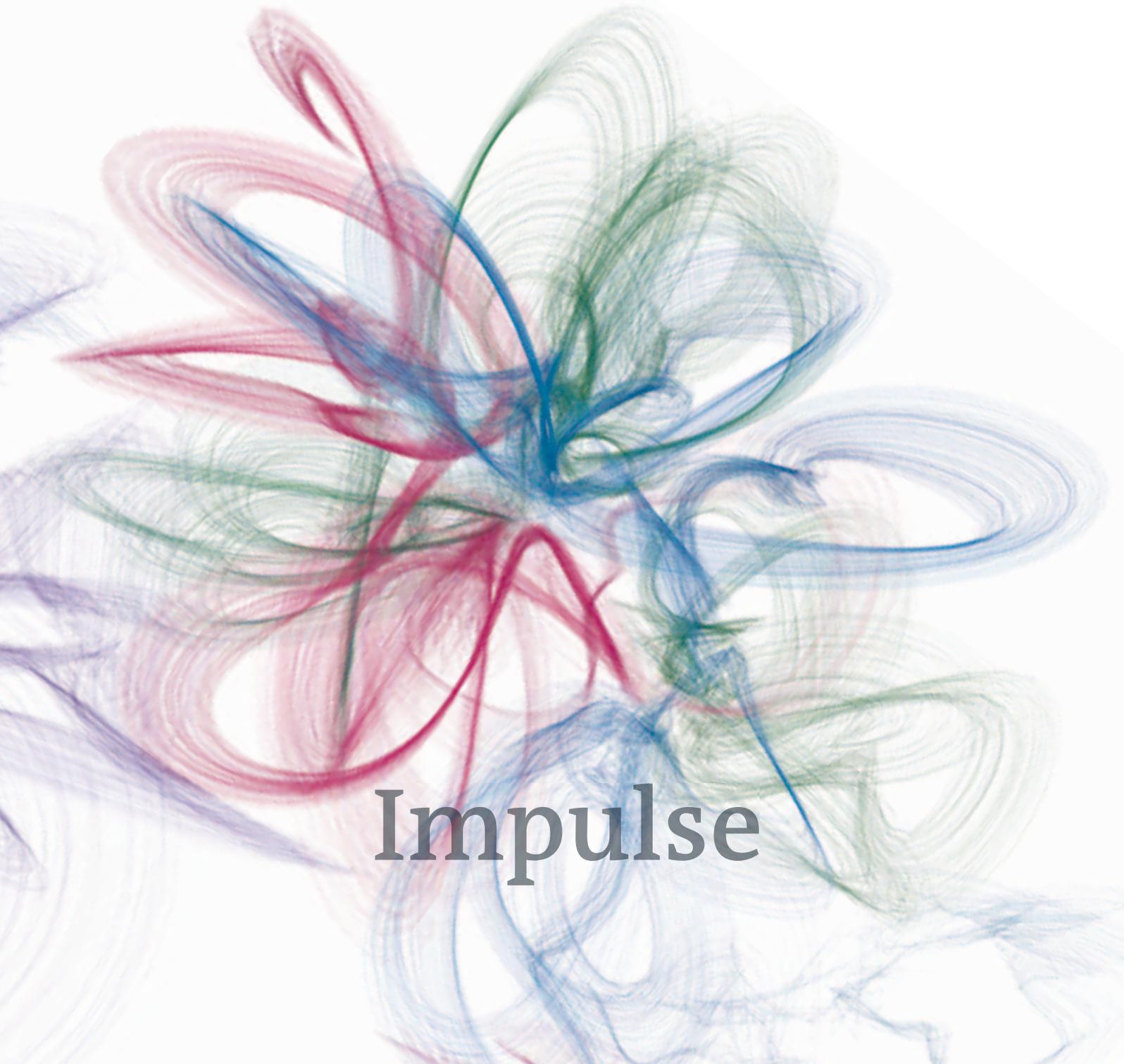


2012

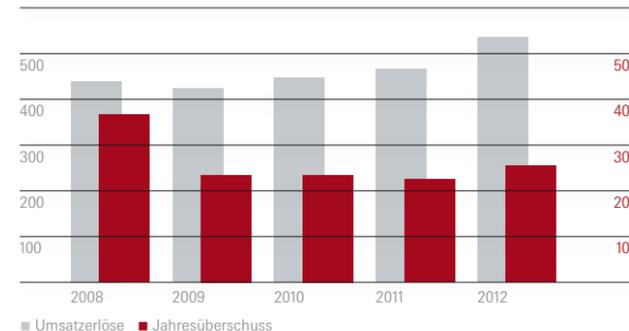
Geschäftsbericht



Impulse

Auf einen Blick

Umsatz und Jahresüberschuss in Mio. €



Internationalitätsgrad



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. € *	2008	2009	2010	2011	2012
Umsatzerlöse	440	424	448	467	537
Personalaufwand	91	94	102	106	120
Abschreibungen	47	53	59	59	61
EBITDA	102	96	109	99	102
Ergebnis vor Ertragsteuern	52	37	42	34	36
Umsatzrendite vor Ertragsteuern in %	12	9	9	7	7
Jahresüberschuss	36	23	24	22	25
Anlagenzugänge	115	118	20	22	27
Eigenkapital	377	384	397	404	412
Bilanzsumme	876	869	875	832	834
aktive Mitarbeiter (jeweils 31.12.)	1.463	1.589	1.629	1.725	1.833

* ausgenommen Mitarbeiter und Umsatzrendite

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

Grunddaten	2008	2009	2010	2011	2012
Grundfläche (m ²)	578.000	578.000	578.000	578.000	578.000
Verfügbare Hallenfläche (m ²)	321.754	345.697	355.678	355.678	355.678
Verfügbare Freifläche (m ²)	96.078	95.721	96.078	96.078	96.078
Anzahl der Hallen	9	10	10	10	10
Inlandsmessen					
Anzahl der Messen und Ausstellungen	42	37	36	37	41
Aussteller	43.682	41.097	42.386	38.184	44.066
Nettofläche (m ²)	1.422.605	1.438.709	1.281.215	1.366.756	1.444.758
Besucher	1.678.677	2.325.565	1.474.301	2.307.067	1.634.205
Auslandsmessen					
Anzahl der Messen	60	54	51	63	68
Aussteller	25.148	22.320	26.196	30.643	34.431
Nettofläche (m ²)	551.535	483.217	572.538	713.636	791.785
Besucher	884.312	837.317	921.183	1.063.369	1.173.757
Gesamt					
Anzahl der Messen	102	91	87	100	109
Aussteller	68.830	63.417	68.582	68.827	78.497
Nettofläche (m ²)	1.974.140	1.921.926	1.853.753	2.080.392	2.236.543
Besucher	2.562.989	3.162.882	2.395.484	3.370.436	2.807.962

Neues anstoßen

Die Messe Frankfurt gibt Impulse – weltweit, aber auch in der Region Frankfurt selbst. Auf unseren Messen summieren sich Innovationen und Inspirationen, treffen sich Menschen, werden Geschäfte angebahnt und Trends gesetzt. Von jeder unserer Messen gehen Impulse für ganze Branchen aus.

Die Messe Frankfurt ist zugleich ein Wirtschaftsmotor für die Region. Pro Mitarbeiter der Messe entstanden in den vergangenen zehn Jahren im Umland und ganz Deutschland rund 20 neue Arbeitsplätze.

Die größten Impulsgeber sind jedoch die Unternehmen selbst, die auf den Veranstaltungen der Messe Frankfurt ausstellen und eine Begeisterung entfachen, die von den Besuchern in die Welt getragen wird.

Impulsgeber

2012 war für die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ein spannendes, herausforderndes, aber vor allem ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Mit 536,9 Millionen Euro haben wir nicht nur den höchsten Umsatz in der Geschichte der Messe Frankfurt erreicht, sondern auch den höchsten, den jemals eine deutsche Messegesellschaft erwirtschaftet hat.

Deswegen gilt an dieser Stelle als erstes unser ganzer Dank dem Einsatz und Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Frankfurt und weltweit, ohne die dieses Ergebnis nicht möglich gewesen wäre. Im Unternehmen wird der Teamgedanke groß geschrieben, und unsere Mitarbeiter leben ihn – jeden Tag. Darauf sind wir sehr stolz.

Zu den Fakten: Rund 78.500 Unternehmen konnten wir 2012 weltweit auf unseren Messen begrüßen, 9.700 mehr als im vorangegangenen Jahr. Auf unseren Eigenveranstaltungen am Heimatstandort Frankfurt hat der Anteil der internationalen Aussteller mit rund 72 Prozent einen neuen Spitzenwert erreicht. 21 Gastveranstaltungen haben wir in Frankfurt betreut: vier mehr als im Jahr 2011. Wir hatten – bereits zum zweiten Mal – die MTV European Music Awards in der Festhalle zu Gast. Und auch im Bereich Kongress- und Tagungsgeschäft spielen wir weiter mit in der ersten Liga. Der Neubau des Kongresszentrums Kap Europa wurde von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) schon in der Bauphase mit einem Vorzertifikat in Gold ausgezeichnet.

2012 galt es aber auch ein ganz besonderes Jubiläum zu feiern: Vor 25 Jahren wagte sich die Messe Frankfurt als eine der ersten deutschen Messegesellschaften mit einer Veranstaltung auf internationales Parkett. Den Schritt, der in der deutschen Messelandschaft für einiges Aufsehen sorgte, haben wir nicht bereut. Heute erwirtschaften unsere Tochtergesellschaften sowie unser Vertriebsnetz in über 150 Ländern weltweit nahezu ein Drittel des gesamten Umsatzes. Stellvertretend für unsere erfolgreiche globale Entwicklung standen im vergangenen Jahr Russland und Indien. Beide Märkte prosperieren und so hat auch die Messe Frankfurt in den letzten Monaten ihr Engagement vor Ort jeweils deutlich verstärkt. Das bleibt nicht unbeachtet: Unsere Tochtergesellschaft in Moskau wurde 2012 von dem russischen Wirtschaftsmagazin Company als „Unternehmen des Jahres“ ausgezeichnet. Und auch zukünftig werden wir überall da investieren, wo es strategisch sinnvoll ist, eine Marktpräsenz auf- oder auszubauen.

Byte für Byte zum Service 2.0

Einige nachhaltige Veränderungen haben wir im digitalen Bereich angestoßen: Die gesamte Website wurde für mobile Endgeräte adaptiert, vorhandene Technologien verzahnt und synchronisiert. Inzwischen nutzen insgesamt rund



sechs Millionen Besucher jährlich unsere digitalen Plattformen. Auch die Messe-Apps für Smartphones wurden im vergangenen Jahr dreimal so oft abgerufen wie im Jahr zuvor. Deswegen werden wir das Angebot rund um unsere Online-Plattformen gezielt weiter ausbauen. Die Erweiterung des realen Messeangebots ins Netz, als Service für unsere Kunden, ist ein weiteres Wachstumsfeld für unser Unternehmen. Unserer Online-Expertise haben wir mit der neu entwickelten Marke Dexpert inzwischen auch einen Namen gegeben.

Richtung? Zukunft!

Seit fast 775 Jahren bilden die Veranstaltungen der Messe Frankfurt Marketingplattformen für die Wirtschaft. In Frankfurt verfügen wir über eine der besten Infrastrukturen weltweit, unsere Kunden unterstützen wir mit unserer umfassenden Kompetenz, unser Wirtschaften zeichnet sich durch nachhaltiges Management aus, im Portfolio bieten wir mehr als 100 Veranstaltungsmarken und setzen mit unseren Veranstaltungen den Fokus auf die für unsere Kunden relevanten Weltmärkte. Zusammenfassend für 2012 können wir sagen: Die Messe Frankfurt hat ihre Hausaufgaben gemacht. Das zeigt nicht zuletzt das deutlich übertroffene Umsatzziel von 500 Millionen Euro. Dennoch haben wir viel Arbeit vor uns, um unsere Stellung in der

nationalen und internationalen Messewirtschaft zu halten beziehungsweise auszubauen. Deswegen gilt unser Bestreben vor allem der Verbesserung der Wirtschaftlichkeit. Wir werden trotz und gerade wegen unserer guten Marktposition an der Effizienz und Integration innerhalb der Unternehmensgruppe arbeiten.

Sehr verehrte Leserinnen und Leser: Der Titel des vorliegenden Geschäftsberichts 2012 lautet „Impulse“. Aus gutem Grund: Laut Wörterbuch beschreibt ein Impuls einen Anstoß, eine Anregung oder einen Antrieb. Durch einen Impuls ändert sich die Richtung, etwas Neues oder Anderes kann entstehen. Unzählige Impulse gehen auch von Veranstaltungen der Messe Frankfurt aus: Sie sind die Plattformen für Innovationen, Ideen und Geschäfte – real und digital. Hier kommen die Unternehmen und Menschen zusammen, die Impulsgeber für ganze Industrie- und Geschäftszweige sind. Und das soll auch in Zukunft genau so bleiben.

Viel Spaß bei der Lektüre.

Wolfgang Marzin
Detlef Braun
Uwe Behm

Impulse



6 Teamwork

2015 findet in Mailand die nächste Weltausstellung EXPO mit dem Thema „Feeding the Planet, Energy for Life“ statt. Der deutsche Pavillon wird von der Messe Frankfurt und einem starken Team organisiert.



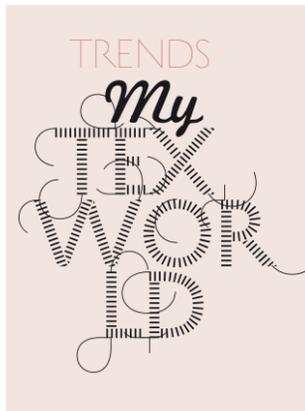
26 Digitale Welt

Wenn Dinge beginnen miteinander zu reden, können neue Geschäftsmodelle entstehen und die Welt könnte plötzlich ganz einfach werden.



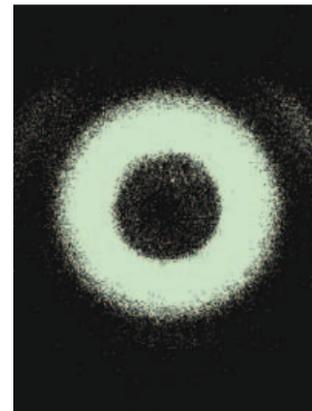
32 Verantwortung

Ein gutes Produkt ist schön – doch wahre Schönheit kommt bekanntlich von innen ...



20 Zukunft

Von Trend-Trüffelschweinen, Stilpropheten und Zukunftsforschern



12 Regional und Global

Eigentlich wussten wir es schon immer – aber jetzt ist es offiziell: Frankfurt ist überall.



38 Initiative

Engagement muss sich rechnen. Das klingt auf den ersten Blick vielleicht etwas eigenartig – allerdings nur auf den ersten Blick ...



Alles mit Links



Die Messe Frankfurt setzt weltweite Impulse. Deshalb gibt es den Geschäftsbericht auch online unter: geschaeftsbericht.messefrankfurt.com



Aktivitäten

- 10 Technology & Production
- 18 Consumer Goods & Leisure
- 24 Textiles & Textile Technologies
- 30 Mobility & Infrastructure
- 36 Entertainment, Media & Creation
- 42 Services
- Gastmessen, Kongresse & Events
- 44 Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2012

Geschäftsbericht

- 52 Lagebericht des Konzerns **Messe Frankfurt GmbH**
- 52 Geschäfts- und Rahmenbedingungen
- 56 Darstellung des Geschäftsverlaufs
- 59 Darstellung der Lage
- 68 Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung
- 72 Sonstige Angaben / Ausblick
- 73 Nachtragsbericht
- 74 Jahresabschluss des Konzerns **Messe Frankfurt GmbH**
- 74 Konzern-Bilanz
- 76 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 77 Konzern-Anhang 2012
- 88 Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens der Messe Frankfurt GmbH
- 90 Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH
- 92 Kapitalflussrechnung des Konzerns Messe Frankfurt GmbH
- 93 Entwicklung des Eigenkapitals
- 94 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 95 Bericht des Aufsichtsrats
- 97 Impressum, Kontaktdaten

**Christopher Enders**

hat 2009 bei der Messe Frankfurt als Student der Dualen Hochschule Baden-Württemberg begonnen und im Rahmen des Studiums bei der Messe Frankfurt viele Abteilungen kennen gelernt. Seit 2012 ist er im Team für die EXPO 2015 als Projektmanager für die Überwachung des Baus des Deutschen Pavillons zuständig.

„Die ganze Welt redet von Globalisierung, hier wird sie wahr. Jeder Besucher der EXPO kann innerhalb eines Tages im Kleinen einmal um die Welt reisen.“

Persönlich freue ich mich am meisten auf das Leben im EXPO Village, vergleichbar dem Olympischen Dorf. Hier wohnen die Angestellten aller 130 Länder Tür an Tür. Ich freue mich auf einen tollen Samba-Abend bei den Nachbarn aus Brasilien, auf ein afrikanisches Abendessen in der Wohnung nebenan, gefolgt von einem italienischen oder asiatischen Dessert.“

Teamwork | Wer Großes erreichen will, muss klein denken können.

Vom 1. Mai bis 31. Oktober 2015 findet die Weltausstellung EXPO in Mailand mit dem Thema „Feeding the Planet, Energy for Life“ statt: Angesichts aktueller globaler Szenarien liegt der Schwerpunkt im Recht aller Menschen auf gesunde und ausreichende Ernährung. Im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums wird die Messe Frankfurt die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons während der Weltausstellung verantworten, zu der mehr als 20 Millionen Menschen aus aller Welt erwartet werden. Mit der Entscheidung des Gestaltungswettbewerbes steht nun das Team für die mit 4.900 m² größte Länderpräsentation auf der EXPO 2015 fest.

Ein großes Ziel

Die EXPO 2015 ist weit mehr als nur eine sechsmonatige Ausstellung. Die Weltausstellung ist ein globaler Impuls, der Länder, Institutionen, Unternehmen und einzelne Menschen in der weltweiten, gemeinsamen Suche nach Antworten auf die eine Frage verbindet: „Was gibt es zu Essen?“

Die Frage mag auf den ersten Blick alltäglich und banal klingen, ist jedoch eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Wie können sieben Milliarden Menschen zusammen leben, ohne den Planeten zu zerstören? Wie können wir den Hunger auf der Welt bekämpfen? Welche Technologien gibt es, um vollkommen neuartige Nahrungsmittel zu entwickeln und wo gilt es, vergessene Kulturtechniken wiederzuentdecken?

Globale Probleme brauchen lokale Lösungen. Deutschland nimmt diese Herausforderung an und wird sich mit einem ambitionierten Konzept als Modell und Motor für eine nachhaltige Entwicklung präsentieren – organisiert von der Messe Frankfurt.

Kleine Einheiten im Team

Eine solche Mammut-Aufgabe lässt sich nur in einem exzellenten Team bewältigen – und da kommt es auf jeden Einzelnen an, auf das Zusammenspiel individueller Fähigkeiten und kurze Kommunikationswege. Umso spannender die Fragen: Welches Team können wir aufstellen? Und wie besetzen wir die einzelnen Positionen?

Die To-do-Liste für die EXPO 2015 ist zwar noch lang, aber zumindest diese Frage ist nun geklärt: In einem europaweit ausgeschriebenen Wettbewerb hat sich die Stuttgarter Kommunikationsagentur Milla & Partner mit einem viel versprechenden Konzept durchgesetzt – gemeinsam mit dem Architekturbüro Schmidhuber sowie der deutschen Tochtergesellschaft der Nüssli Gruppe, die für die Realisierung verantwortlich sein wird. Zusammen mit dem Team der Messe Frankfurt und den Verantwortlichen aus dem Wirtschaftsministerium kann das Abenteuer EXPO 2015 nun beginnen.

Das Konzept für den Pavillon orientiert sich sehr klar am Leitmotiv der EXPO: Feeding the Planet, Energy for Life. Wir haben die Beteiligten heute schon gefragt, was uns in zwei Jahren erwartet und worauf sie sich besonders freuen ...



„Das Geniale und das worauf ich mich wirklich sehr freue, ist, 2015 das Ergebnis unserer Teamleistung zu sehen. Der Lohn dessen, worauf wir monate-, ja, jahrelang hingearbeitet haben, verkörpert sich in Mailand im Deutschen Pavillon. Das ist eine wirklich tolle Vorstellung und beflügelt mich jeden Tag aufs Neue.“
Erol Altunay (Messe Frankfurt)



„Als Organisatoren werden wir dafür sorgen, dass sich der Bundesrepublik die perfekte Bühne bietet, um die Deutschen als offene Weltbürger und perfekte Gastgeber präsentieren zu können. Ich freue mich besonders, dass dieses Ereignis in meiner Heimatstadt Mailand stattfinden wird, die sich sicherlich in einem ganz besonderen Licht zeigen wird.“ **Alice Neotti (Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand)**



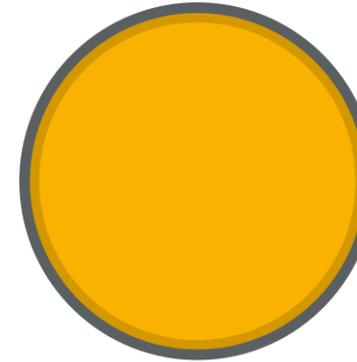
„Das Thema ‚Feeding the planet‘ ist hochinteressant und aktuell. Die Möglichkeit, es darzustellen, darüber zu diskutieren und Antworten auf die damit zusammenhängenden Fragen zu finden, wird sehr spannend sein. Ich wünsche mir, dass das Thema das Bewusstsein der Besucher und Teilnehmer der EXPO schärft und der Gedanke der Nachhaltigkeit an Raum gewinnt.“ **Dietmar Schmitz (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)**



„Die EXPO 2010 in Schanghai war ein Event der Superlative, ein Anlass der Rekorde. Die gesamte Ausstellung war geprägt von Wachstum und Dynamik – wie nur China es realisieren konnte. In Mailand erwarten wir andere Qualitäten – auch eine Rückbesinnung auf kleinere Dimensionen. Persönlich freuen wir uns besonders auf den Moment der Eröffnung, wenn aus jahrelanger Planung Realität wird.“
Siegfried Kaindl (Schmidhuber), Harald Dosch (Nüssli), Peter Redlin-Pape (Milla & Partner)

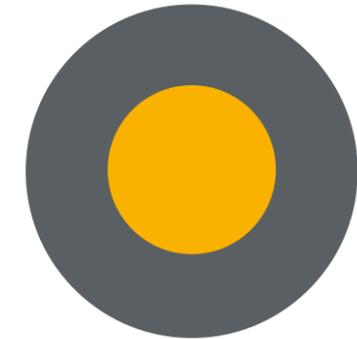
Entwicklung Mitarbeiter/innen

Messe Frankfurt weltweit



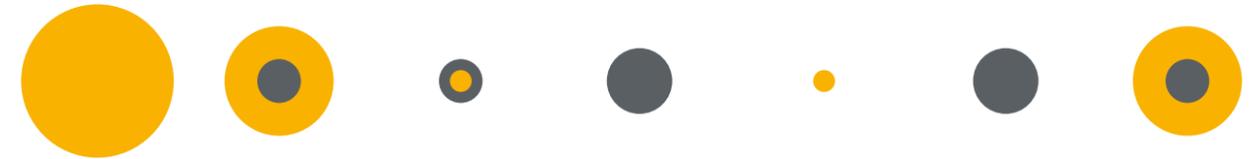
Frauen/Männer in Führungspositionen (31.12.2012)

Messe Frankfurt deutschlandweit



Fachrichtungen Auszubildender (2012)

Messe Frankfurt deutschlandweit



Veranstaltungskauffrau/mann
■ 0 ■ 7

Bürokauffrau/mann
■ 2 ■ 5

Fachinformatiker/in für Systemintegration
■ 2 ■ 1

Fachkraft für Veranstaltungstechnik
■ 3 ■ 0

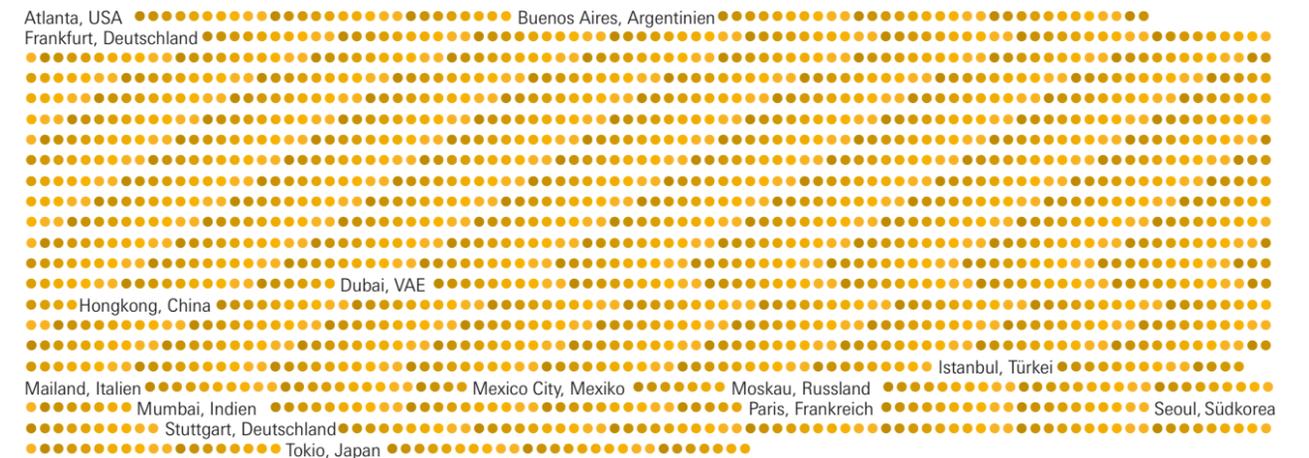
Fachkraft im Gastgewerbe
■ 0 ■ 1

Koch/Köchin
■ 3 ■ 0

DHBW-Studenten/-innen: BWL Messe-, Kongress-, Eventmanagement
■ 2 ■ 5

Mitarbeiter/innen an den Standorten der Messe Frankfurt weltweit

●●●●●●●●●● = 10 Mitarbeiter/innen

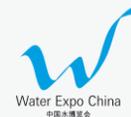


Gebäude- und Energietechnik, Architektur und Design, Sicherheits-, Lebensmittel- oder Textilverarbeitungstechnologien – auf weltweit rund 50 Veranstaltungen der Messe Frankfurt und der Mesago Messe Frankfurt präsentieren an die 19.000 Aussteller mehr als 1.000.000 Besuchern und Kongressteilnehmern ihre Lösungen und Produkte. Ein neues, schnell wachsendes Feld ist die Umwelttechnik: Das Produktportfolio reicht von Recycling und Wasserversorgung bis zu Luftreinigung und Energiegewinnung.

light+building

Es werde Licht
Mit ihrem Leitthema „Energieeffizienz“ setzte die Light + Building ihre Schwerpunkte einerseits auf die Digitalisierung von Licht und Gebäuden sowie andererseits auf „Das Gebäude als grünes Kraftwerk“. Und seit 2012 gibt es eine weitere Messe im Portfolio der Messe Frankfurt: Light India.

Referenten, Vertreter der Branche und Forschungsinstitute beleuchteten bei der Kombination aus Kongress und Ausstellung unter anderem Trendthemen wie Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und innovative Produktentwicklungen.



Wasser marsch
Die Water Expo China wird gemeinsam mit der Water Membrane, der Chinese Hydraulic Engineering Society und der Membrane Industry Association of China veranstaltet. Neben der Eco Expo Asia, der Canadian Waste & Recycling Expo sowie der Building Solar China gehört sie zum Bereich Environment.

secutech

INDIA
Sicherheit geht vor
Feuertaupe erfolgreich bestanden: Über 14.000 Besucher kamen zur Erstausgabe der Secutech India „Exhibition and Conference for Electronic Security, Homeland Security and Fire Security“ in Mumbai. Die Secutech India ist Teil des globalen Netzwerks von insgesamt sieben Sicherheitsmessen der Messe Frankfurt.

cleanzone

Sauberer Neuzugang
Der Impuls für eine Veranstaltung zur Reinraumtechnologie kam aus der Branche selbst: Insgesamt rund 600 Teilnehmer aus 13 Ländern und den verschiedensten Anwendungsbereichen besuchten die Erstausgabe der internationalen Fachmesse mit Kongress, über ein Viertel der Besucher reiste aus dem europäischen Ausland und aus Übersee an.

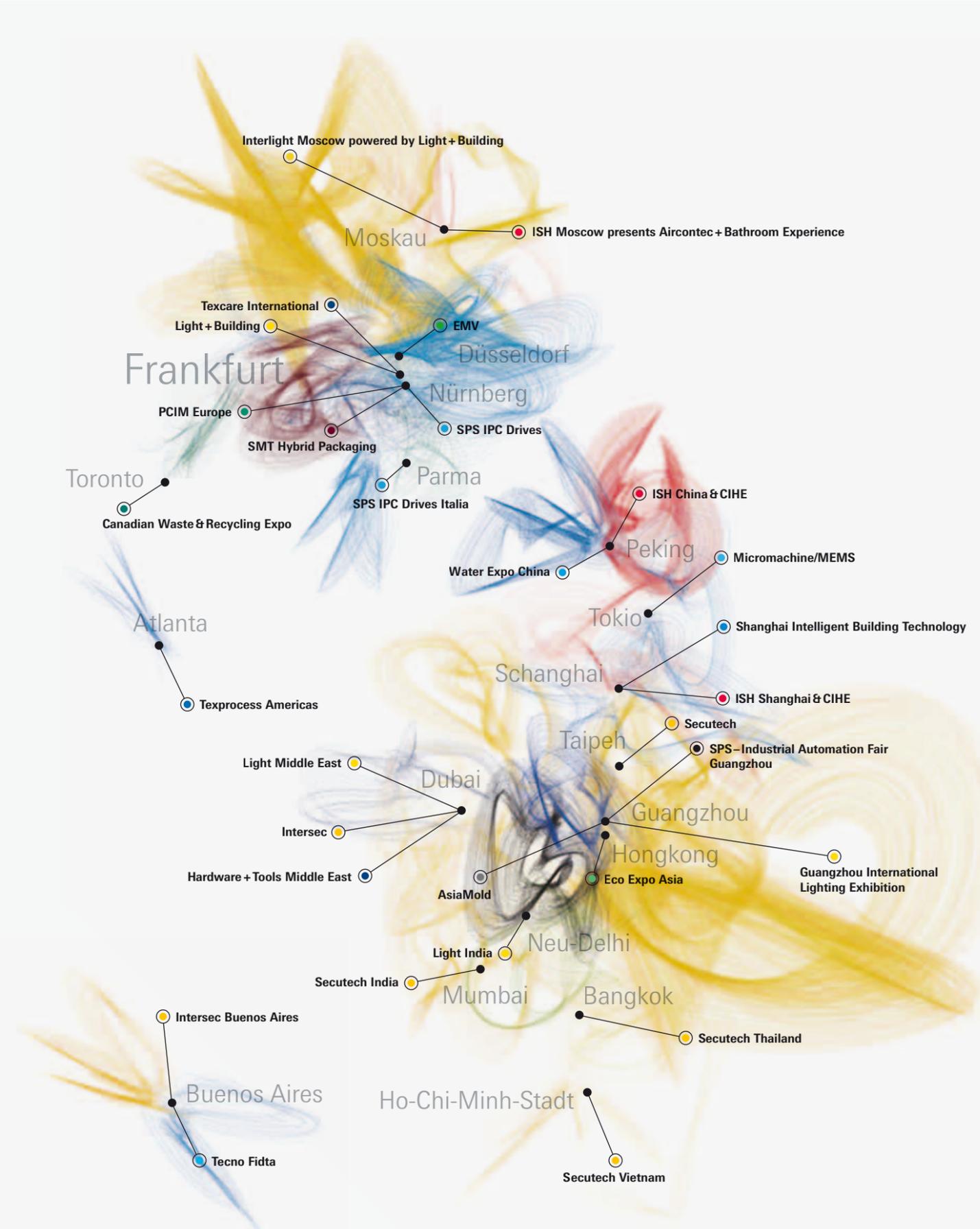


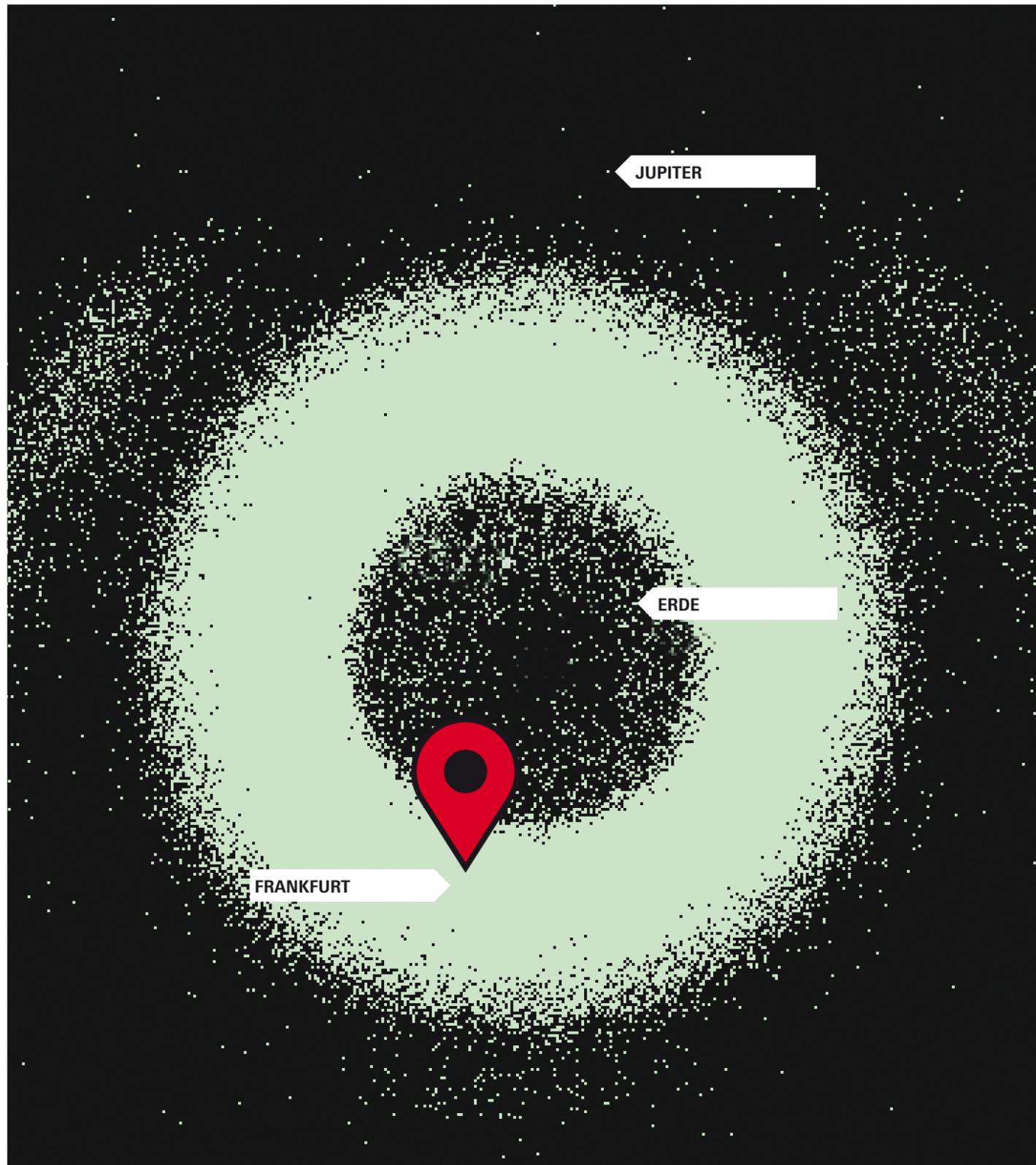
Technologien Märkte bieten
Seit rund drei Jahrzehnten veranstaltet das Tochterunternehmen Mesago Messe Frankfurt mit Erfolg und Leidenschaft Messen und Kongresse zu fokussierten Themengebieten. Mehr als 2.700 Aussteller und über 100.000 Fachbesucher und Kongressteilnehmer profitierten 2012 von Mesago-Veranstaltungen. Beispiele sind die SPS IPC Drives, die SMT Hybrid Packaging, die PCIM und die EMV.

texcare

international
Die Textilflüsterer
Alle vier Jahre präsentiert sich bei der Weltleitmesse Texcare International die Wäscherei-, Reinigungs- und Miettextilien-Branche. Ebenfalls alle vier Jahre, jedoch um zwei Jahre versetzt zur Texcare International, lädt das Texcare-Forum nach Frankfurt ein. Hocharrangige

Farben	stehen für Messen	die Farben entsprechen den Logos der jeweiligen Messe
Linien	stehen für Besucher	je mehr Linien, desto mehr Besucher hat eine Messe
Linienabstände	stehen für Aussteller	je breiter die Bänder, die aus den einzelnen Linien geformt werden, desto mehr Aussteller hat eine Messe
Radius	steht für Internationalität	je größer der Radius der Linien, desto mehr internationale Aussteller/Besucher hat eine Messe im Verhältnis zu inländischen



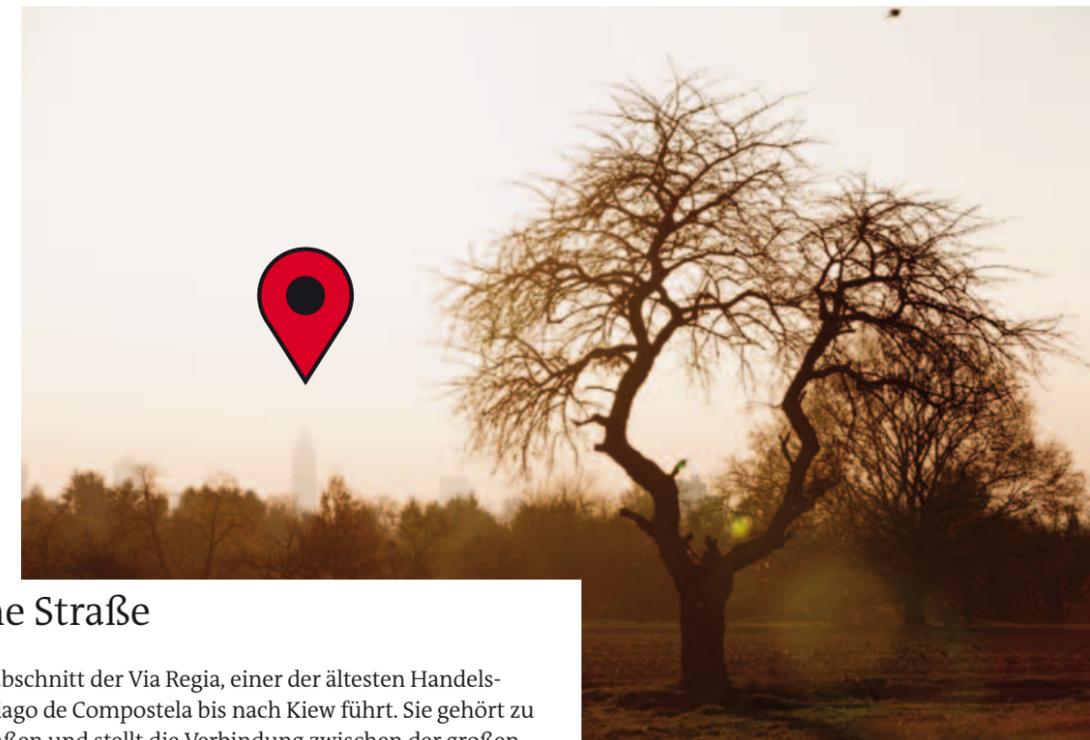


Frank|furt: 204852

Frankfurt ist ein Asteroid im so genannten „Hauptgürtel“, der sich zwischen Jupiter und Erde befindet. Er wurde am 15. September 2007 von Erwin Schwab und Rainer Kling am Taunus-Observatorium des Physikalischen Vereins Frankfurt entdeckt.

Regional und Global | Frankfurt war schon immer überall

Frankfurt ist nicht zufällig der Standort der Messe Frankfurt. Gemessen an den großen Metropolen der Welt, ist es eine Stadt von überschaubaren Ausmaßen. Das ist auch gut so, denn Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht und Menschen brauchen Nähe. Der Ruf von Frankfurt reicht indes weiter als man vermuten würde – viel weiter. Warum sonst würde sich ein 280 Millionen Kilometer entfernter Asteroid mit dem Namen „Frankfurt“ schmücken? Frankfurt steht auf der ganzen Welt (und offensichtlich weit darüber hinaus) für eine lange Tradition des Handels, für gute Verbindungen und neue Ideen – kann es einen besseren Ort für eine Messe geben?



Frank|furt: Hohe Straße

Die Hohe Straße ist der Teilabschnitt der Via Regia, einer der ältesten Handelsverbindungen, die von Santiago de Compostela bis nach Kiew führt. Sie gehört zu einem Netz von Handelsstraßen und stellt die Verbindung zwischen der großen deutschen Messestadt Frankfurt und anderen wichtigen Handelsstädten her. Über sie wurde der überregionale Handel und Warenaustausch abgewickelt: Aus dem Westen kamen die Tuche Flanderns, aus dem Osten Holz, Felle, Wachs und Honig, und die Mitte steuerte den Färberwaid des Thüringer Beckens, ein Kreuzblütengewächs zur Gewinnung von Indigo-Blau, sowie die Bergbauprodukte Obersachsens bei.



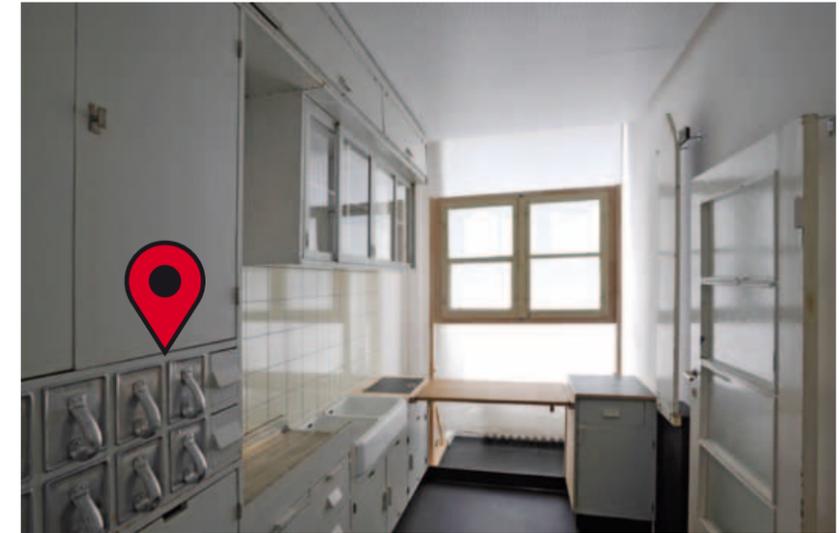
Frank|furt: DE-CIX

Dieser Internet-Knotenpunkt in Frankfurt ist mit einem Datendurchsatz von derzeit bis zu zwei Terabit pro Sekunde der größte Internet-Knoten der Welt. Aus mehreren Rechenzentren und Back-up-Standorten, die über die gesamte Stadt verteilt sind, werden Serveranfragen aus der ganzen Welt gesammelt und weiter verschickt.



Frank|furt: Kaiser Friedrich II.

Die historischen Wurzeln der Frankfurter Messe reichen zurück bis ins Jahr 1240, als Kaiser Friedrich II. der Stadt das Messeprivileg gewährte. Damit ist sie der älteste Messeplatz der Welt. Die ersten Messen waren die Herbstmesse (1240), die Frühjahrsmesse (1330) und die Buchmesse (1485).



Frank|furt: Frankfurter Küche

Die Frankfurter Küche gilt als Urtyp der modernen Einbauküche und wurde 1926 von der Wiener Architektin Margarete Schütte-Lihotzky im Auftrag des damaligen Frankfurter Siedlungsdezernenten Ernst May entworfen. Ziel war es, die Handlungsabläufe in der Küche zu rationalisieren und das Arbeiten zu vereinfachen. Die Nachfolgemodelle sind heute auf der ganzen Welt zu finden.



Frank|fort: Kentucky

Frankfort ist die Hauptstadt des Bundesstaates Kentucky – und eine Stadt in Alabama, Illinois, Indiana, Kansas, Maine, Michigan, Missouri, Nebraska, New York, New Jersey, Ohio, Oklahoma, South Dakota, Tennessee und Wisconsin. In Maine gab es ursprünglich ein weiteres Frankfort, das aber 1794 in Dresden umbenannt wurde. Frankfort in Wisconsin liegt nur wenige Kilometer westlich von Wien (ebenfalls Wisconsin).



Frankfurt: 25 Jahre China (und noch weiter)

Mit der Interstoff fing alles an: 1987 in Hongkong als Ableger der damals noch in Frankfurt stattfindenden Textilmesse geplant, markiert die Interstoff Asia den Beginn des Auslandsgeschäfts der Messe Frankfurt. Ob den Verantwortlichen damals bewusst war, dass das nur der Auftakt einer beispiellosen Erfolgsgeschichte werden sollte, ist heute im verklärten Nebel der Erinnerung nicht mehr festzustellen – zumal dieses Unternehmen nicht ohne Risiko war und ein Erfolg alles andere als sicher. Klar ist aber, dass das Management damals viel Weitsicht gezeigt hat, denn heute erwirtschaftet die Messe Frankfurt fast ein Drittel ihres Umsatzes im Ausland und von den 109 Messen, die 2012 durchgeführt wurden, fanden nahezu zwei Drittel im Ausland statt.

Der Grund für diesen Schritt war die Überlegung, dass – obwohl die Messe Frankfurt ein äußerst internationaler Messestandort ist – immer nur ein kleiner Teil der potenziellen Aussteller und Besucher aus dem Ausland sich auf den Weg nach Frankfurt machen würde. Kommen sie also nicht zur Messe, so muss die Messe eben zu ihnen kommen.

Damit wurde nicht nur den deutschen Unternehmen, die traditionell in Frankfurt auf den großen Leitmesse vertreten waren, die Tür zur Globalisierung ihres Geschäftes weit aufgestoßen. Immer mehr ausländische Aussteller und Besucher finden seitdem auch ihren Weg zu den großen Messen in Frankfurt, nachdem sie die unterschiedlichen Veranstaltungsmarken im Ausland kennen gelernt haben – eine Win-win-Situation.

In Zahlen liest sich das so: 2012 kamen zu den 14 Messen am Standort Frankfurt 72 Prozent der Aussteller und 46,3 Prozent der Besucher aus dem Ausland. An den 68 Messen und Veranstaltungen der Messe Frankfurt im Ausland waren 34.431 Aussteller beteiligt und es wurden rund 1,2 Millionen Besucher auf 791.785 Quadratmetern empfangen.

Frankfurt ist also tatsächlich überall – doch das wussten wir ja irgendwie schon immer.

From: Stephan Buurma/Messe Frankfurt To: Justin Huang/Taiwan Textile Federation
Re: Unsere gemeinsame Geschichte

Lieber Justin,
ich habe mal nachgerechnet: Ich bin in dem Jahr nach Hongkong gekommen, in dem Du Generalsekretär der Taiwan Textile Federation (TTF) geworden bist. Das ist jetzt ziemlich genau zwölf Jahre her und mir kommt es so vor, als wäre es erst gestern gewesen. Wenn ich allerdings daran denke, was hier in Hongkong, China und Taiwan in dieser Zeit passiert ist und wie viel sich geändert hat, fühlt es sich eher an wie 50 Jahre.

Aus den 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hier bei der Messe Frankfurt in China sind in der kurzen Zeit rund 330 geworden und der Umsatz hat sich verzehnfacht auf über 100 Millionen Euro.

Was mich allerdings noch mehr fasziniert, ist die Entwicklung in China und Südostasien insgesamt. Ich glaube, es gibt keine Region auf der Welt, die sich so schnell und dynamisch verändert. Das ist spektakulär und in der Weltgeschichte einmalig. Viele Menschen in Europa wissen das zwar – aber ich glaube, um es richtig verstehen zu können, muss man das hier vor Ort miterleben.

Viele Grüße
Stephan

From: Stephan Buurma/Messe Frankfurt To: Justin Huang/Taiwan Textile Federation
Re/Re/Re: Unsere gemeinsame Geschichte

Lieber Justin,
ja, Dein Riecher für die richtigen Märkte und Strategien hat uns schon oft geholfen. Ohne die Unterstützung von Dir und dem TTF wären wir als Messe Frankfurt in Taiwan und China sicherlich nicht da, wo wir heute sind.

Für eine Messegesellschaft ist es wichtig, ein Gespür für Entwicklungen und kulturelle Eigenheiten zu haben – gerade wenn man sich in einem internationalen Umfeld mit so großen kulturellen Unterschieden bewegt. Neue Messen zu platzieren ist immer auch ein Stückchen „Trial and Error“ – ab und zu waren unsere Ideen auch nur „Error“.

Doch von den 40 Messen, die wir hier in der Vergangenheit neu lanciert haben, war der weit überwiegende Teil ein Riesenerfolg. Einige der Messen – zum Beispiel die Techtexil – sind heute die größten ihrer Branche weltweit.

Also, danke vielmals für Deinen tollen Riecher.

Viele Grüße
Stephan

From: Stephan Buurma/Messe Frankfurt To: Justin Huang/Taiwan Textile Federation
Re/Re/Re/Re: Unsere gemeinsame Geschichte

Lieber Justin,
das ist ein Deal. Wir sind hiermit in zwölf Jahren verabredet, um dann nochmals einen Blick zurück zu werfen. Ich bin mir sicher, dass wir uns das heute nicht im Geringsten vorstellen können ... oder vielleicht doch?! Denn die beste Art, die Zukunft vorherzusagen, ist es, sie zu erfinden. Und das haben wir bisher zusammen ganz gut hinbekommen, finde ich.

Viele Grüße
Stephan

From: Justin Huang/Taiwan Textile Federation To: Stephan Buurma/Messe Frankfurt
Re/Re: Unsere gemeinsame Geschichte

Lieber Stephan,
da hast Du recht.
Auch ich traue manchmal meinen eigenen Augen nicht.

Mit dem Tempo hier mitzuhalten ist eine große Herausforderung. Die Textilindustrie in Taiwan zum Beispiel ist nicht mehr wiederzuerkennen: Vor zehn Jahren haben wir hier hauptsächlich auf Massenproduktion gesetzt. Dieses ganze Produktionssegment ist in den letzten Jahren in einer atemberaubenden Geschwindigkeit nach China abgewandert und unsere Industrie musste sich komplett neu erfinden.

Heute spielen Know-how, Forschung und die Entwicklung neuer Technologien die größte Rolle für uns. Textilien sind ja nicht mehr einfach nur Stoffe, sondern High-Tech-Materialien geworden, die beinahe alles können. Bei Sport-Textilien liegt das auf der Hand. Es gibt aber auch viele andere Bereiche, bei denen beispielsweise elektronische Komponenten in Stoffe eingearbeitet werden und so im Gesundheitsbereich oder Maschinenbau relevant werden. Da haben wir den richtigen Riecher gehabt und zur richtigen Zeit in die richtigen Märkte investiert.

Viele Grüße
Justin

From: Justin Huang/Taiwan Textile Federation To: Stephan Buurma/Messe Frankfurt
Re/Re/Re/Re: Unsere gemeinsame Geschichte

Lieber Stephan,
Partnerschaft ist keine Einbahnstraße.
Auch wir profitieren hier enorm von den erfolgreichen Veranstaltungen der Messe Frankfurt. Ein Markt entwickelt sich immer dort, wo sich Menschen treffen und austauschen. So entstehen dann Partnerschaften, neue Produkte und manchmal auch Freundschaften.

Ich bin mal gespannt, was wir in zwölf Jahren sagen werden und auf welche Geschichten wir dann zurückblicken können. Es ist ein tolles Gefühl, bei der Entstehung von ganzen Industrien dabei sein zu können und Teil einer gemeinsamen Erfolgsgeschichte zu sein.

Viele Grüße
Justin

Die Messe Frankfurt veranstaltet rund um den Globus einige der führenden Messeformate der weltweiten Konsumgüterbranche. Neben der Leitmesse in Frankfurt werden unter der Marke Ambiente Veranstaltungen in Tokio und Schanghai durchgeführt. Die Messen Beautyworld und Paperworld sind neben den Veranstaltungen in Frankfurt auch in Asien, dem Mittleren Osten und Russland vertreten. Ab 2013 bekommt das Geschäftsfeld Consumer Goods & Leisure Zuwachs: Die Fachmesse Ecostyle ist die erste Informations- und Orderplattform für geprüft nachhaltige Konsumgüter und wird parallel zur Tendence stattfinden.

ambiente

Das Flaggschiff heißt Ambiente
Royaler Besuch auf der weltgrößten Konsumgütermesse: Aus dem hohen Norden reiste Prinzessin Benedikte von Dänemark an, um ihr Land – 2012 Partnerland der Ambiente – würdig in Frankfurt zu vertreten. Innovative und praktische Produktneuerheiten für Haushalt und Küche zeigte die Ambiente in ihrer neuen Sonderschau „Solutions“. Erstmals auf der Ambiente unterwegs: Junge Trendscouts der niederländischen Fontys University of Applied Sciences. Gesucht: zukunftsweisende, innovative Produkte.

tendence

Tendenzen im Herbst
Zur traditionellen Messe der Konsumgüterbranche in der zweiten Jahreshälfte gab es ein Jubiläum der besonderen Art: Aus elf Jahren „Talents“ zeigten elf ehemalige Nachwuchsdesigner in der Jubiläumssonderschau „Talents 10 + 1“, was aus ihnen geworden ist. Novum für 2013: Im Sinne der Aussteller und Besucher wird der Veranstaltungszeitraum der Tendence auf vier Tage optimiert. Parallel wird zudem erstmals die Ecostyle, Konsumgütermesse für nachhaltige Produkte, und die Webchance, Fachmesse für Vortragsforen zum Thema Werben und Verkaufen im Internet, durchgeführt.

christmasworld

Nach Weihnachten ist vor Weihnachten
Angefangen bei Weihnachten zeigt die im Januar stattfindende Messe die Deko-Trends für alle Feste im Jahr: Der französische Designer Jean Paul Gaultier brachte im Rahmen der erstmaligen Kooperation mit Les Sapins de Noël des Créateurs seine Interpretation

eines Weihnachtsbaums mit. In der Sonderschau Happy Christmasworld zeigten die Designer von 2Dezign eine stimmungsvolle Inszenierung zur Vielfalt des Themas „Weihnachten und saisonale Dekoration“. Für 2013 wird ein neues Businessprogramm für Einkäufer von Konzept-Dekorationen mit Anregungen und Ideen zur Großflächen- und Objektdekoratation beispielsweise in Shoppingcentern oder großen öffentlichen Gebäuden eingeführt.

paperworld creativeworld

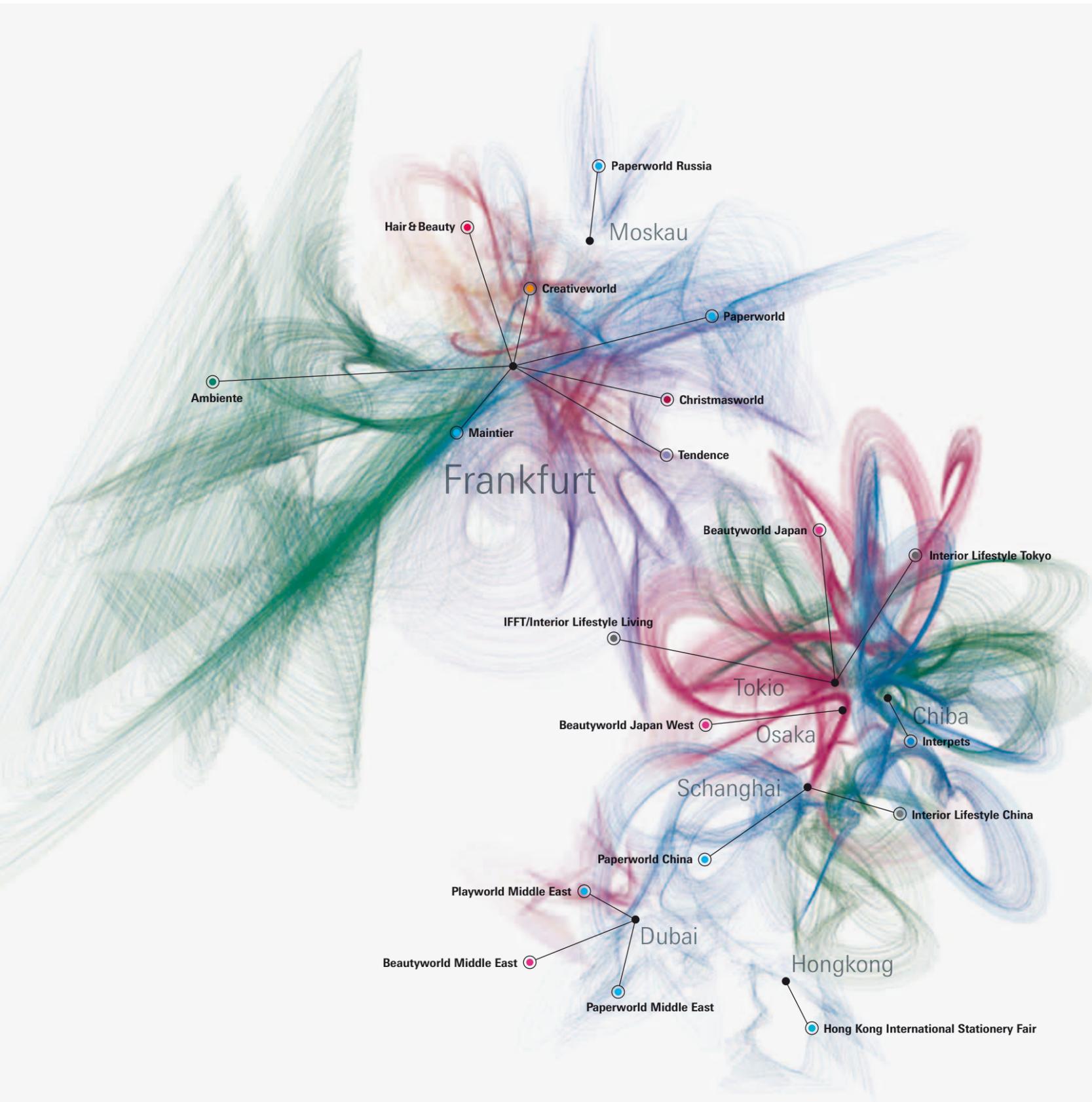
Zweifach beliebt
Gemeinsam mit der zeitgleich stattfindenden Christmasworld war das Messeduo Anziehungspunkt für rund 87.000 internationale Einkäufer und ist damit eine der internationalsten Messen im Portfolio der Messe Frankfurt. Um die beiden Messen noch besser auf die Bedürfnisse der Branchen rund um Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Bastel- und Künstlerbedarf abzustimmen, wird ihre Veranstaltungsstruktur 2013 angepasst: Unter anderem werden die Produktgruppen neu angeordnet.

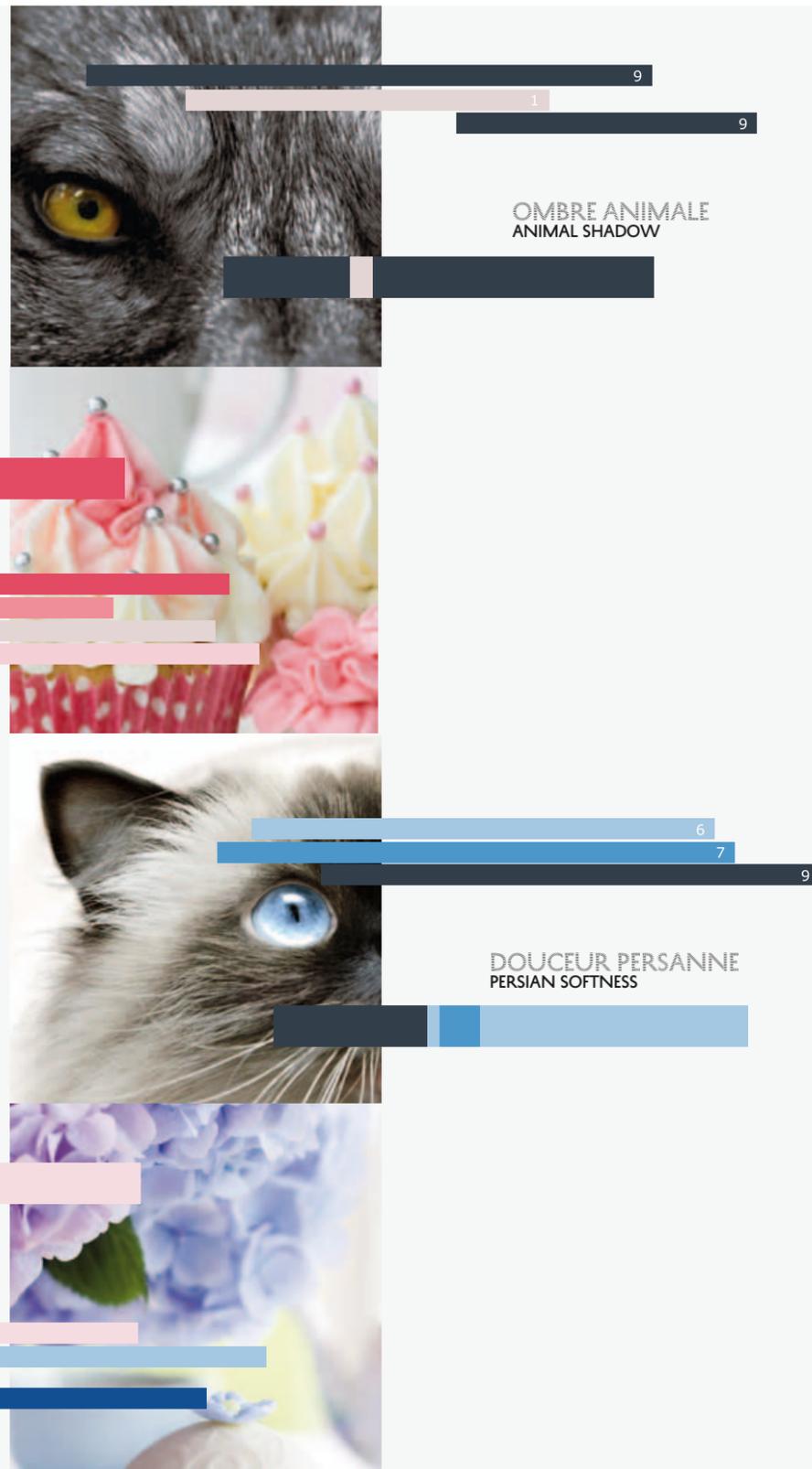
beautyworld

JAPAN
Schönheit auf Japanisch
Die Beautyworld Japan verzeichnet seit ihrer Premiere im Jahr 1998 ein wachsendes Angebotsspektrum und steigende Besucherzahlen. Heute ist sie nicht nur eine der erfolgreichsten Schönheitsmessen, sondern gleichzeitig der Marktführer im bedeutendsten Kosmetikmarkt Asiens. Auch die Beautyworld Middle East wächst und ist in der internationalen Kosmetikbranche die Messe mit der höchsten Internationalitätsrate an Besuchern und Ausstellern.

Farben stehen für Messen
Linien stehen für Besucher
Linienabstände stehen für Aussteller
Radius steht für Internationalität

die Farben entsprechen den Logos der jeweiligen Messe
je mehr Linien, desto mehr Besucher hat eine Messe
je breiter die Bänder, die aus den einzelnen Linien geformt werden, desto mehr Aussteller hat eine Messe
je größer der Radius der Linien, desto mehr internationale Aussteller/Besucher hat eine Messe im Verhältnis zu inländischen





DIE STIL-PROPHETEN
 TEXTILES & TEXTILE TECHNOLOGIES
 MESSE: Texworld

„In Paris tragen das jetzt alle.“ Wer diesen Satz hört, weiß, dass er hoffnungslos von gestern ist und mal wieder den Trend verpasst hat. Damit das nicht passieren kann, gibt die Messe Frankfurt jedes Jahr gemeinsam mit dem Trendbüro 2G2L Fashion Design die Texworld-Trendberichte Spring/Summer und Autumn/Winter heraus. Unter der künstlerischen Leitung von Louis Gérin and Grégory Lamaud wagt ein Team von Stylisten, Designern und Grafikern einen Blick in die kommende Saison. Von besonderem Interesse sind dabei stets die Farbwelten, die die Kollektionen beeinflussen werden.

Zukunft | Vom Vogelflug zum Megatrend

Seit Menschengedenken wollen wir gerne wissen, was morgen passieren wird. Die Griechen haben zu diesem Zweck den Vogelflug beobachtet und die Germanen glaubten, die Zukunft aus den Eingeweiden von Opfertieren vorhersagen zu können. Wem diese Praktiken vage erscheinen, empfehlen wir, eine unserer Messen rund um den Globus zu besuchen, denn hier werden Trends gesetzt, hier entstehen neue Entwicklungen – nicht nur Prophezeihungen. Wir stellen Menschen vor, die das Gras wachsen hören, Unternehmen, in denen die Zukunft heute schon stattfindet und verraten, was wir in unserer Glaskugel sehen können ...

Prognosen und Prophezeihungen

Natürlich kann niemand die Zukunft vorhersagen. Das bedeutet aber nicht, dass man keine Aussagen über die Zukunft machen könnte. Man muss dabei allerdings zwischen Prophezeiung und Prognose unterscheiden. Zukunfts- und Trendforschung hat sich zu einer ernst zu nehmenden Wissenschaft entwickelt, die eine Vielzahl von Disziplinen – von der Soziologie über Statistik bis hin zur Kulturwissenschaft – verbindet. Dabei werden keine singulären Ereignisse vorausgesagt. „Es geht darum zu verstehen, wie gesellschaftliche, ökonomische und kulturelle Systeme funktionieren, welche Megatrends die Grundlage der globalen Entwicklungen sind. Dann kann man relativ verlässliche Aussagen über die Zukunft machen“, sagt Matthias Horx, Gründer und Geschäftsführer des Zukunftsinstitutes, eines der renommiertesten Think-Tanks der europäischen Zukunftsforschung.

Die Messe als Glaskugel

Egal, ob kurzfristige Trends beobachtet werden sollen oder der Blick in die ferne Zukunft gerichtet wird – alles beginnt mit der Beobachtung der Gegenwart. Denn die Zukunft fällt nicht einfach vom Himmel, sondern ist immer die Fortsetzung dessen, was heute passiert. Messen sind ein hervorragender Ort, um solche Beobachtungen zu machen. Wo sonst werden so viele Neuentwicklungen und Markteinführungen auf kleinem Raum sichtbar? Wo kann man

besser sehen, womit sich Unternehmen und Institutionen beschäftigen? Wo werden mehr neue Ideen getestet, um wertvolle Informationen für die Weiterentwicklung zu bekommen? Fast könnte man sich die Messe Frankfurt als eine große Glaskugel vorstellen, in der sich Zukunftsimpulse bereits heute abzeichnen.

Scouting, Management-Reports und Trend Tables

Um all das zusammenzufassen und zugänglich zu machen, führt die Messe Frankfurt regelmäßig Projekte in der Trend- und Zukunftsforschung durch. So waren 2012 die Trendscouts der Fontys Universität auf der Ambiente unterwegs, um anhand der dort präsentierten Produkte Trends im Konsumgüterbereich zu identifizieren. Gemeinsam mit dem Zukunftsinstitut von Matthias Horx hat die Messe Frankfurt bereits eine lange Reihe von Publikationen herausgegeben, unter anderem den Heimtextil Management Report „Individualisierung und die neuen Märkte der Identität“. Auch Ambiente, Tendence sowie Automechanika erstellen regelmäßig Management- und Service-Reports, die aktuellste Strömungen der Branche und der Gesellschaft genauestens unter die Lupe nehmen.

Sollten Sie neugierig geworden sein, finden Sie hier alle Management-Reports der Messe Frankfurt aus dem Jahr 2012 zum Download: <http://m-es.se/t8XN>



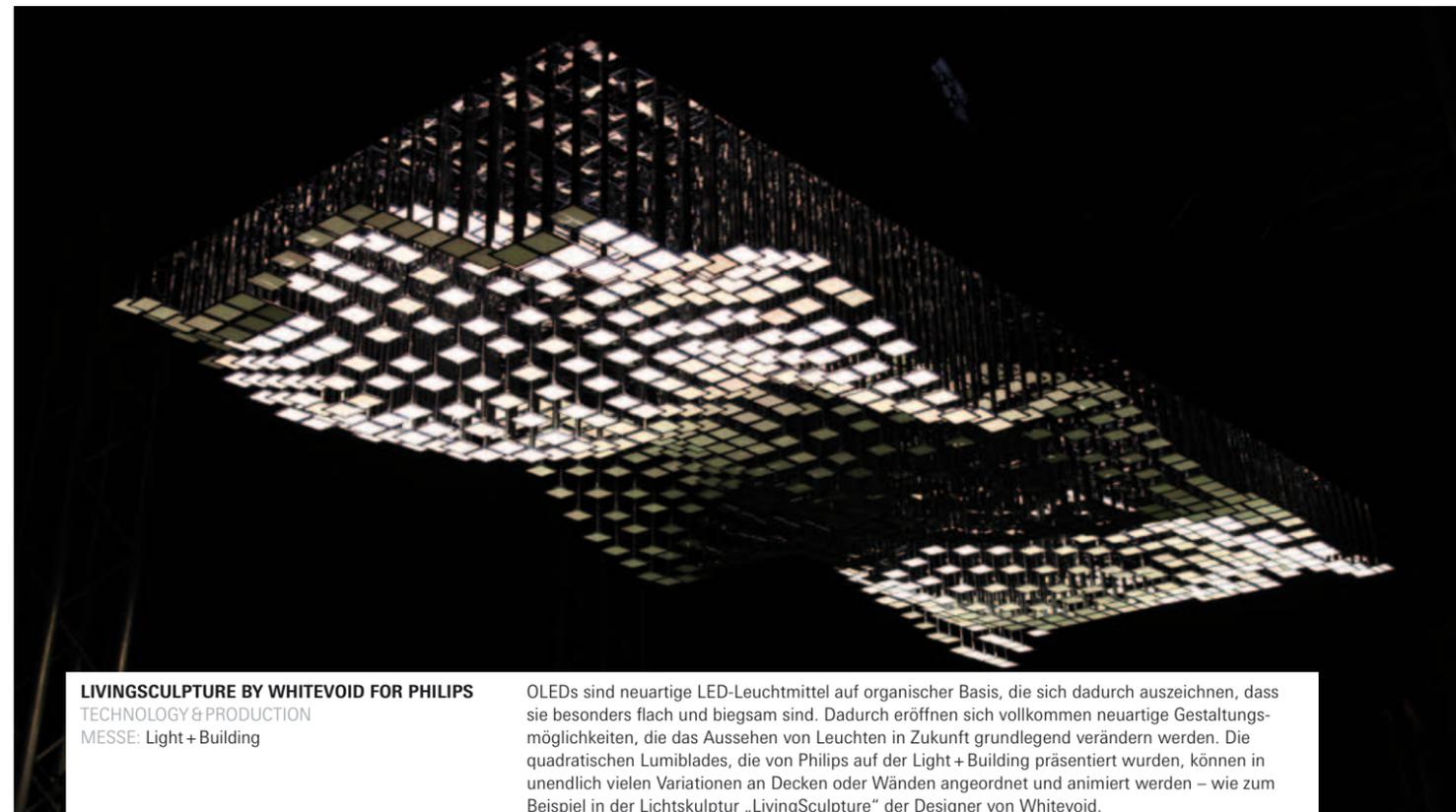
CUBIFY
GASTMESSEN, KONGRESSE & EVENTS
MESSE: Euromold

Mit dem 3D-Drucker von CubeX lassen sich einfache Objekte in der Größe eines Basketballs ausdrucken. Dazu muss man sich lediglich die 3D-Daten von der Cubify-Website herunterladen und auf den Drucker schicken – fertig ist die Handtasche, das Armband oder die Action-Figur. Nutzer der Cubify-Plattform können die Baupläne von Designern benutzen oder eigene Objekte entwerfen und mit anderen Nutzern teilen.



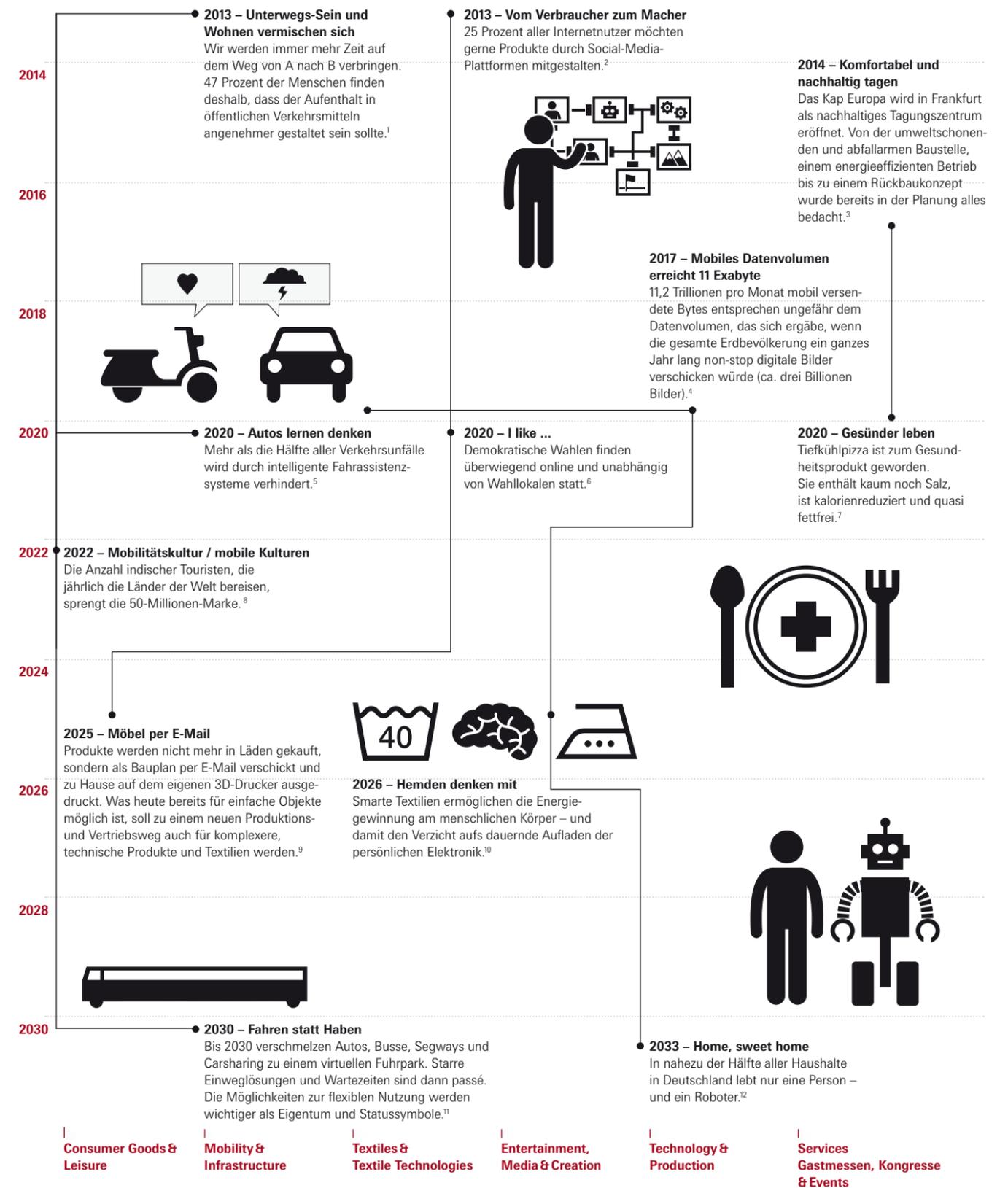
PARKATMYHOUSE
MOBILITY & INFRASTRUCTURE
MESSE: Automechanika

Seit 2008 leben mehr Menschen in Städten als auf dem Land. Dieser Trend macht neue Mobilitätskonzepte für zukünftige Megacities notwendig. „ParkatmyHouse“ ist ein neuer Service im Rahmen des E-Mobility-Konzeptes „BMW i“. Hausbesitzer und Parkplatzsuchende werden durch eine mobile App miteinander verbunden, um Parkplätze von privat an privat zu vermieten – für wenige Stunden oder dauerhaft.



LIVINGSCULPTURE BY WHITEVOID FOR PHILIPS
TECHNOLOGY & PRODUCTION
MESSE: Light + Building

OLEDs sind neuartige LED-Leuchtmittel auf organischer Basis, die sich dadurch auszeichnen, dass sie besonders flach und biegsam sind. Dadurch eröffnen sich vollkommen neuartige Gestaltungsmöglichkeiten, die das Aussehen von Leuchten in Zukunft grundlegend verändern werden. Die quadratischen Lumiblades, die von Philips auf der Light + Building präsentiert wurden, können in unendlich vielen Variationen an Decken oder Wänden angeordnet und animiert werden – wie zum Beispiel in der Lichtskulptur „LivingSculpture“ der Designer von Whitevoid.



Quellen

- 1 Heimtextil Management Report „Individualisierung und die neuen Märkte der Identität“, Messe Frankfurt und Zukunftsinstitut, 2012
- 2 Presseinformation, 4.3.2013, Bitcom – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.
- 3 www.kapeuropa.de
- 4 Cisco Visual Networking Index (VNI), Global Mobile Data Traffic Forecast 2013
- 5 Autos mit Köpfchen, Frank Stern, Allianz Wissen, 29.3.2013
- 6, 10, 11 „So leben wir 2030“, Focus-Serie, 2010
- 7, 9 „Welche Technik bis 2025 entwickelt wird“, Wirtschaftswoche, 21.2013
- 8 Gemeinsame Studie der European Travel Commission und der UNWTO (Welttourismusorganisation der UNO), 2009
- 11 „Barometer zur Mobilität der Zukunft“, Institut für Zukunftsforschung und Wissensmanagement und Automotive Institute for Management in Zeit Online vom 13.12.2012
- 12 „Single Boom, Deutschland wird zur Republik der Mini-Haushalte“, Spiegel Online, 30.3.2011

Textilien sind wahre Alleskönner: Kahle Räume verwandeln sie im Nu in Wohlfühloasen, Mode-Designer zaubern raffinierte High-End-Fashion und textile Gefäßprothesen retten bei arteriellen Verengungen Leben. So vielfältig die Anwendungsmöglichkeiten, so umfangreich die textile Expertise der Messe Frankfurt: Im „Texpertise Network“ bündelt die Unternehmensgruppe nicht nur ihre umfassende Erfahrung und Kompetenz, sondern deckt darüber hinaus die gesamte textile Wertschöpfungskette von Apparel Fabrics & Fashion, Interior & Contract Textiles sowie Technical Textiles ab.

heimtextil

Megatrend Individualisierung

Wie wird sich die Gesellschaft verändern? Welchen Lebensstil wird der Einzelne künftig wählen? Was für Werte werden zählen – gerade vor dem Hintergrund der zunehmenden Individualisierung? Antworten darauf gibt der Management-Report „Individualisierung und die neuen Märkte der Identität“, der anlässlich der Heimtextil 2012, der größten Fachhandelsmesse für Wohn- und Objekttextilien, in Zusammenarbeit mit dem renommierten Zukunftsinstitut entstanden ist. Third Place Living, Soft Health Identity, Sustainability, Branded Workstyles und Curated Anything – in fünf möglichen Szenarien, die alles rund um die Themen Leben, Wohnen, Arbeiten, Kaufen und Konsumieren ganz genau unter die Lupe nehmen, werden die Trends und Impulse von morgen beschrieben.



techtexsil

Gratulation

Jedes Jahr zeichnet der „Trade Show Executive Gold 100 Awards & Summit“ die hundert größten Fachmessen des Jahres sowie darüber hinaus nochmals 14 Veranstaltungen für ihre besonderen Leistungen aus. 2012 ging der Award „Top Show Brand in Number of Shows Worldwide“ an die Techtexsil, Fachmesse für technische Textilien und Vliesstoffe. Begründung: Die Messe Frankfurt hat ein beeindruckendes globales Messe-Netzwerk unter dem Techtexsil-Brand geschaffen. Die Leitmesse der Techtexsil findet alle zwei Jahre in Frankfurt statt, weitere Techtexsil-Messen werden in China, Indien, Russland und den USA veranstaltet.

TEXWORLD

Geburtstagsständchen mal zwei

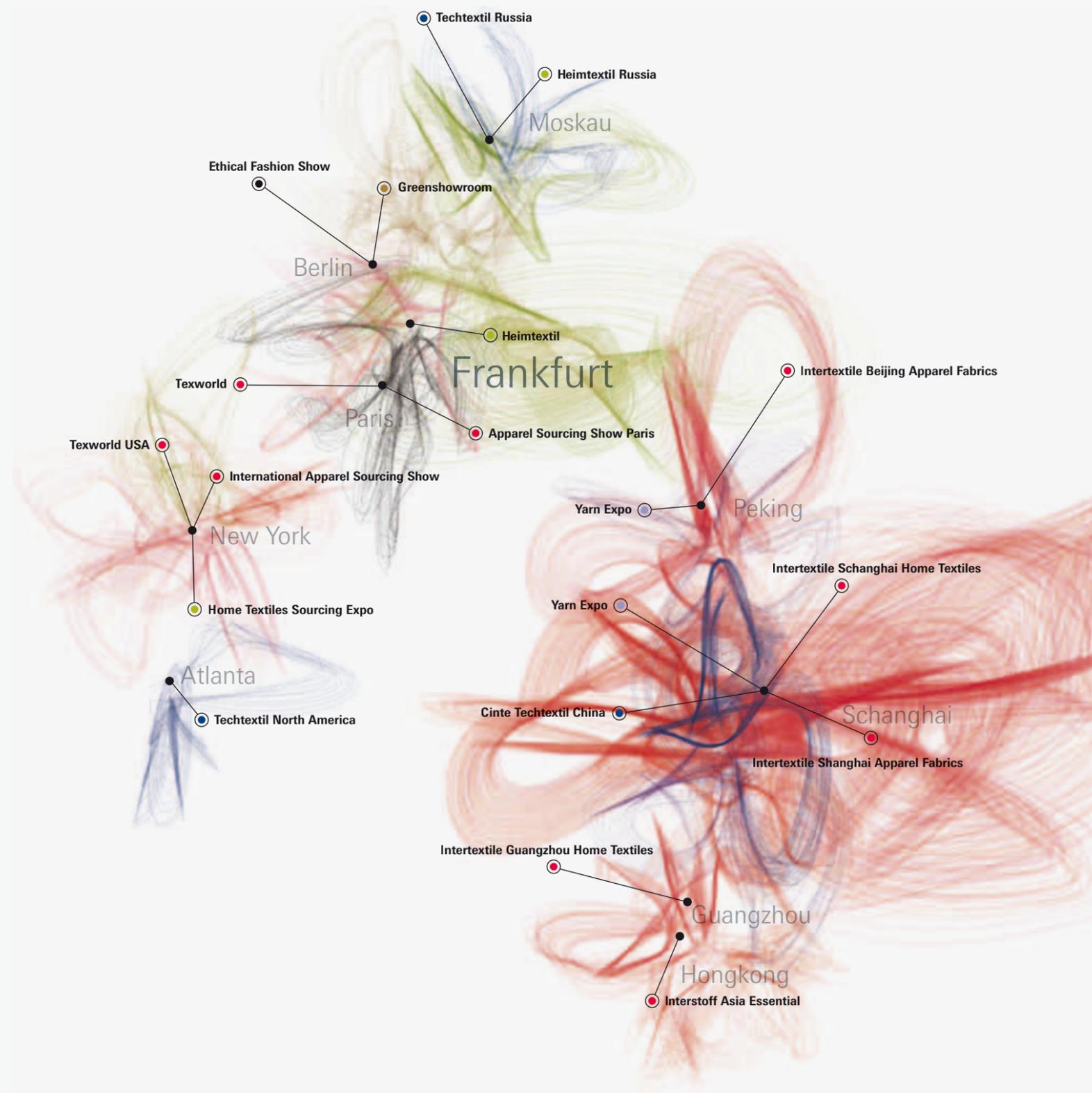
In Paris wurde 2012 kräftig gefeiert: Die von Daniel Rubinstein begründete Texworld schaute auf 15 erfolgreiche Jahre als internationale Plattform für Fashion und Textil zurück. Unter der Ägide der Messe Frankfurt France – die 2012 ebenfalls einen runden, nämlich zehnjährigen Geburtstag feierte – wurde die Texworld konsequent weiterentwickelt und gehört heute zum Pflichtprogramm internationaler Modedesigner, Ready-to-wear-Labels, Trendscouts und -agenturen sowie von Modeschulen.



Grünes Show-Doppel bei der Berlin Fashion Week
Die Tendenz ist klar zu erkennen: Grüne Mode ist schon lange kein Nischenprodukt mehr, das Interesse an fairen und zugleich schönen Produkten steigt unaufhörlich. Ein guter Grund fürs erste Mal: Die Ethical Fashion Show für nachhaltige Street- und Casualwear feierte ihr Debüt in Berlin. Ebenfalls im E-Werk und auch zur Berlin Fashion Week fand der inzwischen sechste Greenshowroom für nachhaltige und zeitgemäße High-End-Fashion statt. Der Blick ins Publikum zeigte, dass das Interesse an nachhaltiger Mode inzwischen auch die Promis erreicht hat: Zahlreiche deutsche Bekanntheiten wie Nina Eichinger, Cosma Shiva Hagen und Cassandra Steen saßen in der Front Row. Auf dem Catwalk: „Germany’s Next Top Model“-Gewinnerin Barbara Meier.

Farben stehen für Messen
Linien stehen für Besucher
Linienabstände stehen für Aussteller
Radius steht für Internationalität

die Farben entsprechen den Logos der jeweiligen Messe
je mehr Linien, desto mehr Besucher hat eine Messe
je breiter die Bänder, die aus den einzelnen Linien geformt werden, desto mehr Aussteller hat eine Messe
je größer der Radius der Linien, desto mehr internationale Aussteller/Besucher hat eine Messe im Verhältnis zu inländischen





SHOW YOUR APP
ENTERTAINMENT, MEDIA & CREATION
MESSE: M-DAYS

Apps sind weit mehr als Programme auf einem Smartphone. Sie durchdringen unseren Alltag und verbinden soziales Leben, Arbeit und Freizeit miteinander. Es gibt Experten, die prophezeien, dass das Internet, so wie wir es heute kennen, in 15 Jahren nicht mehr existent und stattdessen komplett durch Apps ersetzt sein wird. Zu den M-Days der Messe Frankfurt präsentieren Entwickler jedes Jahr ihre innovativsten Smartphone-Programme auf der Website showyourapp.de. Die besten Apps werden von einer Expertenjury jeweils mit einem Preis ausgezeichnet.



Digitale Welt | Schön, dass wir darüber gesprochen haben ...



... könnte Ihr Turnschuh zu Ihrem Kühlschrank sagen, um anschließend gemeinsam einen individuellen Fitnessplan für Sie aufzustellen. „Das Internet verbindet heute nahezu alle Computer auf dieser Welt miteinander. Nun macht es sich auch daran, alle übrigen Geräte miteinander zu verbinden“, sagt Friedemann Mattern, Professor an der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich und zeichnet damit das Bild einer Welt, in der Computer überall sind – und nirgends!

Denn Computer werden, so Mattern weiter, mehr und mehr verschwinden – zumindest in ihrer heutigen Form als PC. Ihre Funktionalitäten als Informationsverarbeiter aber werden überall und in jedem Ding vorhanden sein. Eine Vorstellung, die bei einigen Menschen Euphorie auslöst – viele andere aber laut aufstöhnen lässt. Wenn schon heute mein Computer nie tut, was ich will, was wird dann erst passieren, wenn auch noch meine Socken einen Chip haben und mit meiner Kaffeemaschine auf Facebook befreundet sind? Und was ist mit dem Datenschutz? Muss wirklich die ganze Welt wissen, dass ich auf Schlager aus den 70ern stehe und zu viele Lebensmittel wegwerfe?

Diese Sorgen sind durchaus berechtigt und stellen nur einen Teil der Herausforderungen dar bei der Entwicklung dessen, was heute im Allgemeinen als das „Internet der Dinge“ bezeichnet wird: der weltweiten Verknüpfung von Menschen, Gegenständen und Dienstleistungen.

Wie so oft im Leben stehen Risiken aber auch Chancen gegenüber. So ermöglichen „smarte Dinge“ nicht nur neue Geschäftsmodelle, sondern können auch das Alltagsleben einfacher machen und sozialen Nutzen stiften. Wenn wir beispielsweise genau wüssten, woher ein Apfel kommt, könnten wir bewusster einkaufen und gezielt kleine, regionale Bauernhöfe unterstützen. Wenn unser Werkzeugkasten eine Homepage hätte, könnten wir ein Mikro-Unternehmen gründen und den Inhalt des Kastens an

Menschen in der Umgebung verleihen – denn wer braucht schon eine eigene Bohrmaschine, nur weil man einmal im Jahr ein Bild aufhängen möchte? Verlorene Gegenstände würden sich selbständig im Fundbüro melden und unsere Stromrechnung ließe sich signifikant reduzieren, wenn wir nur genau wüssten, wo welches Gerät gerade sinnlos Strom verbraucht. Aber auch für Unternehmen und für öffentliche Verwaltungen bietet diese Entwicklung ein enormes Potenzial im Hinblick auf effizientere Prozessabläufe, eine verbesserte Kommunikation mit Kunden und die Entwicklung neuer Dienstleistungen rund um die schlaun Dinge.

Wie können wir also dafür sorgen, dass der Nutzen das Risiko überwiegt? Dazu „bedarf es mehr als nur mikroelektronisch aufgerüsteter und miteinander kooperierender Gegenstände. Ebenso nötig sind sichere und verlässliche Infrastrukturen, geeignete ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen sowie ein gesellschaftlicher Konsens darüber, wie die neuen technischen Möglichkeiten verwendet werden sollen. Hierin liegt eine große Aufgabe für die Zukunft“, so Friedemann Mattern.²

Für die Messe Frankfurt gehört das Zusammenbringen und Verbinden von Menschen, Dingen und Dienstleistungen seit 750 Jahren zum täglichen Brot und ist so gesehen nichts Neues. Umso interessanter ist die Frage: Wie geht es die nächsten 750 Jahre vor dem Hintergrund der digitalen Entwicklungen weiter? Es bleibt spannend ...

¹ „Total vernetzt: Szenarien einer informatisierten Welt“, Mattern, Springer-Verlag, 2003
² „Vom Internet der Computer zum Internet der Dinge“, Mattern, Floerkemeier, ETH Zürich, 2010



DIGITAL CONCERT HALL, BERLINER PHILHARMONIKER
ENTERTAINMENT, MEDIA & CREATION
MESSE: Digital Touch

Die Digital Concert Hall ist der virtuelle Konzertsaal der Berliner Philharmoniker mit über 40 Live-Übertragungen pro Jahr. Auf diese Weise wird nahezu lückenlos die künstlerische Arbeit der Berliner Philharmoniker und ihrer musikalischen Partner dokumentiert, von Chefdirigent Sir Simon Rattle und einer ganzen Reihe weiterer namhafter Dirigenten und Solisten.

DOKIDOKIDASH



ROBO ROBERTO



BONE MC GEE



SLOBAN SLOGOVITCH



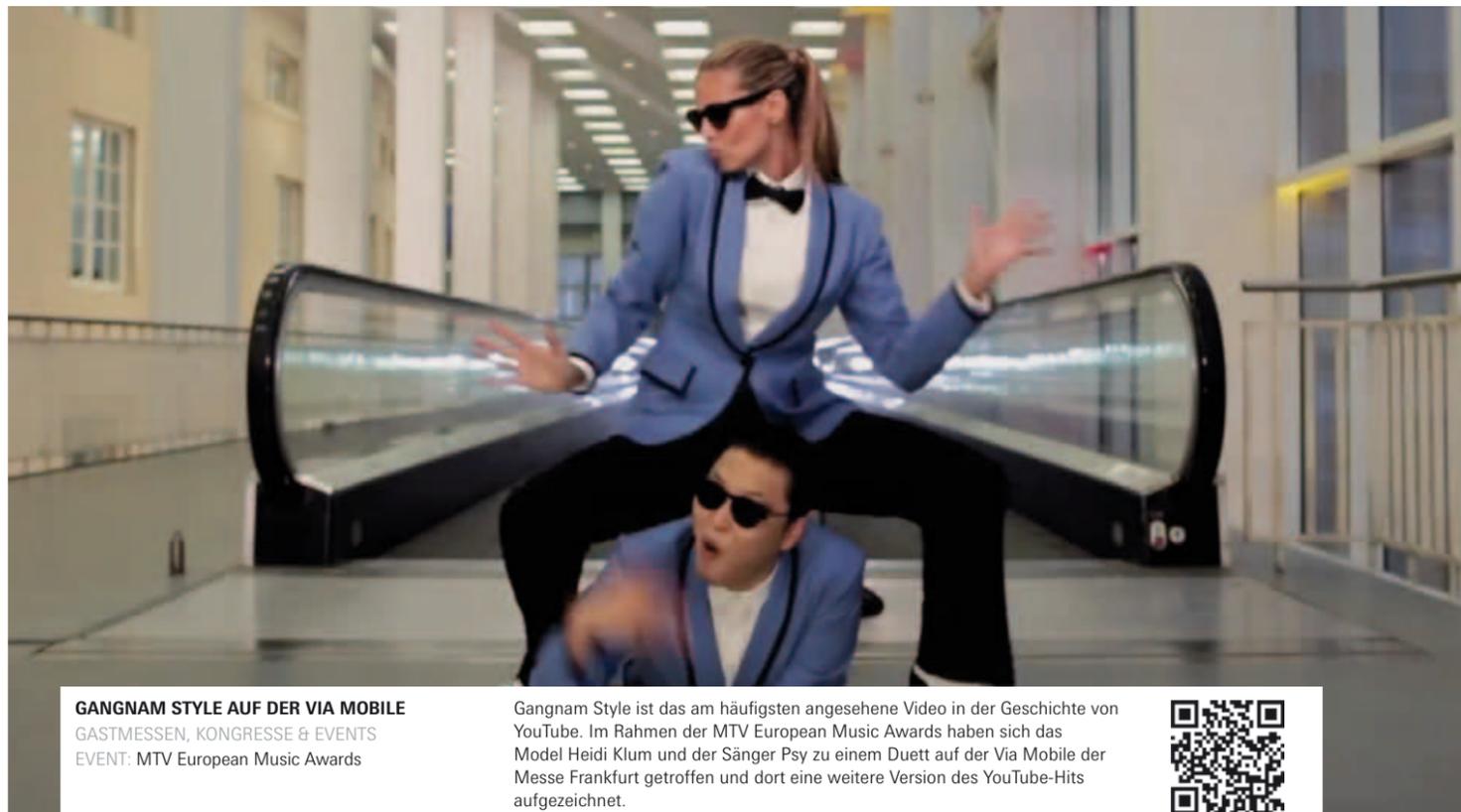
BUNNY BANDITO

THE ROBBER SAID HE WANTED A DRINK, CHECK OUT THE NEAREST COFFEE SHOP.

DOKI DOKI DASH

ENTERTAINMENT, MEDIA & CREATION
MESSE: M-DAYS

Doki Doki Dash ist ein Fitness-Game von Cindy Wong, das als Master-Thesis an der New York University entstanden ist. Der Spieler wird von virtuellen Charakteren durch die Stadt geschickt, um Aufgaben zu lösen. Joggend hechelt man von Ort zu Ort – auf der Jagd nach Hinweisen auf ein fiktives Verbrechen. Der Spieler wird dabei vom Geo-Dienst seines Telefons geortet, sodass die Charaktere auf die Stadt reagieren können, in der sich der Spieler befindet.



GANGNAM STYLE AUF DER VIA MOBILE
GASTMESSEN, KONGRESSE & EVENTS
EVENT: MTV European Music Awards

Gangnam Style ist das am häufigsten angesehene Video in der Geschichte von YouTube. Im Rahmen der MTV European Music Awards haben sich das Model Heidi Klum und der Sänger Psy zu einem Duett auf der Via Mobile der Messe Frankfurt getroffen und dort eine weitere Version des YouTube-Hits aufgezeichnet.



dexperty

Unter der Marke Dexperty bündelt die Messe Frankfurt ihre zahlreichen digitalen Angebote. Damit zählt sie schon heute zu den führenden Unternehmen der Branche.

Vier Ansätze kennzeichnen das digitale Geschäft: die Unterstützung der Veranstaltungen, die Information und Kommunikation im Vorfeld wie im Nachgang von Messen, Business Matching über das Online-Portal Productpilot.com sowie komplett neue Angebote, die einen Bezug zur Messe haben.

Im Mittelpunkt stehen Präsentations- und Werbemöglichkeiten vor, während und nach den Messen. So ist jeder Aussteller über das Medienpaket mit Firmen- und Produktinformationen automatisch parallel in zahlreichen Online-Kanälen präsent – etwa auf den Veranstaltungswbsites, den mobilen Apps und auf Productpilot.com. In Zukunft soll vor allen Dingen der Bereich „Business Matching“ weiter ausgebaut werden.

Dexperty bündelt ein vielfältiges Entwicklungs- und Leistungsportfolio für Messen, Kongresse und Veranstaltungen aller Art.

Mobilität und funktionierende Infrastruktur sind Schlüsselemente für wirtschaftliche Prosperität. Die Messe Frankfurt bietet beiden Wachstumsbranchen weltweit eine Bühne. Die stärkste Messemarke im Automobilssektor ist die Automechanika, eine Fachmesse für Teile- und Zubehör-Hersteller, Handel, Werkstatt und Schadenmanagement. Auch in den Sektoren Transport und Logistik hat die Messe Frankfurt zwei äußerst erfolgreiche Veranstaltungen im Portfolio: In Busan findet seit 2003 die RailLog, Korea Railways & Logistics Fair, statt. Branchentreff in Sachen Lagerungs-, Transport- und Logistiksysteme ist die Materials Handling Middle East in der Handelsmetropole Dubai. Die Messe Frankfurt beabsichtigt, ihr Engagement im Bereich Mobilität und Infrastruktur in den nächsten Jahren noch weiter auszubauen.

automechanika

Exportschlager Automechanika

Internationaler geht's fast nicht mehr: Mit dreizehn Veranstaltungen in zwölf Ländern ist die Automechanika die weltweit am stärksten vertretene Marke der Messe Frankfurt und die Weltleitmesse der Automobilzulieferindustrie. Die Automechanika deckt alle Themen entlang der automobilen Wertschöpfungskette ab. Neben dem Flaggschiff Automechanika in Frankfurt ermöglichen vor allem die Auslandsveranstaltungen Ausstellern den Zugang zu neuen Märkten sowie den Kontakt zu nationalen und regionalen Besuchergruppen. Zur Automechanika Frankfurt im September 2012 erschien erstmals ein Besucherführer, der Aussteller aus dem Bereich Nutzfahrzeuge übersichtlich zusammenfasste. Zusätzlich wurden Fachvorträge zu den Themen Ausrüstung für Nutzfahrzeuge, Teile, Service und Überwachung in das Aftermarket Forum integriert. Das Konzept kam an: Rund 700 Aussteller listete die Erstausgabe des Guides mit Produkt-Portfolio und Standplatz. Die Auslandsmessen adaptieren die Strategie der Muttermesse: Auf der Automechanika in Schanghai, Dubai, Istanbul und auf der Motortec Automechanika Madrid gab es ebenfalls einen Besucherführer mit dem Themenschwerpunkt Truck Competence.



raillog

KOREA

Zug-Kraft für die Eisenbahnbranche

Alle zwei Jahre ist die Korea Railways & Logistics Fair / RailLog Korea im südkoreanischen Busan der Marktplatz für die Eisenbahn- und Logistikbranchen im Nordosten Asiens. Das Eisenbahngeschäft gehört in Korea zu den Schlüsselindustrien des Landes. Busan ist nicht nur Ausgangspunkt des Trans-Asia-Railway- Networks, sondern verfügt auch über den weltweit fünftgrößten Containerhafen (nach Containerumschlag). Insgesamt kamen 2011 zur Fachmesse für Eisenbahntechnik und Logistik 158 Aussteller aus 18 Ländern, das entspricht einer Steigerung von 27 Prozent gegenüber der Vorveranstaltung im Jahr 2009. Die Gesamtzahl der Besucher betrug mit einem Plus von elf Prozent insgesamt 20.500. Die RailLog Korea nimmt weltweit Platz vier unter den größten Eisenbahnmessen ein.

materials handling

MIDDLE EAST

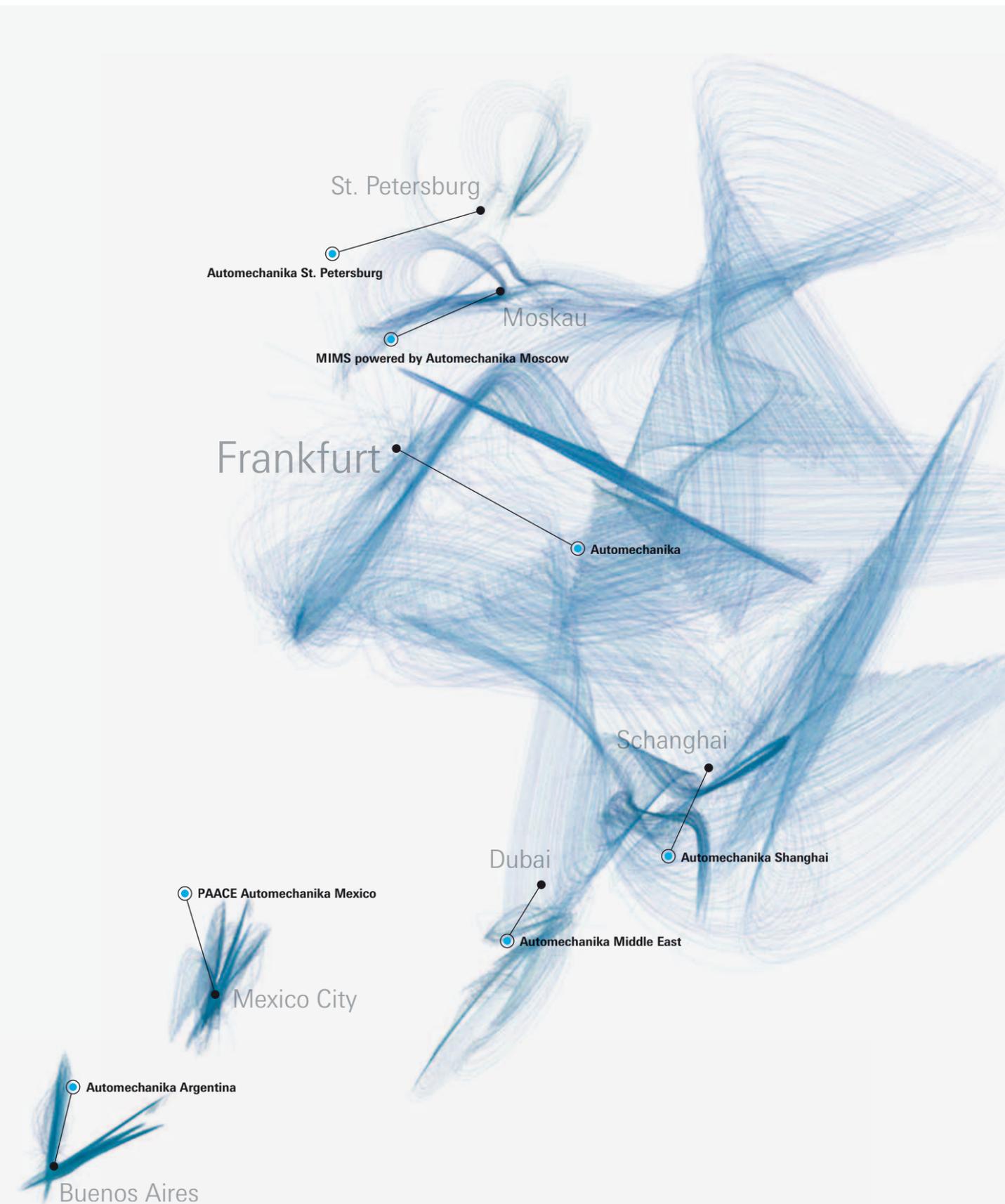
Das Einmaleins von Import, Export und Re-Export

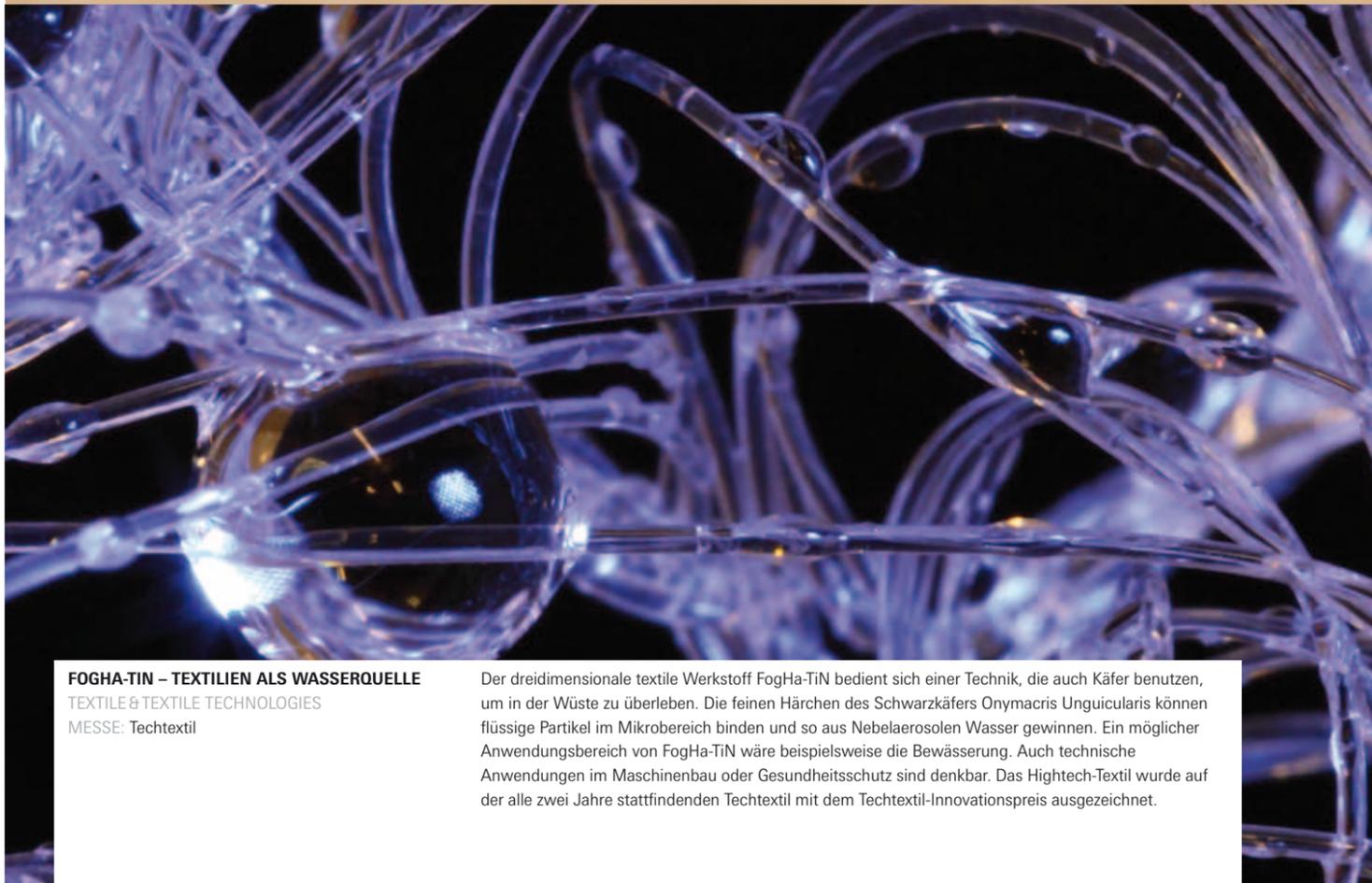
Es ist kein Zufall, dass die Materials Handling Middle East für die Fördertechnik-, Liefer-, Logistik- und Transportbranche in Dubai stattfindet. Dubai ist die führende Drehscheibe für Logistik und Handel. Hier wird umfassend in Import, Export und Re-Export von Waren investiert. Anbietern von Logistikleistungen und Fördertechnik eröffnen die großen Warenmengen, die in die Stadt kommen und sie wieder verlassen, zahlreiche Geschäftsmöglichkeiten. Diese Dynamik spiegelt sich auch auf der Materials Handling Middle East wider. Die im zweijährigen Rhythmus stattfindende Veranstaltung ist in der Region der einzige Treffpunkt dieser Art für die Branche.

Farben
Linien
Linienabstände
Radius

stehen für Messen
stehen für Besucher
stehen für Aussteller
steht für Internationalität

die Farben entsprechen den Logos der jeweiligen Messe
je mehr Linien, desto mehr Besucher hat eine Messe
je breiter die Bänder, die aus den einzelnen Linien geformt werden, desto mehr Aussteller hat eine Messe
je größer der Radius der Linien, desto mehr internationale Aussteller/Besucher hat eine Messe im Verhältnis zu inländischen





FOGHA-TIN – TEXTILIEN ALS WASSERQUELLE
 TEXTILE & TEXTILE TECHNOLOGIES
 MESSE: Tectextil

Der dreidimensionale textile Werkstoff FogHa-TiN bedient sich einer Technik, die auch Käfer benutzen, um in der Wüste zu überleben. Die feinen Härchen des Schwarzkäfers *Onymacris Unguicularis* können flüssige Partikel im Mikrobereich binden und so aus Nebelaerosolen Wasser gewinnen. Ein möglicher Anwendungsbereich von FogHa-TiN wäre beispielsweise die Bewässerung. Auch technische Anwendungen im Maschinenbau oder Gesundheitsschutz sind denkbar. Das Hightech-Textil wurde auf der alle zwei Jahre stattfindenden Tectextil mit dem Tectextil-Innovationspreis ausgezeichnet.

Verantwortung | Es ist nicht einfach, grün zu sein

Diese Weisheit von Kermit, dem Frosch aus der Muppet Show, können wir aus eigener Anschauung unterschreiben. Denn verantwortliches Handeln wird für Unternehmen nicht nur immer wichtiger – es wird auch immer komplexer. Dabei geht es um mehr als nur um „Grünsein“. Verantwortung schließt soziale, technologische und ökonomische Aspekte eines Produktes mit ein. Austausch, Transparenz und Kooperation sind dabei Schlüsselbegriffe. Deshalb hat die Messe Frankfurt bereits vor Jahren begonnen, in den Aufbau von neuen Messen und Plattformen für nachhaltiges Unternehmertum zu investieren.

Verantwortung in einer komplexen Welt

Kein Unternehmen würde von sich behaupten, verantwortungslos zu handeln. Dennoch haben heute viele Menschen eine kritische Haltung gegenüber der Welt der Wirtschaft und des Konsums entwickelt: „Immer mehr Verbraucher interessieren sich für die Löhne von Kaffeebauern, für Schadstoffe in Kinderspielzeug oder den CO₂-Ausstoß ihres Autos. An die Stelle der Schnäppchenmentalität und des demonstrativen Luxus tritt zunehmend eine neue Haltung der Verantwortung, die sich auf die schädlichen Folgen des Konsums richtet“, so Prof. Ludger Heidbrink, Direktor des Center for Responsibility Research in Essen. Gleichzeitig setzt eine große Verunsicherung ein, weil wir in der komplexen Welt der Warenströme nicht mehr erkennen können, wie ein Produkt hergestellt wird, beziehungsweise was in den unterschiedlichen Phasen des Herstellungsprozesses genau geschieht.

Was ist ein gutes Produkt?

Dabei gibt es bereits heute eine Vielzahl von großen und kleinen Unternehmen, die sich mit viel Energie, Mut und auch Geld der Frage widmen, was eigentlich ein gutes Produkt ausmacht. Der Hamburger Chemieprofessor und Erfinder des Produktentwicklungsprinzips „Cradle to Cradle“ Michael Braungart setzt dabei auf „Schönheit“ – allerdings auf eine etwas andere Art als man zunächst denken würde: „Ich würde dem Begriff der ‚Nachhaltigkeit‘

den Begriff von ‚Total Beauty‘ entgegensetzen: Etwas ist nicht schön, wenn es anderen Menschen keine Freude macht und wenn es bei der Herstellung krank macht.“ Gute Produkte sind also schön – doch nicht nur an der Oberfläche, sondern beispielsweise auch in der Art und Weise der Rohstoffgewinnung, den Arbeitsbedingungen in der Herstellung oder wenn sie das Ende ihres Lebenszyklus erreichen.

Plattformen für gute Ideen und Wettbewerb

Es liegt auf der Hand, dass kein Unternehmen alleine solche Fragen beantworten kann. Hier ist Austausch gefragt, Zusammenarbeit, Transparenz und auch Wettbewerb um die besten Konzepte. Denn dieser Wettbewerb kommt am Ende den Verbrauchern zugute, die selbst gerne Verantwortung übernehmen möchten und dabei auf neue „schöne“ Produkte angewiesen sind.

Gründe genug also für die Messe Frankfurt, Plattformen für solche Unternehmen zu bieten, die Verantwortung in den Mittelpunkt ihrer Produktentwicklung, Kommunikation und ihrer Markenwerte stellen. Diese Plattformen finden sich sowohl in unseren großen Leitmesse wie der Light + Building oder der ISH als auch in einer Reihe von neueren Messen wie dem Greenshowroom wieder. Dort werden neue Vorbilder und konkrete Produkte sichtbar, die wiederum als Inspiration für andere dienen können.



SEEME
TEXTILES & TEXTILE TECHNOLOGIES
MESSE: Greenshowroom

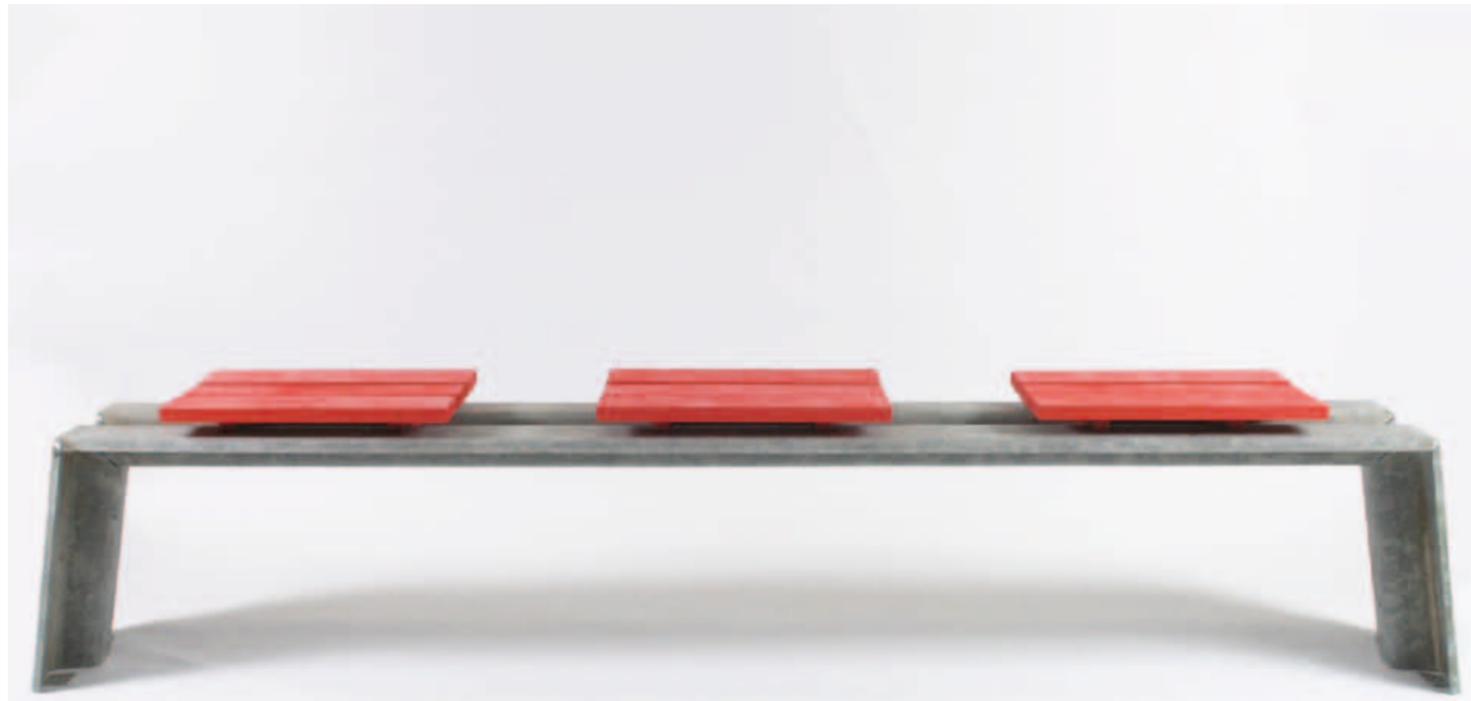


SeeMe ist eine Schmuckmarke, die Luxus mit sozialem Bewusstsein verbindet. Frauen in den Armenvierteln von Ankara haben sich zu einer Kooperative verbunden, die Arbeitsplätze, Netzwerke und eine neue Unabhängigkeit für Frauen schafft, die Opfer von häuslicher Gewalt geworden sind. Der Schmuck von SeeMe wird weltweit vertrieben. SeeMe gehört den Frauen, die den Schmuck entwerfen und herstellen. In den vergangenen fünf Jahren wurden 1.500 Frauen unterstützt, 350 Frauen bei SeeMe beschäftigt.



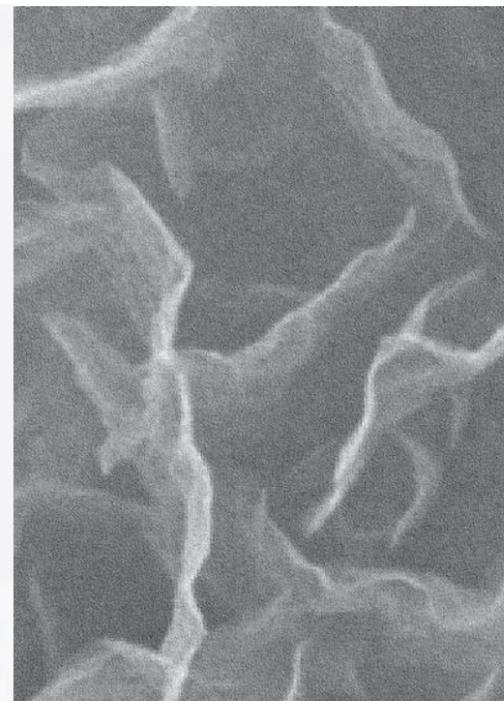
KARABAG NEW 500E
MOBILITY & INFRASTRUCTURE
MESSE: Automechanika

Der New 500E des Karosierherstellers Karabag ist das weltweit erste Elektroauto, das gegenüber seinem Benziner-Pendant einen günstigeren Kilometerpreis erzielt, auch wenn Anschaffungspreis, Versicherung und Wartungskosten etc. mit berücksichtigt werden. Damit wird die Tür zum Einsatz von Elektroautos in Massenmärkten ein weiteres Stück aufgestoßen.



DIN 1317 Sitzbänke
CONSUMER GOODS + LEISURE
MESSE: Tendence

DIN 1317 ist die Sicherheitsnorm für Leitplanken im Straßenverkehr, die einen regelmäßigen Austausch der Stahlelemente vorschreibt – auch wenn keine sichtbaren Beschädigungen vorliegen. Die Designer Felix Kaiser und Dirk Wember haben sich das zu Nutze gemacht und aus den Planken eine Bank entworfen mit Sitzflächen aus alten Einwegpaletten – äußerst wetterfest und bequem.



KOSTYA OSTRIKOV
TECHNOLOGY & PRODUCTION
MESSE: Light + Building



Der Zukunftspreis „Building Future Award“ der Light + Building geht an den Nano-Wissenschaftler Kostya Ostrikov. Damit wird Ostrikovs Forschungsarbeit im Bereich der Plasma-Nanotechnologie gewürdigt, die die Basis bildet für völlig neue Möglichkeiten in der Energienutzung. Solarzellen, Batterien und zahlreiche weitere technische Anwendungen können so in Zukunft sehr viel kostengünstiger, sicherer und umweltfreundlicher hergestellt werden.

Musikmesse und Prolight + Sound auf der einen, M-Days, Search-Expo und Voice + IP auf der anderen Seite – sämtliche Veranstaltungen der Messe Frankfurt für die Branchen des Live-Entertainments, der Kultur- und Kreativwirtschaft sowie der digitalen Medien und Services sind im Geschäftsfeld Entertainment, Media & Creation zusammengefasst. Die hohe technische und digitale Innovationskraft der Branchen findet hier ihre adäquate internationale Business- und Marketingplattform.

musikmesse

Musikhauptstadt der Welt

Zahllose Konzerte, Autogramstunden, Workshops und Produktpräsentationen, aber auch die Verleihung branchenwichtiger Preise und Awards wie der PRG Live Entertainment Award, der Frankfurter Musikpreis, der Deutsche Musikinstrumentenpreis oder der Musikmesse International Press Award (MIPA) machen die Musikmesse zur wichtigsten Veranstaltung in der Branche.

prolight+sound

Steil durch die Decke

Hochrangige Referenten aus der Eventmanagementbranche informierten 2012 erstmals während der Eventplaza, Fachforum für Eventmanagement parallel zur Prolight + Sound, über Entwicklungen der Eventplanung, rechtliche Bedingungen und neue Ansätze in der Vermarktung von Events. Das kam an: Die Prolight + Sound 2012 verzeichnete ein Besucherplus und einen Höchststand bei der Ausstellerbeteiligung.

email-expo

Mehr Aussteller, mehr Besucher, mehr Raum und Zeit für Kommunikation

Positive Bilanz für die dritte Email-Expo: Insgesamt 1.384 Teilnehmer kamen ins Portalhaus, das entspricht einem Zuwachs von rund 33 Prozent. Die gleichzeitig stattfindenden Search-Expo und UX-Expo ergänzten das Portfolio um die Themen Suchmaschinen-Marketing und User-Experience. Ebenfalls parallel dazu – aber räumlich getrennt – fand 2012 die erste Internet Marketing Conference statt.

music CHINA

Rock 'n' Roll China

Der Markt in Asien boomt und die Music China gleich mit: Sie ist mit 1.606 Ausstellern aus 30 Ländern und 60.172 Besuchern die größte Messe für Musikinstrumente in der asiatisch-pazifischen Region. Die zeitgleich stattfindende Prolight + Sound Shanghai, die zudem ihr zehnjähriges Bestehen feiern konnte, profitiert ebenfalls von den allgemeinen Wachstumsraten.

m-days

Mobil liegt voll im Trend

Mobile Internetanwendungen gewinnen immer mehr an Bedeutung: Das zeigte auch das Interesse der rund 4.100 Besucher, die zur siebten Ausgabe der Kongressmesse kamen. 2013 wurden die M-Days erstmals durch fünf Kernbereiche – Strategy, Marketing, Media, Commerce und Enterprise – gegliedert und fanden zeitgleich mit der Email-Expo statt.

prolight+sound NAMM RUSSIA

Go East

Als Kooperationsveranstaltung der Messe Frankfurt und der NAMM gaben die NAMM Musikmesse Russia und Prolight + Sound NAMM Russia ihr vielversprechendes Debüt in Moskau. Für viele Aussteller war die Teilnahme an einer der beiden Shows der erste Schritt in den russischen Wachstumsmarkt.

voice+ip

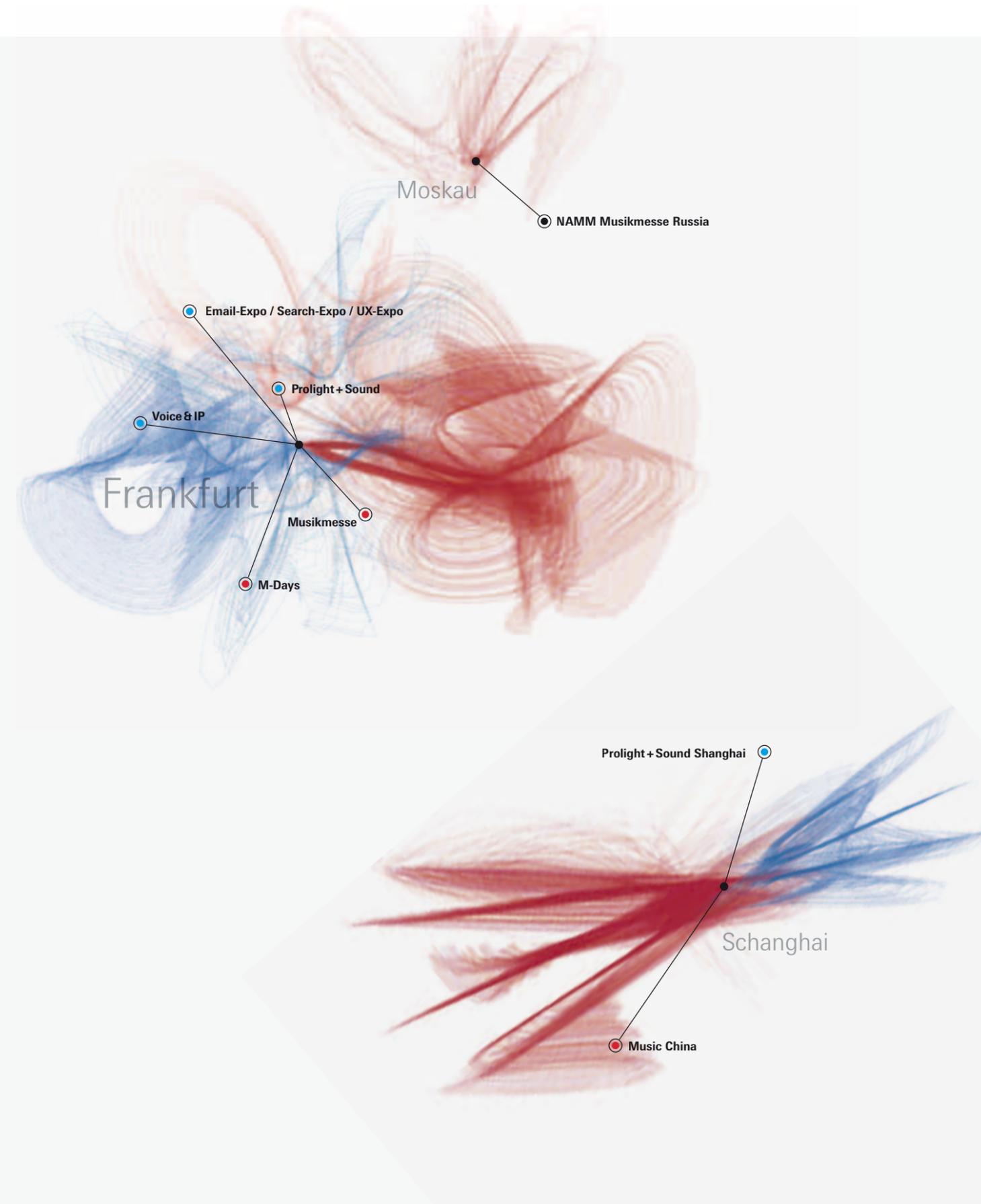
Kommunikation im Fokus

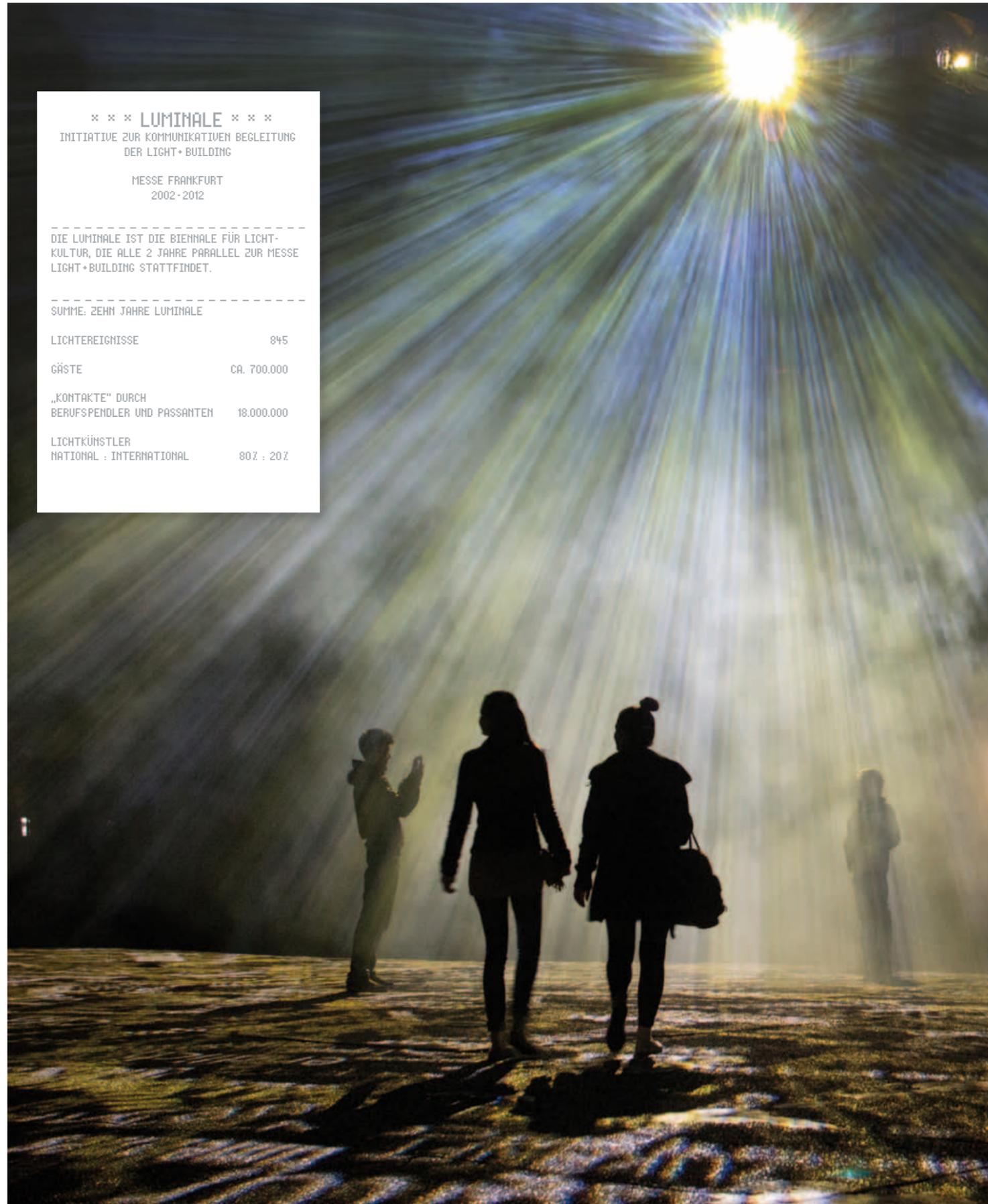
Spezialisiert auf ITK-Lösungen und Kommunikationstechnologien, brachte die Voice + IP auch 2012 wieder alle wichtigen Entscheider der Branche in Frankfurt zusammen. Dass die Kongressmesse erstmals wieder als Einzelveranstaltung stattfand, kam bei Besuchern und Ausstellern gleichermaßen gut an.

Farben
Linien
Linienabstände
Radius

stehen für Messen
stehen für Besucher
stehen für Aussteller
steht für Internationalität

die Farben entsprechen den Logos der jeweiligen Messe
je mehr Linien, desto mehr Besucher hat eine Messe
je breiter die Bänder, die aus den einzelnen Linien geformt werden, desto mehr Aussteller hat eine Messe
je größer der Radius der Linien, desto mehr internationale Aussteller/Besucher hat eine Messe im Verhältnis zu inländischen





× × × LUMINALE × × ×

INITIATIVE ZUR KOMMUNIKATIVEN BEGLEITUNG
DER LIGHT+BUILDING

MESSE FRANKFURT
2002-2012

DIE LUMINALE IST DIE BIENNALE FÜR LICHT-
KULTUR, DIE ALLE 2 JAHRE PARALLEL ZUR MESSE
LIGHT+BUILDING STATTFINDET.

SUMME: ZEHN JAHRE LUMINALE

LICHTEREIGNISSE 845

GÄSTE CA. 700.000

„KONTAKTE“ DURCH
BERUFSPENDLER UND PASSANTEN 18.000.000

LICHTKÜNSTLER
NATIONAL : INTERNATIONAL 80% : 20%

Initiative | Und was kommt dabei rum?

Corporate Social Responsibility – ein englischer Begriff, der etwas ganz Einfaches, nahezu Selbstverständliches bedeutet: Unternehmen können nur dann erfolgreich sein, wenn sie in eine funktionierende Gesellschaft eingebettet sind. Deshalb lohnt es sich, eigene Initiativen zu entwickeln, um zum Beispiel für mehr Gerechtigkeit zu sorgen, besseren Zugang zu Bildung zu bieten oder Kultur zu fördern. Neben eigenen CSR-Initiativen unterstützt die Messe Frankfurt Maßnahmen, deren Wirkung über die reine Kommunikation weit hinausgehen. Die Frage nach dem Effekt und dem konkreten Nutzen hat deswegen eine zentrale Bedeutung.

Kein Mensch ist eine Insel

... und ein Unternehmen erst recht nicht. Wir alle leben in vielschichtigen Beziehungsgeflechten – wer wüsste das besser als eine Messegesellschaft? Deshalb ist das Verhältnis des Unternehmens zu seiner Umgebung von großer Bedeutung. Gewinn ist sicherlich ein wichtiger Gradmesser für unternehmerischen Erfolg – aber nicht der einzige. Die Frage, was ein Unternehmen wirklich ausmacht, hat verschiedene Dimensionen, die letztendlich alle miteinander verflochten sind.

Schon Aristoteles schrieb in seinem Werk „Politik“, dass es wirtschaftliches Handeln ohne ein tugendhaftes Leben nicht geben kann. Das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns oder das Mäzenatentum von Unternehmerpersönlichkeiten des 19. Jahrhunderts sind weitere Belege dafür, dass die Idee, sich als Unternehmen nach innen und nach außen zu engagieren, keineswegs neu ist – schon gar nicht für die Messe Frankfurt. Bereits seit mehr als 750 Jahren pflegen wir eine besondere Beziehung zu den Menschen in Frankfurt und dem Land Hessen.

Strategische Verzahnung

Neu ist allerdings, dass wir unsere gesellschaftlichen Initiativen inzwischen strategischer planen und besser mit unserer originären Geschäftsaktivität verzahnen als das noch vor 750 Jahren der Fall war. Wir können Glaubwürdig-

keit und eine nachhaltige Entwicklung nur dort erreichen, wo wir eine eigene Expertise haben und an bestehende Netzwerke anknüpfen können. Das bedeutet auch, dass sich unsere Aktivitäten schon lange nicht mehr nur auf den Standort Frankfurt beziehen. Standards im Hinblick auf Nachhaltigkeit oder Arbeitsbedingungen beispielsweise setzen wir gemeinsam mit unseren 28 Tochterunternehmen und den vielen Partnern um, mit denen wir weltweit Messen und Veranstaltungen durchführen.

Konkretes Handeln

Deshalb sammeln wir Flaschenverschlüsse, aus deren Erlös Impfungen für Kinder bezahlt werden, vergeben Preise für herausragende Leistungen in Forschung, Architektur, Design und Musik, trinken fair gehandelten Kaffee oder stattdessen Toiletten mit Regenwasserspülungen aus. Ein kleiner Eingriff übrigens mit durchschlagendem Erfolg – denn mit den neuen Spülungen wurden bis heute unzählige Liter Trinkwasser eingespart sowie CO₂ für die nicht benötigte Wasseraufbereitung.

Womit wir bei der Ausgangsfrage wären: „Was kommt dabei rum?“ Engagement bringt Verantwortung mit sich für die, denen das Engagement gilt. Wir haben uns deshalb einmal angesehen, was denn das Ergebnis unserer Initiativen ist und wie „sich das Ganze rechnet“ – für alle Beteiligten.



*** MUSIC4KIDS ***
 <- JOHANNES WIESEL ->

MESSE FRANKFURT/MUSIKMESSE

MUSIC4KIDS IST EINE MUSIK-MITMACHAUSSTELLUNG UND FINDET JÄHRLICH IM RAHMEN DER MUSIKMESSE STATT. KINDER KOMMEN AUF SPIELERISCHE WEISE UNTER DER ANLEITUNG VON MUSIKPÄDAGOGEN MIT MUSIK UND INSTRUMENTEN IN BERÜHRUNG. SO SOLL DIE LUST AM MUSIZIEREN UND DAS INTERESSE AM ERLEBEN EINES MUSIK-INSTRUMENTES GEWECKT WERDEN. AUCH JOHANNES WIESEL WAR BEREITS IN KINDERTAGEN AUF DER MUSIKMESSE ZU GAST UND IST HEUTE EIN ERFOLGREICHER PROFI-MUSIKER.

SUMME: MUSIC4KIDS

- > LÄUFT SEIT 2000
- > FÜR KINDER VON 5-10 JAHREN
- > 8.000-10.000 KINDER PRO JAHR
- > 13 JAHRE X 8.000 = ÜBER 100.000 KINDER
- > 3.000 QM FLÄCHE



*** MESSE FRANKFURT ***
 AGAINST COPYING

INITIATIVE ZUM SCHUTZ GEISTIGEN EIGENTUMS

INITIATIVE, DIE AUSSTELLER UND BESUCHER UMFASSEND ÜBER DIE EINTRAGUNG UND DURCHSETZUNG VON GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTEN INFORMIERT. AUF ALLEN EIGENVERANSTALTUNGEN IST DIE MESSE FRANKFURT MIT EINEM INFORMATIONSTAND VERTRETEN, WO UNTER ANDEREM EIN ANWÄLTLICHER NOTDIENST ANGEBOten WIRD.

SUMME: MESSE FRANKFURT AGAINST COPYING

BERATUNGEN BISHER	22.000
START DER INITIATIVE	2006
UNTERSTÜTZUNG BEI DER DURCHSETZUNG GEWERBLICHER SCHUTZRECHTE	642

->
 ORIGINAL (LINKS) UND FÄLSCHUNG (RECHTS) - „AUSGEZEICHNET“ MIT DEM NEGATIVPREIS „PLAGIARIUS“ AUF DER AMBIENTE 2012



*** LED ***

AUSTAUSCH DER AUSSENLEUCHTEN AUF DEM GELÄNDE DER MESSE FRANKFURT

2012 HAT DIE MESSE FRANKFURT BEGONNEN, DIE AUSSENBELEUCHTUNG AUF DEM FREIGELÄNDE DER AGORA DURCH LED-LEUCHTEN ZU ERSETZEN. LED-LEUCHTMITTEL ZEICHNEN SICH DURCH EINE HÖHERE LEBENSDAUER UND EINEN GERINGEREN ENERGIEVERBRAUCH AUS.

SUMME: LED BELEUCHTUNG

STROMERSPARNIS	89.164 KUW/JAHR
EINGESPARTE STROMKOSTEN	13.378 EURO/JAHR
REDUZIERUNG VON CO ₂	5,5 TONNEN/JAHR
LEBENSDAUER VON LEDs IM VERGLEICH ZU BISHERIGEN LEUCHTMITTELN	+ 833%

*** JOBLINGE ***

AUSBILDUNGSPROGRAMM FÜR JUGENDLICHE MIT ANLAUFPROBLEMEN IN DER ARBEITSWELT

DIE MESSE FRANKFURT STELLT AM STANDORT FRANKFURT EINEN IHRER RUND 24 AUSBILDUNGSPLÄTZE LANGFRISTIG FÜR DIE AKTION „JOBLINGE“ ZUR VERFÜGUNG. DIESE INITIATIVE VERMITTELT JUGENDLICHE, DIE AUS UNTERSCHIEDLICHEN GRÜNDEN KEINEN EINSTIEG IN DIE BERUFSAUSBILDUNG FINDEN.

SUMME: JOBLINGE SEIT 2011

JOBLINGE IM PRAKTIKUM	2
JOBLING IN AUSBILDUNG	1
EHRENAMTLICHE MENTOREN DER MESSE	3

*** SANIERUNG ***

ROLLTREPPEN

ENERGIEKONZEPT

KLEINVIEH MACHT AUCH MIST: VOR 10 JAHREN HAT DIE MESSE FRANKFURT BEGONNEN, DIE ROLLTREPPEN AUF DEM GELÄNDE AUSZUTAUSCHEN GEGEN MODELLE, DIE SICH NUR BEI BEDARF BEWEGEN.

SUMME: SANIERUNG ROLLTREPPEN

ENERGIEEINSPARUNG DURCH INTERMITTIERENDEN BETRIEB	CA. 50%
BEREITS MODERNISIERTE TREPPEN	48
ENERGIEEINSPARUNG/TREPPE	4500 KUW/JAHR
HOCHRECHNUNG GESAMTES EINSPARPOTENZIAL	CA. 540 MUW/JAHR

Mit dem zurzeit im Bau befindlichen Kap Europa erweitert die Messe Frankfurt ab 2014 ihr Angebot für Veranstaltungen und Kongresse. Von Beginn der Planungsphase an war es Ziel, mit dem Kap Europa neue Maßstäbe im Bereich des nachhaltigen Bauens zu setzen – und das während des gesamten Lebenszyklus des Gebäudes, vom Entwurf über den Betrieb bis hin zur Rückbau- und Entsorgungsmöglichkeit.

Das zählt sich heute schon aus, denn das Kap Europa ist bereits von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit einem Vorzertifikat in Gold ausgezeichnet worden. Vor allen Dingen aber dient das den zukünftigen Besuchern und Nutzern des Gebäudes, da es nicht nur einen Beitrag zu einer besseren Arbeitswelt und einem schonenden Umgang mit Ressourcen leistet, sondern auch einen besseren Tagungskomfort

schaft, da nur Materialien und Chemikalien verwendet werden dürfen, die auf ihre Unschädlichkeit und Verträglichkeit getestet wurden.

■ Sustain – richtungsweisend

Das Kap Europa erhielt als erstes Kongresshaus das DGNB-Vorzertifikat in Gold.

■ Materialien und Baustoffe

Verwendung finden auf Umweltverträglichkeit und Emissionswerte geprüfte Materialien und nachhaltig zertifizierte Hölzer, großteils aus einheimischen Beständen.

■ Schallschutz und Akustik

Das Gebäude erfüllt höchste Ansprüche an Schallschutz und Sprachqualität in den Räumen.

■ Barrierefreiheit

Das gesamte Kongresshaus ist barrierefrei gebaut.

■ Hotels in Laufnähe

In direkter Nachbarschaft, schnell zu Fuß erreichbar, befinden sich zahlreiche Hotels – gute Voraussetzungen für „grüne Kongresse“ und einen kleineren CO₂-Fußabdruck.

■ Dachbegrünung

Ein 1.000 Quadratmeter großes Gründach verkleinert den CO₂-Fußabdruck.

■ Energieeinsparung

Die Werte der Energieeinsparverordnung 2009 werden um 25–30% unterschritten.

■ Klimatisierung

Die Nutzung des Betonkerns zur Nachtauskühlung des Gebäudes verringert den Energieverbrauch für die Klimatisierung.

■ Sonnenschutz

Fensterflächen und Fassaden sind energetisch optimiert.

■ Flächennutzung

Der Brutto-Rauminhalt im Gebäude wird effektiv genutzt und nicht verschwendet. Dadurch entsteht ein optimiertes Verhältnis der Nutzfläche im Verhältnis zum Bauvolumen.



■ Optimale

Nahverkehrsanbindung

Haltestellen von U-Bahn, Straßenbahn und Bus befinden sich direkt vor der Tür. S-Bahn und Hauptbahnhof Frankfurt sind nur wenige Minuten Fußweg entfernt.

■ Helle Räume

Hoher Tageslichtanteil in den Räumen spart Elektrizität und sorgt für eine angenehme Tagungsatmosphäre.

■ Beleuchtung

Hoher LED-Anteil und intelligente Steuerung senken den Energieverbrauch.

Wenn Raum, Standort, Service und Know-how so perfekt gebündelt sind wie bei der Messe Frankfurt, dann ist hier der ideale Platz für internationale Gastmessen, Kongresse und Events. Die Kombination verschiedener Locations ermöglicht nahezu jedes Arrangement – wenn gewünscht, sogar mit Abschlusskonzert in der traditionsreichen Festhalle. Catering und Standbau liefern bei Bedarf die Tochtergesellschaft Accente Gastronomie und Fairconstruction. Für die professionelle Weiterbildung rund um das Thema Messemanagement bietet die Akademie Messe Frankfurt die passenden Seminare an.

fairconstruction

Baumeister

Seit über 25 Jahren ist Fairconstruction als Messebau-Dienstleister sowohl in Frankfurt als auch an internationalen Messeplätzen im Einsatz. Das Angebot von Fairconstruction ist vielfältig und umfasst Systemstandbau, individuellen Standbau und Veranstaltungsdesign für Aussteller und Veranstalter. Darüber hinaus offeriert Fairconstruction als Marke der Medien und Service GmbH, einer Tochter der Messe Frankfurt, ein breites Sortiment an Mietmöbeln. Der Standkonfigurator auf der Website ermöglicht Kunden eine erste und unverbindliche Planung ihres Messestandes.

accenteservices

Küchenmeister

Snacks, Menüs, Bankette – Accente bietet für Messen, Kongresse, Events und Tagungen sämtliche Logistikleistungen rund ums Catering aus einer Hand. 2012 war *das* Jahr für die Accente: Mit 40,6 Millionen Jahresumsatz war es das erfolgreichste in der Firmengeschichte. Professionelles Know-how, modernstes Equipment und ein kompetentes Team sind die Erfolgsgaranten. Deswegen belegte der Top-Caterer auch zu Recht bereits zum fünften Mal in Folge beim AIDA Night of the Proms Gastro Award 2011 im Bereich Premium Banquet den ersten Platz.

akademie

Lehrmeister

Seit 2012 im Messeturm beheimatet, hat die Akademie Messe Frankfurt frei nach dem Motto „Neues schaffen, Bewährtes erhalten“ mehr als 30 neue Seminarthemen entwickelt. Abgestimmt auf die aktuellen Bedürfnisse von Mensch und Organisation werden Kunden und Mitarbeiter der Messe Frankfurt geschult und fürs Arbeitsleben fit gemacht. Weiterhin im Portfolio: Die erfolgreichen Klassiker speziell zu Themen wie Messe-, Event- und Veranstaltungsmanagement. Die Seminarangebote der Akademie werden auf Wunsch und entsprechend den Anforderungen der Teilnehmer individualisiert durchgeführt.



Catering von Accente

Gastmessen

Gas(t)geber

Aus Sicht externer Veranstalter gibt es für den Messeplatz Frankfurt viele starke Argumente: mehr Internationalität, mehr Besucher, mehr Aussteller und ein zentral in Europa gelegener Messestandort. Internationale Gastmessen wie die Frankfurter Buchmesse – 2012 mit dem Gastland Neuseeland – und alle zwei Jahre die Internationale Automobil Ausstellung IAA Pkw haben seit vielen Jahren hier ihren Stammpplatz. Das war Grund genug für den Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) die Wanderausstellung World Publishing Expo – die größte internationale Fachmesse für die Zeitungs- und Medienindustrie – 2012 in Frankfurt durchzuführen. Auch die Veranstalter der 27. Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition (EU PVSec) schätzen die Vorteile, die das Gelände der Messe Frankfurt bietet: Die größte internationale Konferenz der Photovoltaikindustrie war erstmals in der Stadt am Main zu Gast. Ebenfalls eine Premiere feierte die Publikumsmesse und Erlebnisausstellung „Land & Genuss“ der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft. Für die Messe Frankfurt gilt: Mit insgesamt 21 Gastmessen, einem Zuwachs von 24 Prozent gegenüber 2011, hat das Unternehmen einmal mehr bewiesen, dass es der richtige Partner für Gastveranstaltungen ist.



Gastmessen: IAA Pkw 2011 und Eröffnung der Buchmesse 2012

Kongresse

Kongress-Experte mit Zuwachs

2012 war das stärkste Kongressjahr in der Geschichte der Messe Frankfurt. Unter anderem zu Gast: die Euro Finance Week, das Deutsche Eigenkapitalforum und der Internationale Hörgeräte-Akustiker-Kongress. Doch damit nicht genug: Mit dem Kongress von Hewlett Packard „Discover EMEA 2012“ wurde auch der größte Kongress in der Geschichte der Messe Frankfurt durchgeführt. An drei Tagen wurden auf dem Gelände mehr als 9.000 Teilnehmer aus 100 Ländern betreut und versorgt. Und es geht weiter: Mit dem im Bau befindlichen Kongressgebäude Kap Europa setzt die Messe Frankfurt im Tagungs- und Kongressgeschäft neue Maßstäbe. Angrenzend an das Messegelände, mit hervorragender City-Anbindung, machen zwölf moderne Tagungsräume, variable Säle für 600 bis 1.000 Teilnehmer und das Shopping Center Skyline Plaza das Kongresszentrum zu einer attraktiven Location für Fach- und Publikumsveranstaltungen.

Events

Vorhang auf für die ganz große Show

Während der MTV European Music Awards traf sich die internationale Musikszene in der Festhalle, die im Stile einer gigantischen Zirkusmanege verwandelt worden war. Knapp 8.000 Gäste verfolgten das Spektakel, rund 60 Fernsehkanäle übertrugen die Awards in über 700 Millionen Haushalte weltweit. Das Besondere: Die Festhalle ist die einzige Location, an der die Awards bereits zum zweiten Mal zu Gast waren. Kein Wunder, denn seit über 100 Jahren gilt die Festhalle als eine der schönsten Veranstaltungshallen für Konzerte, Galaveranstaltungen und Preisverleihungen. Und deswegen machten auch andere hochkarätige Acts über das Jahr verteilt in Frankfurts „Gud Stubb“ Station: Deep Purple, Lionel Richie, Nickelback, David Garrett, Udo Jürgens, Helene Fischer, Die Toten Hosen und die Scorpions waren nur einige der musikalischen Highlights, die das Publikum begeisterten. Ihre Wandlungsfähigkeit bewies die Festhalle beim 40. Festhallen-Reitturnier, dem Cirque du Soleil und dem 31. BMW Frankfurt Marathon: Ob Springparcours, gigantische Phantasiekulisse oder roter Teppich für über 16.000 Marathonläufer – die Festhalle ist ein wahres Multitalent.

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2012

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2012

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ ACHEMA		1.923	1.850	3.773	136.397	103.573	36.580	140.153
■ Airtec ¹⁾		150	70	220	5.000	2.286	950	3.236
■ Ambiente		1.122	3.408	4.530	191.404	72.153	65.905	138.058
■ Automechanika		858	3.739	4.597	178.965	66.947	80.768	147.715
■ Buchmesse ¹⁾		2.849	4.458	7.307	100.000	171.250	110.503	281.753
■ Christmasworld		260	683	943	55.519	14.676	16.798	31.474
■ Creativeworld		75	155	230	9.465	4.114	3.067	7.181
■ EuroMold ¹⁾		724	492	1.216	31.850	33.579	22.386	55.965
■ European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition		315	341	656	20.041	14.805	16.695	31.500
■ Hair & Beauty		119	40	159	6.495	13.633	290	13.923
■ Heimtextil		332	2.269	2.601	119.960	23.592	43.859	67.451
■ Health Ingredients Europe		48	176	224	8.531	1.961	5.042	7.003
■ IMEX		462	3.022	3.484	21.438	4.347	4.759	9.106
■ Light + Building		903	1.399	2.302	143.619	108.767	86.815	195.582
■ Musikmesse		573	965	1.538	45.125	44.699	23.888	68.587
■ Optatec		249	240	489	7.570	3.509	1.670	5.179
■ Paperworld		361	1.429	1.790	56.739	18.030	29.856	47.886
■ Prolight + Sound		345	533	878	36.579	23.568	17.326	40.894
■ Tendence		845	1.013	1.858	68.437	36.422	9.055	45.477
■ Texcare International		95	167	262	19.559	7.605	8.045	15.650
■ Viscom		211	120	331	10.290	9.726	2.349	12.075
■ World Publishing Expo		111	153	264	10.555	3.187	3.896	7.083
Internationale Fachmessen	22	12.930	26.722	39.652	1.283.538	782.429	590.502	1.372.931

1) Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Facility Management		159	7	166	3.106	4.856	191	5.047
■ FI-Forum ²⁾		120	0	120	6.000	10.066	0	10.066
■ Fachausstellungen	2	279	7	286	9.106	14.922	191	15.113
■ Land & Genuss		162	14	176	4.178	15.148	52	15.200
■ Maintier		104	0	104	6.045	9.059	8	9.067
■ Verkaufsbörsen und Ausstellungen	9	1.242	0	1.242	50.840	128.500	0	128.500
Publikumsausstellungen	11	1.508	14	1.522	61.063	152.707	60	152.767

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2012

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	22	12.930	26.722	39.652	1.283.538	782.429	590.502	1.372.931
■ Fachausstellungen	2	279	7	286	9.106	14.922	191	15.113
■ Publikumsausstellungen	11	1.508	14	1.522	61.063	152.707	60	152.767
	35	14.717	26.743	41.460	1.353.707	950.058	590.753	1.540.811

2) Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt im Jahr 2012

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ EMV		54	20	74	1.393	2.759	734	3.493
■ Greenshowroom (Autumn) ³⁾		41	41	82	1.038	1.576	394	1.970
■ Greenshowroom (Spring) ³⁾		38	24	62	906	1.582	283	1.865
■ PCIM Europe (Messe/Kongress)		177	188	365	8.454	4.606	2.268	6.874
■ SMT Hybrid Packaging		383	182	565	15.015	16.515	5.803	22.318
■ SPS IPC Drives		1.029	429	1.458	64.245	44.401	12.473	56.874
	6	1.722	884	2.606	91.051	71.439	21.955	93.394

3) inkl. der Ethical Fashion Show Berlin

Messen und Ausstellungen in Deutschland im Jahr 2012

	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schauffläche	Besucher			
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland		Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	26	14.573	27.541	42.258	1.372.645	850.710	611.780	1.466.325
■ Fachausstellungen	4	358	72	286	11.050	18.080	868	15.113
■ Publikumsausstellungen	11	1.508	14	1.522	61.063	152.707	60	152.767
	41	16.439	27.627	44.066	1.444.758	1.021.497	612.708	1.634.205

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Veranstaltungen im Ausland im Jahr 2012

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		140	10	150	4.140	19.014	152	19.166
Interior Lifestyle China		120	128	248	4.258	16.516	209	16.725
Interior Lifestyle Tokyo		480	172	652	10.712	25.983	502	26.485
	3	740	310	1.050	19.110	61.513	863	62.376
Beautyworld								
Beautyworld Japan		450	123	573	12.686	54.000	1.011	55.011
Beautyworld Japan West		180	0	180	4.467	15.662	89	15.751
Beautyworld Middle East		113	716	829	14.412	9.452	10.007	19.459
	3	743	839	1.582	31.565	79.114	11.107	90.221
Paperworld								
Hong Kong International Stationery Fair		38	172	210	1.880	7.441	8.137	15.578
Paperworld China		345	72	417	6.462	17.520	2.216	19.736
Paperworld Middle East		21	220	241	3.751	2.165	1.892	4.057
Paperworld Russia		36	29	65	810	2.421	128	2.549
Playworld Middle East		20	19	39	967	946	542	1.488
	5	460	512	972	13.870	30.493	12.915	43.408
Independent – Leisure & Entertainment								
Interpets		209	48	257	3.125	46.500	383	46.883
	1	209	48	257	3.125	46.500	383	46.883
Consumer Goods & Leisure gesamt	12	2.152	1.709	3.861	67.670	217.620	25.268	242.888

Textiles & Textile Technologies	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Apparel Sourcing								
Apparel Sourcing Paris (Autumn) ⁴⁾		2	160	162	1.860	0	0	0
Apparel Sourcing Paris (Spring) ⁴⁾		0	64	64	771	0	0	0
International Apparel Sourcing Show		13	121	134	1.473	1.142	99	1.241
	3	15	345	360	4.104	1.142	99	1.241
Ethical Fashion Show								
Ethical Fashion Show (Autumn)		20	22	42	341	1.758	53	1.811
Ethical Fashion Show (Spring)		14	11	25	144	1.057	116	1.173
	2	34	33	67	485	2.815	169	2.984
Heimtextil								
Heimtextil Russia		130	154	284	8.005	14.317	335	14.652
	1	130	154	284	8.005	14.317	335	14.652
Home Textiles Sourcing								
Home Textiles Sourcing Expo		5	141	146	1.707	669	80	749
	1	5	141	146	1.707	669	80	749
Interstoff								
Interstoff Asia Essential – Autumn		32	146	178	1.458	4.903	1.624	6.527
Interstoff Asia Essential – Spring		30	215	245	2.939	5.422	2.203	7.625
	2	62	361	423	4.397	10.325	3.827	14.152
Intertextile (Apparel)								
Intertextile Beijing Apparel Fabrics		1.018	292	1.310	24.179	21.908	4.371	26.279
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics		2.522	836	3.358	72.373	50.219	15.559	65.778
	2	3.540	1.128	4.668	96.552	72.127	19.930	92.057
Intertextile (Home)								
Intertextile Guangzhou Home Textiles		196	6	202	7.833	16.641	4.501	21.142
Intertextile Shanghai Home Textiles – Autumn Edition		1.070	261	1.331	65.310	34.198	4.837	39.035
Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition		273	6	279	14.465	9.689	615	10.304
	3	1.539	273	1.812	87.608	60.528	9.953	70.481
Techtextil								
Cinte Techtextil China		313	124	437	10.198	17.112	1.954	19.066
Techtextil North America (Atlanta)		166	148	314	4.534	3.484	791	4.275
Techtextil Russia		38	154	192	2.260	3.520	990	4.510
	3	517	426	943	16.992	24.116	3.735	27.851
Texworld								
Texworld (Autumn) ⁴⁾		3	805	808	14.625	2.153	12.217	14.370
Texworld (Spring) ⁴⁾		5	633	638	12.403	2.065	11.371	13.436
Texworld USA (Autumn)		25	303	328	3.693	2.901	396	3.297
Texworld USA (Spring)		23	139	162	1.911	3.055	302	3.357
	4	56	1.880	1.936	32.632	10.174	24.286	34.460
Yarn Expo								
Yarn Expo Autumn		49	51	100	1.221	4.331	481	4.812
Yarn Expo Spring		111	42	153	2.187	3.876	626	4.502
	2	160	93	253	3.408	8.207	1.107	9.314
Textiles & Textile Technologies gesamt	23	6.058	4.834	10.892	255.890	204.420	63.521	267.941

4) Texworld und Apparel Sourcing Paris finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.

Technology & Production	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
IFFA								
Tecno Fidta		164	14	178	5.706	10.738	693	11.431
	1	164	14	178	5.706	10.738	693	11.431
Intersec								
Intersec		158	751	909	16.944	9.524	10.067	19.591
Intersec Buenos Aires		144	16	160	4.529	12.084	365	12.449
Secutech		359	146	505	13.767	22.806	2.704	25.510
Secutech India		119	35	154	4.598	13.820	415	14.235
Secutech Thailand		43	65	108	1.608	4.892	340	5.232
Secutech Vietnam		33	70	103	1.503	4.045	116	4.161
	6	856	1.083	1.939	42.949	67.171	14.007	81.178
ISH								
ISH China & CIHE		665	151	816	28.716	31.755	1.401	33.156
ISH Moscow		9	7	16	119	4.032	0	4.032
ISH Shanghai & CIHE		129	35	164	3.063	7.906	420	8.326
	3	803	193	996	31.898	43.693	1.821	45.514
Light + Building								
Guangzhou International Lighting Exhibition		2.599	315	2.914	105.182	89.429	20.977	110.406
Interlight Moscow powered by Light + Building		320	372	692	14.118	25.856	1.602	27.458
Light India		105	82	187	5.975	16.332	154	16.486
Light Middle East		34	185	219	2.714	3.368	1.160	4.528
Shanghai Intelligent Building Technology		84	8	92	1.656	7.632	251	7.883
	5	3.142	962	4.104	129.645	142.617	24.144	166.761
SPS								
SIAF – SPS Industrial Automation Fair Guangzhou		287	151	438	8.520	21.312	877	22.189
SPS IPC Drives Italia		337	97	434	14.755	14.564	0	14.564
	2	624	248	872	23.275	35.876	877	36.753
Texprocess								
Texprocess Americas		128	33	161	4.973	2.029	434	2.463
	1	128	33	161	4.973	2.029	434	2.463
Independent – Building & Energy								
Hardware + Tools Middle East		16	192	208	2.165	2.760	648	3.408
	1	16	192	208	2.165	2.760	648	3.408
Independent – Enviroment								
Canadian Waste & Recycling Expo		163	76	239	4.322	1.753	105	1.858
Eco Expo Asia		159	112	271	2.487	6.783	4.767	11.550
Water Expo China		100	29	129	3.087	20.671	3.145	23.816
	3	422	217	639	9.896	29.207	8.017	37.224
Independent – Production Technology								
AsiaMold		231	38	269	5.428	15.416	1.666	17.082
Micromachine / MEMS		183	23	206	2.847	10.716	269	10.985
	2	414	61	475	8.275	26.132	1.935	28.067
Technology & Production gesamt	24	6.569	3.003	9.572	258.782	360.223	52.576	412.799

Mobility & Infrastructure	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Automechanika								
Automechanika Argentina		244	186	430	10.361	28.884	3.032	31.916
Automechanika Middle East		166	1.158	1.324	20.854	10.273	10.537	20.810
MIMS powered by Automechanika Moscow		255	1.128	1.383	21.194	13.517	2.200	15.717
Automechanika Shanghai		3.656	453	4.109	89.711	54.143	18.047	72.190
Automechanika St. Petersburg		50	46	96	932	3.027	220	3.247
PAACE Automechanika Mexico		129	410	539	6.831	19.328	435	19.763
	6	4.500	3.381	7.881	149.883	129.172	34.471	163.643
Mobility & Infrastructure gesamt	6	4.500	3.381	7.881	149.883	129.172	34.471	163.643

Entertainment Media & Creation	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Musikmesse								
Music China		1.293	313	1.606	41.752	56.927	3.245	60.172
NAMM Musikmesse Russia ⁵⁾		130	75	205	4.530	6.104	171	6.275
	2	1.423	388	1.811	46.282	63.031	3.416	66.447
Prolight + Sound								
Prolight + Sound Shanghai		392	22	414	13.278	18.541	1.498	20.039
	1	392	22	414	13.278	18.541	1.498	20.039
Entertainment Media & Creation gesamt	3	1.815	410	2.225	59.560	81.572	4.914	86.486
Veranstaltungen der Messe Frankfurt im Ausland	68	21.094	13.337	34.431	791.785	993.007	180.750	1.173.757

5) inkl. Prolight + Sound NAMM Russia

Kongresse, Events und weitere Aktivitäten im Jahr 2012

	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Kongresse und Tagungen auf dem Messegelände außerhalb von Messen	79					117.951	16	117.967
Events (Konzerte, sportliche, kirchliche, politische und sonst. Veranstaltungen)	76					521.798	0	521.798
German Pavilions (Planung und Durchführung von Messebeteiligungen)	12					0	0	0
Akademie Messe Frankfurt	159					1.716	0	1.716
	326					641.465	16	641.481

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2012

	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt	35	14.717	26.743	41.460	1.353.707	950.058	590.753	1.540.811
Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt	6	1.722	884	2.606	91.051	71.439	21.955	93.394
Veranstaltungen im Ausland	68	21.094	13.337	34.431	791.785	993.007	180.750	1.173.757
Kongresse, Events und weitere Aktivitäten	326	0	0	0	0	641.465	16	641.481
	435	37.533	40.964	78.497	2.236.543	2.655.969	793.474	3.449.443

Lagebericht des Konzerns Messe Frankfurt GmbH 2012

I. Geschäfts- und Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Während der Ifo-Indikator für das Weltwirtschaftsklima des ersten Halbjahres 2012 noch zunehmend positive Tendenzen aufwies, zeichnete sich in der Mitte des Jahres ab, dass die Weltkonjunktur spürbar an Schwung verlor. Dies machte sich, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß, in allen wichtigen Wirtschaftsregionen bemerkbar und ließ die für die Messewirtschaft wichtige Kenngröße, den Welthandel, kontinuierlich an Schwung verlieren. Er legte um 2,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu – nach einem Wachstum von 5,8 Prozent im Jahr 2011.¹ Diese wirtschaftliche Eintrübung ist auch auf immense Anpassungsprozesse wie Sparprogramme und Strukturreformen im Euroraum zurückzuführen. Die Sorge um die Liquidität von Banken oder sogar Staaten sorgte für eine zunehmende Verunsicherung von Investoren, Produzenten und Konsumenten in aller Welt.

Der Ifo-Indikator verschlechterte sich auch im vierten Quartal entsprechend und unterstreicht die anhaltende schwierige Situation, in der sich die Wirtschaft weltweit befindet.

Dennoch konnte im Berichtsjahr für die Weltwirtschaft ein Wachstum von insgesamt drei Prozent verzeichnet werden nach noch 3,8 Prozent im Vorjahr. In den einzelnen Wirtschaftsräumen war die Entwicklung sehr unterschiedlich, jedoch überall schlechter als im Vorjahr. Davon ausgenommen waren Japan (+2,1 Prozent) und die USA (+2,2 Prozent), die sich beide in ihren Wachstumswerten verbesserten. Die Industrieländer – inklusive Europäische Union, USA, Kanada, Japan – erreichten insgesamt einen Zuwachs von 1,2 Prozent. Mit einer weit größeren Dynamik entwickelten sich auch 2012 die Schwellenländer auf ein Plus von 5,4 Prozent (2011: +7,0 Prozent). Vor allem China (+7,8 Prozent) und Indien (+3,7 Prozent) konnten gewohnt erfreuliche Wachstumswerte verzeichnen, wengleich auch mit vergleichsweise verhaltener Dynamik.²

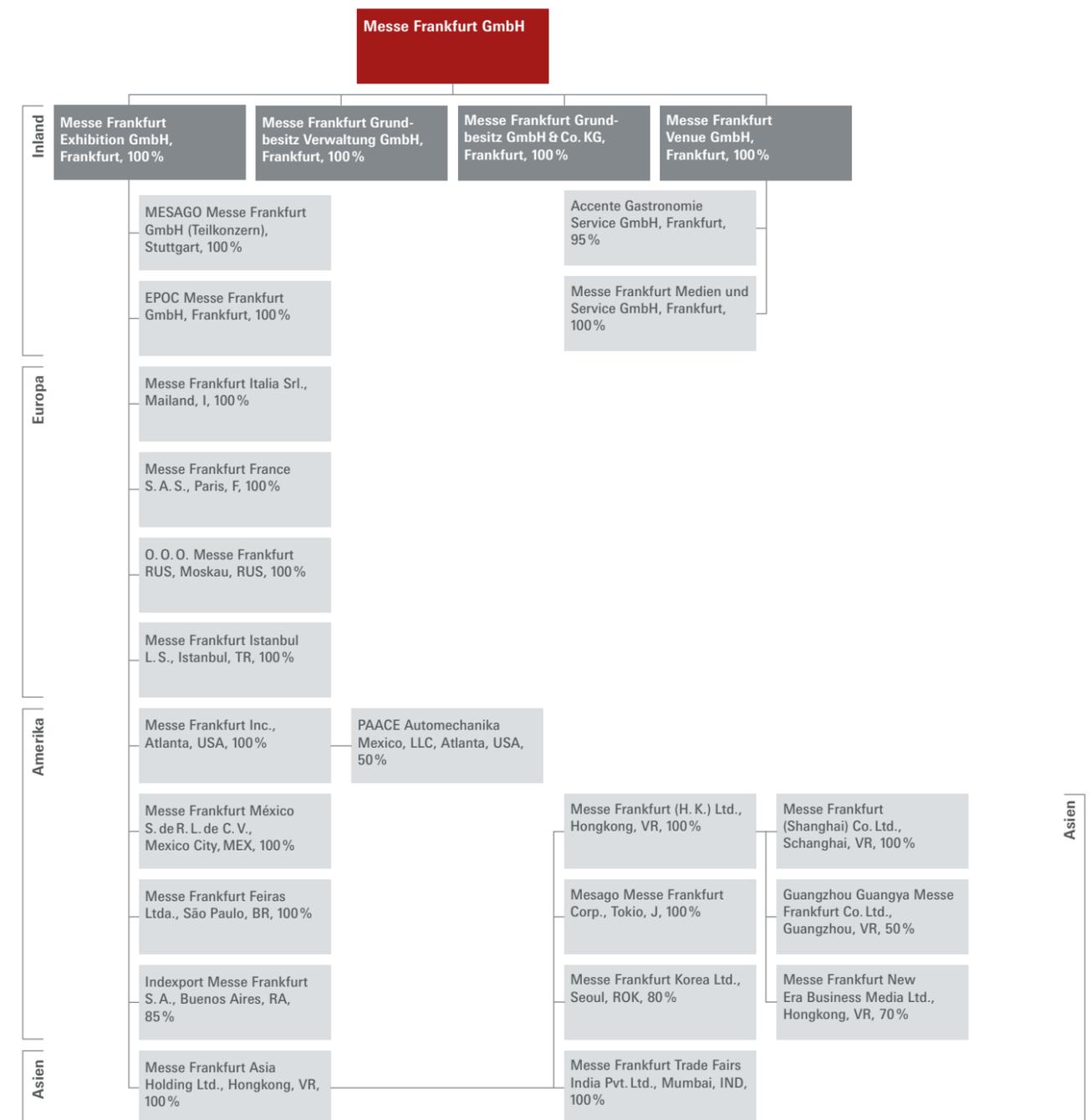
Situation der Messewirtschaft

Die regional stark unterschiedlichen Entwicklungen auf den Weltmärkten spiegelten sich auch 2012 in der internationalen Messewirtschaft wider. Der nach wie vor dynamischen Entwicklung von Messen in Asien, insbesondere in China, mit hohen Zuwachsraten, steht der europäische Messemarkt gegenüber, der eine starke Polarisierung aufweist. Während es den deutschen und schweizerischen Messegesellschaften gut geht, zeigen sich französische Veranstalter gerade einmal zufrieden. Anbieter in Portugal, Spanien, Italien, Griechenland und Großbritannien leiden unter der anhaltenden Finanzkrise.

Für die Mehrzahl der europäischen Messegesellschaften war 2012 das dritte Jahr in Folge, in dem der Umsatz stieg.³ Fast alle europäischen Messeveranstalter haben erkannt, dass Wachstumschancen insbesondere in Asien und den Schwellenländern bestehen. Ihre Aktivitäten führten dazu, dass vor allem in Asien europäische Messegesellschaften an Bedeutung gewannen. Nach wie vor aber ist Europa der größte Messeplatz der Welt (größer als der in China und den USA zusammen). 48 Prozent der gesamten weltweiten Ausstellungsfläche für Messen entfallen auf europäische Messeplätze. Jahr für Jahr ziehen die rund eine Millionen Aussteller an die 100 Millionen Besucher auf die Veranstaltungen.⁴

Die erste Hochrechnung des AUMA für 2012 hat ergeben, dass bei den 161 überregionalen Messen in Deutschland mit 180.000 Ausstellern rund 1,5 Prozent mehr als bei den jeweiligen Vorveranstaltungen zu verzeichnen waren. Mit plus 2,5 Prozent sind die Beteiligungen aus dem Ausland

Unternehmensgruppe Messe Frankfurt



1) Ifo-Konjunkturbericht 4/2012 für die Messe Frankfurt

2) Ifo-Konjunkturbericht 4/2012 für die Messe Frankfurt

3) UFI Global Exhibition Barometer, Juni 2012

4) FAZ, 25. Januar 2013

überdurchschnittlich auf 97.500 Aussteller gewachsen. Viele Firmen aus südeuropäischen Krisenländern nutzen die deutschen Messen als Plattformen für den Export auch in dritte Länder. Die vermietete Standfläche der überregionalen Messen ist im Berichtsjahr um 1,5 Prozent auf insgesamt 7,0 Millionen Quadratmeter gewachsen. Wenngleich die Unternehmen vorsichtiger kalkulieren, setzen sie dennoch weiter auf angemessen große Präsentationsflächen. Die Besucherzahl der Messen 2012 liegt nach vorläufigen Ergebnissen mit 10,5 Millionen etwa ein Prozent unter dem Niveau der Vorveranstaltungen (2011: +4,1 Prozent)⁵. „Das Jahr 2012 hat gezeigt, dass Messen auch in Zeiten mit unsicherer Stimmungslage als Kommunikations- und Marketinginstrument zuverlässig funktionieren. Sie haben unverändert die führende Position in der B2B-Kommunikation“, so der AUMA-Vorsitzende Hans-Joachim Boekstegers.⁶

Ziele und Strategien der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt

Die sich verschärfenden Wettbewerbsbedingungen in der Messewirtschaft und schwierige Primärmarktentwicklungen in einer der wichtigsten Veranstaltungsbranchen der Messe Frankfurt, den Konsumgütermärkten, sowie die zunehmend unsicheren Entwicklungen der internationalen Märkte stellen die größten Herausforderungen für die Messe Frankfurt dar. Der im Jahr 2010 gesetzte strategische Rahmen, der sich bisher als belastbar erweist, wurde im Hinblick auf die Produkt- und Organisationsentwicklung, die Entwicklung des Messestandortes und der Infrastruktur sowie in Bezug auf die in Teilen notwendige Anpassung der Management- und IT-Systeme fortgeschrieben. Auf diesen verschiedenen Ebenen wurden Änderungsprozesse angestoßen und weiterentwickelt. Einige dieser Projekte werden sich noch über mehrere Jahre fortsetzen.

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 Geschäftsfelder, in denen die Messe Frankfurt ihre Marketingplattformen anbieten will, wurden schärfer umrissen. Beim Portfolio soll zukünftig eine stärkere Produktvielfalt angestrebt werden. Zur strategischen Neuausrichtung gehörte auch die Festlegung der Märkte, in die zukünftig verstärkt investiert werden soll: Der Heimatstandort Frankfurt am Main steht dabei an erster Stelle, gefolgt von den erklärten Schwerpunktmärkten China, Russland, Indien, Dubai und Türkei. Vorherrschende Veranstaltungsstrategie bleibt die Brandstrategie: Ausgehend von einer Leitveranstaltung – in der Regel in Frankfurt am Main – werden dabei Veranstaltungen in allen relevanten Wirtschaftsregionen der Welt durchgeführt, die sich in Bezug auf den Namen, die Nomenklatur und die Services an der Leitveranstaltung orientieren.

Die Organisationsentwicklung: Um den administrativen Aufwand bei den Kunden, aber auch die internen Organisationsabläufe zu verschlanken, wurden die Kernprozesse auf den Prüfstand gestellt und definiert, wo Anpassungen erforderlich sind. Bestimmende Stoßrichtung der 2012 begonnenen Umsetzungsphase war neben dem Grundsatz „more sales, less administration“ die Steigerung der Kundenzufriedenheit durch hohe Prozessqualität.

Die Entwicklung des Messestandortes und der Infrastruktur: Im Hinblick auf das im Jahr 2000 abgeschlossene Cross-Border-Lease-Geschäft, wurden im ersten Quartal 2012 Gespräche mit dem Investor, den beteiligten Banken und den beteiligten Versicherungen aufgenommen, um die Verträge vorzeitig zu beenden. Die Verhandlungen wurden im April 2012 erfolgreich zum Abschluss gebracht: Mehr als die Hälfte (15,8 Mio. €) des im Jahr 2000 vereinnahmten Barwertvorteils (28,9 Mio. €) verbleibt bei der Messe Frankfurt.

Die Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Venue GmbH wird Eigentümerin und Betreiberin des Kongresszentrums im Europaviertel. Den Weg dazu ebnet ein Vertrag, der zwischen der CA Immo Deutschland GmbH, der Projektentwicklungsgesellschaft ECE sowie der Messe Frankfurt zum Ende des Jahres 2011 geschlossen wurde. Das Kongresszentrum trägt den Namen Kap Europa, wird gleichzeitig mit dem Einkaufszentrum Skyline Plaza errichtet und soll im Sommer 2014 in Betrieb gehen.

Das Kap Europa verfügt über vier Ebenen mit einem Saal für 1.000 Personen, einem teilbaren Saal für 600 Personen sowie zwölf weiteren Tagungsräumen. Während das Congress Center auf dem Messegelände ideal ist für große Veranstaltungen mit erweitertem Flächenbedarf, bedient das Kap Europa den Bedarf an einem Plenarsaal und vielen kleineren Räumen. Da das Gebäude im öffentlichen Raum und damit im Fokus der Öffentlichkeit steht, soll es eine besondere Vorbildfunktion hinsichtlich ökologischer und sozialverträglicher Bauweisen und seines Betriebes erfüllen. Das Kap Europa ist das erste Kongressgebäude, das von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) mit dem Gold-Status zertifiziert wird. Im Berichtsjahr verliefen die Bauarbeiten planmäßig, die Fertigstellung des Rohbaus erfolgte im ersten Quartal 2013.

Die Anpassung der Systeme: Mit der weiteren Harmonisierung der Prozesse und 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.

5) AUMA Compact Nr. 22 vom 30. November 2012

6) AUMA Herbst-Pressegespräch, November 2012

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 Gesellschaften 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 kontinentalen Nachfrage in Europa zusammen. Aufgrund ihrer Größe und Internationalität haben diese Messen größtenteils sogar einen Alleinstellungsanspruch bzw. nur wenige konkurrierende Veranstaltungen. Für diese Leitveranstaltungen 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 Markenthemata (Brands) der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Da die internationalen Messemärkte sich nicht auf wenige Großmessegelände konzentrieren wie in Deutschland, ist der Leitmesseanspruch, wie er am Standort Frankfurt am Main realisiert werden kann, auf die Auslandsveranstaltungen in den 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 Berichtsjahr veranstaltete die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 109 Messen und Ausstellungen (Vorjahr: 100). Rund 78.500 Aussteller (Vorjahr: 68.800) und 2,8 Millionen Besucher (Vorjahr: 3,4 Millionen) wurden registriert; mehr als 2,2 Millionen Quadratmeter Nettofläche (Vorjahr: 2,1 Millionen) wurden belegt. Am Standort Frankfurt am Main wurden darüber hinaus 326 Kongresse, Events und weitere Veranstaltungen mit annähernd 641.500 Besuchern durchgeführt. Damit besuchten im Berichtsjahr insgesamt rund 3,4 Millionen Menschen die Veranstaltungen der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt.

Auf dem konzerneigenen Messegelände in Frankfurt am Main fanden 35 Messen, Verkaufsbörsen und Fachausstellungen statt, darunter – wie im Vorjahr – 13 Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und eine Fachausstellung der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart. Zu diesen 14 konzerneigenen Veranstaltungen in Frankfurt am Main kamen rund 22.000 Aussteller

(Vorjahr: 18.900) und fast 834.000 Besucher (Vorjahr: 741.700). Mehr als 941.000 Quadratmeter (Vorjahr: 804.100) wurden auf diesen Messen in Frankfurt vermietet. Die Qualität dieser Veranstaltungen zeigt sich in deren Internationalitätsgrad sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite. 72 Prozent Auslandsbeteiligung bei den Ausstellern und 46,3 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 54,7 Prozent auf Ausstellerseite bzw. 26,5 Prozent bei den Besuchern (vorläufige Zahlen).

21 Gastmessen, darunter zehn Publikumsausstellungen bzw. Verkaufsbörsen und eine Fachausstellung, ergänzten das Veranstaltungsportfolio am Messeplatz Frankfurt am Main.

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 aus Sicht der konzerneigenen Veranstaltungen zu den veranstaltungsstärkeren Jahren, da neben der Automechanika und der Light + Building, die einen Zweijahresturnus haben, auch die Texcare International (Vierjahresturnus) stattfand. Diese sind insgesamt etwas größer als die ISH, die Texprocess und die Techtexil, die ebenfalls einen Zweijahresturnus haben und nur in ungeraden Jahren stattfinden.

Gesamtaktivitäten 2012 der Messe Frankfurt

	Anzahl	Aussteller	Nettofläche* (in Tsd. m ²)	Besucher (in Tsd.)
Messen und Ausstellungen				
– am Messeplatz Frankfurt am Main	35	41.460	1.354	1.541
– an anderen Standorten im Inland	6	2.606	91	93
Gesamt Deutschland	41	44.066	1.445	1.634
Ausland	68	34.431	792	1.174
Gesamt Messen und Ausstellungen	109	78.497	2.237	2.808
Weitere Veranstaltungen	326			641
Gesamtaktivitäten	435	78.497	2.237	3.449

* einschließlich Sonderschaufläche

Zu den Erfolgen des Geschäftsbereiches Gastveranstaltungen zählte, dass unter anderem die jährliche Frankfurter Buchmesse, die EuroMold und die IMEX erneut mit stabilen bzw. größeren Beteiligungen von Ausstellern und Besuchern stattfanden. Darüber hinaus wurde im Juni die AICHEMA durchgeführt, die einen Dreijahresturnus hat. Als Neuveranstaltungen konnten die European Photovoltaic Solar Energy Conference and Exhibition, die World Publishing Expo sowie die von der DLG durchgeführte Land & Genuss gewonnen werden. Die Messen der Veranstalter UBM und DEMAT rundeten das Veranstaltungsportfolio am Messeplatz Frankfurt ab. Zu diesen Veranstaltungen kamen rund 19.500 Aussteller (Vorjahr: 16.850) und 707.000 Besucher (Vorjahr: 1,48 Millionen). Der Besucherrückgang erklärt sich dadurch, dass im Berichtsjahr turnusgemäß die besucherstarke IAA Pkw nicht stattfand, die allein über 900.000 Besucher zählt.

An anderen deutschen Messeplätzen führten die Messe Frankfurt Exhibition und die MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, sechs Veranstaltungen durch. In Berlin veranstaltet die Messe Frankfurt Exhibition GmbH jeweils im Frühjahr und Herbst die Greenshowroom (inklusive der Ethical Fashion Show). Die EMV (Düsseldorf), PCIM Europe, SMT Hybrid Packaging und die

SPS IPC Drives (alle Nürnberg) gehören zum Portfolio der MESAGO Messe Frankfurt GmbH. Zu diesen Veranstaltungen in Deutschland außerhalb Frankfurts kamen rund 2.600 Aussteller und 93.400 Besucher. Die vermietete Gesamtnettofläche betrug insgesamt rund 91.100 Quadratmeter.

Das Auslandsgeschäft (außerhalb Deutschlands veranstaltete Messen sowie Services) trug im Berichtsjahr erneut einen wesentlichen Anteil zum Geschäftserfolg der Messe Frankfurt bei: Auf 68 Veranstaltungen (Vorjahr: 63) zeigten rund 34.400 Aussteller (Vorjahr: 30.650) fast 1,2 Millionen Besuchern (Vorjahr: 1,06 Millionen) auf rund 791.800 Quadratmetern (Vorjahr: 714.000) ihr Leistungsspektrum. Damit stellten die Auslandsmessen auch 2012 ihre Bedeutung für die Unternehmensgruppe unter Beweis. Regionaler Schwerpunkt des Auslandsgeschäfts war nach wie vor Asien mit 35 Veranstaltungen im Berichtsjahr, von denen allein 24 auf China entfielen. Weitere attraktive Veranstaltungsregionen waren für die Messe Frankfurt der Wirtschaftsraum EMEA (Europe, Middle East, Africa). 22 Messen wurden hier durchgeführt. Von Kanada bis Argentinien veranstalteten die amerikanischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt im Berichtsjahr elf Messen. Im Zuge der Optimierung ihres Produktspektrums erweiterte die Messe Frankfurt Exhibition GmbH auch im Berichtsjahr ihr Portfolio im Ausland. Insgesamt zehn neue Veranstaltungen öffneten 2012 erstmals ihre Tore, eine in den USA, vier in Asien und fünf in EMEA. Wieder einmal wurden dabei einige große Brandthemen ins Ausland getragen. Dazu gehören als Vertreter großer Brands die ISH Moscow ebenso wie die ISH Shanghai + CIHE oder die Secutech India.

Neben der Konzeption und Durchführung von Eigenveranstaltungen wurden zwölf German Pavilions auf Auslandsmessen organisiert. Dabei handelt es sich um die Planung und Durchführung von 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 79 Kongresse und Tagungen (Vorjahr: 85) sowie 76 Events (Vorjahr: 69). Mit fast 118.000 Teilnehmern war 2012 das umsatzstärkste Kongressjahr der Messe Frankfurt. Highlights des Jahres waren die mit fast 10.000 Teilnehmern durchgeführte Tagung von Hewlett Packard, der Kreativgipfel ADC, die Kongresse der Hörgeräteakustiker und der Kardiologen-Kongress sowie der Deutsche Zahnärztetag.

Mehr als eine halbe Million Gäste kamen auf das Messegelände zu den 76 Events, darunter das Großevent DVAG Kickoff, die Galas des Gesundheitskonzerns Fresenius und der Finanzinformatik sowie die Roadshows von Audi und Mercedes. In der traditionsreichen Festhalle haben die Gäste eindrucksvolle Stunden bei Konzerten, Sportveranstaltungen, Shows und Firmenevents erlebt. Die Highlights waren im sportlichen Bereich der BMW Frankfurt Marathon mit dem Zieleinlauf in der Festhalle und das Internationale Festhallenreitturnier. Musikalischer Höhepunkt war die Verleihung der European Music Awards (MTV), bei der die Stadt Frankfurt im Rampenlicht der internationalen Musikwelt stand und die bis zu eine Milliarde Fernsehzuschauer an die Bildschirme lockte. Darüber hinaus ließen die Auftritte von Chris Rea, Udo Lindenberg, Andrea Berg, den Scorpions und den Ärzten die Zuschauer in die Festhalle strömen. Im Showbereich glänzten die mehrtägigen Klassiker Holiday on Ice, die Pferdegala Apassionata sowie Tabaluga und die Michael Jackson THE IMMORTAL World Tour.

Service-Management

Für Aussteller, Besucher sowie Messeveranstalter stellt die Messe Frankfurt mit ihren Tochtergesellschaften in Frankfurt eine breite Palette von Serviceleistungen bereit. Vom Stromanschluss über die Bewachung bis hin zum individuellen Standbau sowie Catering reicht das Angebot. Damit alles zum Veranstaltungsbeginn rechtzeitig steht, arbeitet die Messe Frankfurt mit zahlreichen Servicepartnern eng zusammen. Bei Großveranstaltungen sind dabei bis zu 50 Servicepartner mit 5.000 Mitarbeitern auf dem Gelände zu managen.

III. Darstellung der Lage

Ertragslage

Der Geschäftsverlauf spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung des Konzerns wider. Mit 536,9 Mio. € wurde im Jahr 2012 ein neuer Spitzenumsatz erzielt, der um 14,8 Prozent bzw. 69,4 Mio. € über dem des Vorjahrs liegt. Gegenüber dem Jahr 2010, das vom Veranstaltungsturnus im Inland eher vergleichbar ist, wurden 88,5 Mio. € mehr Erlöst. Das Wachstum im Konzern wurde im Wesentlichen durch die ausländischen Tochtergesellschaften erzielt, die mit 168,5 Mio. € insgesamt 36,1 Mio. € bzw. 27,3 Prozent mehr als im Vorjahr erwirtschaftet haben. Das Jahr 2010 wurde sogar um 54,7 Mio. € bzw. 48,1 Prozent übertroffen.

Umsatzentwicklung (konsolidiert) 2010–2012

	2010 Mio. €	2011 Mio. €	2012 Mio. €	Veränderungen zu	
				2011 in % ⁴⁾	2010 in % ⁴⁾
Inland					
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	202,3	173,6	201,3	16,0	-0,5
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	69,6	96,6	95,0	-1,7	36,5
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ¹⁾	20,7	24,2	25,3	4,5	22,2
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	18,0	14,4	18,1	25,7	0,6
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	23,9	26,3	28,7	9,1	20,1
Summe Inland	334,5	335,1	368,4	9,9	10,1
Ausland					
Messe Frankfurt France S.A.S., Paris	13,6	14,6	15,6	6,8	14,7
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand	1,5	3,1	3,8	22,6	++
Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul	0,0	1,1	0,0	--	0,0
O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau	2,7	3,1	8,8	++	++
EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/Dubai	8,7	11,6	14,7	26,7	69,0
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong ²⁾	77,5	81,9	104,3	27,4	34,6
Messe Frankfurt Inc., Atlanta ³⁾	4,2	3,3	6,2	87,9	47,6
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	5,5	13,6	15,0	10,3	++
Summe Ausland	113,8	132,4	168,5	27,3	48,1
Konzern-Umsatz	448,3	467,5	536,9	14,8	19,8

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

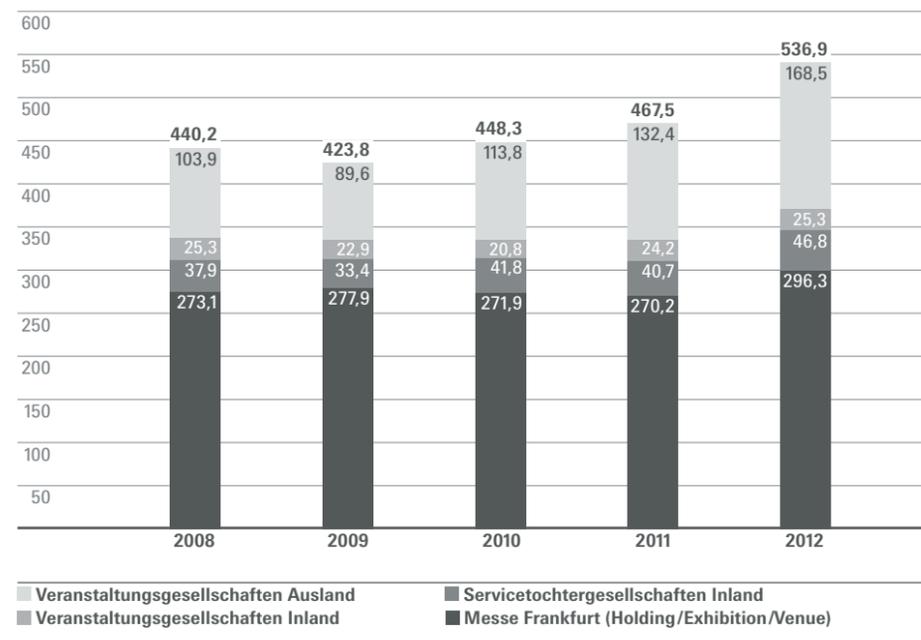
Im Inland konnte der Umsatz ebenfalls um 9,9 Prozent gesteigert werden. Insbesondere die Messe Frankfurt Exhibition GmbH konnte turnusbedingt deutlich zulegen (+16,0 Prozent). Gegenüber 2010 ergab sich bei den inländischen Gesellschaften ebenfalls ein Anstieg von 10,1 Prozent bzw. 33,9 Mio. €.

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH ist mit ihren großen internationalen Leitmessen unverändert der Hauptumsatzträger des Konzerns (37,5 Prozent) und erzielte konsolidiert 201,3 Mio. € nach 173,6 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 Berichtsjahr die Texcare International durchgeführt, die einen Vierjahresrhythmus hat. Gegenüber dem Jahr 2010, das aufgrund des Messeportfolios eher vergleichbar ist, wurden rund 1,0 Mio. € weniger Erlöst. Hintergrund hierfür ist die Entwicklung bei den Konsumgütermessen Tendance und Beautyworld.

Bei der Messe Frankfurt Venue GmbH wurde konsolidiert ein Umsatz von 95,0 Mio. € erzielt, der turnusbedingt um 1,6 Mio. € unter dem des Vorjahrs liegt. Gegenüber dem Jahr 2010 (69,6 Mio. €) wurden 25,4 Mio. € mehr erwirtschaftet. Ursächlich hierfür ist, dass 2012 auch die AICHEMA stattfand, die einen Dreijahresturnus hat. Darüber hinaus trugen die Neuveranstaltungen sowie das erfolgreiche Kongress- und Tagungsgeschäft zur Umsatzsteigerung bei.

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 343,1 Mio. € generiert, der deutlich über den Vorjahren liegt und rund 64 Prozent des Konzern-Umsatzes entspricht (zum Vergleich: 2011: 310,9 Mio. €; 2010: 313,8 Mio. €).

Umsatzentwicklung des Konzerns (konsolidiert) in Mio. €



Auch die MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart konnte den Umsatz des Vorjahres erneut übertreffen. Aufgrund der starken SPS IPC Drives, Internationale Fachmesse für elektrische Automatisierung, stieg der Umsatz um 1,1 Mio. € auf 25,3 Mio. € an, was einen neuen Spitzenumsatz darstellt.

Besonders erfolgreich war die Entwicklung im Ausland. Nach 132,4 Mio. € im Vorjahr summiert sich der Umsatz des Auslandsgeschäfts im Berichtsjahr auf 168,5 Mio. € und hat damit einen Anteil von 31,4 Prozent am Konzern-Umsatz (Vorjahr 28,3 Prozent). Hierbei wirkten sich insbesondere die Umsatzsteigerungen der im Teilkonzern Messe Frankfurt Asia Holding Ltd. zusammengefassten asiatischen Gesellschaften aus (+22,4 Mio. €). Sie erwirtschafteten konsolidiert 104,3 Mio. € nach 81,9 Mio. € im Vorjahr. Aber auch die EMEA-Gesellschaften weisen eine sehr erfolgreiche Entwicklung auf. Mit einem Anstieg in Russland von 5,7 Mio. € auf 8,8 Mio. € und in Dubai um 3,1 Mio. € auf 14,7 Mio. € wurden in beiden Ländern neue Spitzenumsätze erreicht. Die Gesellschaften in Frankreich und Italien legten ebenfalls zu und erwirtschafteten Mehrumsätze von 1,0 Mio. € bzw. 0,7 Mio. €. In den USA kam es turnusbedingt ebenfalls zu einer Umsatzsteigerung (+2,9 Mio. €) im Vergleich zum Vorjahr. Auch die argentinische Gesellschaft kann durch ein sehr gut gelaufenes Kongressgeschäft mit 15,0 Mio. € einen neuen Höchstwert beim Umsatz ausweisen (+1,4 Mio. € zum Vorjahr).

Auch beim Ergebnis gelang es dem Konzernverbund, den Vorjahreswert zu übertreffen. Mit 36,1 Mio. € lag das Ergebnis vor Ertragsteuern um 1,6 Mio. € bzw. 4,8 Prozent über dem des Vorjahrs (34,5 Mio. €). Gegenüber 2010 hingegen wurden 5,7 Mio. € weniger erwirtschaftet.

Ergebnisentwicklung 2010–2012

	2010 Tsd. €	2011 Tsd. €	2012 Tsd. €	Veränderungen zu 2011 in %	2010 in %
Ergebnis vor Ertragsteuern	41.763	34.461	36.104	4,8	-13,6
Ertragsteuern	17.495	12.765	11.472	-10,1	-34,4
Konzern-Jahresüberschuss	24.268	21.696	24.632	13,5	1,5

Ursächlich für diese Entwicklung gegenüber dem Vorjahr ist, dass neben der Umsatzausweitung die Aufwandsquote reduziert werden konnte.

Die sonstigen betrieblichen Erträge (15,8 Mio. €) beinhalten neben dem laufenden Ertrag aus der jährlichen Auflösung des Sonderpostens zum Finanzierungsbeitrag (2,1 Mio. €) im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen (1,9 Mio. €; Vorjahr: 4,8 Mio. €) für aus zeitlichen Gründen unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen, Erträge aus Vergleichszahlungen und Schadensersatzleistungen (3,3 Mio. €) und Erträge aus wertberechtigten Forderungen (0,7 Mio. €) sowie Erträge aus Kursdifferenzen von 5,3 Mio. €.

Den Erlösen stehen betriebliche Aufwendungen von insgesamt 494,7 Mio. € (Vorjahr: 436,1 Mio. €) gegenüber. Sie sind damit um 58,6 Mio. € bzw. 13,4 Prozent höher ausgefallen als im Vorjahr. Den höchsten Anteil bei den Aufwendungen haben die veranstaltungsbezogenen Kosten mit 253,1 Mio. € nach 221,4 Mio. € im Jahr 2011. Dies entspricht einer Aufwandsquote im Verhältnis zum Umsatz von 47,1 Prozent, die im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte geringer 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 5,6 Mio. € deutlich angestiegen, da verstärkt Aufwendungen für Gebäude und technische Anlagen notwendig waren.

Etwas unterproportional entwickelten sich auch die Personalkosten. Die Erhöhung der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter im Konzern sowie Gehaltsanpassungen und die Auswirkungen des Tarifwechsels sowie der tariflichen Steigerungen am Standort Frankfurt am Main führten zu einem Anstieg der Aufwendungen um 14,0 Mio. € bzw. 13,2 Prozent. Bedingt durch den überproportionalen Anstieg des Umsatzes hat sich die Personalkostenquote von 22,7 Prozent im Vorjahr auf 22,4 Prozent im Berichtsjahr verbessert. Die Abschreibungen sind mit 61,5 Mio. € um 2,7 Mio. € höher ausgefallen. Ursächlich hierfür sind im Wesentlichen erhöhte Abschreibungen auf Gebäude aufgrund von Nachaktivierungen und Abschreibungen auf Veranstaltungsrechte. Sonstige betriebliche Aufwendungen wurden in Höhe von 60,1 Mio. € verbucht und liegen damit um 10,3 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. Der Anstieg resultiert insbesondere aus höheren Beratungs-, Prüfungs- und Rechtskosten sowie Aufwendungen für Mieten und allgemeine Werbung.

Das Finanzergebnis bzw. Zinsergebnis ist mit –4,7 Mio. € deutlich besser ausgefallen als im Vorjahr (–5,6 Mio. €). Dabei ist der Rückgang von 0,6 Mio. € bei den Zinserträgen (1,8 Mio. €; Vorjahr: 2,4 Mio. €) durch geringere Zinsaufwendungen von 1,6 Mio. € auf 6,4 Mio. € (2011: 8,0 Mio. €) mehr als kompensiert worden. 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 33,7 Mio. € haben sich die Zinsaufwendungen reduziert.

Hieraus resultiert ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 53,2 Mio. € nach 38,4 Mio. € im Vorjahr.

Aufgrund der Auflösung des US-Lease-Geschäfts waren im außerordentlichen Ergebnis per saldo –13,1 Mio. € zu berücksichtigen. Nach Abzug der Ertragsteuern und latenten Steuern (11,5 Mio. €) sowie der sonstigen Steuern (4,0 Mio. €) ergibt sich ein Konzern-Jahresüberschuss von 24,6 Mio. €, der rund 2,9 Mio. € über dem Vorjahr (21,7 Mio. €) liegt. Die hieraus resultierende Umsatzrendite nach Steuern beträgt wie im Vorjahr 4,6 Prozent. Im Verhältnis zum Eigenkapital errechnet sich eine im Vergleich zum Vorjahr verbesserte Rendite von 6,1 Prozent (Vorjahr: 5,4 Prozent).

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

Mit 102,3 Mio. € konnte zwar das Spitzenergebnis des Jahres 2010 (108,5 Mio. €) nicht erreicht werden, jedoch wurden gegenüber 2011 3,5 Mio. € mehr erwirtschaftet. Bezogen auf den Umsatz beträgt die EBITDA-Marge des Geschäftsjahres 19,1 Prozent nach 21,1 Prozent im Vorjahr. Bereinigt um die einmaligen Ergebniseffekte, die aufgrund des Ausstiegs aus dem US-Lease-Vertrag zu berücksichtigen waren, hätte sich ein neuer Spitzen-EBITDA von 115,4 Mio. € ergeben.

EBITDA-Entwicklung 2010–2012

	2010 Tsd. €	2011 Tsd. €	2012 Tsd. €	Veränderungen zu	
				2011 in Tsd. €	2010 in Tsd. €
Konzern-Jahresüberschuss	24.268	21.696	24.632	2.936	364
Ertragsteuern	17.495	12.765	11.472	–1.293	–6.023
zuzüglich Finanzergebnis	7.494	5.559	4.725	–834	–2.769
Abschreibungen	59.286	58.779	61.466	2.687	2.180
Konzern-EBITDA	108.543	98.799	102.295	3.496	–6.248
EBITDA-Marge	24,2%	21,1%	19,1%		

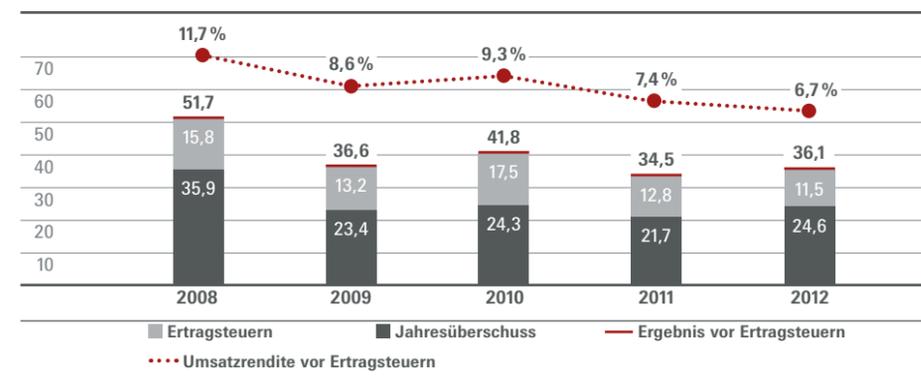
Im Folgenden werden die Ergebnisse vor Konsolidierung der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Gesellschaften bzw. Teilkonzerne erläutert.

Das Stammhaus, Messe Frankfurt GmbH, weist einen Jahresüberschuss von 11,8 Mio. € aus nach 10,4 Mio. € im Vorjahr. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf höhere sonstige betriebliche Erträge (+2,4 Mio. €) sowie ein verbessertes Finanzergebnis (+0,3 Mio. €) zurückzuführen. Die um 1,5 Mio. € gestiegenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie die um 2,9 Mio. € höheren Personalkosten werden über die Verwaltungsumlage gegenüber den Tochtergesellschaften abgerechnet, sodass sich mit 45,1 Mio. € um 4,1 Mio. € gestiegene Umsatzerlöse ergeben. Die Entwicklung beim Finanzergebnis resultiert aus höheren Gewinnabführungen der Tochtergesellschaften. Hintergrund hierfür sind im Berichtsjahr abgeschlossene Ergebnisabführungsverträge mit der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, deren Tochtergesellschaft MESAGO Messe Frankfurt GmbH sowie der Messe Frankfurt Venue GmbH. Letztere hatte jedoch aufgrund des Ausstiegs aus dem US-Lease-Vertrag erhöhte Aufwendungen zu tragen, sodass sich ein Fehlbetrag von 7,6 Mio. € ergab. Diesem stehen die positiven Jahresüberschüsse der beiden erstgenannten Gesellschaften in Höhe von 21,1 Mio. € gegenüber. Im Vorjahr wurden hier lediglich 13,0 Mio. € vereinnahmt.

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH erzielte ein Ergebnis vor Ertragsteuern und Ergebnisabführung von 21,4 Mio. € (Vorjahr: 14,5 Mio. €). Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist im Wesentlichen dadurch begründet, dass neben höheren Beteiligungserträgen der Tochtergesellschaften (+2,9 Mio. €) aufgrund des mit der MESAGO Messe Frankfurt abgeschlossenen Ergebnisabführungsvertrages auch deren 2012er Ergebnis (8,1 Mio. €) zusätzlich vereinnahmt wurde. Obwohl gerade Jahre – bedingt durch den Zweijahresturnus von Automechanika und Light + Building – tendenziell ergebnisstärkere Jahre sind, führte insbesondere ein überproportionaler Anstieg der veranstaltungsbezogenen sowie der sonstigen betrieblichen Aufwendungen zu einer Verringerung des operativen Ergebnisses.

Für die Messe Frankfurt Venue GmbH sind gerade Jahre turnusbedingt eigentlich schwächere Jahre, da die IAA Pkw nicht stattfindet. Im Berichtsjahr führten jedoch die AACHEMA, die einen Dreijahresturnus hat, die neuen Gastveranstaltungen sowie ein verbessertes Event- und Kongressgeschäft zu zusätzlichen Erträgen. Dieser positiven Entwicklung standen zusätzliche Aufwendungen für Anlagenunterhaltung in Höhe von 5,5 Mio. € gegenüber. Auch die Personalkosten sind aufgrund des Tarifwechsels und der tariflichen Steigerungen gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Mio. € bzw. 4,0 Prozent angestiegen. Die Abschreibungen liegen mit 43,0 Mio. € etwas über Vorjahresniveau (41,5 Mio. €). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die im Wesentlichen Verwaltungsumlagen der Messe Frankfurt GmbH, Telekommunikationskosten sowie Miet- und Pacht aufwendungen enthalten, haben sich mit 30,9 Mio. € gegenüber dem Vorjahr (27,3 Mio. €) überproportional erhöht. Insbesondere erhöhte Aufwendungen für Baumaßnahmen, Erbpachtzinsen sowie Telekommunikation waren hier ursächlich.

Ergebnis vor Ertragsteuern und Umsatzrendite 2008–2012 (in Mio. €)



Das Finanzergebnis fällt hingegen mit 7,7 Mio. € deutlich besser aus als im Vorjahr (+3,7 Mio. €). Hierbei kommen insbesondere zwei Effekte zum Tragen: Zum einen haben sich die Beteiligungserträge der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH und der Accente Gastronomie Service GmbH gegenüber dem Vorjahr um 2,1 Mio. € auf insgesamt 9,8 Mio. € erhöht. Zum anderen hat sich das Zinsergebnis per saldo von -3,7 Mio. € im Vorjahr auf -2,1 Mio. € verbessert. Dies führt zu einem Anstieg des Ergebnisses der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 8,4 Mio. € nach 5,8 Mio. € im Vorjahr.

Unter Berücksichtigung der im außerordentlichen Ergebnis verbuchten Belastungen infolge der Auflösung des US-Lease-Vertrags sowie der Grundsteuern verbleibt ein Fehlbetrag von 7,6 Mio. €.

Die Ergebnisse der in- und ausländischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH haben eine differenzierte Entwicklung genommen. Insgesamt summieren sich die Jahresergebnisse im Berichtsjahr auf 19,3 Mio. € nach 18,3 Mio. € im Vorjahr. Davon hat der asiatische Teilkonzern im Berichtsjahr 11,9 Mio. € erwirtschaftet nach 7,6 Mio. € im Jahr 2011. Insbesondere die Entwicklung der Tochtergesellschaften in Hongkong, Guangzhou und Japan 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 trägt mit einem Ergebnis vor Steuern und Gewinnabführung von 8,0 Mio. € (Vorjahr: 8,9 Mio. €) einen wesentlichen Anteil zum Konzern-Erfolg bei. Weitere nennenswerte Gewinnanteile erwirtschaftete die EPOC Messe Frankfurt GmbH mit ihrer Betriebsstätte in Dubai mit 3,2 Mio. € (Vorjahr: 2,1 Mio. €) sowie die Tochtergesellschaften in Frankreich mit 1,1 Mio. € (Vorjahr: 1,0 Mio. €) und Russland mit 1,0 Mio. € (Vorjahr: 0,3 Mio. €). Während die Tochtergesellschaften in Brasilien und Mexiko sowie die Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd. in Hongkong 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 Messerechte und Firmenwerte. Im Berichtsjahr wurden darüber hinaus Investitionen in Höhe von rund 27,0 Mio. € vorgenommen (Vorjahr: 22,4 Mio. €). Der überwiegende Teil wurde in Sachanlagen investiert (17,9 Mio. €), wobei 3,9 Mio. € auf Betriebsvorrichtungen in den Hallen entfallen. In weitere Infrastrukturmaßnahmen, insbesondere die Nutzungsänderung der Halle 10 sowie die Fassadensanierung der Halle 6, wurden 2,5 Mio. € investiert. Die restlichen Zugänge betreffen kleinere Infrastrukturmaßnahmen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Weitere 9,1 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 2012 wird unter Berücksichtigung der Abschreibungen (61,5 Mio. €) und der Anlagenabgänge ein Anlagevermögen von 610,7 Mio. € (Vorjahr: 651,5 Mio. €) bilanziert, was einem Anteil von rund 73 Prozent an der Bilanzsumme (834,3 Mio. €) entspricht.

Das Umlaufvermögen ist um 43,4 Mio. € auf 222,4 Mio. € gestiegen. Während die sonstigen Vermögensgegenstände um 16,3 Mio. € gesunken sind, haben sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 2,2 Mio. € sowie die Wertpapiere um 21,1 Mio. € erhöht. Des Weiteren ist insbesondere der gestiegene Bestand an Kassen- und Bankguthaben (+36,4 Mio. €) ursächlich für diese Entwicklung.

Auf der Passivseite wird für das Eigenkapital aufgrund des im Geschäftsjahr erzielten Jahresüberschusses (24,6 Mio. €), der erfolgten Ausschüttungen (16,0 Mio. €) sowie der Veränderung der Eigenkapitaldifferenz aus der Fremdwährungsumrechnung (-0,9 Mio. €) ein Wert von 411,9 Mio. € bilanziert, der um 7,7 Mio. € über dem Vorjahr (404,2 Mio. €) liegt. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von rund 49,4 Prozent und führt zu einer Anlagendeckung 1. Grades von rund 67 Prozent. In Verbindung mit dem eigenkapitalnahen Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (25,4 Mio. €) sowie dem ebenfalls überwiegend langfristig zur Verfügung stehenden Anteil des passiven Rechnungsabgrenzungspostens (pRAP) von 28,1 Mio. €, den mittel- und langfristigen Rückstellungen (21,3 Mio. €) sowie den langfristigen Bankdarlehen (77,4 Mio. €) erhöht sich die Anlagendeckung 2. Grades auf 92 Prozent.

Die Rückstellungen sind gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Mio. € auf 77,5 Mio. € gestiegen. Sie umfassen neben den einzeln ausgewiesenen Pensions- und Steuerrückstellungen (+0,1 Mio. € bzw. -0,9 Mio. €) insbesondere Rückstellungen für unterlassene Instandsetzungsmaßnahmen und Bauerneuerungsverpflichtungen, Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern, Ansprüche der Belegschaft sowie ausstehende Rechnungen. Sie betragen insgesamt 51,0 Mio. € (+4,2 Mio. € zum Vorjahr).

Die Verbindlichkeiten des Konzerns summieren sich auf 285,7 Mio. € (Vorjahr 289,7 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von rund 34 Prozent an der Bilanzsumme und führt – im Verhältnis zum Eigenkapital – zu einem Verschuldungsgrad von rund 69 Prozent nach rund 72 Prozent im Vorjahr. Im Laufe des Jahres 2012 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 33,7 Mio. € vorgenommen. Andererseits haben sich die von Ausstellern erhaltenen Anzahlungen für die Messen des ersten Quartals 2013 um 30,1 Mio. € gegenüber dem Vorjahr erhöht. Diese Erhöhung ergibt sich insbesondere durch den Zweijahresrhythmus der Messe ISH, die turnusgemäß 2013 stattfindet. Des Weiteren standen den auf 23,4 Mio. € angestiegenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (+10,2 Mio. €) um 10,5 Mio. € reduzierte sonstige Verbindlichkeiten gegenüber. Letztere sind infolge reduzierter Mehrwertsteuer-Rückerstattungsverpflichtungen geringer ausgefallen.

Finanzierung

Entsprechend der Kapitalflussrechnung konnte der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (41,8 Mio. €) sowie aus der Finanzierungstätigkeit (49,7 Mio. €) durch die vorhandene Liquidität und den positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (127,9 Mio. €) gedeckt werden. Hierdurch ist der Finanzmittelfonds um 36,4 Mio. € auf rund 112,8 Mio. € gestiegen. Für den Finanzmittelfonds ergeben sich zusammengefasst folgende Werte und Veränderungen:

Entwicklung des Finanzmittelfonds 2010–2012

	2010 Tsd. €	2011 Tsd. €	2012 Tsd. €
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	105.299	37.974	127.936
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-42.771	-26.061	-41.771
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-46.985	-48.604	-49.736
Zahlungswirksame Veränderungen	15.543	-36.691	36.429
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	97.514	113.057	76.366
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	113.057	76.366	112.795

Personal

Am 31. Dezember 2012 waren in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 1.833 aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt; 108 mehr als zum Jahresende 2011. Im Inland stieg die Kopfzahl von 1.139 auf 1.204 und im Ausland von 586 auf 629.

Für die Messe Frankfurt GmbH, die Messe Frankfurt Exhibition GmbH, die Messe Frankfurt Venue GmbH sowie die Messe Frankfurt Medien und Service GmbH wurden zum Jahresende 2012 Tarifverhandlungen zur Überführung in eine neue Entgeltordnung, die durch den Abschluss des Tarifvertrags im Jahr 2011 notwendig wurde, erfolgreich beendet. Diesen Verhandlungen gingen intensive konzeptionelle Planungen zum Thema Personalkosten- und Gehaltsstrukturen voraus. Damit konnte die Grundlage für den Aufbau eines transparenten und neu strukturierten Vergütungssystems, das 2013 implementiert werden wird, geschaffen werden.

Entwicklung der Mitarbeiteranzahl¹⁾

(jeweils zum 31. Dezember)	2010	2011	2012
Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt	252	261	270
productpilot GmbH, Frankfurt	8	0	0
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	263	289	305
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	240	235	231
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	79	69	72
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ²⁾	68	78	88
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	194	207	238
Inland	1.104	1.139	1.204
Messe Frankfurt France S.A.S., Paris, Frankreich	20	20	20
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand, Italien	18	22	24
Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul, Türkei	14	13	14
O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau, Russland	23	32	37
EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/Dubai, VAE	46	64	66
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, China	3	3	3
Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong, China ²⁾	283	302	326
Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio, Japan	28	27	27
Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul, Südkorea	8	8	10
Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai, Indien	16	28	35
Messe Frankfurt Inc., Atlanta, USA	27	28	28
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C.V., Mexico City, Mexiko	7	7	7
Indexport Messe Frankfurt S.A., Buenos Aires, Argentinien	32	32	32
Ausland	525	586	629
Konzern Messe Frankfurt	1.629	1.725	1.833
Mitarbeiteranstieg		96	108

1) inkl. Auszubildende und Geschäftsführer

2) Teilkonzern

Die Geschäftsführung und Geschäftsleitung der Messe Frankfurt haben – konsequent abgeleitet aus der Unternehmensstrategie – das Thema „Exzellente Führung“ in den Fokus der Personalarbeit gerückt. In der ersten Hälfte des Jahres 2012 formulierten sie ein neues Führungsverständnis, das Führung und die Qualität des Führungsverhaltens zum fundamentalen Element für die Umsetzung des Unternehmenskonzepts macht. Die erste Frankfurter Management Tagung – ein Führungskräfte-treffen in neuem Format – schwor zur Jahresmitte alle Führungskräfte auf eindringliche und inspirierende Art auf das neue Führungsverständnis ein. In der zweiten Hälfte des Jahres konzentrierte sich ein Arbeitskreis aus Führungskräften auf die Erarbeitung konkreter Umsetzungsvorschläge, wie sich Führung bei der Messe Frankfurt weiterentwickeln wird.

Parallel dazu wurde die Erarbeitung eines Verhaltensleitbildes angestoßen, das allen bei der Messe Frankfurt Beschäftigten – Mitarbeitern und Führungskräften – einen klaren Orientierungsrahmen für den Umgang miteinander geben soll. Als Ergebnis eines kontinuierlichen Prozesses, in den eine große Zahl an Vertretern aus allen Ebenen des Unternehmens eingebunden war, wurde zum Jahresende ein Entwurf für ein Leitbild mit Selbstverpflichtung vorgelegt, an dem sich alle messen lassen möchten.

Auch 2012 war Weiterbildung ein zentrales Thema der Personalarbeit der Messe Frankfurt. Neben der intensiven Nutzung des Seminarangebotes der Akademie Messe Frankfurt waren die systematische Schulung von Ausbildungsbeauftragten, die Einführung von „Blended Learning“ bei der Sprachenqualifizierung sowie ein neues „Walk In“-Konzept für IT-Qualifizierungen besonders hervorzuhebende Investitionen in die Qualifizierung der Mitarbeiter.

Insgesamt gelang es allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Messe Frankfurt GmbH hervorragend, sich den mit der wachsenden Geschäftstätigkeit der operativen Bereiche verbundenen Anforderungen zu stellen. Flexibilität und Einsatzbereitschaft sowie die gezeigte Kompetenz waren 2012 erneut vorbildlich, so dass die Anforderungen gemeistert werden konnten. Die Geschäftsführung bedankt sich daher ausdrücklich bei der Belegschaft und gratuliert ihr zum erzielten Unternehmensergebnis.

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. Die Messe Frankfurt versucht, durch Kundenentwicklungsstrategien die Veranstalter, Aussteller und Besucher möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden. Mit ihrem breiten Angebotsspektrum können die Messe Frankfurt und ihre Tochtergesellschaften 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 deren 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 abhängig. Ein Rückgang der Aussteller- und Besucherzahlen wirkt sich direkt auf die Nachfrage nach Services der Messe Frankfurt Venue GmbH aus. Mit ihrem breiten und qualitativ hochwertigen Angebotsspektrum können diese Gesellschaften attraktive Packages für Aussteller und Besucher anbieten. Zusätzliche Services einerseits und flexibles Kostenmanagement andererseits sollen mögliche negative Abweichungen kompensieren.

Die Vertragsverhandlungen mit den Veranstaltern der großen Gastmessen Buchmesse, AACHEM 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.

Die konjunkturellen Probleme in wichtigen Veranstaltungsbranchen weltweit, verbunden mit strukturellen Schwierigkeiten 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 von Teilen der Aussteller- und Besucherschaft nicht angenommen wird. Es bietet sich jedoch 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 können sich nicht zuletzt aufgrund der möglichen weiteren politischen Entwicklungen in Nordafrika Schwierigkeiten bei der Aussteller- und Besuchergewinnung ergeben.

Die Tochtergesellschaft in Japan konnte die besonderen Herausforderungen durch die Natur- und Nuklearkatastrophe vor zwei Jahren meistern, sieht sich aber in den Branchen Technologie und Konsumgüter einem starken Wettbewerbsumfeld 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 starken Boom-Regionen wie China kommt es inzwischen zu Firmenzusammenschlüssen im Bereich der kleinen und mittelständischen Unternehmen, die zu einem Ausstellerückgang in den betroffenen Branchen führen können.

Aufgrund des gesättigten Messemarktes in Deutschland sieht die Messe Frankfurt Wachstumsmöglichkeiten vor allem durch Messen im Ausland. Durch die weiterhin global unsichere Wirtschaftslage sind auch die Tochtergesellschaften weltweit betroffen. In einzelnen Branchen hat sich die Situation immer noch nicht erholt. Hier besteht die Gefahr, bei den betroffenen Veranstaltungen weiter Marktanteile zu verlieren.

Verschärft wird diese Situation durch lokale Konkurrenzveranstalter, die zum Teil von ihren Regierungen finanziell unterstützt werden. Hinzu kommen teilweise schwer planbare politische Entscheidungen in Bezug auf die Messelandschaft in einzelnen Ländern. 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. Zusätzlich ergeben sich Risiken aus stark gestiegenen Sicherheitsanforderungen an Veranstalter von Messen.

Weitere Risiken ergeben sich 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.

Tochtergesellschaften, die stark vom Vertrieb einzelner Veranstaltungen wie der Tendence oder Texworld abhängen, sind bei negativen Trends dieser Events mit betroffen.

Gelände- und Baurisiken

Die laufende Modernisierung des Geländes in Frankfurt ist Voraussetzung zur Erfüllung der steigenden Kundenbedürfnisse. Risiken können sich durch zusätzlich notwendige Baumaßnahmen ergeben, die erst im Rahmen von Sanierungsarbeiten erkannt werden.

Dem Risiko, dass durch Katastrophen, Pandemien oder Krisen Veranstaltungen oder das Messegelände bedroht werden, wird durch entsprechende Versicherungen und Sicherheitsmaßnahmen wie konzernweit abgestimmte Notfallpläne und Kommunikationsmaßnahmen sowie mit Hilfe des Operation and Security Centers begegnet.

Administrative Risiken

Die Messe Frankfurt GmbH und die Messe Frankfurt Venue GmbH waren in ein so genanntes US-Cross-Border-Lease-Geschäft eingebunden, das inzwischen vorzeitig und vorteilhaft für die Messe Frankfurt beendet werden konnte.

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. Für die Risikoberichte 2013 wurde in Abstimmung mit dem Landesrechnungshof eine Anpassung der Eintrittswahrscheinlichkeitsklassen vorgenommen, um die Risikolandschaft noch präziser darstellen zu können.

V. Sonstige Angaben/Ausblick

Der Ifo-Konjunkturbericht 4/2012, der für die Messe Frankfurt erstellt wird, unterstreicht die anhaltend schwierige Situation der Weltwirtschaft auch für 2013. Als gravierendstes wirtschaftliches Problem wird die zu geringe Nachfrage genannt. Weitere Hemmnisse werden von den Wirtschaftsexperten in den öffentlichen Haushaltsdefiziten und dem mangelnden Vertrauen in die Wirtschaftspolitik der Regierungen gesehen. Die Verunsicherung dürfte die Finanzierungsbedingungen für Banken und Unternehmen weltweit verschlechtern und darüber hinaus zum Aufschub vieler Konsum- und Investitionsausgaben in allen relevanten Volkswirtschaften führen. Schließlich wird die Finanzpolitik in Europa und den USA aufgrund der hohen Staatsverschuldung weiterhin restriktiv ausgerichtet sein. Der negative Fiskalimpuls dürfte überdurchschnittlich stark in den von der Schuldenkrise besonders bedrohten Euroraumländern sein, deren Wirtschaftslage im Jahr 2012 weiterhin rezessiv beurteilt wird. Alles in allem wird jedoch davon ausgegangen, dass die gesamtwirtschaftliche Produktion in der Welt mit 3,3 Prozent etwas zunehmen wird. Entsprechend wird der Zuwachs des Welthandels mit 3,6 Prozent moderat ausfallen (2012: 2,4 Prozent).

Für die Messewirtschaft erwartet der AUMA für 2013 eine leichte Zunahme der Messebeteiligung auf Ausstellerseite in einer Größenordnung von rund einem Prozent gegenüber den Vorveranstaltungen. Die Standfläche soll ebenso stark, voraussichtlich auf 6,6 Millionen Quadratmeter anwachsen. Bei der Besucherzahl rechnet der AUMA damit, dass die Werte stabil bleiben. Auch hier wird vor allem das Interesse aus dem Ausland an den internationalen Marketingplattformen für internationale Markttransparenz sorgen.

Die Mehrheit der Messeveranstalter schätzt – so eine Umfrage des AUMA – die Stimmungslage in der Branche zum Jahreswechsel 2012/2013 genauso gut ein wie vor einem Jahr. Die Umsatzerwartungen liegen dabei etwas höher als das Ergebnis 2012. Die Zahl der Beschäftigten wird sich in diesem Jahr voraussichtlich nur leicht erhöhen, während die Investitionen etwa konstant bleiben werden.⁷

Unter diesen Vorzeichen sieht die Geschäftsführung der Messe Frankfurt dem Geschäftsjahr 2013 verhalten optimistisch entgegen. Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH strebt im Konzernverbund 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 weitere Internationalisierung des Veranstaltungsgeschäftes. Diese wird in zwei Richtungen weiter forciert: Zum einen unternimmt die Messe Frankfurt alle Anstrengungen, die Internationalität ihrer Leitmessen in Frankfurt zu erhöhen. Zum anderen wird – neben der ständigen Weiterentwicklung der etablierten Produkte – die Durchführung von Messen im Ausland vorangetrieben. Im nächsten Geschäftsjahr sind dazu konzernweit drei neue Veranstaltungen geplant. Konkret gehen davon zwei Veranstaltungen in China und eine in Indien neu an den Start.

Vor diesem Hintergrund erwartet die Messe Frankfurt GmbH 2013 ein positives Messejahr. Anlass hierzu geben das starke Interesse und die stabile Nachfrage nach den großen Messen im Frühjahr 2013 und der damit verbundene Flächenbedarf. Da 2013 sowohl die ISH, die Techtextil und die besucherstarke Gastveranstaltung IAA Pkw (alle im Zweijahresturnus) stattfinden als auch die IFFA (Dreijahresturnus), geht die Messe Frankfurt im anstehenden Geschäftsjahr von einer guten Geländeauslastung aus.

Für 2013 plant die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt mit rund 540 Mio. € einen Umsatz etwas 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 2014 ist eine Umsatzsteigerung auf über 560 Mio. € vorgesehen.

VI. Nachtragsbericht

Nach Ablauf des Geschäftsjahres 2012 bis zur Erstellung des Lageberichts sind keine weiteren Vorgänge von besonderer Bedeutung für die Lage der Gesellschaft eingetreten.

Frankfurt am Main, den 28. März 2013

Wolfgang Marzin Detlef Braun Uwe Behm

7) www.auma.de, News Nr. 1, 7. Januar 2013

Jahresabschluss

Konzern-Bilanz der Messe Frankfurt GmbH

zum 31. Dezember 2012

Aktiva	Anhang	Stand 31.12.2011 Tsd. €	Stand 31.12.2012 €	€
A. Anlagevermögen	(1)			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		39.054	38.308.126,21	
II. Sachanlagen		607.466	572.354.526,35	
III. Finanzanlagen		5.020	20.451,68	
		651.540		610.683.104,24
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	(2)	731		733.928,68
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3)	20.122	22.369.107,17	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	(4)	51.813	35.471.215,40	
		71.935		57.840.322,57
III. Wertpapiere	(5)	29.971		51.038.104,43
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	(6)	76.366		112.795.222,28
		179.003		222.407.577,96
C. Rechnungsabgrenzungsposten		801		833.616,14
D. Aktive latente Steuern	(7)	513		419.839,96
		831.857		834.344.138,30

Passiva	Anhang	Stand 31.12.2011 Tsd. €	Stand 31.12.2012 €	€
A. Eigenkapital	(8)			
I. Gezeichnetes Kapital		180.000	180.000.000,00	
II. Kapitalrücklage		85.219	85.219.009,35	
III. Gewinnrücklagen				
Andere Gewinnrücklagen		91.992	92.407.691,18	
IV. Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung		-1.388	-2.503.111,48	
V. Bilanzgewinn		45.047	52.808.223,21	
VI. Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter		3.345	3.935.956,08	
		404.215		411.867.768,34
B. Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen	(9)	29.706		27.558.200,00
C. Rückstellungen				
1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	(10)	10.656	10.748.253,88	
2. Steuerrückstellungen		16.661	15.746.617,63	
3. Sonstige Rückstellungen	(11)	46.811	51.042.998,10	
		74.128		77.537.869,61
D. Verbindlichkeiten	(12)			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		145.321	111.581.534,69	
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		107.643	137.716.768,90	
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		13.286	23.436.206,57	
4. Sonstige Verbindlichkeiten		23.447	12.975.932,41	
– davon aus Steuern: 5.763.978,19 € (Vorjahr: 4.612 Tsd. €)				
– davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: 385.081,93 € (Vorjahr: 312 Tsd. €)				
		289.697		285.710.442,57
E. Rechnungsabgrenzungsposten	(13)	32.295		30.233.353,78
F. Passive latente Steuern	(14)	1.816		1.436.504,00
		831.857		834.344.138,30

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr 2012

	Anhang	2011 Tsd. €	Tsd. €	2012 €	€
1. Umsatzerlöse	(17)	467.483		536.866.636,60	
2. Sonstige betriebliche Erträge	(18)	12.659		15.793.831,14	
			480.142		552.660.467,74
3. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen	(19)	221.445		253.075.393,69	
4. Personalaufwand	(20)	106.145		120.118.575,12	
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(21)	58.779		61.465.752,74	
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(22)	49.777		60.078.634,93	
			436.146		494.738.356,48
7. Finanzergebnis	(23)		-5.559		-4.725.116,03
8. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			38.437		53.196.995,23
9. Außerordentliches Ergebnis	(24)		-28		-13.134.169,02
10. Steuern	(25)		16.713		15.431.046,43
11. Konzern-Jahresüberschuss			21.696		24.631.779,78
12. Auf andere Gesellschafter entfallender Gewinn			-2.795		-3.454.726,54
13. Konzern-Gewinnvortrag			39.393		45.046.862,51
14. Gewinnverwendung			-13.000		-13.000.000,00
15. Entnahme aus der Gewinnrücklage			73		0,00
16. Einstellung in die Gewinnrücklage			-320		-415.692,54
Konzern-Bilanzgewinn			45.047		52.808.223,21

Konzern-Anhang für 2012

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
 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
 MESAGO Messemanagement GmbH, Stuttgart
 Mesago PCIM 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, bei denen die Messe Frankfurt GmbH unmittelbar oder mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben kann.

Des Weiteren werden folgende, gemeinsam mit Konzernfremden geführte Unternehmen entsprechend der Beteiligung quotaal in den Konzern-Abschluss einbezogen:

SMT/ASIC/Hybrid MESAGO Messe & Kongreß GmbH & Co. oHG, Nürnberg
PAACE Automechanika Mexico, LLC, Atlanta/USA

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 2012.

Die Kapitalkonsolidierung der einbezogenen Unternehmen erfolgt nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungswerte der Beteiligungen mit dem anteiligen Eigenkapital zum Zeitpunkt des Erwerbs, wenn der Erwerbsvorgang in einem Geschäftsjahr erfolgte, das vor dem 1. Januar 2010 begonnen hat. Ab dem Jahr 2010 findet die Neubewertungsmethode Anwendung.

Für Gemeinschaftsunternehmen erfolgen sämtliche Konsolidierungsschritte entsprechend der Beteiligungsquote gemäß § 310 HGB.

Forderungen, Verbindlichkeiten, Aufwendungen und Erträge zwischen den einbezogenen Unternehmen werden gegeneinander aufgerechnet. Rückstellungen für konzerninterne Vorgänge sowie 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 Devisenkassamittelkurs des Abschlussstichtags in Euro umgerechnet. Die aus der Veränderung der Devisenkassakurse zum Vorjahr entstehenden Differenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral in den Posten Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung 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 den Posten Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung 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 Vermögensgegenstände des Sachanlagevermögens werden zu Anschaffungskosten 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.

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 150 € sind im Jahr des Zugangs 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 im Zugangsjahr voll abgeschrieben. Die Abschreibungen auf Zugänge des Sachanlagevermögens werden im Übrigen zeitanteilig vorgenommen.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. bei voraussichtlich dauernder Wertminderung zu niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt.

Bei den Vorräten werden die Bestände an Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen zu Anschaffungskosten 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. Das Körperschaftssteuer Guthaben der inländischen Konzerngesellschaften nach dem SEStEG ist zum Barwert angesetzt.

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 Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 5,04 Prozent (im Vj. 5,14 Prozent) gemäß der Rückstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Rentensteigerungen wurden mit 2 Prozent berücksichtigt. Eine Fluktuation sowie ein Gehaltstrend wurden nicht berücksichtigt.

Bei der Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main, werden die Rückstellungen für Pensionen nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 5,04 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, 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) ergebende Zuführungsbetrag über den Höchstzeitraum von 15 Jahren gleichmäßig verteilt.

Für einige Mitarbeiter des Konzerns Messe Frankfurt bestehen Vereinbarungen auf Entgeltumwandlung im Sinne von § 1a Abs. 2 BetrAVG. Die Höhe der Versorgungsleistung bemisst sich nach § 253 Abs. 1 Satz 3 HGB nach dem beizulegenden Zeitwert der hierfür abgeschlossenen Rückdeckungsversicherung. Der Zeitwert der Rückdeckungsversicherung mit einem Wert (fortgeführte Anschaffungskosten) von 978 Tsd. € wurde mit dem Rückstellungsbedarf verrechnet.

Die Steuerrückstellungen beinhalten die das Geschäftsjahr betreffenden, noch nicht veranlagten Steuern und wurden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Sie sind in der Höhe angesetzt, die nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Für mögliche Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern wurde vorgesorgt.

Die am Bilanzstichtag in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesene Rückstellung für Altersteilzeit wurde entsprechend den Grundsätzen des IDW RS HFA 3 und auf Basis des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes unter Anwendung eines Zinsfußes von 5,04 Prozent (Vj. 5,14 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 erdienten Jubiläumsleistungen. Der Rechnungszinssatz beträgt 5,04 Prozent (Vj. 5,14 Prozent). Des Weiteren wurden die bei der Auszahlung des Jubiläumsgeldes anfallenden Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung pauschal mit 14,5 Prozent (Vj. 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 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 Bilanz zusammengefassten Posten des Anlagevermögens und ihre Entwicklung (Anlagenspiegel) im Jahr 2012 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
Goodwill	15 Jahre
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 (310 Tsd. €) sowie fertige Erzeugnisse und Waren (424 Tsd. €).

(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	16.431	588	1
Geleistete Anzahlungen	6.507	16	0
Sonstiges	11.534	379	15
Gesamt 2012	34.472	983	16
Gesamt 2011	51.195	602	15

Bei den Steuern handelt es sich vornehmlich um Ertragsteuervorauszahlungen in Höhe von 12.509 Tsd. € (Vj. 15.044 Tsd. €) und Forderungen aus Umsatzsteuer in Höhe von 4.303 Tsd. € (Vj. 15.945 Tsd. €). Die Verminderung der sonstigen Vermögensgegenstände resultiert aus erstatteter Umsatzsteuer.

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen gegenüber der Stadt Frankfurt in Höhe von 3.139 Tsd. € (Vj. 3.609 Tsd. €) enthalten.

(5) Wertpapiere

Bei den sonstigen Wertpapieren handelt es sich um Anleihen, Schuldscheindarlehen und Commercial Papers.

(6) Flüssige Mittel

	2012	2011
Schecks und Kasse	990	923
Guthaben bei Kreditinstituten	111.805	75.443
	112.795	76.366

(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 sowie temporäre Differenzen aus der Bewertung von Grundstücken.

(8) Eigenkapital

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

(9) Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen

Der Sonderposten betrifft einen von der Stadt Frankfurt am Main im Zusammenhang mit dem Messeparkhaus am Rebstockgelände gezahlten Finanzierungsbeitrag. Die ertragswirksame Auflösung des Sonderpostens erfolgt 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 und Abs. 2 HGB aufzulösende Betrag bis zum 31. Dezember 2024 wieder zugeführt werden müsste. Der Betrag der Überdeckung beträgt am Bilanzstichtag 131 Tsd. €.

Der bei der Accente Gastronomie Service GmbH in künftigen Perioden noch anzusammelnde Fehlbetrag gemäß Art. 67 Abs. 2 EGHGB beträgt 335 Tsd. €. Die jährliche Mindestzuführung beträgt 28 Tsd. €.

(11) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen ausstehende Eingangsrechnungen, Instandsetzungs- und Bauerneuerungsverpflichtungen, Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern 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⁾	34.175	77.407	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	137.531	186	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ²⁾	23.284	152	0
Sonstige Verbindlichkeiten	12.976	0	0
– davon aus Steuern	(5.764)	(0)	(0)
– davon im Rahmen sozialer Sicherheit	(385)	(0)	(0)
Gesamt 2012	207.966	77.745	0
Gesamt 2011	177.924	64.773	47.000

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 16 Tsd. € (Vj. 220 Tsd. €) enthalten.

(13) Rechnungsabgrenzungsposten

Die in den Jahren 1988 und 1996 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 Rückstellungen für Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern.

(15a) Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen insgesamt 147.056 Tsd. €. Sie setzen sich im Wesentlichen aus den Verpflichtungen aus dem Bestellobligo aus Investitionen, aus Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen, aus Verpflichtungen für den Erwerb von weiteren Unternehmensanteilen sowie aus Erbbauszinsen 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.

(15b) Treuhandverhältnisse

Die Gesellschaft verwaltet Treuhandkonten für Veranstaltungen von Gastveranstaltern. Zum Jahresende beträgt der Kontenstand der Treuhandkonten 230 Tsd. €.

(16) Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden von der Gesellschaft ausschließlich zur Absicherung des mit variablem Zins aufgenommenen Tilgungsdarlehens in Höhe von bis zu 100.000 Tsd. € (25.000 Tsd. € per 31.12.2012) und einer Kreditlinie von 40.000 Tsd. € eingesetzt.

Art/Kategorie	Cap-Prämie	Beizulegender Zeitwert	Buchwert (sofern vorhanden)	In Bilanzposten (sofern in Bilanz erfasst)
Zinsbezogenes Geschäft („Cap“)	490	0	0	aRAP

Bei dem „Cap“ handelt es sich um ein Zinssicherungsgeschäft, welches das Zinsänderungsrisiko der Kreditlinie limitiert, 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 jeweils 50 Prozent des Tilgungsdarlehens) zzgl. 0,3 Prozent Marge ausgetauscht wird.

Da es sich bei den derivativen Finanzinstrumenten und den zugrunde liegenden Geschäften um geschlossene Positionen handelt, ergab sich aufgrund der zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2012 negativen beizulegenden Zeitwerte der „Swaps“ (–442 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 § 314 Nr. 15 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	12.500	100 %
(2) 50 % Finanzierung/Payerswap 1,977 %	Zinsrisiko/Micro Hedge	12.500	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	2012	2011
Standmieten	310.461	265.748
Hallen-, Gelände- und sonstige Mieten	37.404	36.735
Eintrittserlöse und Teilnehmergebühren	10.656	10.878
Serviceleistungen und sonstige Einnahmen	178.346	154.122
	536.867	467.483

nach Regionen	2012	2011
Deutschland	368.388	335.143
Europa ohne Deutschland	28.124	21.897
Asien	119.011	93.473
Amerika	21.344	16.970
	536.867	467.483

(18) Sonstige betriebliche Erträge

Der Posten enthält im Wesentlichen periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (1.938 Tsd. €), periodenfremde Erträge aus Vorjahren (3.516 Tsd. €) und periodenfremde Erträge aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen (725 Tsd. €) sowie Erträge aus Währungsumrechnung (5.332 Tsd. €) und Erträge aus der zeitanteiligen Auflösung des Sonderpostens für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (2.147 Tsd. €).

(19) Veranstaltungsbezogene Aufwendungen

	2012	2011
Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	17.694	17.353
Aufwendungen für bezogene Leistungen	235.381	204.092
	253.075	221.445

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

	2012	2011
Löhne und Gehälter	99.711	87.646
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	20.407	18.498
– davon für Altersversorgung	(5.171)	(4.773)
	120.119	106.144

Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)

	2012	2011
Bereichsleiter	38	38
Angestellte	1.544	1.445
Lohnempfänger	175	146
	1.757	1.629

Die nach § 310 HGB nur anteilmäßig einbezogenen Unternehmen haben keine Mitarbeiter.

(21) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände betreffen im Wesentlichen Rechte und Lizenzen sowie Firmenwerte.

(22) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 60.079 Tsd. € beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Raummieten und Bürokosten, Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten, Aufwendungen für Werbung und Wertberichtigungen auf Forderungen sowie periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 440 Tsd. €. Mit 4.686 Tsd. € sind Währungsumrechnungen enthalten.

(23) Finanzergebnis

	2012	2011
Zinsen und ähnliche Erträge	1.757	2.404
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	6.482	7.963
	-4.725	-5.559

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 15.399 Tsd. € sowie einem außerordentlichen Ertrag in Höhe von 2.293 Tsd. € aus der Terminierung des US-Cross-Border-Lease-Vertrags bei der Messe Frankfurt Venue GmbH sowie 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

	2012	2011
Latente Steuern	-286	623
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11.758	12.142
Sonstige Steuern	3.959	3.948
	15.431	16.713

Sonstige Angaben**Angaben zur Kapitalflussrechnung**

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

Der Finanzmittelfond beinhaltet 393 Tsd. €, die aus quotaleinbezogenen Unternehmen stammen. Sie unterliegen keinen Verfügungsbeschränkungen.

Die zahlungsunwirksamen Erträge resultieren im Wesentlichen 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. €, dem außerordentlichen Ergebnis der Accente Gastronomie Service GmbH sowie Währungsumrechnungsposten.

Im Geschäftsjahr 2012 wurden Zinsen in Höhe von 1.757 Tsd. € und Ertragssteuererstattungen in Höhe von 5.303 Tsd. € vereinnahmt. Weiterhin wurden Zinszahlungen in Höhe von 6.333 Tsd. € und Ertragsteuerzahlungen in Höhe von 12.071 Tsd. € geleistet.

An die Unternehmenseigner wurden im Geschäftsjahr 13.000 Tsd. € und an Minderheitsgesellschafter 2.997 Tsd. € ausgeschüttet.

Angaben zum Konzern-Eigenkapital

Es bestehen zum Stichtag 31. Dezember 2012 keine ausschüttungsgesparten Teile des erwirtschafteten Konzern-Eigenkapitals.

Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens der Messe Frankfurt GmbH

Werte in Tsd. €	Anschaffungs- oder Herstellungskosten					Stand 31.12.2012
	Stand 01.01.2012	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	79.377	9.089	173	60	-199	88.154
2. Geschäfts- oder Firmenwert aus der Kapitalkonsolidierung	65.238	0	0	0	-164	65.074
	144.615	9.089	173	60	-363	153.228
II. Sachanlagen						
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.202.433	2.202	892	1.918	-18	1.205.643
2. Technische Anlagen und Maschinen	99.251	3.930	3.716	14	0	99.479
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	96.938	7.265	6.734	31	-77	97.423
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.545	4.476	1.037	-2.023	0	6.961
	1.404.167	17.873	12.379	-60	-95	1.409.506
III. Finanzanlagen						
1. Beteiligungen	20	0	0	0	0	20
2. Sonstige Ausleihungen	5.000	0	5.000	0	0	0
	5.020	0	5.000	0	0	20
	1.553.802	26.962	17.552	0	-458	1.562.754

Kumulierte Abschreibungen	Buchwerte					
	Stand 01.01.2012	Zugänge	Abgänge	Währungs- differenzen	Stand 31.12.2012	Stand 31.12.2011
	67.413	6.162	1	-158	73.416	11.964
	38.148	3.412	0	-56	41.504	27.090
	105.561	9.574	1	-214	114.920	39.054
	645.482	41.288	892	-17	685.861	556.951
	73.758	3.637	3.716	0	73.679	25.493
	77.461	6.968	6.756	-62	77.611	19.477
	0	0	0	0	0	5.545
	796.701	51.893	11.364	-79	837.151	607.466
	0	0	0	0	0	20
	0	0	0	0	0	5.000
	0	0	0	0	0	5.020
	902.262	61.467	11.365	-293	952.071	651.540

Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

Peter Feldmann
(Vorsitzender)
Oberbürgermeister der Stadt
Frankfurt am Main, Frankfurt
am Main (ab 6. August 2012)

Petra Roth
(Vorsitzende a. D.)
Oberbürgermeisterin a. D.
der Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main
(bis 30. Juni 2012)

Dieter Posch
(stellvertr. Vorsitzender a. D.)
Hessischer Minister a. D.
für Wirtschaft, Verkehr und
Landesentwicklung,
Melsungen (bis 31. Mai 2012)

Florian Rentsch
(1. stellvertr. Vorsitzender)
Hessischer Minister für Wirt-
schaft, Verkehr und Landes-
entwicklung, Wiesbaden
(ab 15. Juni 2012)

Ute Schuchardt
(2. stellvertr. Vorsitzende)
Vorsitzende des Betriebsrats
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Jörn Apfelstädt
Vorsitzender des Betriebsrats
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

Wolfgang Dimmer
Fachreferent Messe Frankfurt
Venue GmbH,
Frankfurt am Main

Jutta Ebeling
Bürgermeisterin der
Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main
(bis 30. April 2012)

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

Jürgen Engel
Bad Sooden-Allendorf

Markus Frank
Stadtrat der Stadt Frankfurt
am Main, Frankfurt am Main
(ab 23. Juli 2012)

**Professor Dr.
Gottfried Honnefelder**
Vorsteher Börsenvereins des
Deutschen Buchhandels e. V.,
Frankfurt am Main

Christian Klingler
Mitglied des Vorstands der
Volkswagen AG, Wolfsburg
(ab 18. Juni 2012)

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

Edwin Schwarz
Stadtrat der Stadt Frankfurt am
Main, Frankfurt am Main
(bis 11. April 2012)

Manuel Stock
Stadtverordneter der Stadt
Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main
(ab 23. Juli 2012)

Peter Thomaschewski
Liederbach

Dr. Martin Viessmann
Geschäftsführer der Viessmann
Werke GmbH & Co. KG,
Allendorf

Detlef Wittig
Generalbevollmächtigter
der Volkswagen AG, Konzern
Marketing und Vertrieb,
Wolfsburg (bis 24. April 2012)

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

Bezüge der Organe

Die Mitglieder der Geschäftsführung erhielten 2012 unter Berücksichtigung aller ausweispflichtigen Beträge wie betriebliche Altersversorgung und geldwerte Vorteile sowie der variablen Tantieme für das Vorjahr Bezüge in Höhe von 1.696 Tsd. € (Vj. 1.531 Tsd. €). Für das Jahr 2012 wurden darüber hinaus Rückstellungen für variable Tantiemen in Höhe von 430 Tsd. € gebildet. An frühere Geschäftsführer und Hinterbliebene wurden 1.084 Tsd. € (Vj. 1.242 Tsd. €) Versorgungsbezüge und Ruhegelder sowie Übergangsgelder und Entschädigungen gezahlt. Für die genannten Personengruppen waren Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2012 in Höhe von insgesamt 8.822 Tsd. € (Vj. 8.822 Tsd. €) gebildet. Die an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlte Vergütung und Aufwandsentschädigung betrug insgesamt 24 Tsd. € (Vj. 8 Tsd. €).

Kredite und Vorschüsse wurden nicht gezahlt. Haftungsverhältnisse wurden nicht eingegangen.

Abschlussprüferhonorar

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar der Abschlussprüfer beträgt für die Abschlussprüfungen des Konzerns und der Konzerngesellschaften 624 Tsd. €. Davon entfallen auf die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Frankfurt am Main und Stuttgart 371 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 28. März 2013



Wolfgang Marzin



Detlef Braun



Uwe Behm

Kapitalflussrechnung des Konzerns Messe Frankfurt GmbH

in Tsd. €	2011	2012
Konzern-Jahresüberschuss vor außerordentlichem Ergebnis	21.724	37.766
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	58.779	61.466
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Rückstellungen	-2.435	3.410
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge	-3.748	-5.057
Gewinne (-)/Aufwand (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	159	-69
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte	-50	-3
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-25.991	14.156
Abnahme (-)/Zunahme (+) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-10.464	29.373
Einzahlungen (+)/Auszahlungen (-) aus außerordentlichen Posten	0	-13.106
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	37.974	127.936
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen		
- Investitionen	-22.366	-26.962
- Einnahmen aus Anlagenabgängen	2.077	6.257
Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen (Wertpapiere des Umlaufvermögens)	-5.772	-21.066
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-26.061	-41.771
Auszahlungen (-) an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter	-14.964	-15.997
Auszahlung (-) aus der Tilgung von Bankdarlehen	-33.640	-33.739
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-48.604	-49.736
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-36.691	36.429
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	113.057	76.366
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	76.366	112.795

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	Eigenkapital-differenz aus der Fremdwährungsumrechnung	Eigenkapital	Minderheitskapital	Eigenkapital-differenz aus der Fremdwährungsumrechnung	Eigenkapital	Eigenkapital
Stand 31.12.2010	180.000	85.219	131.138	-2.212	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	137.039	-1.388	400.870	3.327	18	3.345	404.215
Gezahlte Dividenden			-13.000		-13.000	-2.997		-2.997	-15.997
Übrige Veränderungen				-1.115	-1.115	18	115	133	-982
Konzern-Jahresüberschuss			21.177		21.177	3.455		3.455	24.632
Stand 31.12.2012	180.000	85.219	145.216	-2.503	407.932	3.803	133	3.936	411.868

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalpiegel – sowie den Konzern-Lagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2012 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss 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 Konzernabschluss 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 Konzernabschluss 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 Konzernabschluss und Konzern-Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Rechnungslegungsinformationen der in den Konzernabschluss einbezogenen Teilbereiche, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses 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 Konzernabschluss 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 Konzernabschluss, 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 24. April 2013

BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dr. Rosien gez. ppa. Tewes
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 2012 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 der vorzeitigen Beendigung des im Jahr 2000 abgeschlossenen US-Cross-Border-Lease-Vertrags befasst. Der Vertrag wurde am 25. April 2012 vorzeitig beendet.
- Der Erwerb der Restanteile an der Accente Gastronomie Service GmbH nach Ausscheiden des bisherigen Minderheitsgesellschafters zum 31. Dezember 2012 wurde ausführlich erörtert. Die Restanteile wurden mit Wirkung zum 1. Januar 2013 erworben.
- Der Aufsichtsrat hat umfassend den Erwerb des Grundstücks Baufeld 44 sowie die Errichtung eines neuen Bürogebäudes erörtert.
- Weiterhin hat sich der Aufsichtsrat mit dem Abschluss von Ergebnisabführungsverträgen zwischen der Messe Frankfurt Venue GmbH und der Messe Frankfurt GmbH sowie zwischen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und der Messe Frankfurt GmbH befasst und diesen zugestimmt.
- Ein weiterer Schwerpunkt der Beratungen war die Verschmelzung der Grundbesitzgesellschaften auf die Messe Frankfurt Venue GmbH sowie auf die Messe Frankfurt GmbH.

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 2012 in zwei ordentlichen und einer außerordentlichen Sitzung. 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 Finanz- und Prüfungsausschuss trat im Geschäftsjahr 2012 zweimal zusammen und erörterte in den Sitzungen den vorerwähnten Erwerb der Restanteile an der Accente Gastronomie Service GmbH sowie die Akquisition des Baufelds 44. Weiterhin befasste sich der Finanz- und Prüfungsausschuss 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 Finanz- und Prüfungsausschuss auch die Jahresabschlüsse und den Konzernabschluss sowie die Lageberichte der Gesellschaften und des Konzerns detailliert erörtert.

Der Bauausschuss hat im Geschäftsjahr 2012 einmal getagt. Er hat in seiner Sitzung ausführlich aktuelle Projekte der Geländeentwicklung diskutiert.

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 2012 wurden von der BDO Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Prüfungsauftrag wurde gemäß Beschluss der Gesellschafter Stadt Frankfurt am Main und Land Hessen vom 8. August und 17. Juli 2012 durch den Aufsichtsratsvorsitzenden erteilt. Der Jahresabschluss, der Konzern-Abschluss sowie die Lageberichte wurden nach den Regelungen des HGB für große Kapitalgesellschaften aufgestellt und vom Abschlussprüfer geprüft. Der Finanz- und Prüfungsausschuss hat die Jahresabschlüsse der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns, die Lageberichte sowie die Prüfungsberichte in seiner Sitzung am 21. Juni 2013 in Anwesenheit der Abschlussprüfer eingehend erörtert und dem Aufsichtsrat empfohlen, die Abschlüsse zu billigen. Der Vorsitzende des Finanz- und Prüfungsausschusses berichtete dem Aufsichtsrat hierüber in der Bilanzsitzung am 1. Juli 2013 und erläuterte die Empfehlung des Finanz- und Prüfungsausschusses. Der Aufsichtsrat hat den Einzelabschluss, den Konzern-Abschluss und die Lageberichte seinerseits in seiner Bilanzsitzung am 1. Juli 2013 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 Finanz- und Prüfungsausschuss 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 Finanz- und Prüfungsausschuss und der Aufsichtsrat überzeugten sich von der Wirksamkeit des internen Risikomanagementsystems. Wie vom Finanz- und Prüfungsausschuss empfohlen, hat der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung der Abschlüsse zugestimmt und den Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH zum 31. Dezember 2012 und den Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2012 festgestellt. Der Bericht der Geschäftsführung zur Lage der Messe Frankfurt GmbH und der Konzern-Lagebericht über das Geschäftsjahr 2012 wurden gebilligt und entgegengenommen.

Personalia

Die vormalige Aufsichtsratsvorsitzende, Frau Oberbürgermeisterin a. D. Petra Roth, ist mit Wirkung zum 30. Juni 2012 aus dem Aufsichtsrat der Messe Frankfurt ausgeschieden. Herr Oberbürgermeister Peter Feldmann wurde mit Beschluss des Aufsichtsrats am 18. Oktober 2012 zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt. Mit Beschluss der Gesellschafter wurden für die ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder Frau Bürgermeisterin a. D. Jutta Ebeling, Herrn Stadtrat a. D. Edwin Schwarz sowie Herrn Detlef Wittig die Herren Stadtverordneter Manuel Stock, Stadtrat Markus Frank sowie Christian Klingler als neue Mitglieder in den Aufsichtsrat berufen.

Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitgliedern für ihre langjährige engagierte Mitarbeit. Er dankt weiterhin der Geschäftsführung für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die geleistete Arbeit und ihren Beitrag zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2012.

Frankfurt am Main, den 1. Juli 2013

Für den Aufsichtsrat

Peter Feldmann
Vorsitzender

Impressum

Chefredaktion

Dominique Ewert
Klaus Münster-Müller

Redaktion

Gabriele Wehrl (CvD)
Ralf Schirrmann

v. i. S. d. P.

Kai Hattendorf

Fotografie

Messe Frankfurt GmbH

Claus Setzer (S. 3)
Rüdiger Nehmzow (S. 6, 8, 40)
Jean-Luc Valentin (S. 13)
Henrik Spohler (S. 14)
Werkbundarchiv Museum der Dinge Berlin;
Armin Hermann (S. 15)
Shutterstock (S. 15)
3D Systems (S. 22)
Whitevoid (S. 22)
Tobias Wandres, Die Illustratoren (S. 26)
Berliner Philharmoniker; Hans Eder (S. 28)
Cindy Wong (S. 28)
Viacom International Media Networks (S. 28)
Thorsten Milse (S. 32)
Jamal Sarsour / ITV Denkendorf (S. 32)
SeeMe (S. 34)
DIN 1317 (S. 34)
www.tonibader.com (S. 35)
Kostya Ostrikov (S. 35)
Jochen Günther (S. 38)
Johannes Wiesel (S. 40)
Plagarius e. V. (S. 40)
IAA (S. 43)
Alexander Heimann / Frankfurter Buchmesse
(S. 43)

Lektorat

Heide Frey
Kathleen Wünscher

Konzeption und Gestaltung

one/one Berlin/Bremen/Amsterdam

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



The background features a diagonal split from the top-left to the bottom-right. The upper-left portion is white, while the lower-right portion is a light, pale blue. Overlaid on this is a large, abstract, scribbled illustration of a flower. The flower's petals are rendered with dense, overlapping lines in shades of blue, purple, red, and orange. The stem and leaves are drawn with green lines, also in a scribbled, textured style.

Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
Telefon + 49 69 75 75-0
Telefax + 49 69 75 75-64 33
info@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com