ Maintier		84	2	86	3.453	12.288	12	12.300
■ Verkaufsbörsen und Ausstellungen	8	1.000	0	1.000	55.470	159.400	0	159.400
Publikumsausstellungen	9	1.084	2	1.086	58.923	171.688	12	171.700

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2011

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	19	11.369	22.748	34.117	1.201.324	1.553.340	481.920	2.035.260
■ Fachausstellungen	3	501	6	507	18.773	10.227	120	10.347
■ Publikumsausstellungen	9	1.084	2	1.086	58.923	171.688	12	171.700
	31	12.954	22.756	35.710	1.279.019	1.735.255	482.052	2.217.307

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

- ▶ | Jutta Ebeling – Stadt Frankfurt am Main
- ▶ | Alexander Neumann – Messe Frankfurt
- ▶ | Bernd Ehinger – Handwerkskammer Rhein-Main
- ▶ | Wolfgang Dimmer – Messe Frankfurt
- ▶ | Hamid Yazdtschi – Gilde-Handwerk Macrander (links)
Dr. Lutz Raettig – Morgan Stanley Bank (Mitte)



Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt im Jahr 2011

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ EMV		56	18	74	1.313	2.110	432	2.542
■ GREENshowroom		23	17	40	637	750	0	750
■ Parken		92	4	96	1.380	1.023	90	1.113
■ PCIM Europe (Messe/Kongress)		153	145	298	6.941	4.391	2.262	6.653
■ SMT Hybrid Packaging		367	170	537	14.189	16.562	5.819	22.381
■ SPS IPC Drives		1.041	388	1.429	63.277	44.457	11.864	56.321
	6	1.732	742	2.474	87.737	69.293	20.467	89.760

Messen und Ausstellungen in Deutschland im Jahr 2011

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	25	13.101	23.490	36.591	1.289.061	1.622.633	502.387	2.125.020
■ Fachausstellungen	3	501	6	507	18.773	10.227	120	10.347
■ Publikumsausstellungen	9	1.084	2	1.086	58.923	171.688	12	171.700
	37	14.686	23.498	38.184	1.366.756	1.804.548	502.519	2.307.067

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Veranstaltungen im Ausland im Jahr 2011

Consumer Goods & Leisure	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland		Gesamt	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Ambiente								
IFFT/Interior Lifestyle Living		312	43	355	4.964	19.266	503	19.769
Interior Lifestyle China		132	93	225	4.417	14.087	421	14.508
Interior Lifestyle Tokyo		452	69	521	8.858	23.902	183	24.085
	3	896	205	1.101	18.239	57.255	1.107	58.362
Beautyworld								
Beautyworld Japan		320	42	362	8.456	43.002	216	43.218
Beautyworld Japan West		172	3	175	3.632	13.228	80	13.308
Beautyworld Middle East		120	635	755	12.318	10.484	7.726	18.210
	3	612	680	1.292	24.406	66.714	8.022	74.736
Christmasworld								
Festivalworld Russia		14	4	18	318	900	81	981
	1	14	4	18	318	900	81	981
Paperworld								
Hong Kong International Stationery Fair		53	185	238	2.337	6.741	8.307	15.048
Paperworld China		408	108	516	9.069	16.184	2.978	19.162
Paperworld Middle East		25	178	203	3.456	2.381	2.039	4.420
Paperworld Russia		38	47	85	1.445	2.982	259	3.241
Playworld Middle East		17	28	45	967	1.219	680	1.899
	5	541	546	1.087	17.274	29.507	14.263	43.770
Independent Brands Consumer Goods & Leisure								
Interpets		189	21	210	2.014	39.137	344	39.481
Outdoor China		53	15	68	788	5.907	111	6.018
	2	242	36	278	2.802	45.044	455	45.499
Consumer Goods & Leisure gesamt	14	2.305	1.471	3.776	63.039	199.420	23.928	223.348

- ▶ | Dr. h. c. Petra Roth – Stadt Frankfurt am Main (Mitte)
- Edwin Schwarz – Stadt Frankfurt am Main (links)
- ▶ | Peter Thomaschewski – Messe Frankfurt (rechts)
- ▶ | Peter Saalmüller (rechts)
- ▶ | Uwe Becker – Stadt Frankfurt am Main (links)



Textiles & Textile Technologies	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt	
Apparel Sourcing									
International Apparel Sourcing Show		13	95	108	1.221	828	86	914	
	1	13	95	108	1.221	828	86	914	
Ethical Fashion Show									
Ethical Fashion Show Autumn		20	66	86	777	2.317	400	2.717	
	1	20	66	86	777	2.317	400	2.717	
Heimtextil									
Heimtextil Russia		115	141	256	7.408	13.953	285	14.238	
	1	115	141	256	7.408	13.953	285	14.238	
Home Textiles Sourcing									
Home Textiles Sourcing New York		1	131	132	1.689	611	63	674	
	1	1	131	132	1.689	611	63	674	
Interstoff									
Interstoff Asia Essential – Autumn		38	169	207	1.812	4.590	2.138	6.728	
Interstoff Asia Essential – Spring		34	175	209	2.474	4.599	2.463	7.062	
	2	72	344	416	4.286	9.189	4.601	13.790	
Intertextile Apparel									
Intertextile Beijing Apparel Fabrics		974	228	1.202	22.524	25.014	2.625	27.639	
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics		2.369	737	3.106	69.004	46.902	15.581	62.483	
	2	3.343	965	4.308	91.528	71.916	18.206	90.122	
Intertextile Home Textiles									
Intertextile Guangzhou Home Textiles		182	8	190	7.073	15.762	4.581	20.343	
Intertextile Shanghai Home Textiles – Autumn Edition		945	214	1.159	61.850	34.874	6.144	41.018	
Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition		210	9	219	15.304	9.381	374	9.755	
	3	1.337	231	1.568	84.227	60.017	11.099	71.116	
Techtextil									
Techtextil India		54	66	120	2.334	3.684	130	3.814	
Techtextil North America		69	25	94	1.137	930	184	1.114	
	2	123	91	214	3.471	4.614	314	4.928	
Texworld									
Texworld (Autumn)		5	956	961	16.778	2.321	13.029	15.350	
Texworld (Spring)		5	632	637	12.647	2.103	11.616	13.719	
Texworld USA (Summer)		24	299	323	3.699	3.160	296	3.456	
Texworld USA (Winter)		21	126	147	1.677	2.539	202	2.741	
	4	55	2.013	2.068	34.801	10.123	25.143	35.266	
Yarn Expo									
Yarn Expo Shanghai Autumn		36	21	57	705	3.393	552	3.945	
Yarn Expo Beijing Spring		75	22	97	1.427	3.577	526	4.103	
	2	111	43	154	2.132	6.970	1.078	8.048	
Textiles & Textile Technologies gesamt	19	5.190	4.120	9.310	231.540	180.538	61.275	241.813	



Technology & Production	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt	
Intersec									
Intersec		136	671	807	15.431	9.171	12.455	21.626	
Secutech		393	158	551	13.455	21.244	2.538	23.782	
Secutech Thailand		33	73	106	1.575	3.606	323	3.929	
Secutech Vietnam		36	67	103	1.550	4.185	344	4.529	
Seguriexpo Buenos Aires		89	17	106	1.860	7.540	316	7.856	
	5	687	986	1.673	33.871	45.746	15.976	61.722	
ISH									
ISH China & CIHE		617	95	712	23.521	26.681	1.571	28.252	
	1	617	95	712	23.521	26.681	1.571	28.252	
Light + Building									
BIEL Light + Building Buenos Aires		237	107	344	11.282	31.865	1.879	33.744	
Guangzhou International Lighting Exhibition		2.682	196	2.878	98.715	80.510	19.955	100.465	
Light Middle East		24	126	150	2.439	3.261	1.456	4.717	
	3	2.943	429	3.372	112.436	115.636	23.290	138.926	
SPS									
SIAF Guangzhou		230	124	354	6.948	18.500	800	19.300	
SPS IPC Drives Italia		272	30	302	10.905	10.844	0	10.844	
	2	502	154	656	17.853	29.344	800	30.144	
Texcare									
Texcare Asia		83	52	135	4.898	6.259	780	7.039	
	1	83	52	135	4.898	6.259	780	7.039	
Independent Brands Technology & Production									
AsiaMold		190	37	227	4.604	13.424	1.838	15.262	
Exhibition Micromachine/MEMS		234	19	253	3.873	12.743	118	12.861	
Expo Ferretera		229	24	253	5.585	15.932	283	16.215	
Hardware + Tools Middle East		30	184	214	3.159	3.519	797	4.316	
	4	683	264	947	17.221	45.618	3.036	48.654	
Technology & Production gesamt	16	5.515	1.980	7.495	209.800	269.284	45.453	314.737	

- ▶ | Dr. h. c. Petra Roth – Stadt Frankfurt am Main
- ▶ | Ute Schuchardt – Messe Frankfurt (links)
Jürgen Engel – Messe Frankfurt (rechts)
- ▶ | Hamid Yazdtschi – Gilde-Handwerk Macranders
- ▶ | Jörn Apfelstädt – Accente Services Messe Frankfurt



Mobility & Infrastructure	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Automechanika								
Automechanika Istanbul		615	484	1.099	24.851	28.504	7.622	36.126
Automechanika Malaysia		56	110	166	1.978	3.645	713	4.358
Automechanika Middle East		113	989	1.102	16.833	8.362	9.059	17.421
MIMS powered by Automechanika Moscow		315	536	851	14.393	17.467	1.941	19.408
Automechanika Shanghai		3.279	340	3.619	76.040	44.048	17.130	61.178
Automechanika St. Petersburg		52	5	57	661	1.758	131	1.889
PAACE Automechanika Mexico		132	342	474	6.357	20.074	537	20.611
	7	4.562	2.806	7.368	141.113	123.858	37.133	160.991
Independent Brands Mobility & Infrastructure								
Canadian Waste & Recycling Expo		117	65	182	3.686	1.268	122	1.390
Eco Expo Asia		122	147	269	3.311	4.715	3.748	8.463
Korea Railways & Logistics Fair		144	14	158	6.138	19.977	523	20.500
Materials Handling Middle East		55	46	101	2.830	2.202	739	2.941
Water Expo China		117	29	146	3.419	18.200	278	18.478
	5	555	301	856	19.384	46.362	5.410	51.772
Mobility & Infrastructure gesamt	12	5.117	3.107	8.224	160.497	170.220	42.543	212.763

Entertainment Media & Creation	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Musikmesse								
Music China		1.139	280	1.419	36.579	48.601	3.585	52.186
	1	1.139	280	1.419	36.579	48.601	3.585	52.186
Prolight + Sound								
Prolight + Sound Shanghai		384	35	419	12.181	17.083	1.439	18.522
	1	384	35	419	12.181	17.083	1.439	18.522
Entertainment Media & Creation gesamt	2	1.523		1.838	48.760	65.684	5.024	70.708
Veranstaltungen der Messe Frankfurt im Ausland	63	19.650	10.993	30.643	713.636	885.146	178.223	1.063.369



Kongresse, Events und weitere Aktivitäten im Jahr 2011

	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Kongresse und Tagungen auf dem Messegelände außerhalb von Messen	85					103.000		103.000
Events (Konzerte, sportliche, kirchliche, politische und sonstige Veranstaltungen)	69					382.270		382.270
German Pavilions (Planung und Durchführung von Messebeteiligungen)	16					0		0
Akademie Messe Frankfurt	205					1.460		1.460
	375					486.730		486.730

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2011

	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt	31	12.954	22.756	35.710	1.279.019	1.735.255	482.052	2.217.307
Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt	6	1.732	742	2.474	87.737	69.293	20.467	89.760
Veranstaltungen im Ausland	63	19.650	10.993	30.643	713.636	885.146	178.223	1.063.369
Kongresse, Events und weitere Aktivitäten	375	0	0	0	0	486.730	0	486.730
	475	34.336	34.491	68.827	2.080.392	3.176.424	680.742	3.857.166

Lagebericht des Konzerns Messe Frankfurt GmbH 2011

I. Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Krise der Staatsfinanzen in einer Reihe von Ländern des Eurogebiets, die hiervon ausgehende Verunsicherung sowie die allgemeine wirtschaftliche Abschwächung kennzeichnen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Messewirtschaft. Konnte die Messe Frankfurt im Geschäftsjahr 2010 noch auf erfreulichen wirtschaftlichen Rahmendaten aufbauen, so verschlechterten sich die Aussichten für die weltwirtschaftliche Entwicklung im Sommer 2011 deutlich. Unternehmen und Haushalte in Europa und den USA blicken seitdem zunehmend pessimistisch in die Zukunft. In Europa droht die Staatsschuldenkrise sich zu einer Bankenkrise auszuweiten, denn die Kreditinstitute halten in großem Umfang Schuldtitel der von der Krise stark betroffenen Staaten. Eine mögliche Eskalation der Krise im Euroraum ist zum Ende des Berichtsjahres nicht nur in Europa, sondern auch weltweit das Hauptrisiko für die Konjunktur und damit auch für die Entwicklung des Messegeschäftes.

Wenngleich die Weltwirtschaft im Berichtsjahr insgesamt um 3,8 Prozent¹ wuchs, entwickelte sich dieser Wert in einzelnen Wirtschaftsräumen doch recht unterschiedlich – jedoch überall schlechter als im Vorjahr. Die Industrieländer – inklusive Europäische Union, USA, Kanada und Japan – erreichten einen Zuwachs um 1,4 Prozent (nach 2,7 Prozent im Vorjahr). Wie erwartet entwickelten sich 2011 die Schwellenländer mit insgesamt plus 6,6 Prozent (+8,4 Prozent im Vorjahr) mit einer weit größeren Dynamik. Vor allem China mit Hongkong (+9,1 Prozent) und Indien (+7,5 Prozent) konnten gewohnt erfreuliche Wachstumswerte verzeichnen. Die für die Messewirtschaft wichtige Kenngröße Welthandel legte um 6,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu – nach einem Wachstum von 12,2 Prozent im Jahr 2010.

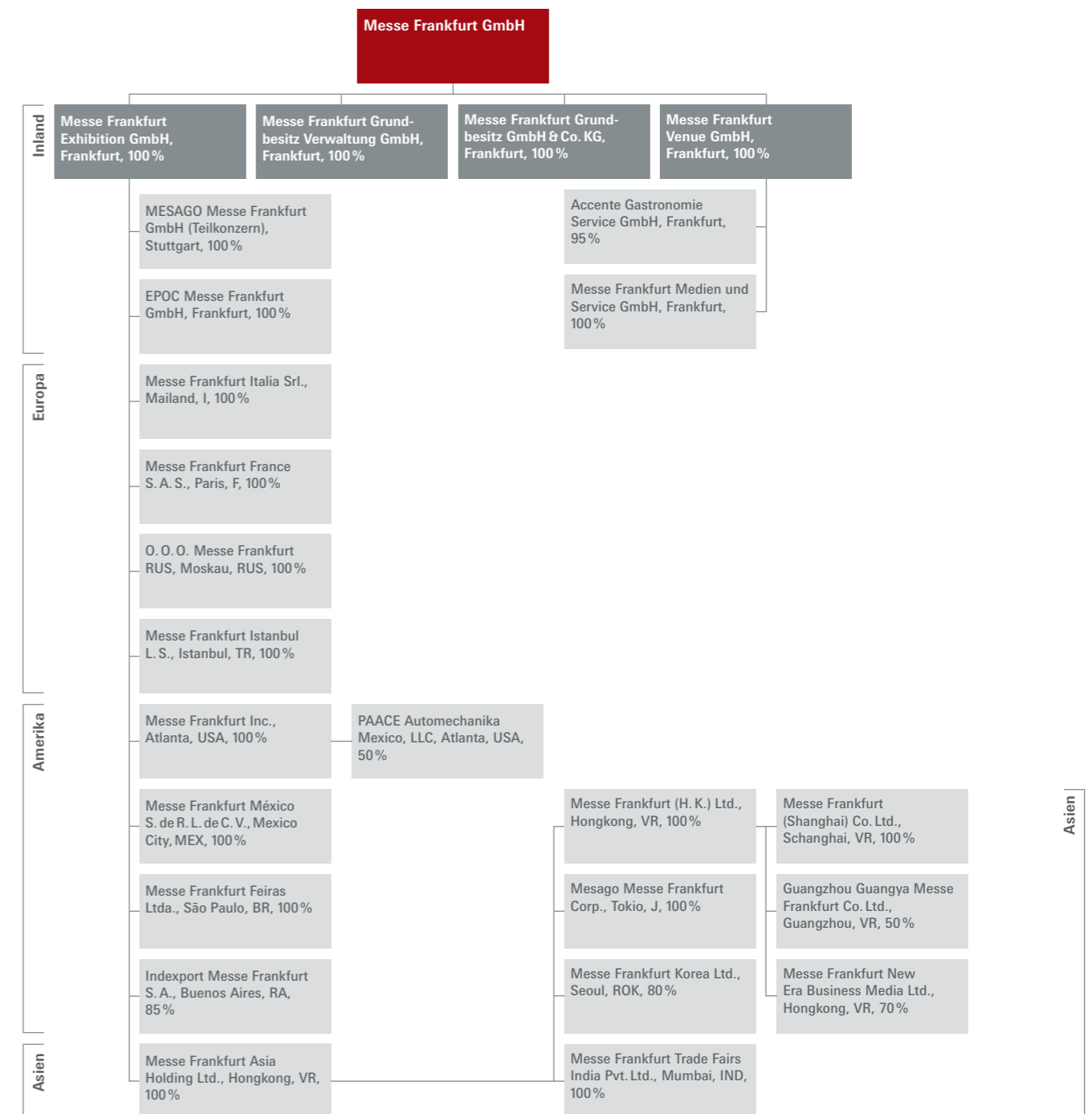
Situation der Messewirtschaft

Die Key Player der Messebranche agieren in gleicher Weise global wie die der Primärmarktbranchen, für die sie internationale Marketingplattformen bereitstellen. Auf diesen Messen treffen international agierende Aussteller auf regionale Nachfrage. Dementsprechend ist es nur folgerichtig, dass die Messewirtschaft – ebenso wie die Branchen, die sie nicht nur abbildet, sondern strukturell mit gestaltet – vor allem in den dynamischen Märkten Asiens die höchsten Zuwächse verzeichnet. Dies spiegelt sich auch in der verfügbaren Hallenfläche in dieser Wirtschaftsregion wider. Im Zeitraum 2000 bis 2010 wurden in Asien rund drei Millionen Quadratmeter Hallenfläche gebaut. Das entspricht einem Zuwachs von mehr als 180 Prozent. Im gleichen Zeitraum investierten die europäischen Messeplatzbetreiber in zusätzliche 4,1 Millionen Quadratmeter Hallenfläche, was einer Steigerung um 55 Prozent entspricht. Jedoch verfügt Europa mit seinen Messehallen in Summe (2010: 11,7 Millionen Quadratmeter) immer noch über mehr als das 2,5-fache an Ausstellungsfläche und untermauert damit seine dominante Position im globalen Vergleich.

Diese Bedeutung wird bestätigt durch die Entwicklung der Anzahl der Veranstaltungen in Europa, Amerika und Asien. Wenngleich es schwierig ist, aktuelle Zahlen des Veranstaltungsgeschäftes aus Übersee zu erhalten, so zeigt die m+a-Datenbank² doch eine klare Tendenz auf: In Europa werden nach Angaben von m+a zwar noch rund viermal mehr Veranstaltungen als in der Boomregion Asien durchgeführt. Die Dynamik, mit der Veranstaltungen auf den Markt gebracht werden, ist in Asien jedoch fast doppelt so groß wie in Europa. Im Zeitraum 2000 bis 2010 stieg die Anzahl der Messen in Europa um 28,3 Prozent auf 7.700. Im gleichen Zeitraum legte die Anzahl der Messen und Ausstellungen in Asien um 46 Prozent auf 1.900 zu. Hier ist auch zukünftig mit einer verstärkten Marktbewegung zu rechnen.

¹) Quelle: Ifo-Konjunkturbericht 4/2011 für die Messe Frankfurt
²) Quelle: m+a ExpoDatabase; expodatabase.de

Unternehmensgruppe Messe Frankfurt



¹) Quelle: Ifo-Konjunkturbericht 4/2011 für die Messe Frankfurt
²) Quelle: m+a ExpoDatabase; expodatabase.de

Nach vorläufigen Berechnungen des Ausstellungs- und Messeausschusses der deutschen Wirtschaft (AUMA e. V.), Berlin¹, zählte der Messeplatz Deutschland im Berichtsjahr 135 überregionale Messen mit rund 159.000 Ausstellern. Dies entspricht einem Plus von 3 Prozent gegenüber den vergleichbaren Vorveranstaltungen. Zurückzuführen ist dies vor allem auf die überproportional gestiegene Zahl ausländischer Anbieter (+4 Prozent). Bei der vermieteten Standfläche konnte ein Zuwachs von 2 Prozent gegenüber den Vorveranstaltungen (auf 6,1 Millionen Quadratmeter) errechnet werden. Die Besucherzahl stieg um 4 Prozent (auf 9,5 Millionen). Damit konnten die Besucherrückgänge der beiden letzten Jahre am Messeplatz Deutschland wieder kompensiert und die Messen in Summe zu ihrer alten Stärke zurückgeführt werden.

Ziele und Strategien der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt

Uneinheitliche Wirtschaftsentwicklungen der vorausgegangenen Jahre, sich verschärfende Wettbewerbsbedingungen in der Messewirtschaft und schwierige Marktentwicklungen in einer der für die Messe Frankfurt wichtigsten Branchen, den Konsumgütermärkten, waren die Beweggründe, im Jahr 2010 die Strategie des Unternehmens auf den Prüfstand zu stellen. 2010 war ein Jahr des Aufbruchs, das Berichtsjahr 2011 ein Jahr der Konsolidierung, der Ausgestaltung des „Hauses Messe Frankfurt“ auf verschiedenen Ebenen. Es zeigte sich, dass der 2010 gesteckte Rahmen belastbar blieb im Hinblick auf die Produkt- und Organisationsentwicklung, die Entwicklung des Messestandortes und der Infrastruktur sowie in Bezug auf die teilweise notwendige Anpassung der Management- und IT-Systeme. Auf diesen verschiedenen Ebenen wurden Veränderungsprozesse angestoßen. Einige dieser Projekte werden sich über mehrere Jahre erstrecken. Die mannigfachen Anpassungen blieben nicht ohne Einfluss auf die gelebten Werte und die Unternehmenskultur. Alle zwei Jahre führt die Messe Frankfurt hierzu eine Mitarbeiterbefragung („Kulturbarometer“) durch, deren Ergebnisse anschließend mit einer Reihe von Maßnahmen aufgearbeitet werden.

Die Produktentwicklung: Das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt besteht vor allem in der Durchführung von Messen und Ausstellungen in Frankfurt am Main und weltweit. Die Kernkompetenzbereiche, das heißt die Branchen, in denen die Messe Frankfurt ihre Marketingplattformen anbieten will, wurden schärfer umrissen. Das Produktportfolio soll künftig vielfältiger werden. Zur strategischen Neuausrichtung gehörte auch die Festlegung der Märkte, in die künftig verstärkt investiert werden soll: Der Heimatstandort Frankfurt am Main steht dabei an erster Stelle, gefolgt von den erklärten Schwerpunktmärkten China, Russland, Indien und Dubai. Die vorherrschende Strategie bleibt die Brandstrategie: Ausgehend von einer Leitveranstaltung werden dabei Veranstaltungen in allen relevanten Wirtschaftsregionen der Welt durchgeführt. Diese orientieren sich in Bezug auf den Namen, die Nomenklatur und die Services an der Leitveranstaltung, die in der Regel in Frankfurt am Main stattfindet.

Die Organisationsentwicklung: Um den administrativen Aufwand der Kunden, aber auch die internen Organisationsabläufe zu verschlanken, wurden in einem groß angelegten Projekt die Kernprozesse auf den Prüfstand gestellt. „More sales – less administration“, „high customer satisfaction“ – Steigerung der Kundenzufriedenheit durch hohe Prozessqualität und professionelle Kundenorientierung sowie „learning from the best“ sind dabei die bestimmenden strategischen Stoßrichtungen. Nach der Analysephase werden nun in einem nächsten Schritt die Verbesserungspotenziale in konkrete Maßnahmen umgesetzt.

Productpilot bezeichnet das branchenübergreifende B2B-Internetportal der Messe Frankfurt, das alle Anbieter- und Produktinformationen der Aussteller der Frankfurter Eigenveranstaltungen auf einer Plattform zusammenfasst. Mit der Verschmelzung der productpilot GmbH auf die Messe Frankfurt Exhibition GmbH wurde der inhaltlichen Nähe zu den Eigenveranstaltungen auch organisatorisch entsprochen. Damit wird den Ausstellern der Messe Frankfurt Exhibition GmbH neben dem Katalogeintrag auch der Productpilot-Auftritt aus einer Hand angeboten.

¹) Quelle: Homepage auma.de, hier: Branchen Kennzahlen, internationale Messen, Entwicklung

Das Gleiche gilt für die Akademie, die seit Jahren in der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH Schulungsprogramme vor allem für Aussteller der Eigenveranstaltungen anbietet. Da in dem Geschäftsbereich der Akademie auch zunehmend Kongresse und Kongressmessen entwickelt werden, wurde zu Beginn des Berichtsjahres der Übergang der Messe Frankfurt Akademie in die Messe Frankfurt Exhibition GmbH vollzogen.

Des Weiteren wurde die bisherige Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG nach den Vorschriften der §§ 190 ff., 214 ff. des Umwandlungsgesetzes unter Wahrung der rechtlichen Identität im Berichtsjahr in eine GmbH umgewandelt. So wurde die Messe Frankfurt Venue GmbH in den umsatzsteuerlichen Organkreis der Messe Frankfurt GmbH einbezogen, damit die 2011 beschlossenen Änderungen im deutschen Umsatzsteuerrecht im Hinblick auf die Fakturierung von Messe-Leistungspaketen gegenüber ausländischen Kunden auch für Leistungen dieser Gesellschaft angewendet werden können.

Die Entwicklung des Messestandortes und der Infrastruktur: Die Messe Frankfurt wird Eigentümer und Betreiber des Kongresszentrums im Europaviertel. Diese Nachricht war das herausragende Ereignis der Standortentwicklung im Berichtsjahr. Den Weg dazu ebnete der Vertrag zwischen der CA Immo Deutschland GmbH und der Projektentwicklungsgesellschaft ECE sowie der Messe Frankfurt zum Ende des Berichtsjahres. Damit wird das bestehende Congress Center auf dem Messegelände zukünftig ergänzt um ein Kongressgebäude mit kleineren und teilbaren Räumen für 100 oder 150 Personen. Dies ermöglicht der Messe Frankfurt eine höhere Flexibilität ihres Raumangebotes. Das neue Kongresszentrum trägt den Namen Kap Europa und soll gleichzeitig mit dem Einkaufszentrum Skyline Plaza bis zum Herbst 2013 errichtet werden. Das Gebäude wird strenge Maßstäbe für Nachhaltigkeit erfüllen.

Die Anpassung der Systeme: Mit der Harmonisierung der Systeme inklusive der Management-Systeme soll eine verbesserte Steuerungsfähigkeit des Konzerns erreicht werden. Besondere Herausforderungen bestehen in der Internationalisierung des Konzerns und den damit gestiegenen Anforderungen an sämtliche Systeme.

Nicht zuletzt haben Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften in allen Bereichen der Messe Frankfurt einen hohen Stellenwert. Corporate Social Responsibility (CSR) ist daher als Prinzip unternehmerischer Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil des Unternehmenskonzepts. Die Messe Frankfurt steht für profitables Wirtschaften, Ressourcenschonung und sichere Arbeitsplätze. Die Wahrung dieses hohen Ansehens sieht die Messe Frankfurt als ihre unternehmerische Zukunftsvorsorge.

II. Darstellung des Geschäftsverlaufs

Das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt besteht einerseits in der Durchführung von Messen und Ausstellungen. Diese werden von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und ihren Tochtergesellschaften im In- und Ausland veranstaltet. Darüber hinaus vermarktet der Konzern durch seine Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Venue GmbH Ausstellungsflächen an Messe- und Kongressveranstalter und stellt hierzu Infrastruktur- und Serviceleistungen bereit. Beide Hauptgesellschaften stehen unter dem gemeinsamen Dach einer Holding, der Messe Frankfurt GmbH, die neben der Konzern-Steuerung administrative Serviceleistungen für die Gesellschaften am Standort Frankfurt am Main erbringt.

Den Schwerpunkt der am Standort Frankfurt am Main durchgeführten Veranstaltungen bilden die internationalen Leitmessen. Sie führen das relevante internationale Angebot mit der jeweiligen Nachfrage in Europa zusammen. Aufgrund ihrer Größe und Internationalität haben diese Messen größtenteils sogar einen Alleinstellungsanspruch bzw. nur wenige konkurrierende Veranstaltungen. Für diese Veranstaltungen gilt, dass sie von höchster Relevanz für ihre Kundenzielgruppen sind.

Die Geschäftstätigkeit der ausländischen Tochtergesellschaften besteht im Wesentlichen in der Durchführung von eigenen Messen, aber auch im Vertrieb von Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH weltweit. Bei den Messen handelt es sich meist um Markenthemen (Brands) der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Da die internationalen Messemärkte sich nicht auf wenige Großmessegebiete konzentrieren wie in Deutschland, ist der Leitmesseanspruch der Auslandsveranstaltungen, wie er am Standort Frankfurt am Main realisiert werden kann, auf die Überseeregionen nicht übertragbar. Aufgrund der unterschiedlichen Reichweite der Messen in Bezug auf Aussteller und Besucher ist eine eindeutige Abgrenzung des relevanten Messemarktes nur sehr schwer zu leisten. Deswegen gibt es in der Messebranche keine festen Definitionen über den erreichten Marktanteil.

Neben den eigenen Veranstaltungen im In- und Ausland nutzen zahlreiche Gastveranstalter die zentrale Lage, die gute Infrastruktur und das professionelle Serviceangebot des Messestandortes Frankfurt am Main, um ihren Zielgruppen eigene Marketingplattformen anzubieten. Darüber hinaus bietet der Messeplatz Frankfurt am Main ideale Locations für Kongress- und Sonderveranstaltungen.

Leistungskennziffern – Messen und Ausstellungen

Im turnusbedingt starken Berichtsjahr veranstaltete die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 100 Messen und Ausstellungen. Rund 68.800 Aussteller und 3,4 Millionen Besucher wurden registriert; rund 2,1 Millionen Quadratmeter Nettofläche wurden belegt. Am Standort Frankfurt am Main wurden darüber hinaus 375 Kongresse, Events und weitere Veranstaltungen mit annähernd 487.000 Besuchern durchgeführt. Insgesamt besuchten im Berichtsjahr rund 3,9 Millionen Menschen die Veranstaltungen der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt.

Auf dem konzerneigenen Messegelände in Frankfurt am Main fanden 31 Messen, Verkaufsbörsen und Fachausstellungen statt, darunter 13 Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH sowie eine der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart. Zu diesen 14 konzerneigenen Messen in Frankfurt am Main kamen rund 18.900 Aussteller und 741.700 Besucher. Rund 804.100 Quadrat-

meter wurden auf diesen Messen vermietet. Die Qualität dieser Veranstaltungen zeigt sich in deren Internationalitätsgrad sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite. 68,6 Prozent Auslandsbeteiligung bei den Ausstellern und 42,1 Prozent bei den Besuchern der internationalen Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt am Heimatstandort zeugen von maximaler Markttransparenz und damit höchstem Kundennutzen sowohl auf Angebots- als auch auf Nachfragerseite. Sie stellen Spitzenwerte im Wettbewerbsumfeld dar. Zum Vergleich: Die durchschnittlichen Internationalitätsgrade für Veranstaltungen am Messeplatz Deutschland beziffert der AUMA mit 55,4 Prozent auf Ausstellerseite bzw. mit (vorläufig) 26,0 Prozent bei Besuchern.

17 Gastmessen, darunter Verkaufsbörsen und Fachausstellungen, ergänzten das Veranstaltungsportfolio am Messeplatz Frankfurt am Main.

Gesamtaktivitäten 2011 der Messe Frankfurt

	Anzahl	Aussteller	Nettofläche* (in Tsd. m ²)	Besucher (in Tsd.)
Messen und Ausstellungen				
– am Messeplatz Frankfurt am Main	31	35.710	1.279	2.217
– an anderen Standorten im Inland	6	2.474	88	90
Gesamt Deutschland	37	38.184	1.367	2.307
Ausland	63	30.643	714	1.063
Gesamt Messen und Ausstellungen	100	68.827	2.081	3.370
Weitere Veranstaltungen	375			487
Gesamtaktivitäten	475	68.827	2.081	3.857

* einschließlich Sonderschaufläche

Eine Besonderheit der Messebranche besteht darin, dass die einzelnen Geschäftsjahre nicht direkt mit dem Vorjahr verglichen werden können, da nicht in jedem Jahr – aufgrund unterschiedlicher Veranstaltungsrhythmen – die gleichen Messen durchgeführt werden. Das Berichtsjahr gehört turnusbedingt zu den veranstaltungsstärkeren Jahren, da sowohl große Eigen- als auch große Gastveranstaltungen durchgeführt wurden. Zu den Eigenveranstaltungen, die in ungeraden Jahren durchgeführt werden, gehören mit rund 2.400 Ausstellern die ISH (Weltleitmesse Erlebniswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik, Erneuerbare Energien) und mit mehr als 1.200 Ausstellern die Techtexil. Erstmals fand mit 326 Ausstellern parallel zur Techtexil die Texprocess statt. Sie wird auch zukünftig im gleichen Rhythmus wie die Techtexil alle zwei Jahre durchgeführt werden. Zu den nur in ungeraden Jahren durchgeführten Gastveranstaltungen gehört in erster Linie die IAA Pkw. Diese Veranstaltung bestätigte 2011 erneut ihre hohe Attraktivität sowohl für die Fachbesucher als auch für das Publikum. Der Veranstalter der IAA, der Verband der Deutschen Automobilindustrie (VDA) zählte insgesamt rund 928.000 Besucher, was einem Plus von 10 Prozent gegenüber der Vorveranstaltung entspricht. Zu den weiteren Erfolgen des Geschäftsbereiches Gastveranstaltungen zählte, dass unter anderem die Frankfurter Buchmesse, die IMEX und die CPhI erneut mit stabilen bzw. größeren Beteiligungen von Ausstellern und Besuchern stattfanden. Mit den Veranstaltern UBM und DEMAT konnten langfristige Verträge über den Verbleib wichtiger Gastmessen in Frankfurt am Main abgeschlossen werden.

An anderen deutschen Messeplätzen wurden von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH bzw. einer ihrer Tochtergesellschaften sechs Veranstaltungen durchgeführt. Davon entfielen fünf auf die MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart. Eine weitere, die GREENshowroom, wurde erstmalig in Berlin von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH durchgeführt. Zu diesen Veranstaltungen in Deutschland außerhalb Frankfurts kamen rund 2.500 Aussteller und rund 89.800 Besucher. Die vermietete Gesamtnettofläche betrug insgesamt rund 87.700 Quadratmeter.

Das Auslandsgeschäft trug auch im Berichtsjahr einen wesentlichen Anteil zum Geschäftserfolg der Messe Frankfurt bei: Auf 63 Veranstaltungen zeigten rund 30.650 Aussteller über einer Million Besuchern auf rund 714.000 Quadratmetern ihr Leistungsspektrum. Damit stellten die Auslandsmessen auch 2011 ihre Bedeutung für die Unternehmensgruppe unter Beweis. Regionaler Schwerpunkt des Auslandsgeschäfts war nach wie vor Asien mit 35 Veranstaltungen im Berichtsjahr, von denen allein 23 auf China entfielen. Eine weitere attraktive Veranstaltungsregion war für die Messe Frankfurt der Wirtschaftsraum EMEA (Europe, Middle East, Africa). 18 Messen wurden hier durchgeführt. Von Kanada bis Argentinien veranstalteten die amerikanischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt im Berichtsjahr zehn Messen. Im Zuge der Optimierung ihres Produktspektrums erweiterte die Messe Frankfurt Exhibition GmbH auch im Berichtsjahr ihr Portfolio im Ausland. Insgesamt neun neue Veranstaltungen öffneten 2011 erstmals ihre Tore. Davon wurden vier in Asien und fünf im EMEA-Raum durchgeführt, so beispielsweise die Paperworld Russia, die Paperworld Middle East und die Secutech Thailand.

Neben der Konzeption und Durchführung ihrer Eigenveranstaltungen organisierte die Messe Frankfurt 16 German Pavilions auf Auslandsmessen. Dabei handelt es sich um Messebeteiligungen, die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie durchgeführt werden. Sie erleichtern kleinen und mittleren Unternehmen den Markteintritt im jeweiligen Land.

Kongresse, Events und Festhallen-Veranstaltungen

Neben Gastmessen und Ausstellungen betreute die Messe Frankfurt Venue GmbH 85 Kongresse und Tagungen sowie 69 Events. Mit über 103.000 Teilnehmern war 2011 erneut eines der umsatzstärksten Kongressjahre der Messe Frankfurt. Highlights des Jahres waren mit teilweise mehr als 5.000 Teilnehmern der Kreativgipfel ADC, der internationale Elektrizitätskongress CIRED, das Deutsche Eigenkapitalforum, die Hauptversammlung der Deutschen Bank, der Deutsche Zahnärztetag und die Euro Finance Week.

Mehr als eine halbe Million Gäste kamen auf das Messegelände zu insgesamt 69 Events, darunter die Großevents von DVAG, AEG, der Automobilhersteller KIA und VW, Union Investment und FTI Touristik sowie das DFB-Presseszentrum der Frauen-Fußballweltmeisterschaft. In der traditionsreichen Festhalle haben über 370.000 Gäste eindrucksvolle Stunden bei Konzerten, Sportveranstaltungen, Shows und Firmenevents erlebt. Die Highlights im sportlichen Bereich waren der BMW Frankfurt Marathon mit dem Zieleinlauf in der Festhalle und das Internationale Festhallenreitturnier. Musikalische Höhepunkte waren Auftritte von Shakira, Red Hot Chili Peppers, Rihanna, George Michael und Coldplay. Im Showbereich glänzten die Klassiker Holiday on Ice, die Pferdegala Apassionata sowie Cirque du Soleil.

Servicemanagement

Für die Aussteller und Besucher sowie für Messeveranstalter stellt die Messe Frankfurt mit ihren Tochtergesellschaften in Frankfurt am Main eine breite Palette von Serviceleistungen bereit. Der im Vorjahr gemeinsam mit der Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Medien und Service GmbH eröffnete Showroom, in dem sich Interessierte auf über 3.000 Quadratmetern einen Überblick über die Vielzahl der Standbauvarianten, Standausstattungsdetails und technischen Dienstleistungen verschaffen können, wurde gut angenommen.

„Heartaffairs“ ist eine Kundenfreundlichkeitskampagne der Messe Frankfurt, die vor einigen Jahren ins Leben gerufen wurde. Ziel dieser Initiative ist es, gemeinsam mit den Servicepartnern der Messe die ausgeprägte Kultur der Kundenfreundlichkeit im Arbeitsalltag weiter zu erhöhen. Hand in Hand mit den Servicepartnern werden in diesem Kontext Verbesserungen in allen Bereichen realisiert.

III. Darstellung der Lage

Ertragslage

Der Geschäftsverlauf und die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung spiegeln sich auch in der Umsatzentwicklung des Konzerns wider. Mit 467,5 Mio. € wurde im Jahr 2011 ein neuer Spitzenumsatz erzielt, der um 4,3 Prozent bzw. 19,2 Mio. € über dem des Vorjahrs liegt. Gegenüber dem Jahr 2009, das vom Veranstaltungsturnus im Inland eher vergleichbar ist, wurden 43,7 Mio. € mehr Erlöst. Das Wachstum im Konzern wird im Wesentlichen durch die ausländischen Tochtergesellschaften erzielt, die mit 132,4 Mio. € insgesamt 18,6 Mio. € bzw. 16,3 Prozent mehr als im Vorjahr erwirtschaftet haben. Das Jahr 2009 wurde sogar um 42,8 Mio. € bzw. 47,8 Prozent übertroffen.

Umsatzentwicklung (konsolidiert) 2009–2011

	2009 Mio. €	2010 Mio. €	2011 Mio. €	Veränderungen zu 2010 in % ⁴⁾	2009 in % ⁴⁾
Inland					
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	173,9	202,3	173,6	-14,2	-0,2
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	104,0	69,6	96,6	38,8	-7,1
Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden	3,7	0,0	0,0	0,0	--
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ¹⁾	19,2	20,7	24,2	16,9	26,0
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	12,4	18,0	14,4	-20,0	16,1
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	21,0	23,9	26,3	10,0	25,2
Summe Inland	334,2	334,5	335,1	0,2	0,3
Ausland					
Messe Frankfurt France S.A.S., Paris	13,3	13,6	14,6	7,4	9,8
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand	2,7	1,5	3,1	++	14,8
Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul	0,6	0,0	1,1	++	83,3
O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau	1,8	2,7	3,1	14,8	72,2
EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/Dubai	8,5	8,7	11,6	33,3	36,5
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong ²⁾	52,6	77,5	81,9	5,8	55,7
Messe Frankfurt Inc., Atlanta ³⁾	2,5	4,2	3,3	-21,4	32,0
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico City	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires	7,5	5,5	13,6	++	81,3
Summe Ausland	89,6	113,8	132,4	16,3	47,8
Konzern-Umsatz	423,8	448,3	467,5	4,3	10,3

1) Teilkonzern

2) Teilkonzern inklusive der Tochtergesellschaften: Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong; Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Schanghai; Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou; Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong; Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio; Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul; Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai

3) inkl. PAACE Automechanika Mexico, LLC, Atlanta

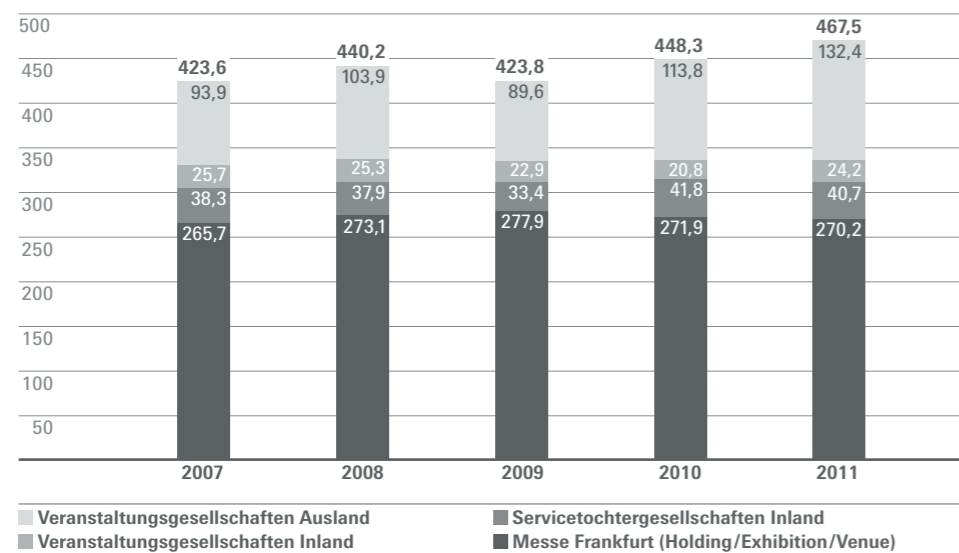
4) Abweichungen über 100% werden mit ++ bzw. -- dargestellt

Im Inland konnte der Umsatz entgegen den Erwartungen konstant gehalten werden, wobei sich die turnusbedingt gegenläufigen Effekte bei den Gesellschaften Messe Frankfurt Exhibition GmbH (-28,7 Mio. €) und Messe Frankfurt Venue GmbH (+27,0 Mio. €) nahezu ausgeglichen haben. Gegenüber 2009 ergab sich bei den inländischen Gesellschaften ein leichter Anstieg von 0,9 Mio. €. Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH und die Messe Frankfurt Venue GmbH trugen mit Anteilen von 37,1 Prozent bzw. 20,7 Prozent den überwiegenden Teil zum Konzern-Umsatz bei.

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH ist mit ihren großen internationalen Leitmessen unverändert der Hauptumsatzträger des Konzerns und erzielte konsolidiert 173,6 Mio. € nach 202,3 Mio. € im Vorjahr. Hierbei wirkte sich insbesondere der Zweijahresturnus der Automechanika und der Light + Building aus, die in geraden Jahren stattfinden. Darüber hinaus wurde im Vorjahr die IFFA durchgeführt, die einen Dreijahresrhythmus hat. Gegenüber 2009, das aufgrund des Messeportfolios eher vergleichbar ist, wurden rund 0,3 Mio. € weniger Erlöst. Hintergrund hierfür ist die Entwicklung bei den Konsumgütermessen Tendance und Beautyworld.

Bei der Messe Frankfurt Venue GmbH wurde hingegen mit 96,6 Mio. € ein Umsatz erzielt, der insbesondere turnusbedingt um 27,0 Mio. € über dem des Vorjahrs liegt. Gegenüber dem bisherigen Spitzenjahr 2009 (104,0 Mio. €) wurden 7,4 Mio. € weniger erwirtschaftet. Ursächlich hierfür ist, dass 2009 neben der im Zweijahresturnus durchgeführten Gastveranstaltung IAA Pkw auch die ACHEMA stattfand, die einen Dreijahresturnus hat. Diese Kombination ergibt sich nur alle sechs Jahre. Darüber hinaus wurde das Deutsche Turnfest als einmalige Veranstaltung durchgeführt.

Umsatzentwicklung des Konzerns (konsolidiert) in Mio. €



Zusammen mit den Umsätzen der Servicetochtergesellschaften Accente Gastronomie Service GmbH und Messe Frankfurt Medien und Service GmbH wurde am Standort Frankfurt am Main ein konsolidierter Umsatz von 310,9 Mio. € generiert, der etwas unter den Vorjahren liegt und rund 67 Prozent des Konzern-Umsatzes entspricht (zum Vergleich: 2010: 313,8; 2009: 311,3 Mio. €).

Die MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart konnte den Umsatz des Vorjahres wieder deutlich übertreffen. Aufgrund der starken SPS IPC Drives, Internationale Fachmesse für elektrische Automatisierung, stieg der Umsatz um 3,5 Mio. € auf 24,2 Mio. € an und übertrifft damit das bisherige Spitzenjahr 2008.

Besonders erfolgreich war die Entwicklung im Ausland. Nach 113,8 Mio. € im Vorjahr summiert sich der Umsatz des Auslandsgeschäfts im Berichtsjahr auf 132,4 Mio. € und hat damit einen Anteil von 28,3 Prozent am Konzern-Umsatz (Vorjahr 25,4 Prozent). Hierbei wirkten sich insbesondere die Umsatzsteigerungen in Argentinien (+8,1 Mio. €) sowie der in dem Teilkonzern Messe Frankfurt Asia Holding Ltd. zusammengefassten asiatischen Gesellschaften aus (+4,4 Mio. €). Sie erwirtschafteten konsolidiert 81,9 Mio. € nach 77,5 Mio. € im Vorjahr. Aber auch die EMEA-Gesellschaften weisen eine sehr erfolgreiche Entwicklung auf. Mit einem Umsatzzanstieg von 2,9 Mio. € auf 11,6 Mio. € wurde in Dubai ein neuer Spitzenumsatz erreicht. Die Gesellschaften in Frankreich, Italien und der Türkei legten ebenfalls jeweils mehr als eine Mio. € zu und die russische Tochtergesellschaft konnte sich auf 3,1 Mio. € (+0,4 Mio. €) steigern. Lediglich in den USA kam es turnusbedingt zu einem Umsatzrückgang (-0,9 Mio. €) im Vergleich zum Vorjahr.

Beim Ergebnis kann der Konzern den Vorjahreswert nicht ganz erreichen. Mit 34,4 Mio. € lag das Ergebnis vor Ertragsteuern um 7,3 Mio. € bzw. 17,5 Prozent unter dem des Vorjahrs (41,7 Mio. €). Gegenüber 2009 wurden 2,1 Mio. € weniger erwirtschaftet.

Ergebnisentwicklung 2009–2011

	2009	2010	2011	Veränderungen zu	
	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	2010	2009
				in %	in %
Ergebnis vor Ertragsteuern	36.601	41.763	34.461	-17,5	-5,8
Ertragsteuern	13.235	17.495	12.765	-27,0	-3,6
Konzern-Jahresüberschuss	23.366	24.268	21.696	-10,6	-7,1

Die Ursachen für diese Entwicklung gegenüber dem Vorjahr sind ein durch die Umsatzsteigerung bedingter Kostenanstieg sowie zusätzliche Aufwendungen vor allem zur Verbesserung der Geländequalität in Frankfurt am Main.

Die sonstigen betrieblichen Erträge (12,7 Mio. €) beinhalten neben dem laufenden Ertrag aus der jährlichen Auflösung des Sonderpostens zum Finanzierungsbeitrag (2,1 Mio. €) im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen (4,8 Mio. €; Vorjahr: 4,4 Mio. €) für aus zeitlichen Gründen unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen sowie Erträge aus Kursdifferenzen von 3,0 Mio. €.

Den Erlösen stehen betriebliche Aufwendungen von insgesamt 436,1 Mio. € gegenüber. Sie sind damit um 26,9 Mio. € höher ausgefallen als im Vorjahr. Den höchsten Anteil bei den Aufwendungen haben die veranstaltungsbezogenen Kosten mit 221,4 Mio. € nach 199,6 Mio. € im Jahr 2010. Dies entspricht einer Aufwandsquote im Verhältnis zum Umsatz von 47,4 Prozent, die im Vergleich zum Vorjahr um 2,9 Prozentpunkte höher ausfällt. Die veranstaltungsbezogenen Leistungen beinhalten sämtliche Aufwendungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit den Veranstaltungen stehen. Sie stellen im Wesentlichen variable Kosten dar und entwickeln sich somit analog zum Umsatz. Neben den Kosten für Besucherwerbung, Pressearbeit, Vertriebsprovisionen und Marketing gehören dazu alle Kosten für Dienstleistungen (z. B. Hostessendienste) sowie die externe Hallenmiete und die Instandsetzung des Geländes in Frankfurt am Main. Letztere sind gegenüber dem Vorjahr um 4,5 Mio. € deutlich angestiegen, da verstärkt Aufwendungen für Gebäude und technische Anlagen notwendig waren.

Etwas unterproportional entwickelten sich die Personalkosten. Die Erhöhung der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter im Konzern sowie Gehaltsanpassungen und erhöhte personalbezogene Rückstellungen am Standort Frankfurt am Main führten zu einem Anstieg der Aufwendungen um rund 3,8 Mio. € bzw. 3,7 Prozent. Damit hat sich auch die Personalkostenquote von 22,8 Prozent im Vorjahr auf 22,7 Prozent im Berichtsjahr verbessert. Die Abschreibungen hingegen sind mit 58,8 Mio. € um 0,5 Mio. € gesunken. Ursächlich hierfür ist im Wesentlichen, dass die Abschreibungen für Außenanlagen und Betriebsvorrichtungen ausgelaufen sind. Sonstige betriebliche Aufwendungen wurden in Höhe von 49,8 Mio. € verbucht und liegen damit um 1,8 Mio. €

über dem Vorjahr. Diese Position beinhaltet alle Aufwendungen, die nicht direkt mit den Veranstaltungen in Zusammenhang stehen, z. B. Beratung, Versicherung, EDV-Kosten und Büromaterial.

Das Finanzergebnis bzw. Zinsergebnis ist mit –5,6 Mio. € deutlich besser ausgefallen als im Vorjahr (–7,5 Mio. €). Es konnten neben geringeren Zinsaufwendungen von 8,0 Mio. € (2010: 9,4 Mio. €) mehr Zinserträge aus Wertpapier- und Geldanlagen von 2,4 Mio. € (Vorjahr: 1,9 Mio. €) realisiert werden. Die Zinsaufwendungen resultieren aus Finanzinstrumenten und den Bankdarlehen, die Ende 2006 von der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG bzw. 2008 und 2009 von der Messe Frankfurt Venue GmbH zur Finanzierung des Baus der Halle 3 bzw. der Halle 11 aufgenommen wurden. Aufgrund der planmäßigen Tilgung in Höhe von insgesamt 33,3 Mio. € haben sich die Zinsaufwendungen reduziert.

Unter Berücksichtigung des sehr geringen außerordentlichen Ergebnisses (–28 Tsd. €) und der Ertragsteuern (12,8 Mio. €) sowie der sonstigen Steuern (3,9 Mio. €) ergibt sich ein Konzern-Jahresüberschuss von 21,7 Mio. €, der rund 2,6 Mio. € unter dem Vorjahr (24,3 Mio. €) liegt. Die hieraus resultierende Umsatzrendite nach Steuern beträgt 4,6 Prozent (Vorjahr: 5,4 Prozent). Im Verhältnis zum Eigenkapital errechnet sich eine Rendite von 5,4 Prozent (Vorjahr: 6,1 Prozent).

Betrachtet man die Ergebnis-Kennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation), wird deutlich, wie stark die operative Geschäftsentwicklung eigentlich war.

Mit 98,8 Mio. € konnte zwar das Spitzenergebnis des Vorjahres (108,5 Mio. €) nicht erreicht werden, jedoch wurden gegenüber 2009 3,1 Mio. € mehr erwirtschaftet. Bezogen auf den Umsatz beträgt die EBITDA-Marge des Geschäftsjahres 21,1 Prozent nach 24,2 Prozent im Vorjahr.

EBITDA-Entwicklung 2009–2011

	2009	2010	2011	Veränderungen zu	
	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	2010	2009
				in Tsd. €	in Tsd. €
Konzern-Jahresüberschuss	23.366	24.268	21.696	–2.572	–1.670
Ertragsteuern	13.235	17.495	12.765	–4.730	–470
zuzüglich Finanzergebnis	6.145	7.494	5.559	–1.935	–586
Abschreibungen	52.950	59.286	58.779	–507	5.829
Konzern-EBITDA	95.696	108.543	98.799	–9.744	3.103
EBITDA-Marge	22,6%	24,2%	21,1%		

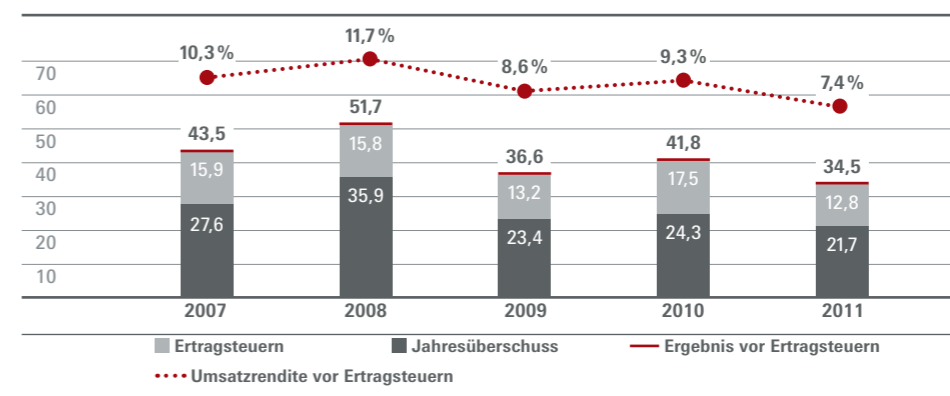
Im Folgenden werden die Ergebnisse vor Konsolidierung der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Gesellschaften bzw. Teilkonzerne erläutert.

Das Stammhaus, Messe Frankfurt GmbH, weist einen Jahresüberschuss von 10,4 Mio. € aus nach 10,6 Mio. € im Vorjahr. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf höhere Ertragsteuern (+0,9 Mio. €) zurückzuführen, da sich das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 10,7 Mio. € im Vorjahr auf 11,4 Mio. € verbessert hat. Neben höheren Umsätzen aus Verwaltungsumlagen (+3,9 Mio. €) wurden um 1,6 Mio. € gestiegene sonstige betriebliche Erträge sowie um 0,5 Mio. € geringere Personalkosten verbucht. Diesen positiven Ergebniseinflüssen standen erhöhte Aufwendungen insbesondere für Beratungs-, Prüfungs- und Rechtskosten, die Personalgewinnung sowie für den angemieteten Büroraum gegenüber. Darüber hinaus ist das Finanzergebnis infolge eines verringerten Zinsergebnisses (–0,7 Mio. €) sowie reduzierter Beteiligungserträge der Messe Frankfurt Exhibition GmbH (13,0 Mio. €; Vorjahr 14,0 Mio. €) auf 13,2 Mio. € gesunken.

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH erzielte ein Ergebnis vor Ertragsteuern von 14,5 Mio. € (Vorjahr: 25,5 Mio. €) bzw. einen Jahresüberschuss von 13,7 Mio. € (Vorjahr: 18,4 Mio. €). Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist im Wesentlichen dadurch begründet, dass gerade Jahre – bedingt durch den Zweijahresturnus der Automechanika und Light + Building – ergebnisstärkere Jahre sind. Hinzu kommt ein Finanzergebnis von 14,0 Mio. €, das trotz höherer Beteiligungserträge aufgrund eines niedrigeren Zinsergebnisses um 0,2 Mio. € geringer ausgefallen ist.

Für die Messe Frankfurt Venue GmbH sind ungerade Jahre turnusbedingt eigentlich stärkere Jahre. Im Berichtsjahr belasteten jedoch erhöhte Aufwendungen für die Instandhaltung das Ergebnis. Dies wurde durch ein verbessertes Zinsergebnis ausgeglichen. Da die Beteiligungserträge der Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Medien und Service GmbH sowie Accente Gastronomie Service GmbH in Summe nahezu auf Höhe des Vorjahres liegen, hat die Gesellschaft ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 5,8 Mio. € nach 5,6 Mio. € im Vorjahr erwirtschaftet. Der Jahresüberschuss jedoch fällt mit 2,4 Mio. € etwas geringer aus als im Vorjahr (2,6 Mio. €), da ein erhöhter Ertragsteueraufwand zu berücksichtigen war.

Ergebnis vor Ertragsteuern und Umsatzrendite 2007–2011 (in Mio. €)



Die Ergebnisse der in- und ausländischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH haben eine differenzierte Entwicklung genommen. Per Saldo summieren sich die Jahresergebnisse im Berichtsjahr auf 18,3 Mio. € nach 15,1 Mio. € im Vorjahr. Davon hat der asiatische Teilkonzern nach 6,9 Mio. € im Jahr 2010 im Berichtsjahr 7,6 Mio. € erwirtschaftet. Insbesondere die Entwicklung der Tochtergesellschaft in Guangzhou ist für diesen Anstieg verantwortlich, da das Ergebnis der anderen asiatischen Gesellschaften im Vergleich zum Vorjahr konstant bzw. leicht rückläufig ist. Auch die inländische MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart kann mit einem Jahresüberschuss von 6,1 Mio. € eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr (5,0 Mio. €) erzielen. Die EPOC Messe Frankfurt GmbH mit ihrer Betriebsstätte in Dubai sowie die französische Tochtergesellschaft erwirtschafteten mit 2,1 Mio. € (Vorjahr 1,7 Mio. €) bzw. 1,0 Mio. € (Vorjahr 1,1 Mio. €) ebenfalls nennenswerte Gewinnanteile. Während die Tochtergesellschaften in USA und Mexiko Jahresfehlbeträge verzeichneten, können alle übrigen Veranstaltungs- und Vertriebsgesellschaften positive Jahresergebnisse ausweisen.

Vermögens- und Finanzlage

Das Anlagevermögen des Konzerns Messe Frankfurt ist im Wesentlichen geprägt durch die Grundstücke und Gebäude sowie die Messrechte und Firmenwerte. Im Berichtsjahr wurden darüber hinaus Investitionen in Höhe von rund 22,4 Mio. € vorgenommen (Vorjahr 20,0 Mio. €). Der überwiegende Teil wurde in Sachanlagen investiert (18,3 Mio. €), wobei 1,2 Mio. € auf den

restlichen Grundstückserwerb im Rahmen der Südweiterung entfallen. Für weitere Infrastrukturmaßnahmen, insbesondere die Nutzungsänderung der Halle 10, sowie Nachrüstungen in den Hallen 6 und 9 wurden 5,0 Mio. € investiert. Die restlichen Zugänge betreffen weitere kleinere Infrastrukturmaßnahmen, Betriebsvorrichtungen in den Hallen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Weitere 4,1 Mio. € entfallen auf immaterielle Vermögensgegenstände, die sich im Wesentlichen aus Zugängen bei der Messe Frankfurt GmbH für Software sowie bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH für den Erwerb von Veranstaltungsrechten ergeben. Zum Jahresende 2011 wird unter Berücksichtigung der Abschreibungen (58,8 Mio. €) und der Anlagenabgänge ein Anlagevermögen von 651,5 Mio. € (Vorjahr: 689,9 Mio. €) bilanziert, was einem Anteil von rund 78 Prozent an der Bilanzsumme (831,9 Mio. €) entspricht.

Das Umlaufvermögen ist um 5,2 Mio. € auf 179,0 Mio. € gesunken. Obwohl sich die sonstigen Vermögensgegenstände um 21,7 Mio. €, die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 4,0 Mio. € sowie die Wertpapiere um 5,8 Mio. € erhöht haben, ist der geringere Bestand an Kassen- und Bankguthaben (-36,7 Mio. €) die Ursache für diese Entwicklung.

Auf der Passivseite wird für das Eigenkapital aufgrund des im Geschäftsjahr erzielten Jahresüberschusses (21,7 Mio. €), der erfolgten Ausschüttungen (15,0 Mio. €) sowie der Veränderung des Ausgleichspostens aus der Fremdwährungsumrechnung (0,8 Mio. €) ein Wert von 404,2 Mio. € bilanziert, der um 7,5 Mio. € über dem Vorjahr (396,7 Mio. €) liegt. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von rund 48,6 Prozent und führt zu einer Anlagendeckung 1. Grades von rund 62 Prozent. In Verbindung mit dem eigenkapitalnahen Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (29,7 Mio. €) sowie dem ebenfalls überwiegend langfristig zur Verfügung stehenden passiven Rechnungsabgrenzungsposten (pRAP) von 32,3 Mio. €, den mittel- und langfristigen Rückstellungen (21,4 Mio. €) sowie den langfristigen Bankdarlehen (111,6 Mio. €) erhöht sich die Anlagendeckung 2. Grades auf 92 Prozent.

Die Rückstellungen sind gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Mio. € auf 74,1 Mio. € gesunken. Sie umfassen neben den einzeln ausgewiesenen Pensions- und Steuerrückstellungen (-0,2 Mio. € bzw. +1,0 Mio. €) insbesondere Rückstellungen für unterlassene Instandsetzungsmaßnahmen und Bauerneuerungsverpflichtungen, Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern, Ansprüche der Belegschaft sowie ausstehende Rechnungen und betragen insgesamt 46,8 Mio. € (-3,2 Mio. € zum Vorjahr).

Die Verbindlichkeiten des Konzerns summieren sich auf 289,7 Mio. € (Vorjahr 334,8 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von rund 35 Prozent an der Bilanzsumme und führt – im Verhältnis zum Eigenkapital – zu einem Verschuldungsgrad von rund 72 Prozent nach rund 84 Prozent im Vorjahr. Im Laufe des Jahres 2011 wurde durch die Messe Frankfurt Venue GmbH sowie die Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG die planmäßige Tilgung der jeweiligen Bankdarlehen in Höhe von insgesamt 33,3 Mio. € vorgenommen. Andererseits haben sich die von Ausstellern erhaltenen Anzahlungen für die Messen des ersten Quartals 2012 um 14,3 Mio. € gegenüber dem Vorjahr verringert. Dieser Rückgang ergibt sich insbesondere durch den Zweijahresrhythmus der Messe ISH, die turnusgemäß 2012 nicht stattfindet. Des Weiteren haben sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 3,0 Mio. € auf 13,3 Mio. € reduziert. Die sonstigen Verbindlichkeiten haben sich aufgrund von Erstattungsansprüchen von Ausstellern um 5,9 Mio. € erhöht.

Finanzierung

Entsprechend der Kapitalflussrechnung konnte der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (26,1 Mio. €) sowie aus der Finanzierungstätigkeit (48,6 Mio. €) durch die vorhandene Liquidität und den positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (38,0 Mio. €) gedeckt werden. Hierdurch ist der Finanzmittelfonds um 36,7 Mio. € auf rund 76,4 Mio. € gesunken. Für den Finanzmittelfonds ergeben sich zusammengefasst folgende Werte und Veränderungen:

Entwicklung des Finanzmittelfonds 2009–2011

	2009 Tsd. €	2010 Tsd. €	2011 Tsd. €
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	40.023	105.299	37.974
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-101.410	-42.771	-26.061
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	15.609	-46.985	-48.604
Zahlungswirksame Veränderungen	-45.778	15.543	-36.691
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	143.292	97.514	113.057
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	97.514	113.057	76.366

Personal

Am 31. Dezember 2011 waren in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 1.725 aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 96 mehr als zum Jahresende 2010.

Entwicklung der Mitarbeiteranzahl¹⁾

(jeweils zum 31. Dezember)	2009	2010	2011
Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt	236	252	261
productpilot GmbH, Frankfurt	8	8	0
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	255	263	289
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	240	240	235
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	70	79	69
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ²⁾	62	68	78
Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden	25	0	0
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	196	194	207
Inland	1.092	1.104	1.139
Messe Frankfurt France S. A. S., Paris, Frankreich	16	20	20
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand, Italien	25	18	22
Messe Frankfurt Istanbul L. S., Istanbul, Türkei	15	14	13
O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau, Russland	20	23	32
EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/Dubai, VAE	38	46	64
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, China	2	3	3
Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong, China ²⁾	260	283	302
Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio, Japan	30	28	27
Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul, Südkorea	8	8	8
Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai, Indien	16	16	28
Messe Frankfurt Inc., Atlanta, USA	26	27	28
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico City, Mexiko	10	7	7
Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo, Brasilien	0	0	0
Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires, Argentinien	31	32	32
Ausland	497	525	586
Konzern Messe Frankfurt	1.589	1.629	1.725
Mitarbeiteranstieg		40	96

1) inkl. Auszubildende und Geschäftsführer
2) Teilkonzern

Selektive Investitionen zur Umsetzung der Unternehmensstrategie erforderten eine Verstärkung der personellen Ausstattung sowohl bei den inländischen als auch bei zahlreichen ausländischen Gesellschaften. So verzeichnet die Messe Frankfurt Exhibition GmbH einen Mitarbeiteranstieg von 26 Personen, der insbesondere auf die Übertragung der Geschäftsfelder Akademie und Productpilot sowie auf den weiteren Aufbau des Bereichs New Business zurückzuführen ist. Die Geschäftsausweitung bei der MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart führte zu einem Personalaufbau von 10 Mitarbeitern. Bei den ausländischen Tochtergesellschaften sind insbesondere Personalinvestitionen in Moskau und Dubai vorgenommen worden. Darüber hinaus war die Dynamik in Asien prägend für den Mitarbeiteranstieg im Ausland von insgesamt 61 Personen.

Am Standort Frankfurt am Main wurden im Jahr 2011 Tarifverhandlungen zur Überleitung in einen neuen Tarifrahmen (TV-V) geführt. Dies erforderte umfangreiche Maßnahmen zur kommunikativen Vorbereitung und operativen Umsetzung zum 1. Januar 2012.

Im Frühjahr 2011 wurde die fünfte Mitarbeiterbefragung durchgeführt; die Beteiligungsquote lag deutlich über der letzten Befragung 2009. Zusätzlich wurde eine neue Systematik im Umgang mit den Ergebnissen eingeführt.

Für die Messe Frankfurt ist die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein wichtiger Faktor, um auch in Zukunft erfolgreich agieren zu können. Das Seminarangebot wird auch in Zukunft in intensiver Zusammenarbeit mit der Akademie der Messe Frankfurt weiterentwickelt. Die neuen Entsendungsrichtlinien erleichtern die Entsendung von Mitarbeitern aus Frankfurt am Main in die Tochtergesellschaften. Die Einführung konzernweiter Entwicklungsmaßnahmen kann so gezielt von Frankfurt aus begleitet und unterstützt werden.

Im Jahr 2011 hat die Messe Frankfurt GmbH insgesamt 36 junge Menschen in fünf verschiedenen Berufen ausgebildet. Zusätzlich wurden mehrere Schulungen für die Ausbildungsbeauftragten durchgeführt. Die Kooperation zur Ausbildung mit der Stadt Frankfurt am Main und der Lernwerkstatt Offenbach wurde fortgesetzt.

In der zweiten Jahreshälfte 2011 wurden mehrere Workshops zum Werte- und Führungsverständnis initiiert; Veränderungsprozesse wurden durch Team-Workshops, Feedback-Runden und weitere Maßnahmen unterstützt. Darüber hinaus wurden neue Initiativen im Bereich des betrieblichen Gesundheitsmanagements konzipiert.

Die Beschäftigten der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt haben auch im Jahr 2011 mit hoher Motivation sowie unermüdlichem und flexiblem Einsatz bemerkenswerte Erfolge erzielt. Die Geschäftsführung dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die hervorragenden Leistungen.

IV. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

Markt-, Branchen- und Veranstaltungsrisiken

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist insgesamt abhängig von der allgemeinen Konjunktur und den Entwicklungen der Branchen, in denen Veranstaltungen etabliert sind oder neu aufgebaut werden sollen. Sie setzt gezielt Kundenentwicklungsstrategien ein, um Veranstalter, Aussteller und Besucher möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden. Mit ihrem breiten Angebotsspektrum können die Messe Frankfurt und ihre Tochtergesellschaften ihren Kunden attraktive Paketlösungen anbieten. Die weiter zunehmende Globalisierung und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts erfordern dabei optimierte weltweit koordinierte Systeme zur Kundenansprache und -betreuung.

Neben dem allgemeinen Risiko, das sich aus konjunkturellen Schwankungen ergibt, prüft die Messe Frankfurt andererseits auch die daraus resultierenden Chancen, um so zum Beispiel durch Zukäufe oder Kooperationen weiter zu wachsen. Zur Steuerung dieser Projekte und der damit verbundenen Risiken wurden organisatorische und personelle Maßnahmen eingeleitet, um eine erfolgreiche Implementierung der neuen Veranstaltungen bzw. Geschäftsfelder im In- und Ausland sicherzustellen.

Die Messe Frankfurt Venue GmbH mit ihren Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Medien und Service GmbH sowie Accente Gastronomie Service GmbH ist in ihrer Entwicklung stark vom Erfolg der Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und der Gastveranstaltungen am Standort Frankfurt am Main abhängig. Ein Rückgang der Aussteller- und Besucherzahlen wirkt sich direkt auf die Nachfrage nach Services der Messe Frankfurt Venue GmbH aus. Mit ihrem vielfältigen und qualitativ hochwertigen Dienstleistungsspektrum bieten diese Gesellschaften attraktive Packages für Aussteller und Besucher an. Zusätzliche Services einerseits und flexibles Kostenmanagement andererseits sollen mögliche negative Abweichungen kompensieren.

Die Vertragsverhandlungen mit den Veranstaltern der großen Gastmessen Buchmesse, ACHEMA und IAA Pkw bergen prinzipiell immer das Risiko, dass die Verträge nicht verlängert werden oder sich die Konditionen verschlechtern. Dem setzt die Messe Frankfurt Venue GmbH ihr großes Know-how in der optimalen Abwicklung von Gastveranstaltungen sowie ihr zielgruppengerechtes Serviceangebot entgegen.

Das Kongress- und Tagungsgeschäft sowie die Sonderveranstaltungen in der Festhalle sind ebenfalls von den allgemeinen Branchen- und Konjunktorentwicklungen betroffen.

Die konjunkturellen Probleme in wichtigen Veranstaltungsbranchen weltweit, verbunden mit strukturellen Veränderungen wie den fortschreitenden Konzentrationen im Handel, stellen für Brands wie die Paperworld, Musikmesse oder Heimtextil weltweit eine ernste Herausforderung dar. Viele Unternehmen dieser Branchen sind entweder vom Markt verschwunden oder reduzieren bzw. streichen ihre Messebeteiligungen. Durch Neukonzeptionen, Arrondierungen und verstärkte Akquisitionsbemühungen sollen diese Entwicklungen kompensiert werden.

Die Neupositionierung der Tendence ist bislang durchaus erfolgreich verlaufen, jedoch besteht weiterhin das Risiko, dass das veränderte Konzept und der Termin bei Teilen der Aussteller und Besucher nicht angenommen werden. Es bietet sich allerdings auch die Chance, die Veranstaltung neu im Markt zu positionieren und sowohl Aussteller als auch Besucher zurückzugewinnen.

Die Situation der Tendence ist jedoch weiterhin als kritisch anzusehen und stellt eine der größten Herausforderungen für die Gesellschaft dar.

Aufgrund der Erholung der Konjunktur in Deutschland und der steigenden Inflationsrate kann es zu Risiken durch Preiserhöhungen bei Dienstleistern und Lieferanten kommen.

Risiken im Ausland

Die Messe Frankfurt veranstaltet zwar keine Messen in politisch unsicheren Regionen, dennoch besteht ein generelles Risiko durch kriegerische Handlungen oder terroristische Aktivitäten. Für die Veranstaltungen der Tochtergesellschaft in Dubai ergeben sich nicht zuletzt aufgrund der politischen Entwicklungen in Nordafrika verstärkt Schwierigkeiten bei der Aussteller- und Besuchergewinnung.

Die Tochtergesellschaft in Japan sieht sich durch die Natur- und Nuklearkatastrophe, die im März des Berichtsjahres begann, auch weiterhin besonderen Herausforderungen ausgesetzt. Wenn Messebeteiligungen durch einzelne Länder nicht mehr gefördert werden, besteht die Gefahr der Verkleinerung von Gemeinschaftsständen. Viele europäische Aussteller finden zudem Vertriebspartner in Übersee und stellen dann nicht mehr auf den Auslandsveranstaltungen der Messe Frankfurt aus.

Auch in den Boom-Regionen wie China kommt es inzwischen zu Firmenzusammenschlüssen im Bereich der kleinen und mittelständischen Unternehmen, die zu einem Ausstellerrückgang in den betroffenen Branchen führen können.

Aufgrund des gesättigten Messemarktes in Deutschland sieht die Messe Frankfurt Wachstumsmöglichkeiten vor allem durch Messen im Ausland. Von der globalen Wirtschaftskrise waren auch die Tochtergesellschaften weltweit betroffen. In einzelnen Branchen hat sich die Situation immer noch nicht erholt. Hier besteht die Gefahr, dass die betroffenen Veranstaltungen weiter Marktanteile verlieren.

Verschärft wird diese Situation durch lokale Konkurrenzveranstalter, die zum Teil von ihren Regierungen finanziell unterstützt werden. Die Messe Frankfurt und ihre Tochtergesellschaften setzen dem ihre Qualitätsstandards und das internationale Vertriebsnetz entgegen, die es trotzdem ermöglichen sollen, deutlich internationaler ausgerichtete Messen von hoher Qualität anzubieten.

Für die Tochtergesellschaften besteht ein weiteres Risiko darin, dass sie über kein eigenes Gelände verfügen und somit von den lokalen Messeinfrastrukturen und Messeplatzbetreibern abhängig sind. Andererseits sind die Tochtergesellschaften so auch flexibel und können auf regionale Veränderungen der Märkte und Branchen mit einem Wechsel des Veranstaltungsorts reagieren. Herausforderungen bestehen darin, geeignete Zeitslots sowie ausreichende Hallenflächen in der gewünschten Qualität zu finden. Risiken bergen auch die stark gestiegenen Sicherheitsanforderungen an Veranstalter von Messen.

Zusätzlich ergeben sich Risiken bei Veranstaltungen, die zusammen mit einem Partner organisiert oder vermarktet werden. Trotz umfassender Prüfungen im Vorfeld von Kooperationen kann es zu nicht vorhersehbaren Fehleinschätzungen kommen.

Einige Tochtergesellschaften verfügen über ein relativ kleines, oft auf wenige Themen fokussiertes Veranstaltungsportfolio. Daraus ergibt sich eine größere Abhängigkeit von einzelnen Veranstaltungen und Branchen. Diesem Risiko wird mit dem weiteren Rollout von Brandveranstaltungen, der Neuentwicklung von Messethemen und mit zusätzlichen Services begegnet.

Gelände- und Baurisiken

Die laufende Modernisierung des Geländes in Frankfurt am Main ist Voraussetzung für die Erfüllung der steigenden Kundenbedürfnisse. Risiken können sich durch zusätzlich notwendige Baumaßnahmen ergeben, die erst im Rahmen von Sanierungsarbeiten erkannt werden. Dem Risiko, dass Veranstaltungen oder das Messegelände von Unglücksfällen, Pandemien, Naturkatastrophen oder Terroranschlägen bedroht werden, wird durch entsprechende Versicherungen und Sicherheitsmaßnahmen wie konzernweit abgestimmte Notfallpläne und Kommunikationsmaßnahmen sowie das Operation and Security Center begegnet.

Administrative Risiken

Die Messe Frankfurt GmbH und die Messe Frankfurt Venue GmbH sind in ein so genanntes US-Cross-Border-Lease-Geschäft eingebunden. Durch die Finanz- und Wirtschaftskrise kam es zu Rating-Verschlechterungen der beteiligten Banken und Versicherungen, sodass die Notwendigkeit entstehen könnte, Vertragspartner austauschen bzw. zusätzliche Sicherheiten stellen zu müssen. Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Jahresabschlusses liegen das aktuelle S & P-Rating und das Rating von Moody's der beteiligten Versicherung noch jeweils zwei Stufen über dem vertraglich geforderten Mindestrating. Bei Unterschreiten des Mindestratings können für die Gesellschaft finanzielle Belastungen entstehen. Von einer weiteren Reduzierung der Ratings wird aktuell nicht ausgegangen.

Darüber hinaus müssen bestimmte Finanzkennzahlen eingehalten werden, ansonsten können zusätzliche Gebühren fällig werden.

Einem möglichen Risiko aus der aktuellen Entwicklung bezüglich des US-Cross-Border-Lease-Geschäfts wird durch aktives Monitoring der Vertragsverpflichtungen begegnet. Durch die Finanzkrise in Mitleidenschaft gezogene Banken könnten zu einem Teilausfall von einzelnen Geldanlagen der Messe Frankfurt führen.

Grundsätzlich verfolgt die Gesellschaft bei Finanzierungen im Hinblick auf Zinsrisiken eine konservative Strategie. Zinsänderungsrisiken und damit negative Ergebnisschwankungen sollen weitestgehend vermieden werden. Je nach Marktlage werden jedoch sich bietende Chancen genutzt, um Zinsaufwendungen zu reduzieren oder gering zu halten. Der Einsatz von Derivaten ist grundsätzlich nur mit Grundgeschäftsbezug gestattet.

Für Fremdwährungsrisiken sollen Ergebnisschwankungen nach Möglichkeit reduziert werden. Der Abschluss von Devisen-Derivaten ist an Grundgeschäfte bzw. verbindliche Planannahmen gebunden. Aktuell werden Fremdwährungsrisiken selektiv abgesichert. Sie treten vor allem bei Ausschüttungen ausländischer Tochtergesellschaften auf.

Die Prozesse, Strukturen und Systeme im Einkaufs-, Finanz-, Personal- und IT-Bereich werden kontinuierlich optimiert. Allerdings können nur bei Einhaltung definierter Prozesse zur Steuerung und Kontrolle z. B. von Beschaffungen oder Projekten entsprechende positive Effekte erzielt werden.

Durch die weiter zunehmende Globalisierung des Konzerns und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts stellt die Etablierung und Optimierung von weltweit koordinierten Systemen und Strukturen eine stetige Herausforderung dar. Steigende Anforderungen aus den Bereichen Governance und Datenschutz können vor allem bei gleichzeitig wachsender Internationalisierung zu erhöhtem Aufwand führen, um die gesetzlichen Vorgaben und Regelungen zu erfüllen.

Weitere Risiken

Darüber hinaus werden keine den Bestand oder die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft gefährdenden Risiken gesehen.

Risikomanagementsystem

Die Chancen und Risiken des Konzerns Messe Frankfurt sowie die Maßnahmen zur Risikosteuerung werden in einem konzernweit einheitlichen und durchgängigen Risikomanagementsystem zusammengefasst. In dieses sind auch die Tochtergesellschaften eingebunden. Es wurden Frühwarnsignale definiert, mit deren Hilfe Risiken der künftigen Entwicklung rechtzeitig erkannt werden können. Dazu gehören beispielsweise Branchenentwicklungen, Konkurrenzaktivitäten sowie Aussteller- und Besucherentwicklung.

Im Risikomanagementhandbuch sind vor allem die Risikogrundsätze, der Risikomanagementprozess sowie die Dokumentation und Überwachung des Risikomanagementsystems festgelegt. Das Risikomanagement ist als kontinuierlicher Prozess gestaltet und wird regelmäßig auf Angemessenheit überprüft und bei Bedarf optimiert.

V. Sonstige Angaben/Ausblick

Die Entwicklung der Weltwirtschaft wird sich spürbar verlangsamen. Dies ist laut ifo Konjunkturbericht 4/2011, der für die Messe Frankfurt erstellt wird, das wahrscheinlichste Szenario. Die Verunsicherung dürfte die Finanzierungsbedingungen für Banken und Unternehmen weltweit verschlechtern und darüber hinaus zum Aufschub vieler Konsum- und Investitionsausgaben führen. Schließlich wird die Finanzpolitik in Europa und den USA aufgrund der hohen Staatsverschuldung restriktiv ausgerichtet sein. Der negative Fiskalimpuls dürfte überdurchschnittlich stark in den von der Schuldenkrise besonders bedrohten Euroraumländern sein, deren Wirtschaftsleistung im kommenden Jahr voraussichtlich schrumpfen wird. Alles in allem dürfte die gesamtwirtschaftliche Produktion in der Welt mit 3,3 Prozent nur schwach zunehmen. Entsprechend wird der Zuwachs des Welthandels sich 2012 auf 3,9 Prozent abschwächen (2011: 6,2 Prozent).

Anlass zu Optimismus geben jedoch die Umfrageergebnisse des AUMA_MesseTrend 2012. Dazu wurden deutsche Aussteller nach der Bedeutung von B2B-Veranstaltungen in ihrem Marketingmix befragt. Demnach hat sich die Position des Marketinginstrumentes Messe in den letzten Jahren weiter verbessert: Für 85 Prozent der Aussteller sind Messebeteiligungen heute wichtig oder sehr wichtig. Vor fünf Jahren waren dies noch 79 Prozent. Generell erwartet der AUMA eine leichte Zunahme der Messebeteiligung sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite in einer Größenordnung von rund 2 Prozent. Auch hier wird vor allem das Interesse aus dem Ausland an den internationalen Marketingplattformen für internationale Markttransparenz sorgen. Ein weiteres Ergebnis ist, dass größere Firmen mit über 50 Mio. € Umsatz mehr für ihre Messebeteiligungen ausgeben als früher: Bei ihnen liegt der Anteil für Messen am Marketingbudget für 2012 bei 39 Prozent – vor fünf Jahren waren dies erst 31 Prozent. Unternehmen mit einem Umsatz unter 50 Mio. € investieren 41 Prozent. Die früher relativ großen Unterschiede beim Messeanteil am Marketingbudget zwischen größeren und kleineren Firmen ebnen sich ein. Das durchschnittliche Messebudget pro Unternehmen umfasst für die Jahre 2012 und 2013 insgesamt 377 Tsd. €. Auch hier wird vor allem das Interesse aus dem Ausland an den internationalen Marketingplattformen für internationale Markttransparenz sorgen.

Unter diesen Vorzeichen sieht die Geschäftsführung dem Geschäftsjahr 2012 optimistisch entgegen. Die Messe Frankfurt strebt im Konzern-Verbund an, die Stadt Frankfurt und das Land Hessen mit ihren Veranstaltungen als internationalen, wirtschaftsorientierten und modernen Messestandort zu positionieren und weiter – auch international – zu wachsen.

Dazu gehört die Internationalisierung des Veranstaltungsgeschäftes. Diese wird in zwei Richtungen weiter forciert: Zum einen unternimmt die Messe Frankfurt alle Anstrengungen, die Internationalität ihrer Leitmesse in Frankfurt zu erhöhen. Zum anderen wird die Durchführung von Messen im Ausland vorangetrieben. So wurde Ende 2011 ein Vertrag zur Übernahme der in Moskau stattfindenden Fachmesse für dekorative und technische Beleuchtung „Interlight powered by Light + Building“ unterzeichnet. Zum unternehmerischen Auftrag der Messe Frankfurt gehört auch die ständige Weiterentwicklung der etablierten Produkte. Das schließt die Steigerung der Kundenzufriedenheit auf diesen Veranstaltungen ein. Zu dem Auftrag gehört aber auch die ständige Weiterentwicklung des Veranstaltungsportfolios. Im nächsten Geschäftsjahr sind dazu konzernweit elf neue Veranstaltungen geplant. Konkret gehen davon sieben Veranstaltungen in EMEA, drei in China und eine in Amerika neu an den Start.

Neben der Weiterentwicklung des Produktportfolios steht auch die Optimierung der internen Organisation im Rahmen eines etablierten kontinuierlichen Verbesserungsprozesses nach wie vor auf der Agenda der Messe Frankfurt. Um die Effizienz zu steigern, sollen die Konzepte und Services mit den entsprechenden Prozessen und Strukturen noch stärker an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet werden.

Vor diesem Hintergrund erwartet die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt 2012 ein positives Messejahr. Anlass hierzu geben das starke Interesse und die stabile Nachfrage nach den großen Messen im Frühjahr 2012 und der damit verbundene Flächenbedarf. Darüber hinaus hat die Messe Frankfurt Exhibition GmbH mit den Mehrjahresveranstaltungen Light + Building und Automechanika einen umsatzstärkeren Veranstaltungsturnus. Des Weiteren wird 2012 die große Dreijahres-GastveranstaltungACHEMA auf dem Messegelände der Messe Frankfurt Venue GmbH durchgeführt.

Für das anstehende Geschäftsjahr plant die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt mit rund 500 Mio. € einen Umsatz deutlich über Vorjahreshöhe und ein weiterhin positives Ergebnis. Einen wesentlichen Anteil hieran haben die Beteiligungserträge der Tochtergesellschaften in Asien und der MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart. Für das Wirtschaftsjahr 2013 ist eine Umsatzsteigerung auf über 520 Mio. € vorgesehen.

VI. Nachtragsbericht

Im Hinblick auf das Cross-Border-Lease-Geschäft wurden im ersten Quartal 2012 Gespräche mit dem Investor sowie den beteiligten Banken und der Versicherung dahingehend aufgenommen, die Verträge vorzeitig zu beenden. Die Geschäftsführung sieht sehr gute Chancen, die Verhandlungen im ersten Halbjahr 2012 erfolgreich zum Abschluss bringen zu können, wobei mehr als die Hälfte des im Jahr 2000 vereinnahmten Barwertvorteils (28,9 Mio. €) bei der Messe Frankfurt verbleiben soll.

Im Übrigen sind nach Ablauf des Geschäftsjahres 2011 bis zur Erstellung des Lageberichts keine weiteren Vorgänge von besonderer Bedeutung für die Lage des Konzerns eingetreten.

Frankfurt am Main, den 30. März 2012

Wolfgang Marzin Detlef Braun Uwe Behm

Jahresabschluss

Konzern-Bilanz der Messe Frankfurt GmbH

zum 31. Dezember 2011

Aktiva	Anhang	Stand 31.12.2010 Tsd. €	Stand 31.12.2011 €	€
A. Anlagevermögen	(1)			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		43.802	39.053.420,62	
II. Sachanlagen		641.090	607.466.115,82	
III. Finanzanlagen		5.020	5.020.451,68	
		689.912		651.539.988,12
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	(2)	681		730.717,98
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3)	16.154	20.121.955,22	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	(4)	30.109	51.812.609,80	
		46.263		71.934.565,02
III. Wertpapiere	(5)	24.200		29.971.856,00
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	(6)	113.057		76.366.035,07
		184.201		179.003.174,07
C. Rechnungsabgrenzungsposten		825		801.255,42
D. Aktive latente Steuern	(7)	169		512.577,74
		875.107		831.856.995,35

Passiva	Anhang	Stand 31.12.2010 Tsd. €	Stand 31.12.2011 €	€
A. Eigenkapital	(8)			
I. Gezeichnetes Kapital		180.000	180.000.000,00	
II. Kapitalrücklage		85.219	85.219.009,35	
III. Gewinnrücklagen				
Andere Gewinnrücklagen		91.745	91.991.998,65	
IV. Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung		-2.211	-1.387.588,78	
V. Bilanzgewinn		39.393	45.046.862,51	
VI. Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter		2.513	3.345.166,97	
		396.659		404.215.448,70
B. Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen	(9)	31.853		29.705.600,00
C. Rückstellungen				
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(10)	10.857	10.655.662,24	
2. Steuerrückstellungen		15.674	16.661.113,90	
3. Sonstige Rückstellungen	(11)	50.031	46.810.739,00	
		76.562		74.127.515,14
D. Verbindlichkeiten	(12)			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		178.961	145.320.742,56	
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		121.970	107.643.031,27	
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		16.264	13.285.829,47	
4. Sonstige Verbindlichkeiten		17.574	23.447.721,53	
– davon aus Steuern: 4.611.592,41 € (Vorjahr: 15.638 Tsd. €)				
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: 311.794,42 € (Vorjahr: 251 Tsd. €)				
		334.769		289.697.324,83
E. Rechnungsabgrenzungsposten	(13)	34.415		32.295.500,00
F. Passive latente Steuern	(14)	849		1.815.606,68
		875.107		831.856.995,35

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr 2011

	Anhang	2010 Tsd. €	Tsd. €	2011 €	€
1. Umsatzerlöse	(17)	448.326		467.482.933,22	
2. Sonstige betriebliche Erträge	(18)	14.325		12.659.525,81	
			462.651		480.142.459,03
3. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen	(19)	199.634		221.445.336,14	
4. Personalaufwand	(20)	102.311		106.144.673,27	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(21)	59.286		58.778.555,62	
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(22)	48.019		49.777.413,31	
			409.250		436.145.978,34
7. Finanzergebnis	(23)		-7.494		-5.559.432,49
8. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			45.907		38.437.048,20
9. Außerordentliches Ergebnis	(24)		-307		-27.904,00
10. Steuern	(25)		21.332		16.712.770,86
11. Konzern-Jahresüberschuss			24.268		21.696.373,34
12. Auf andere Gesellschafter entfallender Gewinn			-1.434		-2.795.028,75
13. Konzern-Gewinnvortrag			29.896		39.392.709,13
14. Gewinnverwendung			-13.000		-13.000.000,00
15. Entnahme aus der Gewinnrücklage			0		73.354,47
16. Einstellung in die Gewinnrücklage			-337		-320.545,68
Konzern-Bilanzgewinn			39.393		45.046.862,51

Konzern-Anhang für 2011

Allgemeine Angaben

Der Konzern-Abschluss der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, wurde gemäß den §§ 290 ff. HGB aufgestellt.

Zur Klarheit und Übersichtlichkeit des Konzern-Abschlusses sind einzelne Posten der Konzern-Bilanz und der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert erläutert. Die für die einzelnen Posten geforderten Zusatzangaben sind ebenfalls in den Anhang übernommen. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Konsolidierungskreis

In den Konzern-Abschluss sind neben der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, als Mutterunternehmen die Tochtergesellschaften

Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main
 Messe Frankfurt Grundbesitz Verwaltung GmbH, Frankfurt am Main
 Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt am Main
 (vormals Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main)
 Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt am Main
 Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main
 EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main
 MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart
 Messe Frankfurt France S. A. S., Paris/Frankreich
 Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand/Italien
 Messe Frankfurt Istanbul L. S., Istanbul/Türkei
 O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland
 Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China
 Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China
 Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Schanghai/China
 Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China
 Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China
 Mesago Messe Frankfurt Corporation, Tokio/Japan
 Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien
 Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul/Südkorea
 Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA
 Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico City/Mexiko
 Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo/Brasilien
 Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires/Argentinien

einbezogen, die unter der einheitlichen Leitung der Messe Frankfurt GmbH stehen bzw. bei denen der Messe Frankfurt GmbH unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zusteht.

Die von der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, gehaltenen 100 Prozent Beteiligungen an der MESAGO Messemanagement GmbH, Stuttgart und der Mesago PCIM GmbH, Stuttgart, sind auf Basis eines Teilkonzernabschlusses ebenfalls in den Konzernabschluss einbezogen. Die SMT/ASIC/Hybrid MESAGO Messe & Kongreß GmbH & Co. oHG, Nürnberg, wird von der MESAGO Messe Frankfurt GmbH und einem konzernfremden Unternehmen gemeinsam geführt und daher entsprechend der Beteiligung in Höhe von 75 Prozent konsolidiert (§ 310 HGB).

Die PAACE Automechanika Mexico LLC, Georgia/USA, wird von der Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA und drei konzernfremden Unternehmen gemeinsam geführt und daher entsprechend der Beteiligung in Höhe von 50 Prozent konsolidiert (§ 310 HGB).

Für Anteile anderer Gesellschafter am bilanziellen Eigenkapital wird ein „Ausgleichsposten für die Anteile anderer Gesellschafter“ im Eigenkapital des Konzerns ausgewiesen.

Konsolidierungsgrundsätze und Währungsumrechnung

Stichtag des Konzern-Abschlusses sowie aller einbezogenen Tochtergesellschaften ist der 31. Dezember 2011.

Die Kapitalkonsolidierung der einbezogenen Unternehmen erfolgt nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungswerte der Beteiligungen mit dem anteiligen Eigenkapital zum Zeitpunkt des Erwerbs, ab dem Jahr 2010 findet die Neubewertungsmethode Anwendung.

Forderungen, Verbindlichkeiten, Aufwendungen und Erträge zwischen den einbezogenen Unternehmen werden eliminiert. Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden eliminiert.

Soweit sich bei der Kapitalkonsolidierung ein Geschäftswert ergab, wurde dieser gemäß § 309 Abs. 1 HGB über die Laufzeit des zugrunde liegenden Vertrages bzw. über eine Nutzungsdauer von 15 Jahren planmäßig oder auf den am Bilanzstichtag beizulegenden Wert außerplanmäßig abgeschrieben. Die Nutzungsdauer wurde mit 15 Jahren angesetzt, da von einer langfristigen Ausrichtung des Messegeschäfts ausgegangen wurde und der Geschäfts- oder Firmenwert über diese Zeitspanne genutzt werden kann.

Die Umrechnung der in fremder Währung aufgestellten Abschlüsse der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Tochterunternehmen erfolgt gemäß § 308a HGB. Dabei werden alle Bilanzposten der einbezogenen ausländischen Konzernunternehmen mit Ausnahme des Eigenkapitals (gezeichnetes Kapital, Rücklagen, Ergebnisvortrag), das zu historischen Kursen umgerechnet wird, mit dem jeweiligen Devisenmittelkurs des Abschlussstichtags in Euro umgerechnet. Die aus der Veränderung der Devisenkurse zum Vorjahr entstehenden Differenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral in die Rücklage aus der Währungsumrechnung eingestellt.

Die Aufwendungen und Erträge werden mit dem Durchschnittskurs umgerechnet. Das Jahresergebnis der umgerechneten Gewinn- und Verlustrechnung wird in die Konzern-Bilanz übernommen und die Differenz erfolgsneutral in die Rücklage aus Währungsumrechnung eingestellt.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Vermögensgegenstände und Schulden der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Unternehmen werden nach einheitlich für den Konzern geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angesetzt.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet, vermindert (sofern sie einer Abnutzung

unterliegen) entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige Abschreibungen und gegebenenfalls um außerplanmäßige Abschreibungen. Die nutzungsbedingten Abschreibungen werden nach unveränderten Grundsätzen linear durchgeführt. Die Neuzugänge werden pro rata temporis abgeschrieben.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bilanziert und wird vermindert um nutzungsbedingte Abschreibungen und gegebenenfalls außerplanmäßige Abschreibungen. Die nutzungsbedingten Abschreibungen werden nach unveränderten Grundsätzen linear durchgeführt. Die Neuzugänge werden pro rata temporis abgeschrieben.

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 150 € sind im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben bzw. als Aufwand erfasst worden; ihr sofortiger Abgang wurde unterstellt. Für Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als 150 € bis 410 € wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewandt. Der Sammelposten wird pauschalierend jeweils mit 20 Prozent p. a. im Zugangsjahr und in den vier darauf folgenden Jahren abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt.

Bei den Vorräten werden die Bestände an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten oder zu niedrigeren Tagespreisen am Bilanzstichtag bewertet.

Die Forderungen werden am Bilanzstichtag zum Nennbetrag bewertet. Erkennbaren Einzelrisiken wird durch Wertberichtigung Rechnung getragen.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennbetrag bilanziert.

Wertpapiere werden mit den Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren beizulegenden Wert bewertet. Die flüssigen Mittel werden mit ihrem Nennwert bilanziert.

Grundsätzlich werden Rückstellungen in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (d. h. einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) gebildet. Sie berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden abgezinst.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden nach der Projected Unit Credit Method (PUC-Methode) unter Verwendung der „Richttafeln 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 5,14 Prozent (im Vorjahr 5,15 Prozent) gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen wurden mit 4 Prozent und erwartete Rentensteigerungen mit 2 Prozent berücksichtigt. Eine Fluktuation wurde nicht berücksichtigt.

Bei der Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main, werden die Rückstellungen für Pensionen nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 5,14 Prozent verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen wurden mit 2,5 Prozent und erwartete Rentensteigerungen mit 2,0 Prozent berücksichtigt. Die Fluktuation wurde pauschal mit 1,8 Prozent berücksichtigt.

Unter Inanspruchnahme des Wahlrechts nach Art. 67 Abs. 1 Satz 1 EGHGB wird bei dieser Gesellschaft der sich zum 1. Januar 2010 aus der Änderung der Rückstellungsbilanzierung nach §§ 249 Abs. 1 Satz 1 und 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) ergebende Zuführungsbetrag über den Höchstzeitraum von 15 Jahren gleichmäßig verteilt.

Die Pensionsverpflichtungen aus Entgeltumwandlung (Deferred Compensation) wurden nach § 246 Abs. 2 HGB mit den Forderungen aus der Rückdeckungsversicherung verrechnet, da es sich um kongruent rückgedeckte Altersversorgungszusagen handelt.

Für einige Mitarbeiter des Konzerns Messe Frankfurt bestehen Vereinbarungen auf Entgeltumwandlung im Sinne von § 1a Abs. 2 BetrAVG. Die Höhe der Versorgungsleistung bemisst sich gem. § 253 Abs. 2 Satz 3 HGB nach dem beizulegenden Zeitwert der hierfür abgeschlossenen Rückdeckungsversicherung. Der Zeitwert der Rückdeckungsversicherung mit einem Zeitwert (fortgeführte Anschaffungskosten) von 36 Tsd. € wurde mit dem Rückstellungsbedarf verrechnet.

Die am Bilanzstichtag in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesene Rückstellung für Altersteilzeit wurde entsprechend den Grundsätzen des IDW RS HFA 3 und auf Basis des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz unter Anwendung eines Zinsfußes von 5,14 Prozent (Vorjahr 5,15 Prozent) bewertet. Die künftigen Gehaltssteigerungen wurden durch eine Gehaltsdynamik in Höhe von 2 Prozent berücksichtigt.

Die Bewertung der in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesenen Jubiläumsleistungen erfolgte nach der Projected Unit Credit Method. Der Rückstellungsbetrag gemäß dieser Methodik ist definiert als der versicherungsmathematische Barwert der bis zum Bilanzstichtag zeitanteilig verdienten Jubiläumsleistungen. Der Rechnungszinssatz beträgt 5,14 Prozent (Vorjahr 5,15 Prozent). Des Weiteren wurden die bei der Auszahlung des Jubiläumsgeldes anfallenden Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung pauschal mit 15 Prozent der Jubiläumsgeldzahlungen angesetzt.

Die Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag bilanziert.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten wurden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr wurden das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 Halbsatz 2 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Abs. 1 Satz 1 HGB) beachtet.

Angefallene Kosten der Presse-, Werbungs- und Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen der Folgejahre werden konzerneinheitlich im Berichtsjahr als Aufwand erfasst.

Für ökonomische Sicherungsbeziehungen werden Bewertungseinheiten gemäß § 254 HGB gebildet. Die Bilanzansätze von Grund- und Sicherungsgeschäften werden während des Bestehens der Sicherungsbeziehung nicht verändert.

Für die Ermittlung latenter Steuern nach § 274 Abs. 1 HGB aufgrund von temporären Differenzen zwischen den Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten im Konzern-Abschluss und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastungen mit den unternehmensindividuellen Steuersätzen im Zeitpunkt des voraussichtlichen Abbaus der Differenzen bewertet und nicht abgezinst. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet. Die Aktivierung nach Verrechnung verbleibender latenter Steuern unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Die nach § 306 HGB ermittelten latenten Steuern aus den Konsolidierungsmaßnahmen sind in der Bilanz unsaldiert dargestellt, der zugrunde gelegte Steuersatz beträgt 31,925 Prozent.

Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

(Werte in Tsd. €, wenn nicht anders angegeben)

(1) Anlagevermögen

Die Aufgliederung der in der Konzern-Bilanz zusammengefassten Posten des Anlagevermögens und ihre Entwicklung (Anlagespiegel) im Jahr 2011 sind im Anhang enthalten. Die Zugänge im Sachanlagevermögen resultieren hauptsächlich aus Zugängen von Grundstücken und Gebäuden, Betriebsvorrichtungen sowie sonstigem Inventar.

Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Anlageklasse gliedert sich wie folgt:

Anlagenposition	Nutzungsdauer
Immaterielle Vermögensgegenstände	3–15 Jahre
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten	25–40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5–10 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–13 Jahre

(2) Vorräte

Es handelt sich um Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie fertige Erzeugnisse und Waren.

(3) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr sind in dieser Position nicht enthalten.

(4) Sonstige Vermögensgegenstände

	bis zu einem Jahr	mehr als ein Jahr bis zu fünf Jahre	über fünf Jahre
Steuern	30.768	279	0
Geleistete Anzahlungen	4.686	0	0
Sonstiges	15.741	323	15
Gesamt 2011	51.195	602	15
Gesamt 2010	26.725	3.379	5

Bei den Steuern handelt es sich vornehmlich um Forderungen aus Umsatzsteuer in Höhe von 13.670 Tsd. € (Vorjahr 2 Tsd. €) und Forderungen aus Ertragsteuern in Höhe von 7.136 Tsd. € (Vorjahr 5.238 €). Gegenüber der Stadt Frankfurt am Main bestehen Forderungen aus Gewerbesteuer in Höhe von 3.609 Tsd. € (Vorjahr 721 Tsd. €).

(5) Wertpapiere

Bei den Wertpapieren handelt es sich um Anteile an Geldmarktfonds und Commercial Papers.

(6) Flüssige Mittel

	2011	2010
Schecks und Kasse	923	378
Guthaben bei Kreditinstituten	75.443	112.679
	76.366	113.057

(7) Aktive latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern wurden aufgrund von Konsolidierungsvorgängen nach § 306 HGB gebildet und beinhalten latente Steuern aus der zukünftigen Abschreibung von Konzessionen.

(8) Eigenkapital

Die Aufgliederung des Eigenkapitals einschließlich der Anteile fremder Gesellschafter ist dem Anhang beigefügt.

(9) Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen

Im Jahr 2000 wurde ein Ausgleichsposten gebildet, der den von der Stadt Frankfurt am Main im Zusammenhang mit dem Messeparkhaus gezahlten Finanzierungsbeitrag enthält. Die Auflösung des Sonderpostens erfolgt ertragswirksam und korrespondierend zur Abschreibung des Parkhauses über eine Nutzungsdauer von 25 Jahren.

(10) Pensionsrückstellungen

Das Beibehaltungswahlrecht nach Art. 67 Abs. 1 Satz 2 EGHGB wird insoweit in Anspruch genommen, als der ansonsten durch die erstmalige Anwendung der Bewertungsgrundsätze des § 253 Abs. 1 HGB aufzulösende Betrag bis zum 31. Dezember 2024 wieder zugeführt werden müsste. Der Betrag der Überdeckung beträgt am Bilanzstichtag 369 Tsd. €.

Der bei der Accente Gastronomie Service GmbH in künftigen Perioden noch anzusammelnde Fehlbetrag gemäß Art. 67 Abs. 2 EGHGB beträgt 362 Tsd. €. Die jährliche Mindestzuführung beträgt 28 Tsd. €.

(11) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen ausstehende Eingangsrechnungen, Instandsetzungs- und Bauerneuerungsverpflichtungen, allgemeine Geschäftsrisiken sowie Ansprüche der Belegschaft.

Das Beibehaltungswahlrecht nach Art. 67 Abs. 3 EGHGB wurde für eine Rückstellung für allgemeine Geschäftsrisiken in Anspruch genommen.

(12) Verbindlichkeiten

	bis zu einem Jahr	mehr als ein Jahr bis zu fünf Jahre	über fünf Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ¹⁾	33.739	64.582	47.000
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	107.633	10	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ²⁾	13.105	181	0
Sonstige Verbindlichkeiten	23.447	0	0
– davon aus Steuern	(4.612)	(0)	(0)
– davon im Rahmen sozialer Sicherheit	(312)	(0)	(0)
Gesamt 2011	177.924	64.773	47.000
Gesamt 2010	189.377	87.749	57.642

¹⁾ Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen aus einem Tilgungsdarlehen der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG für den Erwerb der Halle 3 sowie einem Tilgungsdarlehen der Messe Frankfurt Venue GmbH für den Bau der Halle 11.

Die Verbindlichkeiten der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG sind gesichert durch eine erstrangige Grundschuld der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG, eine Abtretung der Mietforderungen der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG gegenüber der Messe Frankfurt Venue GmbH sowie eine Abtretung der Ansprüche aus den Sachversicherungen (Feuer/Terror) der Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG zu Gunsten eines Bankenkonsortiums.

²⁾ In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten gegenüber der Stadt Frankfurt am Main in Höhe von 220 Tsd. € (Vorjahr 1 Tsd. €) enthalten.

(13) Rechnungsabgrenzungsposten

Die in den Jahren 1988 und 1999 für jeweils 35 Jahre im Voraus erhaltenen Einmalzahlungen für zwei Erbbaurechte sowie eine Zahlung für ein über 99 Jahre eingeräumtes Mitnutzungsrecht an Gebäudeteilen wurden passivisch abgegrenzt. Die drei Teilbeträge des Rechnungsabgrenzungspostens werden über die genannten Laufzeiten linear aufgelöst.

(14) Passive latente Steuern

Die passiven latenten Steuern wurden entsprechend § 306 HGB gebildet und beinhalten latente Steuern aufgrund von Konsolidierungsbuchungen nach § 298 Abs. 1 HGB.

(15) Außerbilanzielle Geschäfte

Die Messe Frankfurt GmbH hat am 12. Dezember 2000 mit einem amerikanischen Investor sowie mit Darlehen und Sicherheiten stellenden Banken eine US-Cross-Border-Leasingtransaktion in sechs Tranchen für die Messehallen 2, 4, 5, 6, 8 und 10 in Verbindung mit dem dazugehörigen Grund und Boden mit dem Ziel einer zusätzlichen Liquiditätsbeschaffung abgeschlossen. Hierzu wurde jeweils ein Hauptmietvertrag (Vermietung der Hallen an den US-Investor) mit einer Laufzeit von ca. 99 Jahren und unter Abschluss eines Rückmietvertrages (Rückmietung der Hallen durch die Messe Frankfurt) mit einer Laufzeit von ca. 29 Jahren abgeschlossen.

Bei Ablauf der Rückmietverträge steht der Messe Frankfurt eine Beendigungsoption zu, bei deren Ausübung die Transaktion durch Zahlung eines bei Transaktionsabschluss vertraglich bereits festgelegten „Beendigungsoptionspreises“ vorzeitig beendet werden kann.

Da die Messe Frankfurt nach deutschem Recht Eigentümer der Hallen geblieben ist und alle Zahlungen bei Vertragsabschluss geleistet wurden, hat die Transaktion bis auf einen ertragswirksamen Liquiditätszufluss im Jahr 2000 keinen weiteren Einfluss auf die Bilanz.

Im Geschäftsjahr 2003 wurde der Geschäftsbereich „Venue“ mit allen Grundstücken und Hallen aus der Messe Frankfurt GmbH in die vormalige Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG ausgegliedert. Im August 2003 wurde mit dem US-Investor eine Vereinbarung abgeschlossen, wonach die Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG als zusätzlicher Vertragspartner in den Cross-Border-Lease-Vertrag aufgenommen wurde. Mit den Sicherheiten stellenden Banken wurde eine entsprechende Vereinbarung abgeschlossen.

Durch die aktuelle Finanz- und Schuldenkrise ist es möglich, dass durch Rating-Verschlechterungen von beteiligten Banken und Versicherungen für die Messe Frankfurt GmbH und die Messe Frankfurt Venue GmbH die Notwendigkeit entsteht, Vertragspartner auszutauschen bzw. zusätzliche Sicherheiten zu stellen. Dies kann zu einer finanziellen Belastung führen, deren Höhe zum heutigen Zeitpunkt nicht quantifizierbar ist.

Darüber hinaus müssen – in Ermangelung eines Ratings des Konzerns und der Messe Frankfurt Venue GmbH – bestimmte Finanzkennzahlen seitens der Messe Frankfurt eingehalten werden, ansonsten können zusätzliche Gebühren für die Letter of Credit stellenden Banken fällig werden.

(15a) Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen insgesamt 152.972 Tsd. €. Sie setzen sich im Wesentlichen aus den Verpflichtungen aus dem Bestellobligo aus Investitionen, aus Verpflichtungen aus Mietverträgen, aus Verpflichtungen für den Erwerb von weiteren Unternehmensanteilen sowie aus Erbbauzinsen für drei Erbbaurechtsverträge zusammen.

Die am Cash-Pool beteiligten Gesellschaften haften nur insoweit, als sie den Verbindlichkeitssaldo selbst verursacht haben und/oder den aus der Überziehung resultierenden Kredit selbst erhalten haben. Darüber hinaus haften sie zusätzlich, soweit die Einhaltung der übernommenen Zahlungsverpflichtung das zur Erhaltung des Stammkapitals erforderliche Vermögen im Zeitpunkt der Eingehung der Zahlungsverpflichtungen nicht berührt. Die Übernahme der gesamtschuldnerischen Haftung gilt auch für eine Überziehung des vorgesehenen Dispositions-/Kreditrahmens.

Im Zusammenhang mit dem Abschluss eines weiteren Cash-Pool-Vertrages mit Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt GmbH hat diese für die übrigen am Cash-Pool beteiligten Konzerngesellschaften eine gesamtschuldnerische Haftung für Verbindlichkeiten der beteiligten Unternehmen gegenüber der Commerzbank AG, Frankfurt am Main, (vormals: Dresdner Bank AG) aus dem Cash-Pool übernommen.

Im Rahmen des US-Cross-Border-Lease-Geschäfts bleibt die Messe Frankfurt GmbH zivilrechtlich im Außenverhältnis verpflichtet, Zahlungen an den US-Investor zu leisten. Hinsichtlich dieser Zahlungsverpflichtung ist die Erfüllungsübernahme durch die Erfüllungsübernehmer vertraglich vereinbart. Sofern die Erfüllungsübernehmer ihren Verpflichtungen nachkommen, werden von den Gesellschaften des Konzerns Messe Frankfurt GmbH keine Zahlungen zu leisten sein.

(15b) Treuhandverhältnisse

Die Gesellschaft verwaltet Treuhandkonten für Veranstaltungen von Gastveranstaltern. Zum Jahresende beträgt der Kontenstand der Treuhandkonten 543 Tsd. €.

(16) Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Absicherung des aufgenommenen Tilgungsdarlehens in Höhe von bis zu 100.000 Tsd. € (50.000 Tsd. € per 31.12.2011) und einer Kreditlinie von 40.000 Tsd. € eingesetzt.

Art/Kategorie	Nominal-betrag	Beizulegender Zeitwert	Buchwert (sofern vorhanden)	In Bilanzposten (sofern in Bilanz erfasst)
Zinsbezogenes Geschäft („Cap“)	786	2	2	aRAP

Bei dem „Cap“ handelt es sich um ein Zinssicherungsgeschäft, welches das Zinsänderungsrisiko der Kreditlinie begrenzt, indem der kurzfristige variable Zins auf maximal 4,75 Prozent begrenzt wird.

Bei den zusätzlich eingegangenen „Swaps“ handelt es sich um Zinssicherungsgeschäfte, welche das Zinsänderungsrisiko für das Tilgungsdarlehen dahingehend eliminieren, dass der kurzfristige variable Zinssatz gegen einen Festsatz von 3,026 Prozent (4,075 Prozent und 1,977 Prozent über „Swaps“ für 50 Prozent des jeweils bestehenden Tilgungsdarlehens) zzgl. 0,3 Prozent Marge ausgetauscht wird.

Da es sich bei den derivativen Finanzinstrumenten und den zugrunde liegenden Geschäften (Tilgungsdarlehen) um geschlossene Positionen handelt, ergab sich aufgrund der zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2011 negativen beizulegenden Zeitwerte der „Swaps“ (–1.085 Tsd. €) kein Rückstellungsbedarf.

Der beizulegende Zeitwert wurde unter Anwendung einer Bewertungsmethode berechnet, die auf dem Black-Scholes-Modell beruht. Die Schätzung der Marktwerte erfolgte anhand von Marktbewertungen durch Finanzinstitute. Die geschätzten Marktwerte entsprechen den Beträgen für den Abschluss vergleichbarer Kontrakte über die entsprechende Restlaufzeit.

Bewertungseinheiten

Folgende Bewertungseinheiten wurden gebildet (Angaben zu HGB § 285 Nr. 23 Buchstaben a) und b)):

Grundgeschäft/ Sicherungsinstrument	Risiko/Art der Bewertungseinheit	Einbezogener Betrag am Stichtag	Höhe des abgesicherten Risikos
(1) 50 % Finanzierung/Payerswap 4,075 %	Zinsrisiko/Micro Hedge	25.000	100 %
(2) 50 % Finanzierung/Payerswap 1,977 %	Zinsrisiko/Micro Hedge	25.000	100 %

Die gegenläufigen Zahlungsströme von Grund- und Sicherungsgeschäft gleichen sich in vollem Umfang aus, da durch die Bank eine Ausgleichszahlung an die Gesellschaft erfolgt, sofern der variable Zinssatz über den Swapsatz steigt, und im Gegenzug bei niedrigeren Zinsen eine Ausgleichszahlung an die Bank zu leisten ist. Im Ergebnis ist die Zinsbelastung für die gesamte Finanzierung auf 3,026 Prozent (Durchschnitt beider Sicherungsgeschäfte) zzgl. 0,3 Prozent Marge fixiert. Zur Messung der Effektivität der Sicherungsbeziehung wird die „Critical-Terms-Match-Methode“ verwendet.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(Werte in Tsd. €, wenn nicht anders angegeben)

(17) Umsatzerlöse

nach Leistungsarten	2011	2010
Standmieten	265.748	269.007
Hallen-, Gelände- und sonstige Mieten	36.735	24.502
Eintrittserlöse und Teilnehmergebühren	10.878	11.065
Serviceleistungen und sonstige Einnahmen	154.122	143.752
	467.483	448.326

nach Regionen	2011	2010
Deutschland	335.143	334.545
Europa ohne Deutschland	21.897	17.846
Asien	93.473	86.102
Amerika	16.970	9.833
	467.483	448.326

(18) Sonstige betriebliche Erträge

Der Posten enthält im Wesentlichen periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (4.773 Tsd. €) und periodenfremde Erträge aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen (874 Tsd. €) sowie Erträge aus Kursdifferenzen (2.981 Tsd. €) und Erträge aus der zeitanteiligen Auflösung des Sonderpostens für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (2.147 Tsd. €).

(19) Veranstaltungsbezogene Aufwendungen

	2011	2010
Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	17.353	17.382
Aufwendungen für bezogene Leistungen	204.092	182.252
	221.445	199.634

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen bestehen im Wesentlichen aus Aufwendungen für Hallen- und Geländemieten, Hallenausrüstung, Instandhaltung des Messegeländes und Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit.

(20) Personalaufwand/Mitarbeiter

	2011	2010
Löhne und Gehälter	87.646	84.877
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	18.498	17.434
– davon für Altersversorgung	(4.773)	(4.331)
	106.144	102.311

Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)	2011	2010
Bereichsleiter	38	31
Angestellte	1.558	1.432
Lohnempfänger	146	124
	1.742	1.587

(21) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände resultieren aus Rechten und Lizenzen sowie Firmenwerten.

(22) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 49.777 Tsd. € beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Raummieten und Bürokosten, Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten, Aufwendungen für Werbung und Wertberichtigungen auf Forderungen. Kursdifferenzen betreffen 4.074 Tsd. €.

(23) Finanzergebnis

	2011	2010
Zinsen und ähnliche Erträge	2.404	1.898
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	7.963	9.392
	-5.559	-7.494

Bei den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen handelt es sich im Wesentlichen um Zinsen für die aufgenommenen Tilgungsdarlehen für die Messehallen 3 und 11 und um Zinsderivate.

(24) Außerordentliches Ergebnis

Das außerordentliche Ergebnis resultiert aus einem außerordentlichen Aufwand in Höhe von 28 Tsd. € aus der Anwendung von Art. 66 und Art. 67 Abs. 1 bis 5 EGHGB (Übergangsvorschriften zum BilMoG) bei der Accente Gastronomie Service GmbH.

(25) Steuern

	2011	2010
Latente Steuern	623	795
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	12.142	16.700
Sonstige Steuern	3.948	3.837
	16.713	21.332

Sonstige Angaben**Angaben zur Kapitalflussrechnung**

Der Finanzmittelfonds der Kapitalflussrechnung enthält ausschließlich den Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten.

Die zahlungsunwirksamen Erträge resultieren aus der Auflösung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens für Erbbaurechte in Höhe von 2.099 Tsd. €, der Auflösung des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag in Höhe von 2.147 Tsd. €, der Auflösung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens für abgegrenzte Umsatzerlöse der Messe Frankfurt Istanbul L.S. sowie dem außerordentlichem Ergebnis. Weiterhin wurde die sich rechnerisch ergebende Eigenkapitaldifferenz aus der Fremdwährungsumrechnung von 823 Tsd. € in diesem Posten verrechnet. Der Ausweis in der Kapitalflussrechnung des Vorjahres ist insoweit angepasst worden. Im Vorjahr waren die Differenzen aus der Fremdwährungsumrechnung (1.544 Tsd. €) innerhalb der Veränderungen des Finanzmittelfonds gezeigt worden.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden Zinsen in Höhe von 2.563 Tsd. € und Ertragsteuererstattungen in Höhe von 2.458 Tsd. € vereinnahmt. Weiterhin wurden Zinszahlungen in Höhe von 7.901 Tsd. € und Ertragsteuerzahlungen in Höhe von 15.310 Tsd. € geleistet.

An die Unternehmenseigner wurden im Geschäftsjahr 13.000 Tsd. € und an Minderheitsgesellschafter 1.964 Tsd. € ausgeschüttet.

Angaben zum Konzern-Eigenkapital

Es bestehen zum Stichtag 31. Dezember 2011 keine ausschüttungsgesperrten Teile des erwirtschafteten Konzern-Eigenkapitals.

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens der Messe Frankfurt GmbH

Werte in Tsd. €	Anschaffungs- oder Herstellungskosten					Stand 31.12.2011
	Stand 01.01.2011	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Währungs- differenzen	
I. Immaterielle Vermögensgegenstände						
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	77.557	4.101	2.849	104	464	79.377
2. Geschäfts- oder Firmenwert aus der Kapitalkonsolidierung	64.929	0	0	0	309	65.238
	142.486	4.101	2.849	104	773	144.615
II. Sachanlagen						
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.197.690	4.837	300	180	26	1.202.433
2. Technische Anlagen und Maschinen	94.139	4.539	215	788	0	99.251
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	95.517	4.517	3.209	53	60	96.938
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	3.102	4.372	804	-1.125	0	5.545
	1.390.448	18.265	4.528	-104	86	1.404.167
III. Finanzanlagen						
1. Beteiligungen	20	0	0	0	0	20
2. Sonstige Ausleihungen	5.000	0	0	0	0	5.000
	5.020	0	0	0	0	5.020
	1.537.954	22.366	7.377	0	859	1.553.802

Stand 01.01.2011	Zugänge	Abgänge	Umbuchungen	Währungs- differenzen	Buchwerte		
					Stand 31.12.2011	Stand 31.12.2011	Stand 31.12.2010
63.996	4.695	1.686	-2	410	67.413	11.964	13.561
34.688	3.360	0	0	100	38.148	27.090	30.241
98.684	8.055	1.686	-2	510	105.561	39.054	43.802
606.412	39.237	187	0	20	645.482	556.951	591.278
70.075	3.898	215	0	0	73.758	25.493	24.064
72.871	7.589	3.052	2	51	77.461	19.477	22.646
0	0	0	0	0	0	5.545	3.102
749.358	50.724	3.454	2	71	796.701	607.466	641.090
0	0	0	0	0	0	20	20
0	0	0	0	0	0	5.000	5.000
0	0	0	0	0	0	5.020	5.020
848.042	58.779	5.140	0	581	902.262	651.540	689.912

Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

Dr. h. c. Petra Roth

(Vorsitzende)
Oberbürgermeisterin der
Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main

Dieter Posch (stellvertr. Vorsitzender)

Hessischer Minister für
Wirtschaft, Verkehr und
Landesentwicklung, Wiesbaden

Jörn Apfelstädt

Finanzbuchhalter Accente
Gastronomie Service GmbH,
Frankfurt am Main

Uwe Becker

Stadtkämmerer der
Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main

Olaf Cunitz

Stadtverordneter der Stadt
Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main
(ab 25. Oktober 2011)

Wolfgang Dimmer

Fachreferent Messe Frankfurt
Venue GmbH,
Frankfurt am Main

Jutta Ebeling

Bürgermeisterin der
Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main

Bernd Ehinger

Präsident der Handwerks-
kammer Rhein-Main,
Frankfurt am Main

Jürgen Engel

Abteilungsleiter Messe
Frankfurt Venue GmbH,
Frankfurt am Main

Professor Dr. Gottfried Honnefelder

Vorsteher Börsenverein des
Deutschen Buchhandels,
Frankfurt am Main

Alexander Neumann

Mitglied des Betriebsrats
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Dr. Lutz Raettig

Vorsitzender des Aufsichtsrats
der Morgan Stanley Bank AG,
Frankfurt am Main

Boris Rhein

Hessischer Minister des Inneren
und für Sport, Wiesbaden

Peter Saalmüller

Idstein

Dr. Thomas Schäfer

Hessischer Minister der
Finanzen, Wiesbaden

Ute Schuchardt

Vorsitzende des Betriebsrats
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Edwin Schwarz

Stadtrat der Stadt Frankfurt am
Main, Frankfurt am Main

Lutz Sikorski

Stadtrat der Stadt Frankfurt am
Main, Frankfurt am Main
(bis 5. Januar 2011)

Peter Thomaschewski

Abteilungsleiter Messe
Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Dr. Martin Viessmann

Geschäftsführer der Viessmann
Werke GmbH & Co. KG,
Allendorf

Detlef Wittig

Generalbevollmächtigter
der Volkswagen AG,
Konzern Marketing und Vertrieb,
Wolfsburg

Hamid Yazdtschi

Geschäftsführer der
Gilde-Handwerk Macrander
GmbH & Co. KG, Bocholt

Bezüge der Organe

Die Mitglieder der Geschäftsführung erhielten 2011 unter Berücksichtigung aller ausweispflichtigen Beträge Bezüge in Höhe von 1.619 Tsd. €. Darüber hinaus wurden 2011 Rückstellungen in Höhe von 430 Tsd. € für variable Bezüge gebildet, so dass die Gesamtbezüge für das Jahr 2011 2.049 Tsd. € (Vorjahr 1.813 Tsd. €) betragen. An frühere Geschäftsführer und Hinterbliebene wurden 1.241 Tsd. € (Vorjahr 960 Tsd. €) Versorgungsbezüge und Ruhegelder sowie Übergangsgelder und Entschädigungen gezahlt. Für die genannten Personengruppen waren Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2011 in Höhe von insgesamt 8.822 Tsd. € (Vorjahr 8.822 Tsd. €) gebildet. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten keine Vergütung. Die an sie gezahlte Aufwandsentschädigung betrug insgesamt 8 Tsd. € (Vorjahr 8 Tsd. €).

Abschlussprüferhonorar

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar der Abschlussprüfer beträgt für die Abschlussprüfung 589 Tsd. €. Davon entfallen auf die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Frankfurt am Main und Stuttgart 358 Tsd. €.

Geschäftsführung

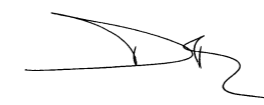
Zu Geschäftsführern waren bestellt:

Wolfgang Marzin, Diplom-Betriebswirt HWF (Vorsitzender der Geschäftsführung),
Detlef Braun, Diplom-Betriebswirt,
Uwe Behm, Diplom-Ingenieur/Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH).

Frankfurt am Main, den 30. März 2012



Wolfgang Marzin



Detlef Braun



Uwe Behm

Kapitalflussrechnung des Konzerns Messe Frankfurt GmbH

in Tsd. €	2010	2011
Konzern-Jahresüberschuss vor außerordentlichem Ergebnis	24.575	21.724
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	59.286	58.779
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Rückstellungen	-6.164	-2.435
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-3.010	-3.748
Gewinne (-)/Aufwand (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	164	159
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte	-68	-50
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-6.223	-25.991
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	36.739	-10.464
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	105.299	37.974
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen		
- Investitionen	-19.992	-22.366
- Einnahmen aus Anlagenabgängen	1.160	2.077
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen (Wertpapiere des Umlaufvermögens)	-23.939	-5.772
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-42.771	-26.061
Auszahlungen (-) an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter	-14.433	-14.964
Auszahlung (-) aus der Tilgung von Bankdarlehen	-32.581	-33.640
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von Bankdarlehen	29	0
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-46.985	-48.604
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	15.543	-36.691
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	97.514	113.057
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	113.057	76.366

Entwicklung des Eigenkapitals des Konzerns Messe Frankfurt GmbH und der Anteile anderer Gesellschafter

Werte in Tsd. €	Mutterunternehmen				Minderheitsgesellschafter			Konzern	
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-Eigenkapital	Ausgleichs-posten aus der Fremdwährungsumrechnung	Eigenkapital	Minderheitskapital	Ausgleichs-posten aus der Fremdwährungsumrechnung	Eigenkapital	Eigenkapital
Stand 31.12.2009	180.000	85.219	121.377	-4.898	381.699	2.495	27	2.522	384.220
Anpassung BilMoG			-74		-74				-74
Stand 01.01.2010	180.000	85.219	121.303	-4.898	381.625	2.495	27	2.522	384.146
Gezahlte Dividenden			-13.000		-13.000	-1.433		-1.433	-14.433
Übrige Veränderungen				2.687	2.687		-9	-9	2.678
Konzern-Jahresüberschuss			22.834		22.834	1.434		1.434	24.268
Stand 31.12.2010	180.000	85.219	131.137	-2.211	394.145	2.496	18	2.514	396.659
Gezahlte Dividenden			-13.000		-13.000	-1.964		-1.964	-14.964
Übrige Veränderungen				824	824			0	824
Konzern-Jahresüberschuss			18.901		18.901	2.795		2.795	21.696
Stand 31.12.2011	180.000	85.219	137.038	-1.387	400.870	3.327	18	3.345	404.215

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, aufgestellten Konzern-Abschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalpiegel – sowie den Konzern-Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2011 geprüft. Die Aufstellung von Konzern-Abschluss und Konzern-Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzern-Abschluss und über den Konzern-Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzern-Abschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzern-Abschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzern-Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzern-Abschluss und Konzern-Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzern-Abschlusses und des Konzern-Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzern-Abschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzern-Lagebericht steht in Einklang mit dem Konzern-Abschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Frankfurt am Main, den 9. Mai 2012

BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Dr. Rosien ppa. Goldner
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüferin

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH hat sich durch regelmäßige schriftliche und mündliche Berichte der Geschäftsführung über die Entwicklung und Lage der Gesellschaft unterrichtet und von der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt.

Sitzungen des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat tagte im Geschäftsjahr 2011 in zwei ordentlichen und einer außerordentlichen Sitzung.

Tätigkeit des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich mit der laufenden Geschäftsentwicklung, den zustimmungsbedürftigen Geschäften und der Unternehmensplanung befasst. Schwerpunkte der Beratungen und der Beschlussfassungen waren die Unternehmensstrategie, die laufende Geschäftsentwicklung national und international, die wirtschaftliche Lage des Unternehmens sowie die Risikosituation einschließlich des Risikomanagements des Unternehmens.

Neben der Regelberichterstattung waren folgende Themen Gegenstand eingehender Beratungen und – soweit erforderlich – Beschlussfassungen:

- Der Aufsichtsrat hat sich intensiv mit dem Erwerb des Kongresszentrums „Kap Europa“ befasst, einschließlich der maßgeblichen Inhalte des Kauf- und Bauträgervertrags sowie der wirtschaftlichen Kennzahlen.
- Die Änderung der Gesellschaftsform der Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG in eine GmbH wurde ausführlich erörtert.
- Der Aufsichtsrat hat umfassend die Akquisition einer Messe in Moskau zum Thema Licht erörtert. Die Zustimmung zur Akquisition erfolgte im schriftlichen Verfahren.
- Ein weiterer Schwerpunkt der Beratungen war die Vernetzung der IT-Strategie mit der Unternehmensstrategie.
- Im Rahmen der Berichterstattung zur Konzern-Strategie hat sich der Aufsichtsrat ausführlich mit den nationalen und internationalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, der Produktstrategie und den Schwerpunktmärkten, der Harmonisierung der Kernprozesse am Standort Frankfurt und der Infrastrukturentwicklung befasst.

Arbeit der Ausschüsse

Die Tätigkeit des Aufsichtsrats wurde durch die Vorbereitung und Unterstützung der Ausschüsse erleichtert. Die Ausschussvorsitzenden haben dem Aufsichtsrat regelmäßig über die Arbeit der betreffenden Ausschüsse berichtet. Die Ausschüsse empfehlen dem Aufsichtsrat Beschlussfassungen zu Entscheidungen von erheblicher finanzieller Relevanz.

Der Ausschuss für Beteiligungen tagte im Geschäftsjahr 2011 zweimal. Er befasste sich in seinen Sitzungen detailliert mit Geschäftsvorfällen und der wirtschaftlichen Lage sowie dem Jahresabschluss der Tochtergesellschaften und Beteiligungen der Messe Frankfurt Venue GmbH sowie der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Der Finanzausschuss trat im Geschäftsjahr 2011 viermal zusammen und erörterte in den Sitzungen den vorerwähnten Erwerb des Kongresszentrums „Kap Europa“ sowie die Akquisition der Lichtmesse in Moskau. Weiterhin befasste sich der Finanzausschuss mit Geschäftsvorfällen und der wirtschaftlichen Entwicklung der Teilkonzerne Messe Frankfurt Venue GmbH sowie deren Tochtergesellschaften, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, den Grundbesitzgesellschaften, der

Messe Frankfurt GmbH sowie des Konzerns Messe Frankfurt. Hinsichtlich der vorgenannten Gesellschaften hat der Finanzausschuss auch die Jahresabschlüsse und den Konzern-Abschluss sowie die Lageberichte der Gesellschaften und des Konzerns detailliert erörtert.

Der Bauausschuss hat im Geschäftsjahr 2011 nicht getagt.

Auftreten von Interessenskonflikten

Dem Aufsichtsrat ist nicht bekannt, dass im Geschäftsjahr Interessenskonflikte einzelner Aufsichtsratsmitglieder aufgetreten sind.

Jahres- und Konzern-Abschluss

Der Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH sowie der Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2011 wurden von der BDO Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Prüfungsauftrag wurde gemäß Beschluss der Gesellschafter Stadt Frankfurt und Land Hessen vom 7. und 25. Oktober 2011 durch die Aufsichtsratsvorsitzende erteilt.

Der Jahresabschluss, der Konzern-Abschluss sowie die Lageberichte wurden nach den Regelungen des HGB für große Kapitalgesellschaften aufgestellt und vom Abschlussprüfer geprüft. Der Finanzausschuss hat die Jahresabschlüsse der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns, die Lageberichte sowie die Prüfungsberichte in seiner Sitzung am 18. Juni 2012 in Anwesenheit der Abschlussprüfer eingehend erörtert und dem Aufsichtsrat empfohlen, die Abschlüsse zu billigen. Der Vorsitzende des Finanzausschusses berichtete dem Aufsichtsrat hierüber in der Bilanzsitzung am 29. Juni 2012 und erläuterte die Empfehlung des Finanzausschusses. Der Aufsichtsrat hat den Einzelabschluss, den Konzern-Abschluss und die Lageberichte seinerseits in seiner Bilanzsitzung am 29. Juni 2012 in Anwesenheit des Abschlussprüfers, der über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtete, umfassend behandelt.

Des Weiteren wurden die Berichte der BDO Wirtschaftsprüfungsgesellschaft über die Prüfung der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung und der wirtschaftlichen Verhältnisse nach § 53 HGrG durch den Finanzausschuss und den Aufsichtsrat geprüft und zur Kenntnis genommen. Der Abschlussprüfer hat festgestellt, dass ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem besteht, das es ermöglicht, den Fortbestand der Gesellschaft gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen. Der Finanzausschuss und der Aufsichtsrat überzeugten sich von der Wirksamkeit des internen Risikomanagementsystems.

Wie vom Finanzausschuss empfohlen, hat der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung der Abschlüsse zugestimmt und den Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH zum 31. Dezember 2011 und den Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2011 festgestellt. Der Bericht der Geschäftsführung zur Lage der Messe Frankfurt GmbH und der Konzern-Lagebericht über das Geschäftsjahr 2011 wurden gebilligt und entgegengenommen.

Personalia

Anfang Januar 2011 verstarb unser langjähriges Aufsichtsratsmitglied Herr Stadtrat Lutz Sikorski. Herr Sikorski gehörte dem Aufsichtsrat seit 1989 an und hat dessen Arbeit stets engagiert und kompetent begleitet. Wir werden ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Mit Beschluss der Gesellschafter vom 24. und 25. Oktober 2011 wurde Herr Bürgermeister Olaf Cunitz in den Aufsichtsrat gewählt.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die geleistete Arbeit und ihren Beitrag zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2011.

Frankfurt am Main, den 29. Juni 2012

Für den Aufsichtsrat

Dr. h. c. Petra Roth
Vorsitzende

Impressum

Chefredaktion

Dominique Ewert
Klaus Münster-Müller

Redaktion

Gabriele Wehrl (CvD)
Iris Saalmüller

v. i. S. d. P.

Kai Hattendorf

Fotografien

Messe Frankfurt GmbH

Edenspiekermann AG
Hamilton/REA/laif
IAA/Verband der Automobilindustrie e. V. (VDA)
Georg Knoll/laif
LEA – Live Entertainment Award
Committee e. V.
P. Post/Hollandse Hoogte/laif
Stijlinstituut Amsterdam
Pietro Sutura Photography

Konzeption und Gestaltung

Edenspiekermann AG, Berlin

Print Produktion

Messe Frankfurt Medien
und Service GmbH
Publishing Services

Druck

Friedrich Bischoff Druckerei GmbH
Gutleutstraße 298
60327 Frankfurt am Main

Papier

Umschlag: Hello Fat Matt 1.1 350 g/m²
Inhalt: Arctic the Volume 150 g/m²

Auflage

3.000 in zwei Auflagen
(deutsch und englisch)

Redaktionsanschrift

Messe Frankfurt GmbH
Corporate Publishing
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
Telefon + 49 69 75 75-56 10
Telefax + 49 69 75 75-9 56 10
corporate-publishing@
messefrankfurt.com

