

2015

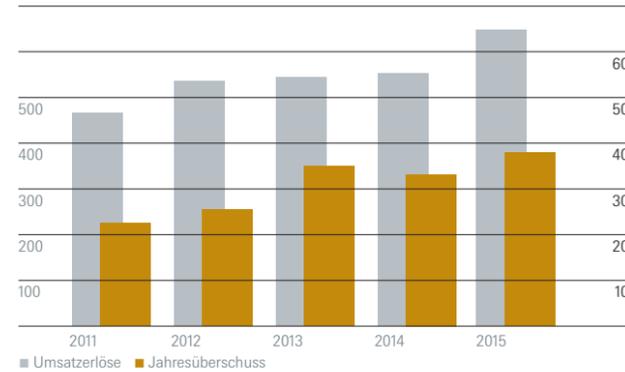
Geschäftsbericht



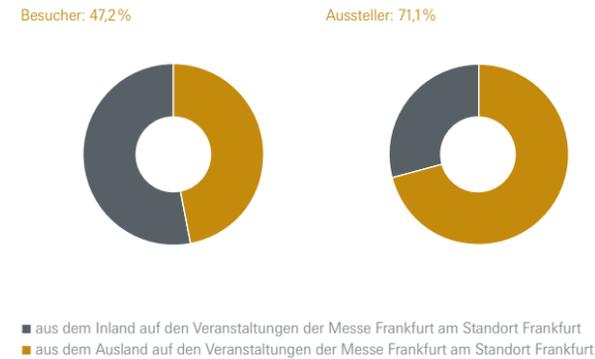
Atlas der Märkte

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. € *	2011	2012	2013	2014	2015
Umsatzerlöse	467	537	545	554	648
Personalaufwand	106	120	123	131	146
Abschreibungen	59	61	56	52	56
Ergebnis vor Ertragsteuern	34	36	49	47	52
EBITDA	99	102	108	102	109
Umsatzrendite vor Ertragsteuern in %	7	7	9	9	8
Jahresüberschuss	22	25	35	33	38
Anlagenzugänge	22	27	48	56	45
Eigenkapital	404	412	427	453	475
Bilanzsumme	832	834	820	863	888
Aktive Mitarbeiter (jeweils 31.12.)	1.725	1.833	1.999	2.130	2.244

* ausgenommen Mitarbeiter und Umsatzrendite

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

Grunddaten	2011	2012	2013	2014	2015
Grundfläche (m²)	578.000	578.000	578.000	592.127	592.127
Verfügbare Hallenfläche (m²)	355.678	355.678	355.678	366.637	366.637
Verfügbare Freifläche (m²)	96.078	96.078	96.078	96.078	96.078
Anzahl der Hallen	10	10	10	10	10
Inlandsmessen					
Anzahl der Messen und Ausstellungen	37	41	43	44	47
Aussteller	38.184	44.066	40.786	41.828	42.167
Nettofläche (m²)	1.366.756	1.444.758	1.480.779	1.314.277	1.492.035
Besucher	2.307.067	1.634.205	2.268.884	1.557.581	2.440.666
Auslandsmessen					
Anzahl der Messen	63	68	70	77	86
Aussteller	30.643	34.431	38.793	42.880	48.605
Nettofläche (m²)	713.636	791.785	935.148	1.060.630	1.240.629
Besucher	1.063.369	1.173.757	1.381.032	1.526.372	1.730.153
Gesamt					
Anzahl der Messen	100	109	113	121	133
Aussteller	68.827	78.497	79.579	84.708	90.772
Nettofläche (m²)	2.080.392	2.236.543	2.415.927	2.374.907	2.732.664
Besucher	3.370.436	2.807.962	3.649.916	3.083.953	4.170.819

Atlas der Märkte

Märkte verändern sich weltweit in einem atemberaubenden Tempo. Was gestern noch als gesicherte Wahrheit galt, kann heute bereits Geschichte sein. Das Tempo wird dabei von globalen Trends bestimmt, die das Verhalten und die Einstellungen von Menschen beeinflussen. Das Internet der Dinge, Industrie 4.0, der Wunsch nach nachhaltiger Entwicklung und der demografische Wandel sind nur einige wenige Beispiele für eine Welt im Umbruch.

Messen sind perfekte Orte, um diese Trends aufzuspüren, zu verbildlichen und mehr darüber zu erfahren, wie Unternehmen erfolgreich auf Veränderungen reagieren. Die Messe Frankfurt stellt dabei den Atlas zur Verfügung für alle, die nach Orientierung suchen und die Chancen des Wandels nutzen wollen. Hier werden Impulse gegeben, aufgegriffen und in zukunftsfähige Lösungen übersetzt. Herausforderungen werden in neue Nutzen und intelligente Wettbewerbsvorteile verwandelt.

Atlas der Märkte

Die Messe Frankfurt liegt im Plan: Die Unternehmensgruppe erzielte im Geschäftsjahr 2015 mit rund 648 Millionen Euro den höchsten Umsatz in der Geschichte der deutschen Messewirtschaft und belegt die weltweite Spitzenposition unter den Veranstaltern mit eigenem Messegelände. Damit verfolgt sie planmäßig ihre Unternehmensstrategie mit einem stetigen Ausbau ihrer Marken am Heimatstandort und weltweit.

Die Bestmarke von rund 648 Millionen Euro Umsatz und einen Jahresüberschuss von über 38 Millionen Euro hat die Messe Frankfurt in einem starken Team erreicht. Daher bedanken wir uns an dieser Stelle bei den über 2.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit für ihre Tatkraft. Die stetigen Erfolge der Unternehmensgruppe wären ebenfalls nicht ohne die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern der Messe Frankfurt möglich. Auch ihnen gilt unser Dank. Zum positiven Ergebnis beigetragen haben ein breites Markenportfolio, ein starker Messeturnus in Frankfurt und weltweit sowie unsere Geschäftsausweitung in den für unsere Branchen relevanten Wachstumsmärkten. All das ermöglicht weitere Investitionen in die gezielte Stärkung unserer Kernkompetenz, die Organisation von Wirtschaftsplattformen.

Messen machen auf höchstem Niveau: Auch künftig konzentriert sich die Messe Frankfurt auf ihre Expertise. Wir wollen unseren Kunden stets der beste Partner für ihre geschäftlichen Begegnungen sein und bieten den Branchen hochwertige Kommunikations- und Handelsforen. Mit dem Know-how aus über 775 Jahren Messegeschichte in Frankfurt am Main begegnen wir täglich neuen Trends und Entwicklungen an den Märkten. So nehmen wir beispielsweise den zunehmenden Einsatz digitaler Angebote bei unseren Kunden und

Partnern wahr. Gleichzeitig sind wir uns sicher, dass Messen sich in ihrer Kernfunktion nicht verändern werden. Die Messe Frankfurt begreift digitale Themenbereiche als Chance und Erweiterung ihres Angebotsportfolios. Bereits seit einigen Jahren verfolgt das Unternehmen eine Digitalstrategie, die klar aus den Unternehmenszielen abgeleitet ist und zunehmend ausgebaut wird. Digitale Elemente werden in unsere Veranstaltungsformate integriert. In Zukunft wollen wir noch mehr die daraus resultierenden Synergien nutzen, um den veränderten Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden.

Zufrieden blicken wir auf einen vollen Veranstaltungskalender 2015 in Frankfurt zurück: Das Messe-Duo Techtexil und Texprocess erzielte neue Besucherrekorde. Auch die ISH brillierte mit Zuwächsen bei allen wichtigen Kennzahlen. Der Launch der Formnext powered by TCT, internationale Fachmesse für den Werkzeug- und Formenbau sowie für Additive Technologien und den 3-D-Druck, war erfolgreich. Auch das Gastmessen-, Kongress- und Eventgeschäft reiht sich in die Erfolge am Heimatstandort ein. Mit ihrer Bandbreite an nationalen und internationalen Veranstaltungen tragen Congress Center und Kap Europa dazu bei, den Kongress- und Tagungsstandort Rhein-Main attraktiv zu halten und im globalen Ranking voranzubringen.

International steht die Unternehmensgruppe ebenfalls gut da: Mit ihren Marken ist die Messe Frankfurt an den Hubs dieser Welt zu Hause. Stellvertretend für unsere erfolgreichen Newcomer stehen die Leatherworld Middle East in Dubai und die Modern Bakery in Moskau. Außerdem haben wir das florierende Geschäftsfeld Mobility & Logistics um die Nutzfahrzeugschau Comtrans in Moskau erweitert und die PAACE Automechanika Mexico City neu konzipiert. 2015 haben wir im In- und Ausland 19 neue Messen platziert, für 2016 stehen aktuell elf neue Veranstaltungen auf dem Jahresplan.

Maximale Besucherkapazität: Rund drei Millionen Besucher, darunter 6.000 Delegationsteilnehmer aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, verzeichnete der Deutsche Pavillon zum Ende der Expo 2015 in Mailand. Neben der positiven Berichterstattung von rund 2.000 internationalen Journalisten freuen wir uns über mehrere Preise und Auszeichnungen, die uns den hervorragenden Erfolg dieses Projekts bestätigen. Die Messe Frankfurt hat im Auftrag der Bundesregierung zum ersten Mal den Deutschen Pavillon auf einer Weltausstellung organisiert, und mit dem Ergebnis sind wir mehr als zufrieden.

Fassen wir das Jahr 2015 zusammen: deutschlandweiter Rekordumsatz bei nachhaltig positivem Ergebnis, ein solides Inlandsgeschäft, ein prosperierendes Auslandsgeschäft mit geostrategischer Konzentration auf ausgewählte Regionen sowie ein voller Erfolg des Deutschen Pavillons bei der Expo Milano 2015. Das alles lässt uns zuversichtlich ins neue Jahr blicken, in dem wir beständig die Märkte für unsere Kunden sondieren werden, um ihnen weiterhin ein verlässlicher Partner zu sein.

Der vorliegende Geschäftsbericht zeigt ausgehend von unseren Kunden und Partnern, unseren Impulsgebern, aktuelle Innovationen und Trends der Branchen, die sich mit rasanter Geschwindigkeit weiterentwickeln. Wie Landkarten bildet die Messe Frankfurt diese ab, stellt sie in einen thematischen Kontext und gibt so Orientierung. Die Innovationen und Trends bilden die Hotspots in einem Atlas der Märkte.

Seien Sie gespannt und gehen Sie mit auf Entdeckungstour!

Viel Vergnügen dabei wünschen

Wolfgang Marzin

Detlef Braun

Uwe Behm



12 Digitalisierung und Internet der Dinge

Bald wird es kaum noch Dinge geben, die nicht auch ein Computer sind. Wie müssen wir diese neuen Produkte gestalten, um Nutzen aus der digitalen Welt zu ziehen?

Impulsgeberin: Caroline Forster, Forster Rohner Gruppe



18 Globalisierung und Orientierung

Die Bestandteile eines Produkts reisen heute oft einmal um die Welt, bevor sie zusammengebaut werden und schließlich in der Tasche eines Käufers landen. Wie können wir den Überblick behalten und die richtigen Partner finden?

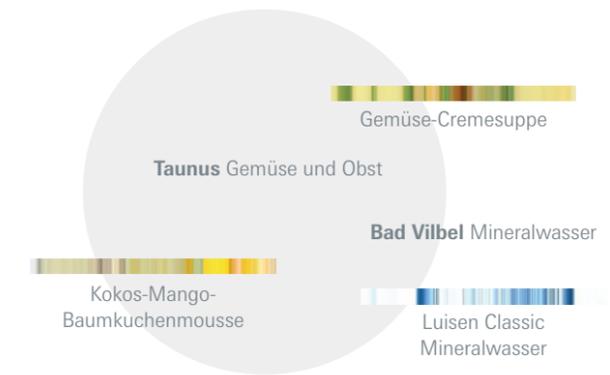
Impulsgeber: Sebastian Herkner, Studio Sebastian Herkner



24 New Mobility und Smart Cities

Mehr als die Hälfte aller Menschen lebt mittlerweile in Städten. Was können wir tun, damit unsere Städte lebenswert sind, auch wenn sie immer größer werden?

Impulsgeberin: Dr. Padideh Moini Gützkow, Siemens MO MM ITS S&PM



36 Nachhaltigkeit und Ernährung

Ernährung – das große Thema der Expo 2015 in Mailand – ist einer der größten Faktoren für eine nachhaltig gestaltete Umwelt. Wie können Unternehmen auf die veränderten Einstellungen von Verbrauchern reagieren und so Wirtschaftlichkeit mit Verantwortung verbinden?

Impulsgeber: Lennart Wiechell, Schmidhuber

30 Analoge und virtuelle Orte

Um erfolgreich Geschäfte machen zu können, braucht es Vertrauen, das durch echte Begegnungen an realen Orten aufgebaut wird. Gleichzeitig verbinden wir uns über Social Media, Apps und das Netz. Wie können wir das Beste aus beiden Welten für uns nutzen?

Impulsgeber: Marcus Mechelhoff, Mediapool Veranstaltungstechnik



Gesamtaktivitäten 2015

- 38 Orte
- 40 Geschäftsfelder
- 42 Marken
- 44 Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt
- 52 Aussteller und Besucher



Den digitalen Geschäftsbericht der Messe Frankfurt finden Sie auch online unter:
geschaeftsbericht.messefrankfurt.com

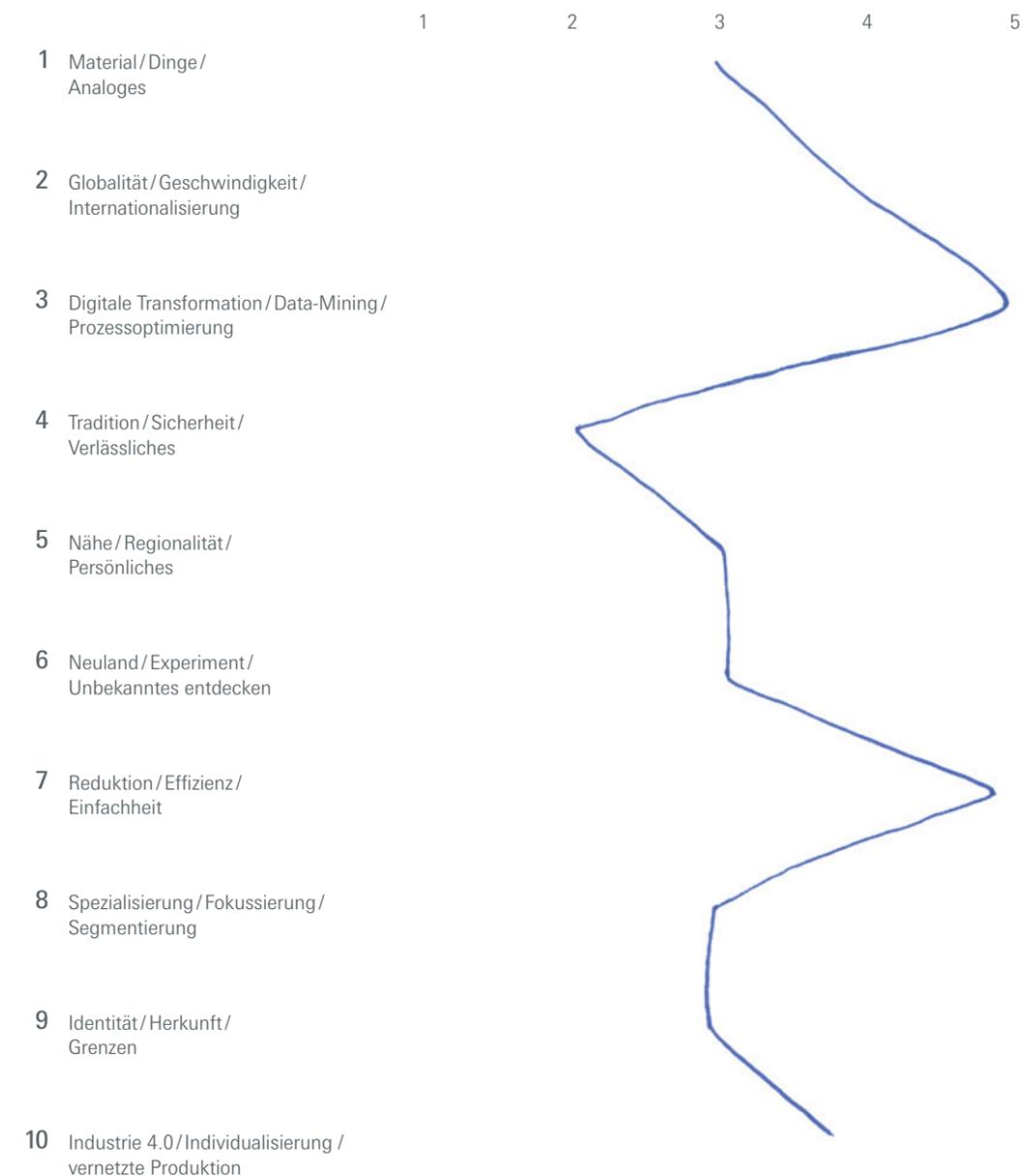
Geschäftsbericht

- 54 Konzern-Lagebericht der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main**
- 54 Grundlagen des Konzerns
- 55 Wirtschaftsbericht
- 60 Lage
- 67 Nachtragsbericht
- 68 Prognose-, Chancen- und Risikobericht
- 72 Konzern-Abschluss der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main**
- 72 Konzern-Bilanz
- 73 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 74 Konzern-Anhang 2015
- 88 Konzern-Eigenkapitalspiegel der Messe Frankfurt GmbH
- 88 Konzern-Kapitalflussrechnung der Messe Frankfurt GmbH
- 90 Entwicklung des Anlagevermögens
- 92 Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH
- 93 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers**
- 94 Bericht des Aufsichtsrats**
- 97 Impressum, Kontaktdaten**

Demografischer Wandel und Verantwortung / Impulsgeber: Jens J. Wischmann

Welche Rolle werden in Ihrem Wirkungsfeld folgende Themen in fünf Jahren für Sie spielen?

Punkteverteilung von 1 Punkt (keine Rolle) bis 5 Punkte (extrem wichtige Rolle)



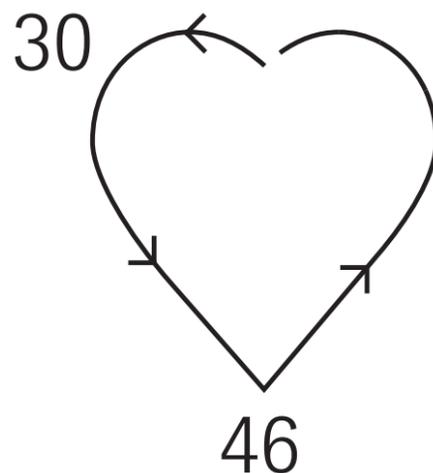
„Barrierefreiheit beginnt im Kopf.“

Jens J. Wischmann, Geschäftsführer der Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. (VDS), Bonn

Die VDS betreibt die Plattform „Pop up my Bathroom“ auf der ISH, Weltleitmesse Erlebniswelt Bad, Gebäude-, Energie-, Klimatechnik und Erneuerbare Energien in Frankfurt. Dieses Forum bringt Gestalter, Installateure und Hersteller zusammen, die gemeinsam über gesellschaftliche Entwicklungen und neue Lösungen nachdenken. Der demografische Wandel ist einer der zentralen Trends, mit denen sich das Projekt „Pop up my Bathroom“ beschäftigt.

Das Image barrierefreier Bäder ist auf den ersten Blick nicht besonders aufregend. Die meisten Menschen denken dabei an einen funktional gestalteten Raum, gekachelt bis zur Decke, mit Haltegriffen, Stützen und einem Hauch Sanitäts-haus. Dieses Bild dürfte sich in den nächsten Jahren allerdings grundlegend ändern – denn Menschen werden anders alt als früher. Wenn Sie heute die Playlist der über 70-Jährigen ansehen, finden Sie dort nicht mehr nur Rex Gildo, sondern auch die Rolling Stones, und in ein paar Jahren werden Sie dort Björk oder Lady Gaga hören. Wir werden nicht mehr in großen Familien alt, sondern als Singles mit oder ohne Familienanschluss. Dabei ziehen wir wie Nomaden um die Welt. Wir haben hohe Ansprüche an uns – und an den eigenen Körper. Wir wollen fit sein und wach im Kopf.

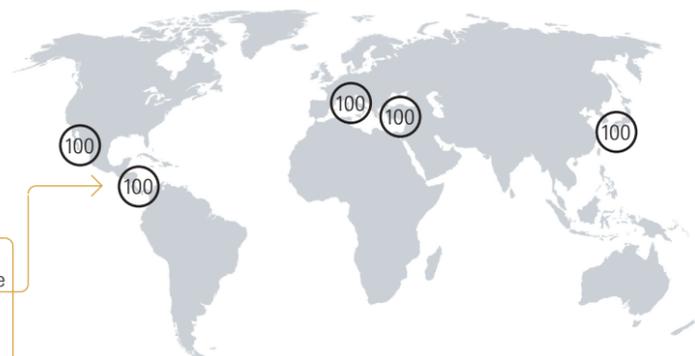
Das bedeutet auch, dass wir so lange wie möglich in einem eigenen Haushalt leben wollen – auch wenn das im Alter schwieriger werden könnte. Im Jahr 2060 werden mehr als die Hälfte aller Deutschen mindestens 51 und rund 3,3 Millionen über 90 Jahre alt sein (heute 650.000). Unabhängigkeit und Komfort in verschiedenen Phasen des Lebens sind somit Themen, die uns noch lange Jahre beschäftigen werden. Barrierefreie Bäder sollten deshalb nicht nur schöner gestaltet und mit neuen Funktionen versehen sein. Wir sollten sie vor allen Dingen zu „normalen“ Bädern machen, die nicht nur für ein bestimmtes Alter gedacht sind. Ein tieferer Auszieh-Waschtisch für Kinder ist schließlich auch eine Form der Barrierefreiheit. Die Dinge müssen mitwachsen und mit uns alt werden.



Alt, aber glücklich
 Ab dem 30. Lebensjahr nimmt die subjektiv empfundene **Zufriedenheit** mit dem eigenen Leben ab. Ab dem 46. Lebensjahr geht es emotional wieder bergauf. Dann werden die meisten Menschen ruhiger und gelassener und damit wieder glücklicher.

46

Der Happy Planet Index kombiniert die Lebenserwartung mit dem **Wohlbefinden** der Bürger und dem **ökologischen Fußabdruck** eines Landes. Auf Platz 1 steht **Costa Rica** mit einer vergleichsweise hohen Lebenserwartung von 79,3 Jahren und einem sehr niedrigen Ressourcenverbrauch. Deutschland erreicht nur den Rang 46 mit einer Lebenserwartung von 80,9 Jahren. Das liegt daran, dass der Verbrauch von Ressourcen in Deutschland sehr hoch ist.



Blue Zones – alte Orte
 Es gibt fünf Orte auf der Welt, in denen es auffällig viele Bewohner gibt, die über 100 Jahre alt sind. Diese sogenannten „Blue Zones“ liegen in:
 Loma Linda, Kalifornien
 Peninsula de Nicoya, Costa Rica
 Ogliastra und Nuoro, Italien
 Ikaria, Griechenland
 Ogimi, Okinawa/Japan

Wachstumsschmerzen
 Der Pro-Kopf-Verbrauch von Energie hat sich in China zwischen 2003 und 2012 nahezu verdoppelt. Das **rasante Wachstum** Chinas führt zu enormen Problemen mit der **Luftverschmutzung**. In Großstädten wie Beijing wird regelmäßig der höchste Smogalarm ausgelöst mit der Folge, dass beispielsweise Fabriken geschlossen und Flüge gestrichen werden müssen.

Die **ISH China & CIHE** hat in Kooperation mit der chinesischen Regierung den „China International HVAC Congress“ ins Leben gerufen, um das Know-how über innovative und klimafreundliche **Heizungs- und Kühlanlagen** schneller im chinesischen Markt zu verbreiten.

Schwellenländer

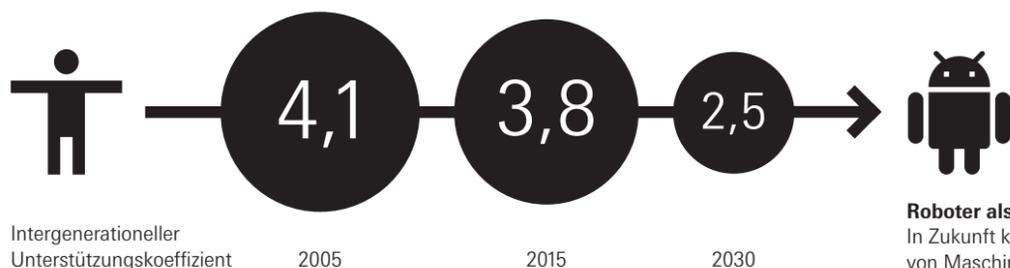
Mehr oder weniger ...

Der demografische Wandel hat an unterschiedlichen Orten auf der Welt unterschiedliche Auswirkungen: Während die Bevölkerung in den westlichen Industrieländern immer älter wird und zu schrumpfen beginnt, haben es viele Schwellen- und Entwicklungsländer mit einem rasanten Bevölkerungsanstieg zu tun. Insgesamt gesehen sitzen wir dennoch alle im selben Boot. Durch die fortschreitende Globalisierung hängt alles mit allem zusammen und beeinflusst sich gegenseitig. Was sind die großen globalen Trends und wie wirken sie sich auf die spannenden Fragen aus, die unsere Zukunft betreffen?

Pop up my Bathroom

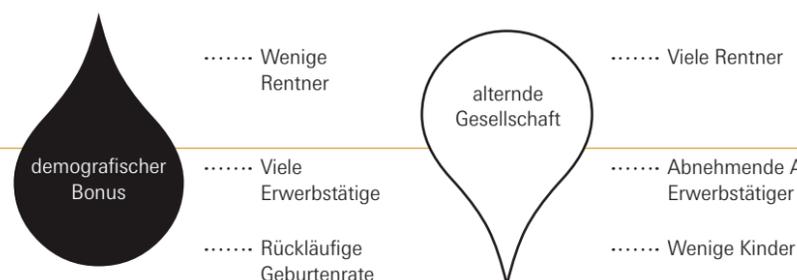
„Will you still need me, will you still feed me?“

Der **intergenerationelle Unterstützungskoeffizient** gibt an, wie viele 50- bis 64-Jährige auf einen über 80-Jährigen treffen: In welcher **Relation** können alte Menschen auf die Hilfe jüngerer rechnen? Vor allem nach 2020, wenn die sogenannten Babyboomer aus der Altersgruppe der 65-Jährigen ausscheiden, wird die zahlenmäßige Relation zwischen Hochbetagten und ihrer Kindergeneration immer ungünstiger werden. Gleichzeitig wird die Zahl der **pflegebedürftigen** Menschen bis 2030 um die Hälfte auf etwa 3,4 Millionen wachsen.



Roboter als Freund
 In Zukunft können viele Aufgaben bei der **Pflege** von Maschinen und Robotern übernommen werden. So wird zurzeit in rund 50 Altersheimen die Robbe „Paro“ getestet. Außen Stofftier und innen Computer, reagiert Paro auf Berührungen und kommt bei der Therapie von Demenzkranken zum Einsatz.

Paro wurde 2015 im Rahmen der Zukunft Lebensräume, Fachmesse und Kongress, im Kap Europa vorgestellt.



Demografischer Bonus
 Ein demografischer Bonus ist gegeben, wenn der Großteil der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter ist. Dazu müssen geburtenreiche Jahrgänge in den Beruf eintreten und gleichzeitig weniger Kinder heranwachsen. Die demografische Dividende – in Form eines starken wirtschaftlichen Wachstums – entsteht dann, wenn gleichzeitig in Bildung und neue Jobs investiert wird und so Chancen auf Wohlstand entstehen. Länder wie **Argentinien, China** und Südkorea sind aktuell dabei, die demografische Dividende einzufahren, und müssen sich bald auf eine **alternde Gesellschaft** einstellen. Länder wie Südafrika und Indien stehen kurz davor, den demografischen Bonus nutzen zu können.

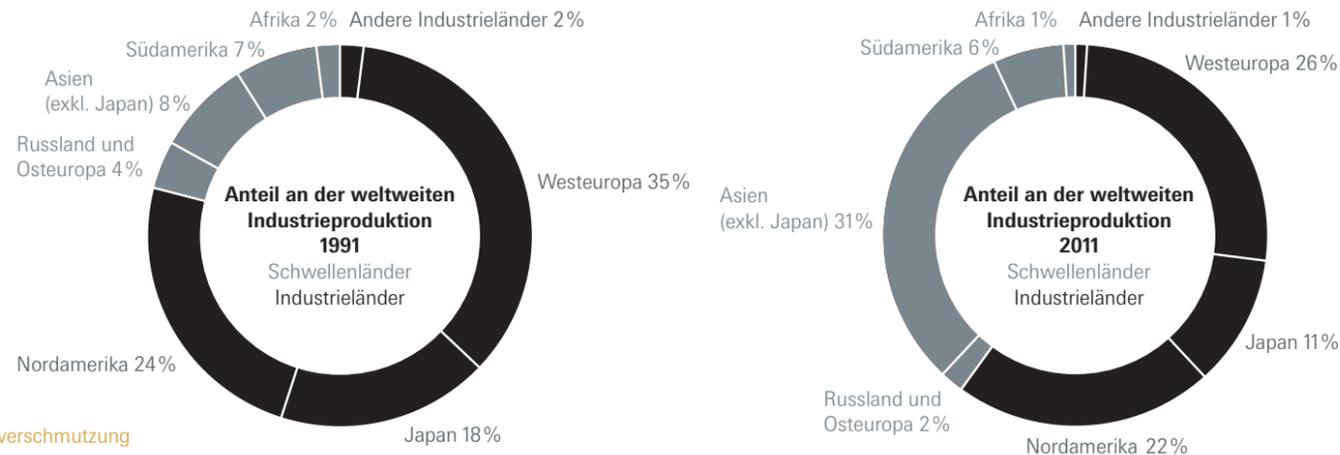
Mehrgenerationenhäuser
 In Mehrgenerationenhäusern wohnen alte und junge Menschen unter einem Dach und **helfen sich** gegenseitig. Mehrgenerationenhäuser zeichnen sich unter anderem durch eine Architektur aus, die den unterschiedlichen **Bedürfnissen** aller Lebensalter gerecht wird.

Best-Practice-Beispiele und Konzepte für die erfolgreiche Umsetzung von Mehrgenerationenhäusern waren ein zentrales Thema auf der Messe **SenNova**, die 2015 im Congress Center der Messe Frankfurt stattfand. Die Festrede zur Eröffnung hielt Bundeskanzlerin **Dr. Angela Merkel**.

3.500.000.000 h

Rentnerinnen und Rentner leisten in den Bereichen soziales Ehrenamt, Pflege und **Kinderbetreuung** (auch in der eigenen Familie) rund 3,5 Milliarden Stunden pro Jahr an unentgeltlicher Arbeit. Der geschätzte Wert der Hilfe: 40 Milliarden Euro jährlich.

Menschen in Deutschland fürchten sich im Hinblick auf das Alter am meisten davor, ein **Pflegefall** zu werden. Ängste variieren aber von Land zu Land. So zittern die Ägypter beispielsweise überhaupt nicht davor, im Alter hilfsbedürftig zu sein, wie eine GfK-Studie zeigt. Die **Familienstrukturen** sind dort so umfassend und stark, dass man sicher sein kann, zu Hause versorgt zu werden.



Luftverschmutzung

Demografischer Bonus

Anteil von Schwellenländern an der weltweiten Industrieproduktion

Der Anteil der heutigen Industrieländer an der weltweiten Wirtschaftsleistung ist in den letzten Jahren gesunken – und wird weiter sinken. Im Gegenzug gewinnen die heutigen **Schwellenländer** Anteile hinzu. Grund hierfür sind sinkende Geburtenraten in den alternden Gesellschaften der Industrieländer. Damit verkleinert sich der Anteil der erwerbstätigen Personen in diesen Ländern, was eine sinkende Wirtschaftsleistung zur Folge hat. Diese Entwicklung kann abgefedert werden, wenn die Integration von **Künstlicher Intelligenz und Big Data** mit industriellen Herstellungsverfahren weiter vorangetrieben wird, um so die **Produktivität** weiter zu erhöhen und unabhängiger von menschlicher Arbeit zu machen.

Social Machines und Industrie 4.0

Social Machines sind ein zentraler Bestandteil von sich selbst organisierenden Netzwerken in der Industrieproduktion. Die Maschinen stellen selbstständig ihr **Produktionswissen** zur Verfügung, sodass alle Partner im Herstellungsprozess – Menschen und Maschinen – voneinander lernen können. Kunden können die Produktion in Echtzeit mitverfolgen und Feedback geben, um Produkte während der Herstellung zu optimieren.

Der Begriff Social Machine wurde von dem Deutschen Maschinenbau-Unternehmen Trumpf entwickelt. 2015 war Trumpf auf der Formnext powered by TCT vertreten und hat dort neue Verfahren für den 3-D-Druck mit Metallen vorgestellt.

Kleinerer Fußabdruck

Laut einer Studie der Unternehmensberatung Roland Berger wird es durch die weitere Entwicklung von **Industrie 4.0** für viele Unternehmen nicht mehr notwendig sein, große Produktionsstätten an zentralen Orten zu unterhalten, um kosteneffizient arbeiten zu können. In vielen Fällen kann es günstiger sein, Daten zu verschicken und mit lokalen Partnern in einem kleineren Maßstab dezentral zu produzieren. Dadurch sinken Kosten sowie der Einsatz von Ressourcen für Transport und Logistik.

Ökologisches Defizit

Ein ökologisches Defizit entsteht, wenn der ökologische **Fußabdruck** der Bevölkerung eines Landes die entsprechende Biokapazität übersteigt. Das Land gerät dann ins Minus, weil es nicht mehr in der Lage ist, die Folgen des **Ressourcenverbrauchs** zu kompensieren. Das ökologische Konto von Brasilien ist im Plus, weil große Flächen des Landes nicht besiedelt sind. Deutschland hingegen ist im Minus, obwohl bereits große Anstrengungen unternommen werden, negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Global gesehen ist die Menschheit mit ca. 25 Prozent im Minus.

50/50

Hochflexibel, hochproduktiv und urban verträglich

Der Präsident der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften „Acatech“ prognostiziert, dass Industrie 4.0 die Produktion hochflexibel, hochproduktiv und urban verträglich machen wird. Die Produktivität soll um bis zu **50 Prozent** wachsen. Zudem soll die Produktion um bis zu 50 Prozent **ressourcenschonender** werden. Hier schlummern gigantische Kapazitätsreserven, die sich durch die firmenübergreifende und sogar länderübergreifende intelligente Vernetzung erschließen lassen.



Ein Haus für Milliarden

Der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung in den westlichen Industrieländern nimmt immer weiter zu. In vielen anderen Ländern hingegen können wir eine umgekehrte demografische Zusammensetzung beobachten: Von den 7,4 Milliarden Menschen, die heute auf dem Planeten leben, sind 2,4 Milliarden jünger als 16 Jahre. Während in Europa also darüber nachgedacht werden muss, wie unsere Häuser altersgerechter gestaltet werden können, ziehen Milliarden junger Menschen in **China**, **Indien** und **Brasilien** von zu Hause aus und kommen im besten Fall zu Wohlstand.

ISH als Innovationsmotor

Dieses rasante Wachstum stellt uns vor enorme Herausforderungen, vor allem auch vor dem Hintergrund der von der Weltgemeinschaft gesetzten Klimaziele. Diese Aufgabe ist aber lösbar, wenn man sich die Vielfalt der Innovationen und Lösungen anschaut, die beispielsweise auf der ISH präsentiert werden.

Die Themenpalette reicht vom verantwortlichen Umgang mit der Ressource Wasser über hybride Systeme, die Effizienz und erneuerbare Energien miteinander kombinieren, bis hin zu vernetzten Gebäuden, die sich an die Bedürfnisse der Bewohner anpassen und so neue Formen des Wohnens und Lebens ermöglichen.

Um nur ein Beispiel aus dem Bereich **„ISH Energy“** zu nennen: Bis 2020 ließen sich durch die Verbindung effizienter Heizungstechnologien mit erneuerbaren Energien sowie neuen Klimaanlagen mit Wärmerückgewinnung 15 Prozent des gesamten Energiebedarfs in Deutschland einsparen. Das entspricht der Summe der Leistung aller deutschen Kernkraftwerke – die damit überflüssig würden.

Global handeln

Ganzheitliche Nachhaltigkeit erfordert globales Denken und den Blick über den eigenen Tellerrand. Für die Herstellung einer Baumwollhose verbrauchen wir in Europa beispielsweise 6.000 Liter Wasser, während in Asien und Afrika rund 1,3 Milliarden Menschen keinen direkten Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. Innovative Technologien, wie sie im Themenbereich „ISH Water“ vorgestellt werden, können hier der Schlüssel sein, um die Lebensumstände von Menschen in benachteiligten Regionen deutlich zu verbessern.

Deshalb sind es Länder wie Indien und China, die mit 24 Milliarden US-Dollar mehr als die Hälfte aller Investitionen in Wasser- und Abwassersysteme weltweit tätigen. Der Bedarf ist da, und mit der ISH China & CIHE, der ISH Shanghai & CIHE und – neu im Portfolio – der ISH India powered by IPA bietet die Messe Frankfurt ihren Kunden die entsprechende Plattform in den jeweiligen Märkten.

„Barrierefreiheit“ als Leitidee

Mit dem Partnerlandkonzept, das 2015 eingeführt wurde, will die ISH in Zukunft derartige länder- und themen-überspannende Verbindungen noch weiter intensivieren. Das erste Land, das hier eine Plattform erhielt, war Polen. „Polen boomt“, fasst die Designjournalistin Zuzanna Skalska die Entwicklung zusammen und beschreibt den Wandel der vergangenen Jahre auf der ISH: „War das Land bislang als Produktionsstandort für Hersteller aus Deutschland und Schweden bekannt, haben polnische Unternehmen jetzt die Macht der Marke für sich entdeckt.“ Dieser Trend lässt sich in vielen Ländern nicht nur in Osteuropa beobachten. Mittelfristig wird das zu einem Wettbewerb der Ideen und Konzepte führen, von dem wir alle – jung und alt – profitieren werden.

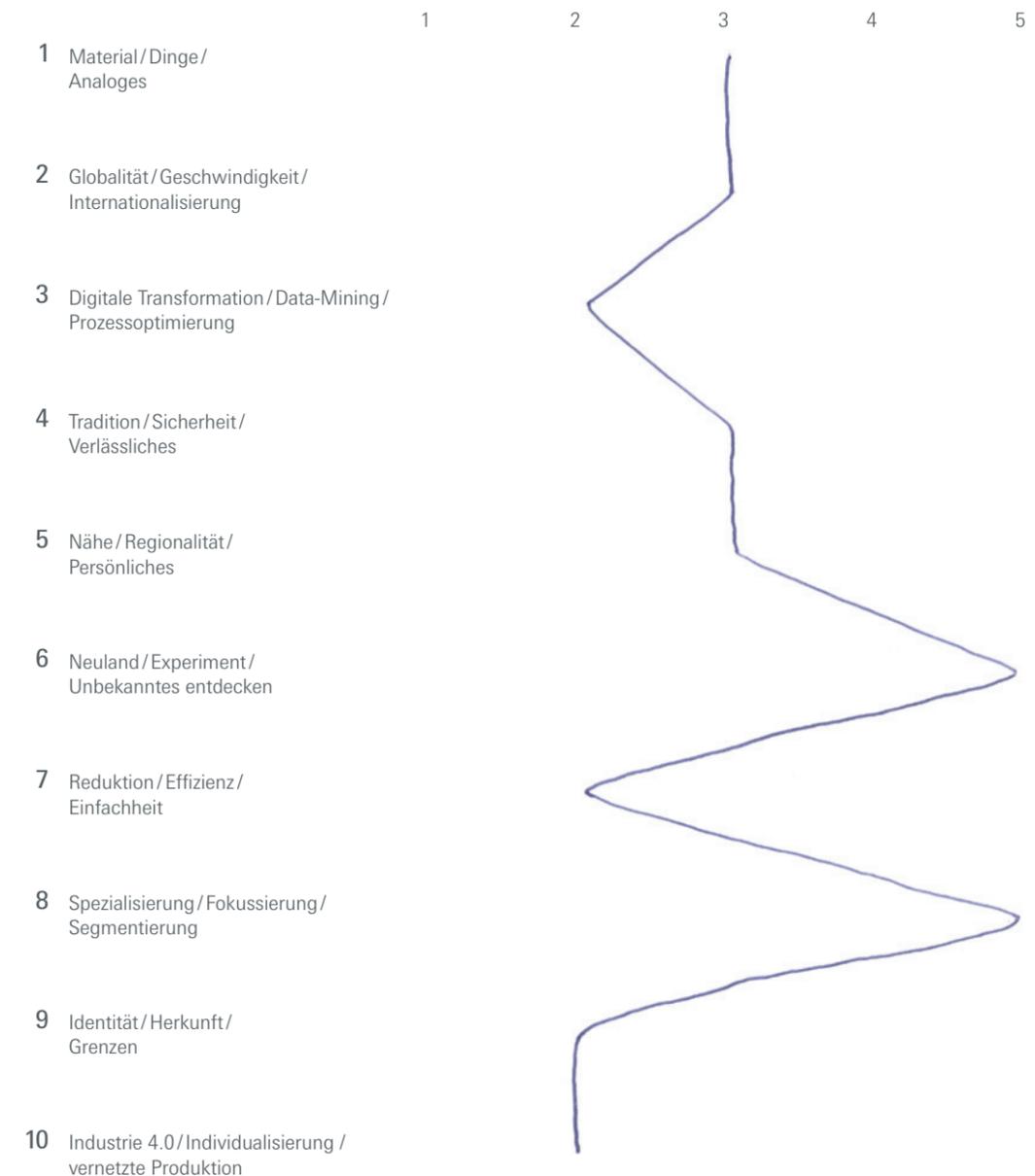
Barrierefreiheit ist also das Schlüsselwort auf vielen Ebenen und bedeutet nicht nur selbstbestimmtes Leben im Alter, sondern ebenso den Zugang zu neuen Märkten und lebenswichtigen Ressourcen sowie die Verschmelzung von Technologien mithilfe von **digitalen Systemen**.

Iris Jeglitza-Moshage
Senior Vice President Messe Frankfurt Exhibition GmbH/
Business Unit Technology
ISH
Frankfurt/Beijing/Shanghai/Delhi

Digitalisierung und Internet der Dinge / Impulsgeberin: Caroline Forster

Welche Rolle werden in Ihrem Wirkungsfeld folgende Themen in fünf Jahren für Sie spielen?

Punkteverteilung von 1 Punkt (keine Rolle) bis 5 Punkte (extrem wichtige Rolle)



Es gibt kaum etwas, das unserem Körper so nahe ist wie die Kleidung, die wir täglich tragen. Wir fühlen, ob ein Stoff weich ist oder rau, sich anschmiegt oder seine eigene Form behält. In Zukunft aber werden nicht nur wir den Stoff fühlen. Stoffe werden umgekehrt fühlen, wie es uns geht und wie wir uns bewegen.

Große Sportartikelhersteller wie Adidas oder Nike haben längst erkannt, welche Möglichkeiten sich eröffnen, wenn man Sensoren in Textilien einbettet, um Körperfunktionen zu messen und so das eigene Training zu optimieren. Aber auch im Arbeitsschutz oder im medizinischen Bereich lassen sich aus diesen Technologien sinnvolle Anwendungen entwickeln, wie zum Beispiel Kleidungsstücke für Langzeit-EKGs oder

therapeutische Textilien, die punktgenau einzelne Muskeln oder Nerven aktivieren.

Mit E-Textiles werden Stoffe zu einem Teil des Internet of Things (IoT). Viele solcher Produktkonzepte sind aktuell zwar noch im Stadium von Prototypen. Wir können aber heute bereits sehen, wie die Märkte in Bewegung geraten, und sind uns sicher, dass sich in fünf bis zehn Jahren völlig neue Geschäftsmodelle auf der Basis von E-Textiles entwickeln werden. Diese Modelle werden aber nicht nur traditionelle Produkte ersetzen. Sie bringen auch Produktionskapazitäten und Marktanteile in der Textilwirtschaft zurück nach Europa, die in den vergangenen Jahrzehnten nach Asien abgewandert sind.

„Wir sind auf der Suche nach Stoffen, die fühlen können.“

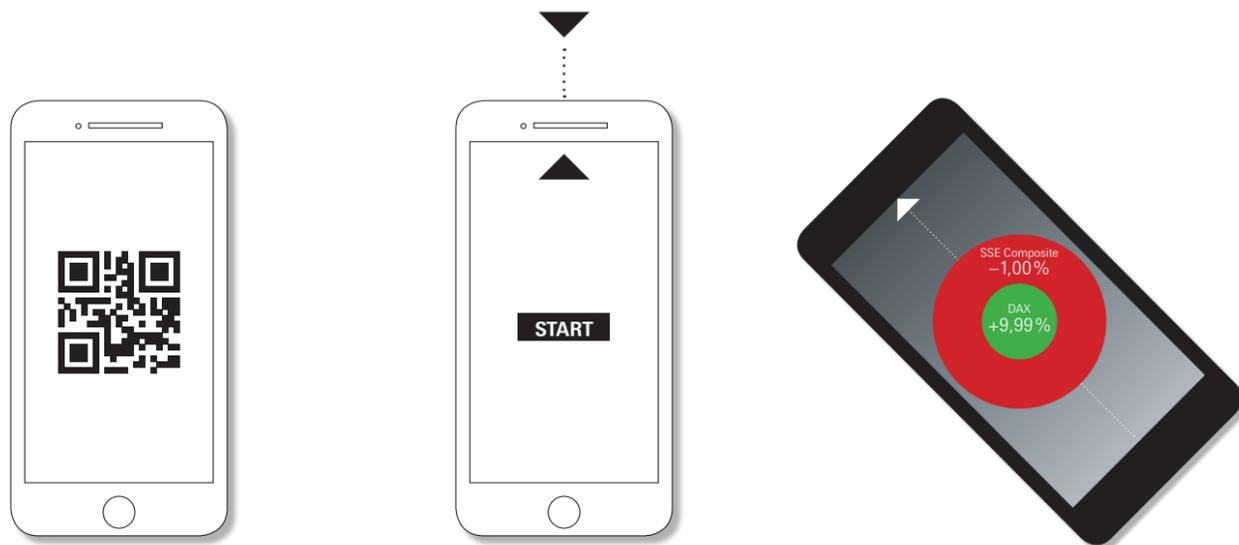
Caroline Forster, Co-CEO der Forster Rohner Gruppe, St. Gallen

Die Textilien des Traditionsunternehmens Forster Rohner gehören zu den raffiniertesten und innovativsten im Bereich der industriellen Stickerei. Zu den Kunden zählen große Marken wie Prada, Dior und Chanel. Bei der Amtseinführung von Barack Obama 2009 sorgte Michelle Obama mit einem Spitzenensemble aus Material von Forster Rohner für Aufsehen. Seit 2009 baut Caroline Forster gemeinsam mit ihrem Bruder die Unternehmenstochter „Textile Innovations“ auf, um Stoffe mit elektronischen Komponenten zu sogenannten E-Textiles zu verbinden. 2015 hat Forster Rohner auf der Techtextil, internationale Leitmesse für Technische Textilien und Vliesstoffe in Frankfurt, den Innovation Award für eine waschbare digitale Leinwand gewonnen, bei der LED-Lichtpunkte in eine textile Projektionsfläche eingearbeitet sind und so einen Bildschirm aus Stoff formen.

Sie sind hier. Aber vielleicht wären Sie besser hier? Oder hier?

Vor nunmehr über 20 Jahren fragte Boris Becker in einem Werbespot: „Bin ich schon drin?“ Diese Frage war gewissermaßen der Startschuss zum Internet für alle. Damals wie heute war allen klar, dass die globale Vernetzung alles verändert – allerdings ist es bis heute sehr schwer vorherzusagen, wie genau.

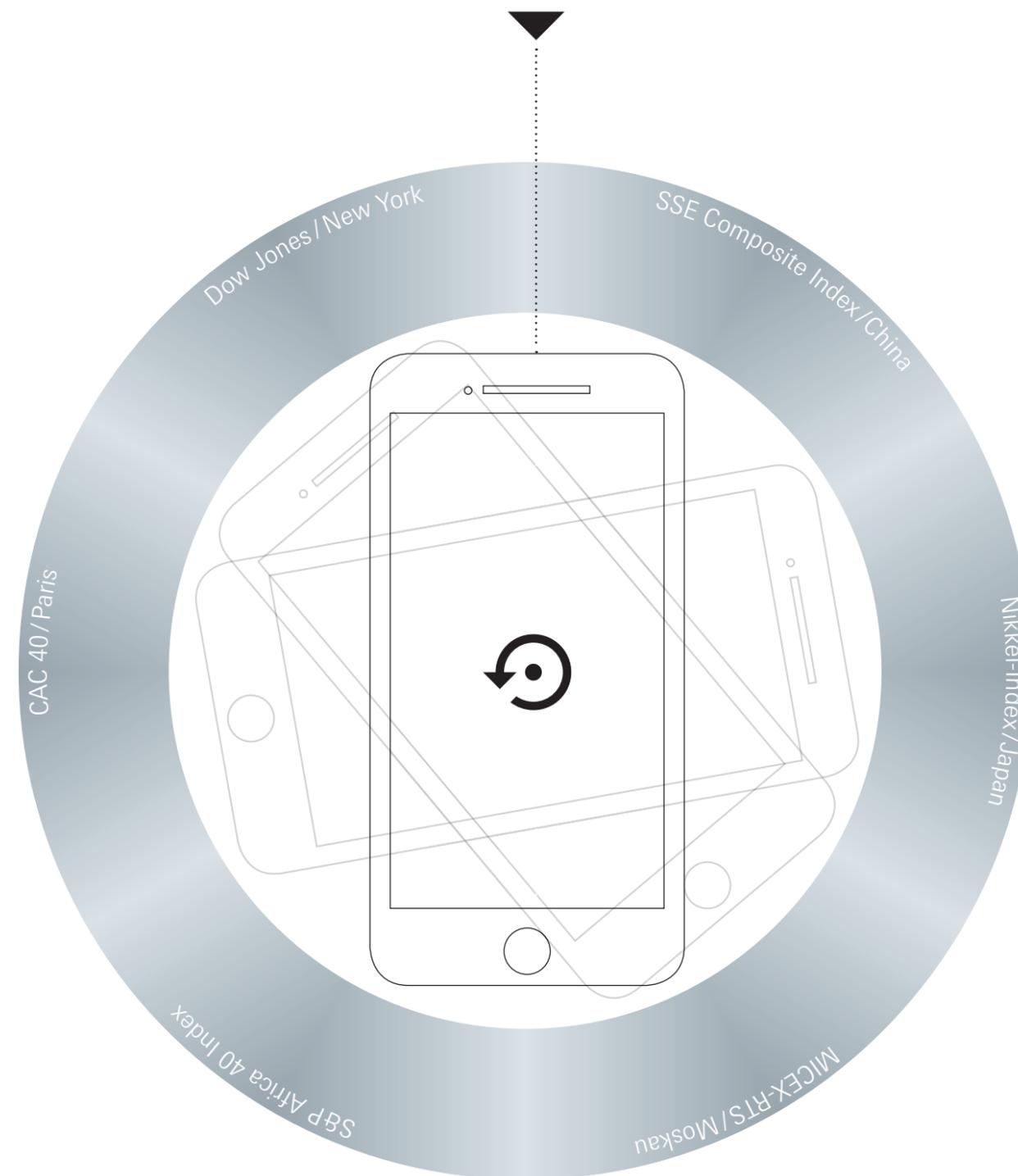
Und so haben sich viele Prophezeiungen seither als falsch herausgestellt bzw. es kam einiges anders als gedacht. Zum Beispiel gibt es entgegen manchen Vorhersagen immer noch Bücher und Zeitschriften. Auch die Idee des papierlosen Büros hat sich nicht durchgesetzt. Wir können aber beobachten, wie die virtuelle und die analoge Welt immer mehr miteinander verschmelzen. Wir haben deshalb den Geschäftsbericht der Messe Frankfurt an das Internet angeschlossen – so verbinden wir Märkte, Menschen und Orte.



1 Scannen Sie mit Ihrem Smartphone den QR-Code auf den Folgeseiten ein oder gehen Sie manuell auf die angegebene Website.

2 Legen Sie Ihr Smartphone in die Mitte des Kreises, sodass die Pfeile auf dem Telefon und auf der Seite aufeinander zeigen. Drücken Sie dann die „Start“-Taste ...

3 ... drehen Sie Ihr Smartphone langsam und vergleichen Sie Märkte und Orte rund um den Globus.

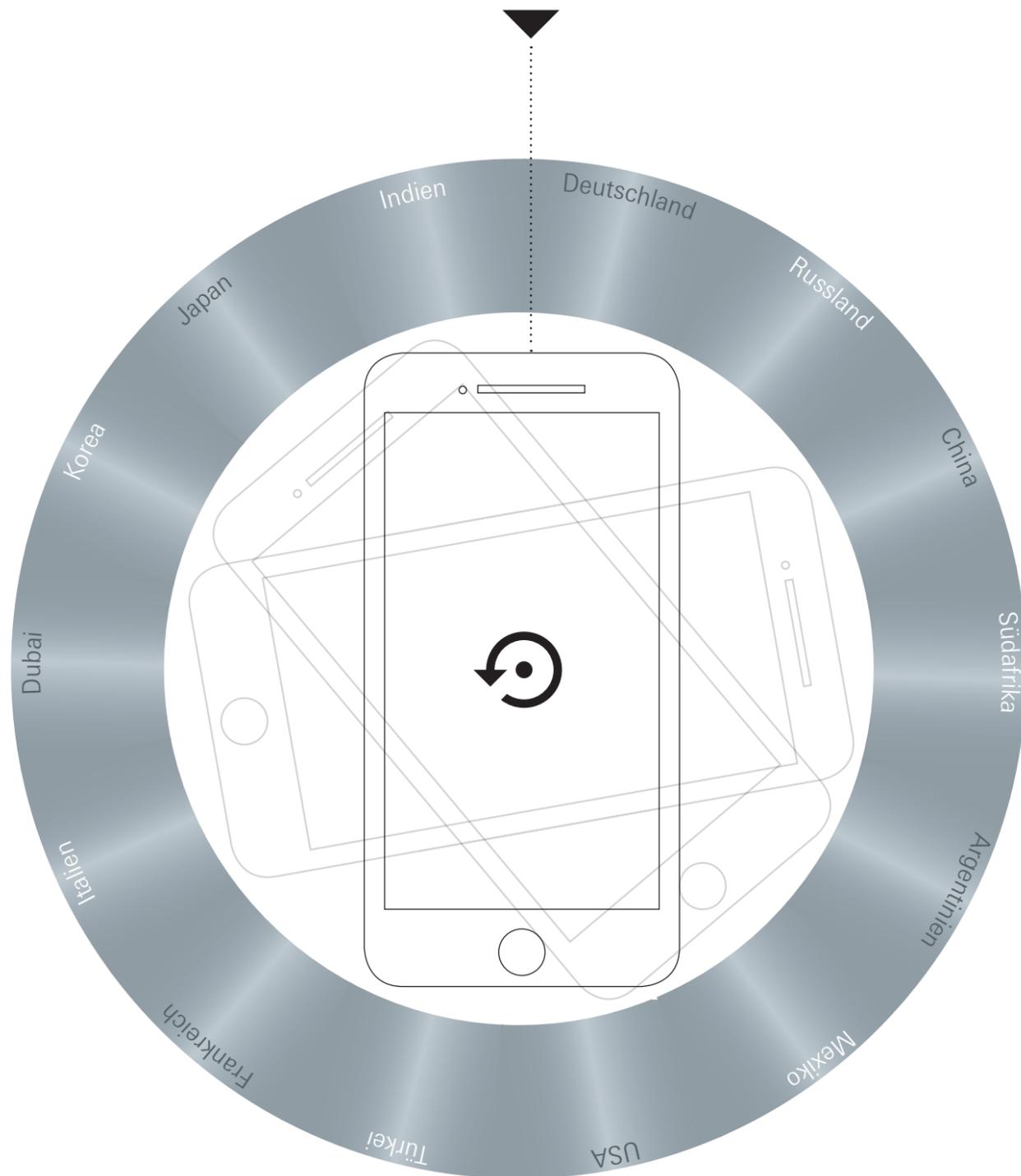


Wo bieten sich die besten Chancen?

Märkte sind ständig in Bewegung, und der Wind kann schnell aus einer anderen Richtung wehen. Während Umfragen zu Geschäftsklima und Wirtschaftsdaten mittelfristige Trends sichtbar machen, zeigen die Börsen die aktuelle Stimmung in den Märkten im Minuten-Takt an. Als global agierendes Unternehmen sind Aktienindizes für uns wichtige Barometer, um besser verstehen zu können, was unsere internationalen Partner beschäftigt. Drehen Sie das Smartphone und vergleichen Sie die wichtigsten Aktienindizes der Welt in Echtzeit mit dem DAX, dem Deutschen Aktienindex, der in Frankfurt ermittelt wird – der Heimatstadt der Messe Frankfurt.



Scannen Sie mit Ihrem Smartphone diesen QR-Code.
www.atlas-der-maerkte.com/market-app/



Wir vermitteln Markteinblicke

Dasselbe Produkt kann an unterschiedlichen Orten auf der Welt unterschiedliche Preise haben. Der bekannte Big-Mac-Index zeigt, wie lange man an verschiedenen Orten auf dem Globus arbeiten muss, um sich einen Burger leisten zu können. Drehen Sie das Smartphone in eine beliebige Himmelsrichtung und erfahren Sie mehr über die Kaufkraft in den Ländern, in denen die Messe Frankfurt mit Tochtergesellschaften vertreten ist.



Scannen Sie mit Ihrem Smartphone diesen QR-Code.
www.atlas-der-maerkte.com/big-mac-index/

Willkommen im Internet der Dinge

Bereits heute sind mehr Dinge mit dem Internet verbunden als Menschen über einen PC, ein Tablet oder Smartphone. Dabei sind von den 1,5 Billionen Dingen auf der Erde, die im Netz sein könnten, bislang gerade mal 9 Milliarden online. Das IT-Unternehmen Cisco schätzt, dass diese Zahl bis 2020 auf 50 Milliarden steigen wird. Intel spricht von 200 Milliarden und das Marktforschungsinstitut IDC nennt 212 Milliarden. Wie auch immer – es werden sehr, sehr viele sein.

Das Internet, wie wir es kennen, mit Homepages, Bildern, Videos, Texten und Links, könnte in Zukunft zu einer kleinen Nische in der Online-Welt werden. Denn der digitale Raum gehört nicht mehr den Menschen allein. Er wird mehr und mehr von Dingen und Maschinen bevölkert, die ihre ganz eigene Art haben, miteinander zu kommunizieren.

Weltweit weben auf der Texprocess

Auch Stoffe gehen heute online. Durch das Einweben elektronischer Bauteile in Textilien wird die Tür zum Internet der

Dinge für die Mode weit aufgestoßen. Stoffe können zu Leuchtmitteln werden, zu Speichermedien, zu Energielieferanten oder zu Kommunikationsmedien.

Stellen Sie sich beispielsweise eine Handtasche vor, die Ihr Handy auflädt, sobald Sie es darin verstaut haben. Oder denken Sie an ein Kleid, das je nach Anlass seine Farbe verändern kann. „An solchen Einsätzen wird derzeit mit Partnerfirmen aus der Modebranche gearbeitet“, beschreibt Hermann Issa, Director Business Development and Sales bei Belectric in Nürnberg, die Möglichkeiten druckbarer Photovoltaik-Elemente auf dem Blog der Texprocess, internationale Leitmesse für die Bekleidungs- und textilverarbeitende Industrie in Frankfurt.

Der Schlüssel zu solchen Anwendungen liegt in neuen Technologien für die Produktion und Verarbeitung. Denn bislang scheiterten innovative Konzepte nicht an der Fantasie der Macher, sondern an ganz praktischen Fragen wie der Waschbarkeit und der Formbarkeit oder den hohen Anforderungen an die Präzision in der Herstellung.

Diese Hürden aber werden von Tag zu Tag kleiner. So lassen sich heute beispielsweise mithilfe von Ultraschall Stoffteile miteinander verbinden oder Halbleiter auf Textilien schweißen.

Innovative Apparel Show

Diese Technologie hat sich auch die Studentin Maria Valdez von der Hochschule Niederrhein zunutze gemacht – die Gewinnerin des „Innovative Apparel Public Award 2015“, der im Rahmen der Techtexsil, internationale Leitmesse für Technische Textilien und Vliesstoffe in Frankfurt, vergeben wurde. Auf der Modenschau für Nachwuchstalente sorgte sie mit ihrem Entwurf „Mava Ultrasonic“ für Furore: ein Etuikleid aus einem doppellagigen technischen Stoff, der mit Ultraschall verarbeitet wurde, um besonders klare Schnittkanten und Nähte zu erzeugen.

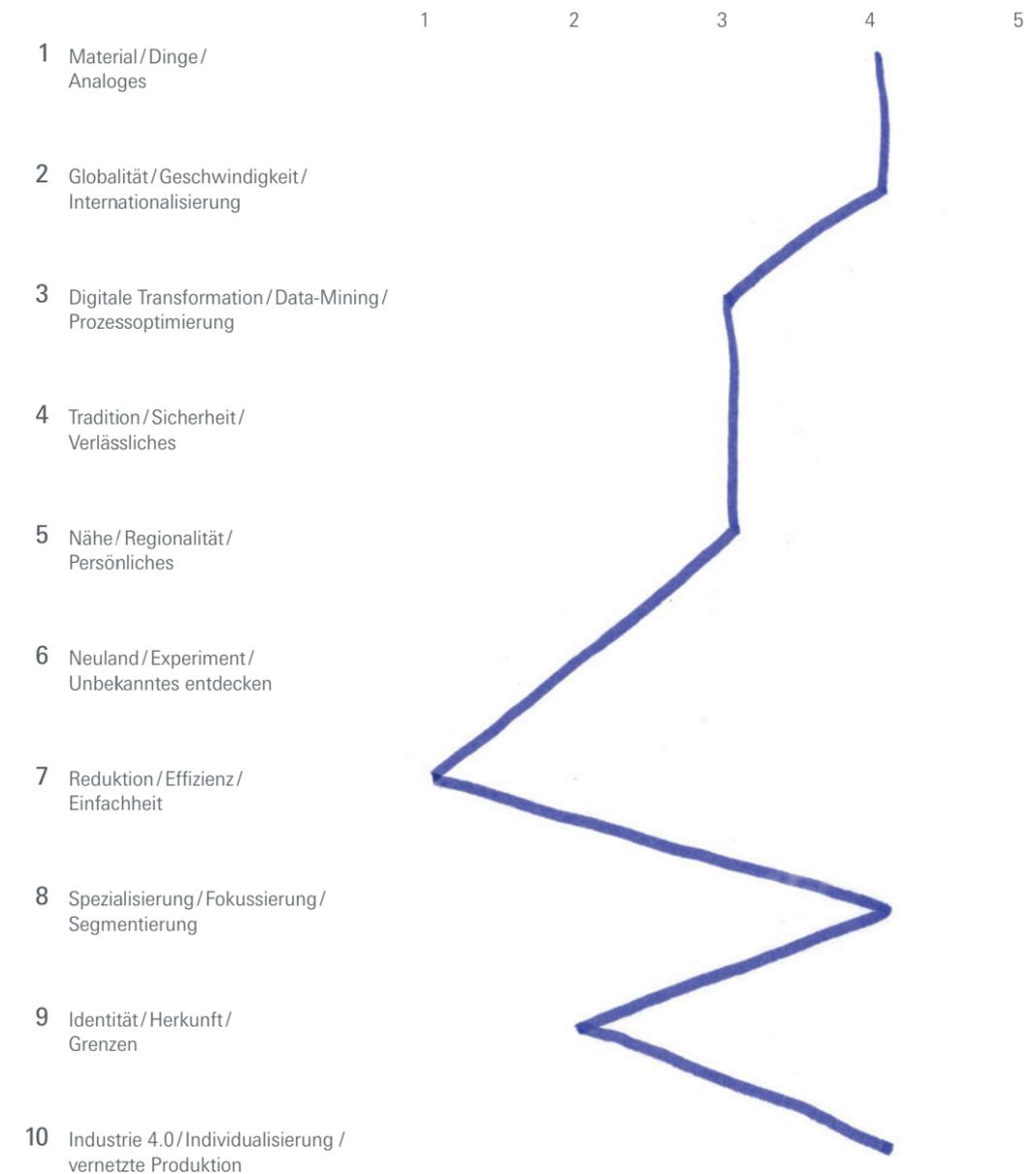
Wir sehen also, dass die digitale Welt die materielle, greifbare Welt keineswegs ablöst. Es ist vielmehr so, dass beide miteinander verschmelzen und neue Formen hervorbringen. Denn wir wollen nicht nur gemeinsam mit den Dingen im Netz sein. Wir wollen dabei auch gut aussehen – ganz analog.

Olaf Schmidt
 Vice President Textiles and
 Textile Technologies
 Innovative Apparel Show /
 Techtexsil
 Frankfurt

Globalisierung und Orientierung / Impulsgeber: Sebastian Herkner

Welche Rolle werden in Ihrem Wirkungsfeld folgende Themen in fünf Jahren für Sie spielen?

Punkteverteilung von 1 Punkt (keine Rolle) bis 5 Punkte (extrem wichtige Rolle)



„Mir geht es um Respekt vor Menschen und den Dingen, die sie herstellen.“

Sebastian Herkner, Studio Sebastian Herkner, Offenbach am Main

Sebastian Herkner arbeitet als Designer leidenschaftlich gerne mit Handwerkern zusammen. 2014 hat er gemeinsam mit Matali Crasset und den Frauen in einem kleinen Dorf in Simbabwe eine Kollektion von Körben entwickelt, die auf der Ambiente 2015, Weltleitmesse für Konsumgüter in Frankfurt, für Aufsehen gesorgt haben und in Deutschland zu einem Verkaufsschlager geworden sind.

Für das Projekt „Basket Case“ bin ich nach Binga in den Norden Simbawes gereist, ein kleines Dorf, das 24 Stunden Autofahrt auf staubigen Pisten von der Hauptstadt Harare entfernt liegt. Für die 20 Frauen des dortigen „Binga Craft Centre“ ist das Korbflechten die einzige Möglichkeit, Geld zu verdienen. Um einen Korb in Handarbeit herzustellen, benötigt man mehrere Tage. Es kostet viel Mühe und Sorgfalt.

In Binga gibt es kaum Infrastruktur und keine Möglichkeit, Material zu kaufen. Deshalb sind die dort produzierten Körbe meist einfarbig. Für mich als Designer sind solche Beschränkungen spannend. Ich habe nach Möglichkeiten gesucht, die Produkte durch Farben vielfältiger zu machen. Nach langer Suche habe ich schließlich die bunten Kunststoffsäcke ent-

deckt, in denen in Afrika Mehl und Reis transportiert werden. Dieses Material haben wir aufgetrennt und in die Körbe geflochten, wodurch eine ganz neue und außergewöhnliche Material- und Farbqualität entstanden ist.

Mir geht es um Respekt. Die meisten Menschen wollen einen Korb für fünf Euro kaufen. Auf diese Weise verlieren wir aber den Bezug zu den Dingen, denn die Art der Herstellung ist genauso ein Teil eines Produkts wie das Material, die Form oder seine Funktion. Dieses Problem kennen wir hier auch. Was ist heute noch typisch deutsches Handwerk? Lokale Materialien, tradierte Herstellungsweisen und die persönliche Identifikation mit Dingen gewinnen in einer Welt, die von globaler Arbeitsteilung lebt, einen neuen Wert.



Wie global war Ihr Tag?

Welche Gegenstände tragen wir täglich mit uns herum und woher kommen diese Dinge? Dieser Frage sind wir nachgegangen und haben sechs Personen gebeten, für uns ihre Taschen zu öffnen.



Nick Barth | Australien

51.579 km

Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 1 Sonnenbrille Revo 📍USA 📍Mauritius
- 2 Taxiquittung 📍Deutschland 📍Deutschland
- 3 Foto
- 4 Ausweis-Mappe
- 5 Arnott's TimTam-Kekse 📍Australien 📍Neuseeland
- 6 Adapter Skross 📍Schweiz 📍Thailand
- 7 Portemonnaie 📍England 📍England
- 8 Apfel 📍Australien 📍Neuseeland

📍Firmensitz 📍Produktionsort

Maria Pia Amoroso | Italien

15.302 km

Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 9 Portemonnaie Vera Pelle 📍Italien 📍Italien
- 10 Lippenbalsam Yves Rocher 📍Frankreich 📍Frankreich
- 11 Pinzette
- 12 Lippgloss Maybelline New York 📍Frankreich 📍Deutschland
- 13 Haarbürste
- 14 Brille Miu Miu mit Etui 📍Italien 📍Türkei
- 15 Taschentücher Smile 📍Italien 📍EU
- 16 Metrokarte für Mailand 📍Italien
- 17 Geldbörse
- 18 Nagelfeile Sephora 📍Frankreich 📍Korea
- 19 Lippenpflege Labello 📍Deutschland 📍Deutschland
- 20 Schlüsselband 📍Italien

Dirk Stieger | Schweiz

9.402 km

Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 21 Omeprazol Mepha 20 mg 📍Schweiz 📍EU
- 22 iPhone 📍USA 📍China
- 23 Kugelschreiber Caran d'Ache mit Etui 📍Schweiz 📍Schweiz
- 24 Autoschlüssel Alfa Romeo 📍Italien 📍Italien
- 25 Debitkarte USB Bank 📍Schweiz
- 26 Kräuterbonbons Ricola Kräuterzucker 📍Schweiz 📍Schweiz
- 27 Notizbuch Moleskine 📍Italien 📍Italien

Mary Ann Romano | Dubai

57.738 km

Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 28 Brillenetui Paperchase 📍England 📍China
- 29 Sonnenbrille Ray Ban 📍Italien 📍Italien
- 30 Tücher Johnson's Baby Skincare 📍Dubai 📍Tunesien
- 31 Schlüsselanhänger 📍Frankreich
- 32 Kamm
- 33 Parfüm Jo Malone 📍England 📍England
- 34 iPod 📍USA 📍China
- 35 Tic Tac 📍Deutschland 📍Irland
- 36 Puder M.A.C 📍Kanada 📍USA
- 37 Smartphone Samsung 📍Südkorea 📍Südkorea
- 38 Portemonnaie 📍Sri Lanka 📍Sri Lanka
- 39 Lippgloss Boots 📍England 📍Thailand





Paola Farina | Italien

31.516 km
Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 40 Zigaretten Rothmans 📍 England 🏠 England
- 41 Feuerzeug BIC 📍 Frankreich 🏠 Frankreich
- 42 Sonnenbrille Let Me See 📍 Schweiz 🏠 Taiwan
- 43 Globo Medical Defender 📍 Italien 🏠 Italien
- 44 Schlüsseltasche
- 45 iPhone 📍 USA 🏠 China
- 46 Kugelschreiber BIC 📍 Frankreich 🏠 Frankreich
- 47 Portemonnaie FREITAG 📍 England 🏠 England
- 48 Puder Dior Skin Nude Tan 📍 Frankreich 🏠 Frankreich
- 49 La Piazza Feuchttuch
- 50 Kopfschmerzgranulat Okitask 📍 Italien 🏠 Italien
- 51 Mobiler Aschenbecher
- 52 Taschentücher 📍 Italien 🏠 China
- 53 USB-Stick

Robert Laing | Neuseeland

40.980 km
Entfernung: 📍 Produktionsort → Heimatland

- 54 Kaugummi Wrigleys P.K. 📍 Neuseeland 🏠 Australien
- 55 Schlüssel Hotel Zum Feldberg, Königstein 📍 Deutschland 🏠 Deutschland
- 56 Apfel Granny Smith 📍 Deutschland 🏠 Neuseeland
- 57 Buch Johnny Cash 📍 England 🏠 England
- 58 Foto
- 59 Adapter

Globalisierung und Orientierung / Messe Frankfurt 2015

Contract Business

Die Frauen in Binga brauchen mehrere Tage, um einen Korb zu flechten (→ Impulsgeber Stefan Herkner, S. 18). Das ist aber nicht die einzige Herausforderung für die Handwerkerinnen des „Binga Craft Centre“. Denn wenn ein Korb erst mal fertig ist, braucht er auch einen Abnehmer – und der wohnt nicht immer um die Ecke, sondern durchaus auch am anderen Ende der Welt. Viele Produkte reisen heute einmal um den Globus, bevor sie in der Tasche eines Käufers landen.

So ist der Vertrieb für Handwerker, Hersteller und Designer nicht nur in den entlegenen Dörfern Afrikas, sondern auch in Europa eine der größten Hürden für Wachstum und Markterfolg geworden. Wir können zwar Dinge aus allen Ecken der Welt kaufen, aber dazu müssen diese Dinge erst einmal zu uns finden.

Hinzu kommt, dass der Anteil der handelsaffinen Ausgaben an den gesamten privaten Konsumausgaben in den vergangenen Jahren gesunken ist, wie ein Blick in den Management Report „Wachstumsmarkt Contract Business“ zeigt, der anlässlich der Ambiente 2015 erschienen ist. Auf der anderen Seite beobachten wir eine steigende Nachfrage der gewerblichen Wirtschaft – also beispielsweise von Unternehmen aus der Industrie und dem Dienstleistungsbereich, der Hotellerie und Gastronomie.

Fasst man den Contract-Business-Markt für die Produktgruppen Dining, Giving und Living zusammen, so beträgt das Volumen heute rund zwei Milliarden Euro mit einem Wachstumspotenzial von gut zehn Prozent für die kommenden fünf Jahre.

Größer denken

Es lohnt sich also, größer zu denken und nicht nur den einzelnen Endkunden in den Blick zu nehmen, sondern auch Abnehmer im gewerblichen Bereich – von Hotels über Kreuzfahrtunternehmen bis hin zu Restaurantketten.

Das Maßnahmenpaket „Contract Business“ der Messe Frankfurt schafft dafür die geeignete Plattform: Auf der dazugehörigen Business-Matching-Website finden passende Geschäftspartner mit einem Klick zueinander. Für die Anbieter von Produkten im Bereich Dining, Giving und Living spielt die Ambiente im Marketingmix die zentrale Rolle, wie aus einer Befragung für den Management Report hervorgeht.

Fontys Trendscouts

Dass Messen für Hersteller von designorientierten Produkten ein spannendes Forum bieten, zeigen die Studierenden der Fontys Universität aus Tilburg, die auf der Ambiente als Trend-Scouts

unterwegs waren. Als eine der wenigen Hochschulen weltweit wird dort „Trend Watching“ als Thema in dem Studiengang „International Lifestyle Studies“ angeboten. Relevante Trends zu identifizieren ist eine Arbeit für Experten und erfordert eine genaue Beobachtungsgabe sowie analytische Fähigkeiten.

Auf wissenschaftlicher Grundlage wurden in diesem Jahr fünf Trends herausgearbeitet und für Besucher mithilfe von geführten Trend-Touren anschaulich gemacht. Viele Menschen wünschen sich demnach eine tiefere Bindung zu den Produkten, die sie kaufen. Sie wollen sich mit deren Identität und Herkunft auseinandersetzen und Teil des Gestaltungsprozesses werden. Ökologische Verantwortung und ein direkter Bezug zu natürlichen Materialien spielen dabei eine besondere Rolle.

Das alles spielt dem Contract Business der Frauen aus Binga in die Hände, die durch die Präsentation ihrer Produkte auf der Ambiente Zugang zu einem internationalen Absatzmarkt wie Hotels oder einem großen Online-Händler gefunden haben.

📌 Nicolette Naumann
Vice President Ambiente / Tendence
Management Report:
„Contract Business“ /
Fontys Trend Watcher
📍 Frankfurt



„Für mich ist die Stadt wie ein großes Uhrwerk.“

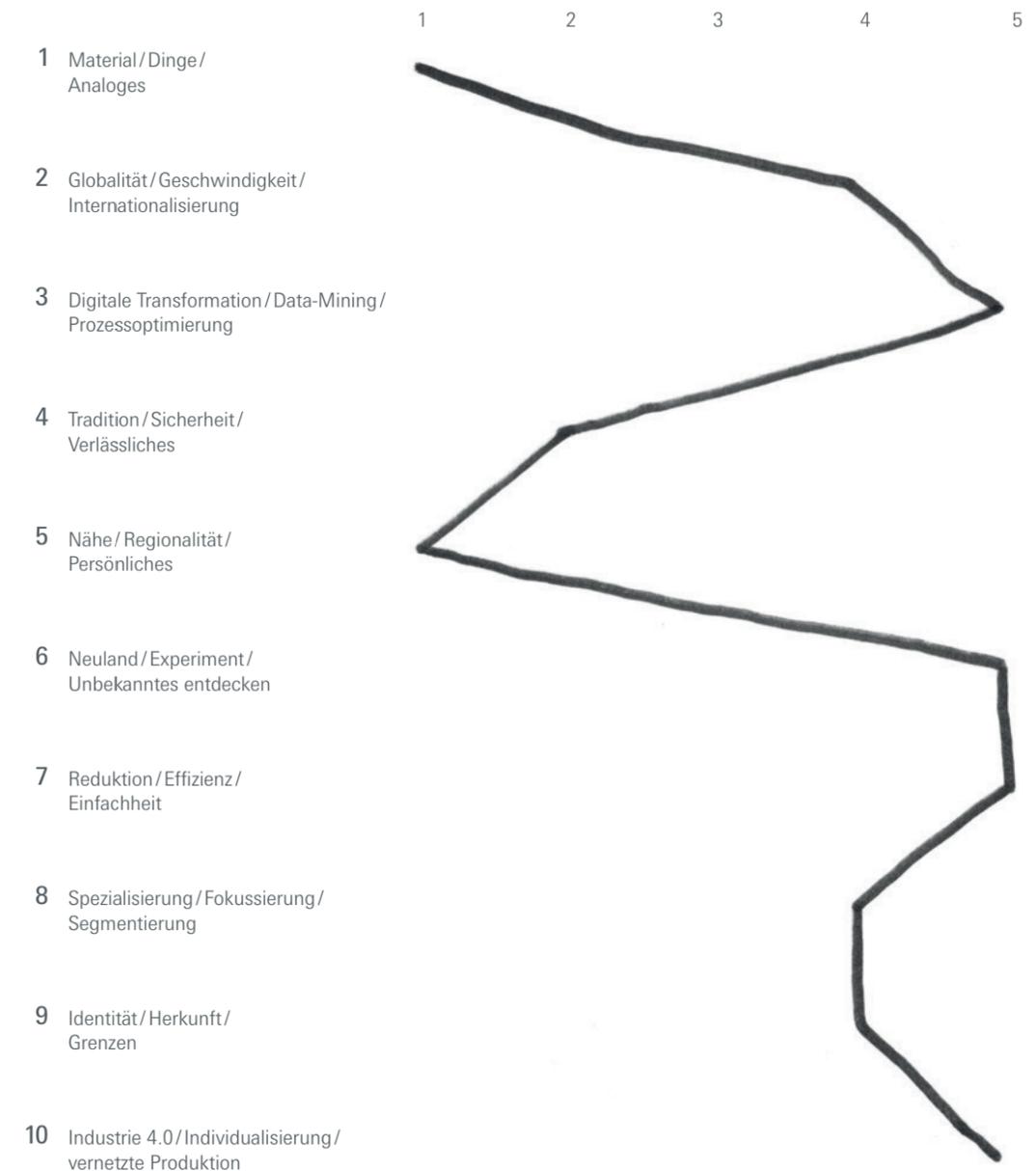
Dr. Padideh Moini Gützkow, Head of Vertical „Integrated Logistics Solutions“ (ILS), Siemens MO MM ITS S&PM, Berlin

Logistik-Hubs wie Häfen oder große Industriekomplexe müssen in Zukunft mit dem Güterwachstum mithalten können, um leistungsfähig zu bleiben. Auf der ZEIT-Konferenz „Logistik und Mobilität – Intelligente Verkehrssysteme für die digitale Gesellschaft“ im Kap Europa, dem Kongresshaus der Messe Frankfurt, wurden im November 2015 Lösungen und Konzepte für die Logistik von morgen vorgestellt und diskutiert. So sorgt zum Beispiel das „Integrated Truck Guidance“-System von Siemens dafür, dass in Zukunft ein Lkw aus München minutengenau an der gewünschten Laderampe im Duisburger Hafen ankommt.

New Mobility und Smart Cities / Impulsgeberin: Dr. Padideh Moini Gützkow

Welche Rolle werden in Ihrem Wirkungsfeld folgende Themen in fünf Jahren für Sie spielen?

Punkteverteilung von 1 Punkt (keine Rolle) bis 5 Punkte (extrem wichtige Rolle)



Siemens bietet bereits seit Langem Lösungen für Städte im Bereich des Verkehrsmanagements an. Jetzt gehen wir einen Schritt – oder besser gesagt einen Quantensprung – weiter, indem wir unsere Digitalisierungsstrategie in der Logistik umsetzen. Das klingt im ersten Moment nicht besonders aufregend. Die Möglichkeiten, die sich dadurch ergeben, sind aber enorm.

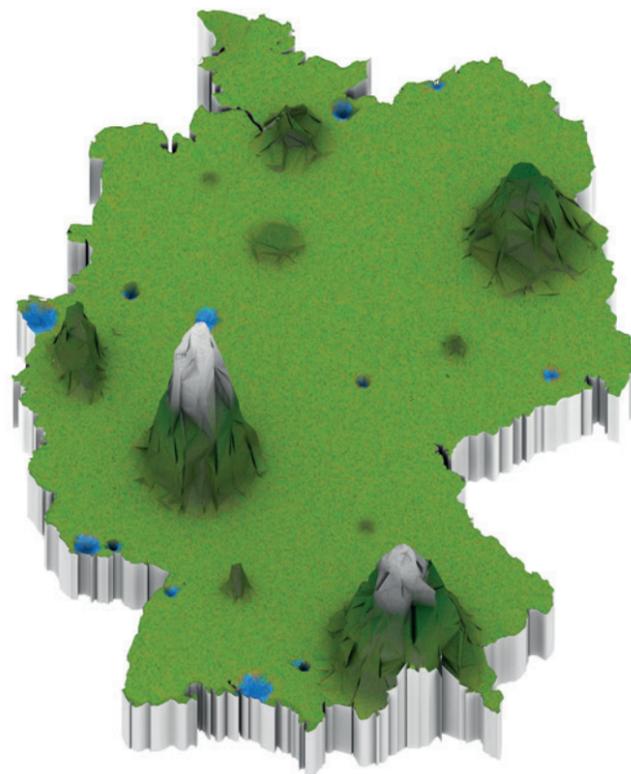
Nehmen Sie beispielsweise ein großes Chemiewerk mit über 100 Laderampen, an denen im Minutentakt Lkws ankommen, um Ladung aufzunehmen oder zu löschen. Für das „Integrated Truck Guidance“-System (ITG) meldet sich der Lkw-Fahrer in einer Smartphone-App an. Via GPS wird seine

Position ermittelt. Auf einen Blick wissen Fahrer, Logistik-Dienstleister und Terminals Bescheid, ob geplante und voraussichtliche Ankunftszeit übereinstimmen. Ist ein Fahrer zu früh dran, wird er über vorhandene Parkplätze informiert. Mit Städten erproben wir zurzeit ein ähnliches Prinzip zur Bevorzugung von Fahrradfahrern an Kreuzungen per Smartphone-App.

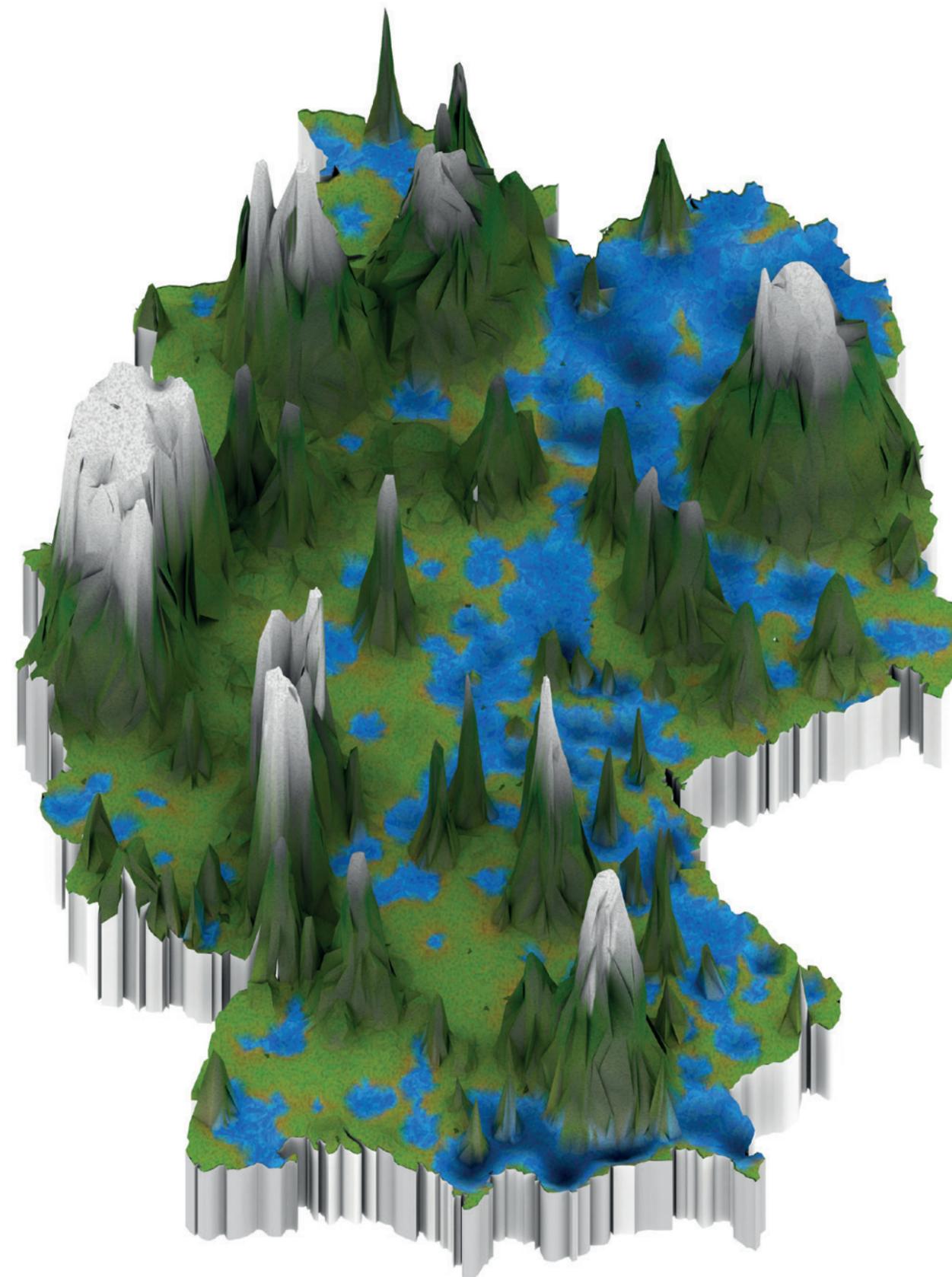
Die mobile Welt von morgen wird auf vielfache Weise vernetzt sein. Mit neuen Lösungen helfen wir Städten, bessere Verkehrsdaten zu generieren, um den Verkehrsfluss zu optimieren und die Verkehrssicherheit für alle Teilnehmer in Zukunft zu verbessern.

Willkommen in Data-Deutschland.

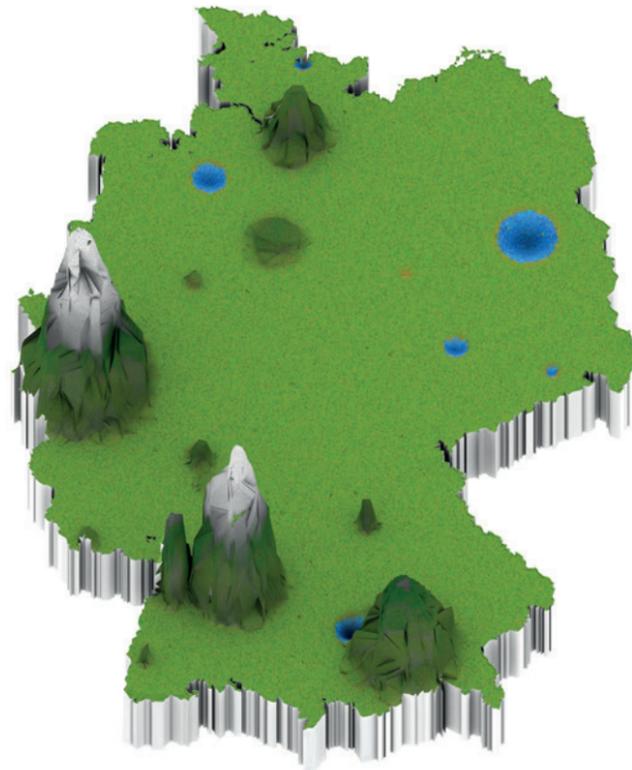
Vier 3-D-Infografiken zeigen Deutschland aus einer ungewohnten Perspektive. Nicht mehr die Alpen liegen höher als die norddeutsche Tiefebene, sondern die Orte mit den meisten Flugstarts im Jahr 2015.



Flugstarts: Der Flughafen Frankfurt am Main war 2015 wieder einmal Spitzenreiter bei den Starts von Passagiermaschinen.



Beim **Anteil der Siedlungs- und Verkehrsflächen an der Gesamtfläche** haben das Ruhrgebiet, München und Berlin mit rund 75 Prozent Bebauung die Nase vorn. Frankfurt am Main liegt mit einer Bebauung von über 58 Prozent in den Top 20 der am dichtesten bebauten Städte.



Stuttgart hat sich im Jahr 2015 an die Spitze der **deutschen Stau-Städte** gesetzt. Hier stand ein Autofahrer durchschnittlich 73 Stunden still. Köln, Düsseldorf und Bonn formten das insgesamt größte Staugebiet. Frankfurter Autofahrer landeten mit durchschnittlich 37 Stau-stunden auf Platz 11.



Wolfsburg belegt 2015 den Spitzenplatz bei den **Lkw- und Pkw-Zulassungen** in Deutschland. In Frankfurt waren im selben Jahr 485 Pkw und Lkw pro 1.000 Einwohner zugelassen.

Die Welt wird Stadt

Seit dem Jahr 2008 wohnt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten, während 1950 noch 70 Prozent auf dem Land lebten. Nach Prognosen der UNO wird der weltweite Anteil der städtischen Bevölkerung bis 2050 rund 70 Prozent erreicht haben.

Der mittelalterliche Ausspruch „Stadtluft macht frei“ will aber heute nicht mehr so recht passen. Denn die Megastädte des neuen Jahrtausends sind längst über ein menschliches Maß hinausgewachsen. Allein die tägliche Lebensmittelversorgung der beispielsweise 19 Millionen Einwohner von Jakarta, Hauptstadt des weltgrößten Inselstaats Indonesien, und die damit zusammenhängenden Lieferketten sind eine logistische Herausforderung.

Aus Beijing wird berichtet, dass sich dort 2010 der bislang längste Stau der Welt zugetragen haben soll: Zwölf Tage lang bewegte sich auf einer Länge von 90 Kilometern gar nichts mehr. Die Strecke wurde von schweren Lkw blockiert, die auf dem Weg in die Stadt waren – ironischerweise um dort Material für Straßenbauarbeiten anzuliefern.

Smart Traffic Conference

Beim Verkehrsmanagement moderner Städte können wir aktuell einen

radikalen Sinneswandel beobachten, wie auf der Smart Traffic Middle East Conference 2015 der Messe Frankfurt in Dubai deutlich wurde. Denn eine Stadt autogerechter zu bauen kann in vielen Fällen das Gegenteil bewirken. „Breitere Straßen allein lösen das Problem unserer überlasteten Städte nicht“, stellt Maitha bin Udai, Chefin der „Traffic and Roads Agency“ in Dubai, fest. Sie bringen die Autofahrer lediglich schneller an die neuralgischen Punkte – und damit in den nächsten Stau.

Schön und schlau

Deshalb bietet die Messe Frankfurt weltweit Netzwerkformate und Kommunikationsplattformen, im Rahmen derer sich Experten aus den großen Metropolen der Welt zu neuen Ideen und möglichen Lösungen austauschen können, wie auf der 3. ZEIT-Konferenz Logistik & Mobilität, einer Kooperation mit der gleichnamigen Wochenzeitung.

Denn wir wollen nicht nur schnell von A nach B kommen. In A und B soll es sich auch gut leben lassen mit sauberer Luft, Kultur- und Freizeitmöglichkeiten, schnellem Internet, guten Schulen, hohen sozialen Standards und vielem mehr. Die Stadt der Zukunft soll nicht nur intelligent sein, sondern auch schön und lebenswert. Darin sind sich alle Experten einig.

Elliot Treharne ist Air Quality Manager in London und zeigt in Dubai, wie ein Netz von Sensoren, das über die britische Hauptstadt verteilt ist, den Verkehr nicht nur nach Fließgeschwindigkeit, sondern auch nach Emissionen steuert. In Dubai wurde die „Smart Drive App“ der lokalen Verkehrsbehörde schon kurz nach dem Start eine Million mal heruntergeladen und unterstützt nun Autofahrer dabei, schneller und umweltfreundlicher durch die Stadt zu kommen.

„Die Zukunft aber gehört dem öffentlichen Personennahverkehr“, ist das Resümee von Maitha bin Udai. So wird zurzeit in Riad, der Hauptstadt der VAE, dem großen Nachbarn von Dubai, das teuerste U-Bahn-Netz der Welt gebaut – in einer Stadt, in der ein Liter Benzin 20 Cent kostet. Die schlaue und schöne Stadt ist so gesehen nicht nur eine Frage des Einsatzes moderner Technologien, sondern auch veränderter Einstellungen und der Bereitschaft ihrer Bürgerinnen und Bürger, neue Wege zu gehen – im wahrsten Sinne des Wortes.

-  **Michael Johannes**
Vice President
Mobility & Logistics
Smart Traffic Middle East
Conference
Abu Dhabi 2015
-  Dubai
ZEIT-Konferenz
Logistik und Mobilität
-  Kap Europa, Frankfurt



„Magische Momente brauchen einen konkreten Ort.“

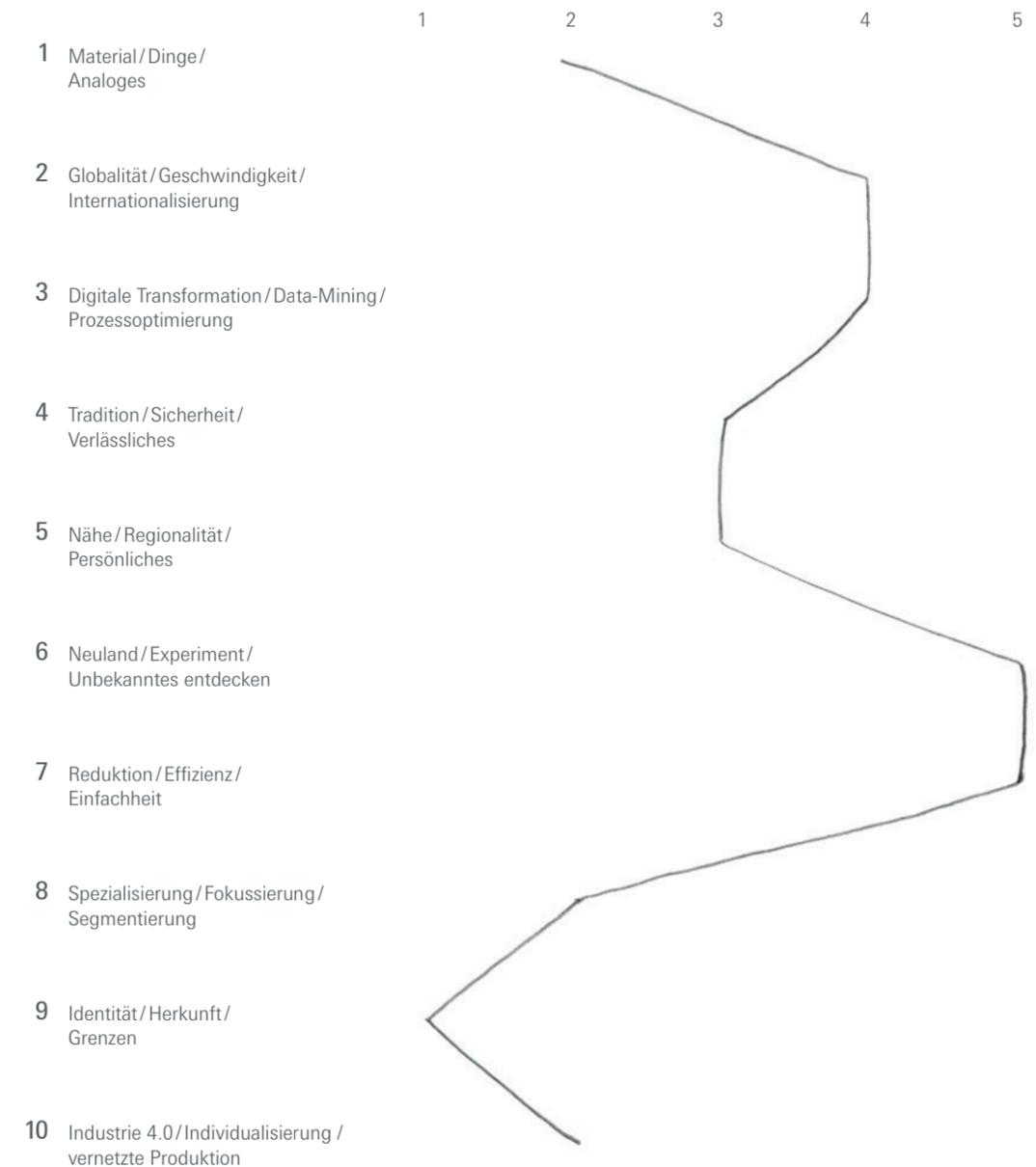
Marcus Mechelhoff, Mediapool Veranstaltungstechnik, Berlin

Mediapool war verantwortlich für die Konzeption und Durchführung des Bürgerfestes, mit dem 2014 in Berlin des Falls der Mauer vor damals 25 Jahren gedacht wurde. Höhepunkte waren die Installation „Lichtgrenze“, bei der 8.000 leuchtende Ballons den heute nicht mehr sichtbaren Grenzverlauf durch die Stadt markierten, sowie eine 315 Quadratmeter große, fahrbare Videoleinwand, die in mehreren Konfigurationen zum Einsatz kam. In einem magischen Moment öffnete sich die mehrteilige Bildfläche und gab – als Analogie zur Maueröffnung – den Blick auf das Brandenburger Tor frei. 2015 erhielt Mediapool für diese Arbeit den Opus Award auf der Prolight + Sound, der Internationalen Messe der Technologien und Services für Entertainment, Integrated Systems und Creation in Frankfurt.

Analoge und virtuelle Orte / Impulsgeber: Marcus Mechelhoff

Welche Rolle werden in Ihrem Wirkungsfeld folgende Themen in fünf Jahren für Sie spielen?

Punkteverteilung von 1 Punkt (keine Rolle) bis 5 Punkte (extrem wichtige Rolle)



Im Mittelpunkt des Bürgerfestes sollte die Freude stehen. Wir wollten dieselbe magische Stimmung erzeugen wie im November 1989, als sich niemand Gedanken über die Zukunft gemacht hat und die Menschen einfach nur glücklich waren über diesen wahnsinnigen Moment. Der Anlass des Festes war der 9. November, also der Tag, an dem die Bürgerinnen und Bürger der damaligen DDR auf die Straße gingen und so den Mauerfall beschleunigten. Diesen Menschen war das Fest gewidmet. Deshalb hat an diesem Abend auch kein Politiker eine Rede gehalten.

Besondere Orte spielten bei der friedlichen Revolution im Vorfeld des Mauerfalls eine besondere Rolle. Die Menschen

versammelten sich in der Nikolaikirche in Leipzig, vor dem Hauptbahnhof in Dresden oder auf dem Berliner Alexanderplatz, um zu spüren, dass sie Teil eines größeren Ganzen sind – einer Gemeinschaft. Heute kann das Internet solche Entwicklungen verstärken und beschleunigen. Das Momentum selbst entsteht aber immer an einem realen Ort.

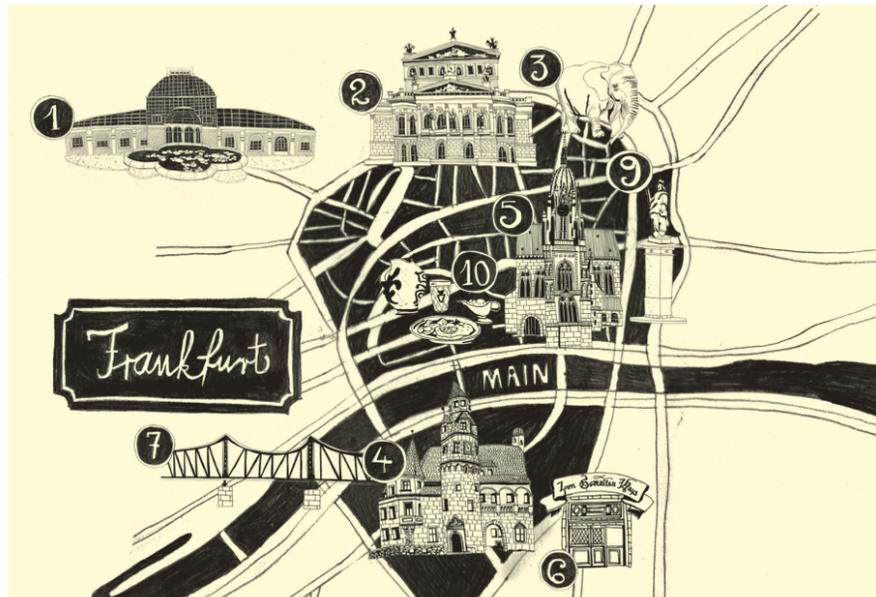
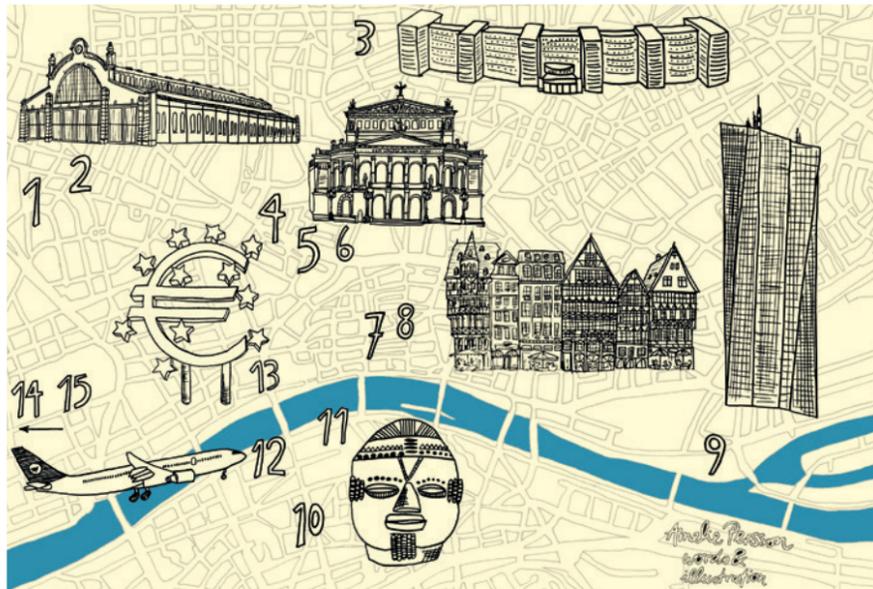
Deshalb wird es auch noch in 50 Jahren „analoge“ Veranstaltungen geben. Denn Orte sind wie Speicher von Emotionen, Geschichten und Erinnerungen. Mit der Entscheidung, ob man etwas auf der grünen Wiese, in China oder am Brandenburger Tor inszeniert, ist immer auch eine Aussage verbunden.

Mein Frankfurt am Main

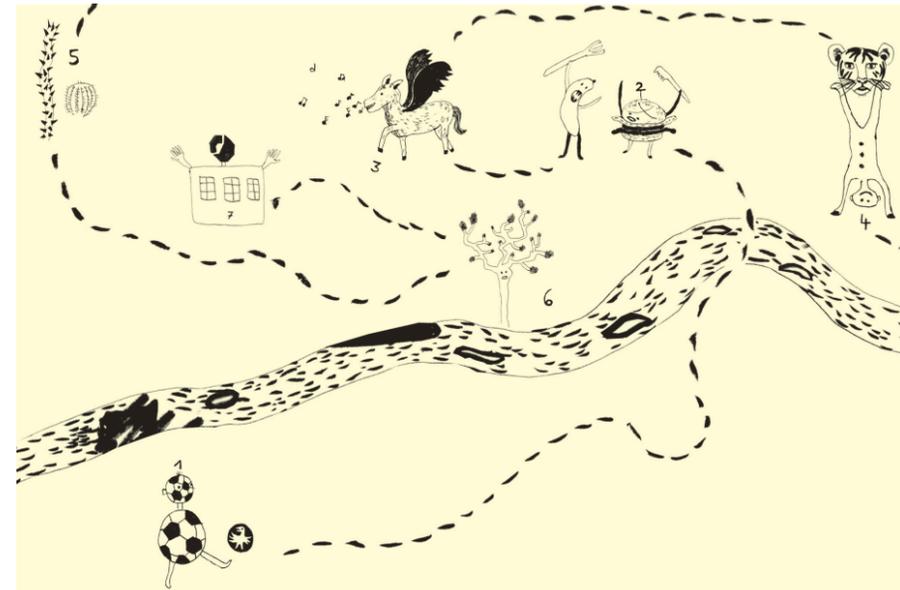
Die „größte Kleinstadt der Welt“ ist die Heimat der Messe Frankfurt, und sie hat mehr zu bieten, als es auf den ersten Blick scheint. Entdecken Sie typische, interessante und besondere Orte in der Stadt, ausgewählt von sechs waschechten Frankfurterinnen und Frankfurtern und illustriert von Künstlerinnen und Künstlern aus der Stadt. Wo sollte man sein zweites Wohnzimmer aufschlagen? Wo gibt es den besten Apfelwein? Und wie kommt es, dass das Herz Afrikas in Frankfurt schlägt?

Dr. Lutz Raettig, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Morgan Stanley Bank AG

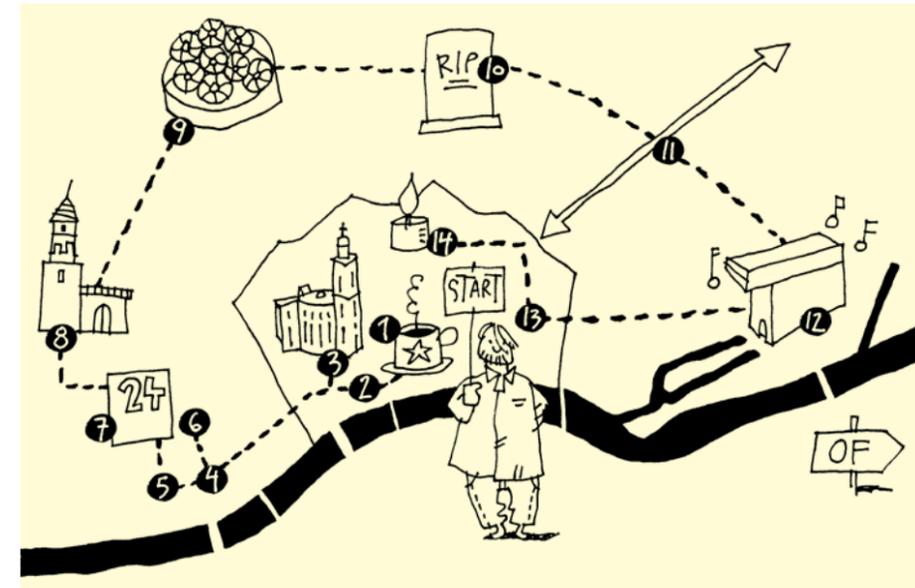
1 Leipziger Straße 2 Bockenheimer Depot
3 Campus Westend 4 Rothschild-Park 5 Alte Oper
6 Opernplatz 7 Römerberg 8 Haus am Dom
9 Gelände der Europäischen Zentralbank
10 Schweizer Platz 11 Museum der Weltkulturen
12 Städel 13 Willy-Brandt-Platz 14 Frankfurt
Airport 15 Fernbahnhof Airport *Illustriert von
Amelie Persson*



Ilse Schreiber, Metzgerei Schreiber, Kleinmarkthalle 1 Palmengarten (Spaziergang mit den Enkeln) 2 Alte Oper (mein zweites Wohnzimmer) 3 Zoo (Sonntagsausflug mit Kindern und Enkeln) 4 „Höfchen“ des Liebighauses 5 Metropol-Café am Dom (für das Sonntagskränzchen) 6 Gaststätte „Zum Gemalten Haus“ 7 Eiserner Steg, Sitzbänke Mainanlage 8 Appelrath Cüpper (Lieblingsmode) 9 Café Libretto, gegenüber der Kleinmarkthalle (Pause machen) 10 Restaurant Zum Storch am Dom (Hausmannskost wie Schnitzel oder Sauerbraten) *Illustriert von Ingeborg Schindler*



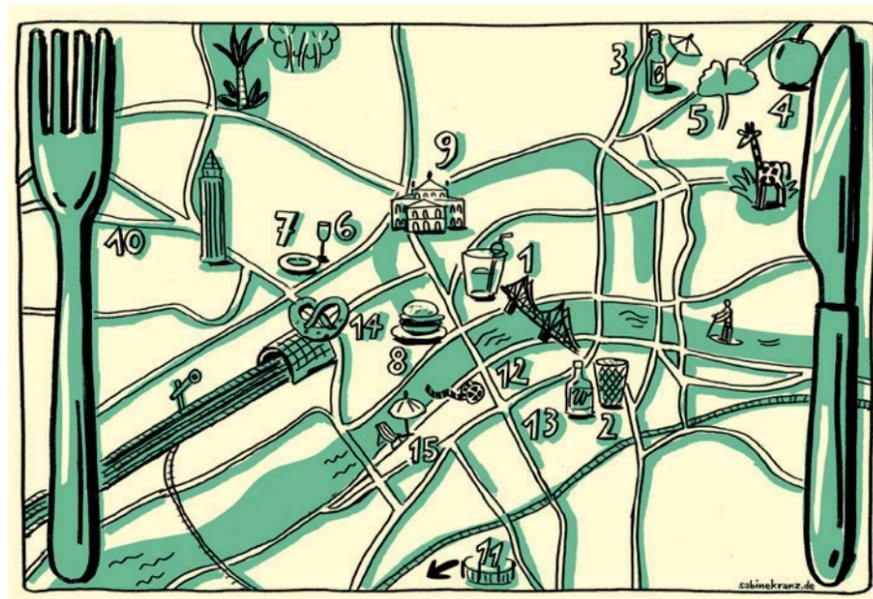
Bernd Ehinger, Präsident der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main 1 Commerzbank Arena (als Begründer der Eintracht Frankfurt Fußball AG) 2 Fressgass (kaufe gern beim örtlichen Bäcker- und Metzgerhandwerk ein) 3 Alte Oper (verbunden mit meinem täglichen Arbeitsweg) 4 Tigerpalast 5 Palmengarten 6 Mainufer Höhe Nizza 7 Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main *Illustriert von Sarah Marie Vesper*



Sascha Stefan Ruehlow, Frankfurter Gästeführer 1 Parkplatz am Café Stern (Treffpunkt der Gästeführer/-innen; Quarkstreuselkuchen und Pfefferminztee) 2 Nikolaikirche, Römerberg (innehmen vor der Arbeit) 3 Paulskirche, Paulsplatz 4+5 Wohnungen der Widerstandskämpfer Oskar Schindler und Paul Apel, Münchner Straße 6 Rote Treppe, Kaiserpassage: Oskar Mahlers Kunstatelier (kleine Oase der Ruhe) 7 Hauptbahnhof Gleis 24 (Ankunftsort der Neufrankfurter; Heimat- & Sinnfindung der Flüchtlinge) 8 Galluswarte (Identifikationssymbol meines Quartiers und erstes Anzeichen dafür, heimzukehren) 9 Tibetisches Restaurant Lhamo, Gremppstraße (unglaublich gutes Essen!) 10 Hauptfriedhof und Jüdischer Friedhof, Rat-Beil-Straße (einer meiner Hauptarbeitsorte 2015) 11 Bergerstraße (Vielfalt im Wandel) 12 Kultur-Musikbunker Schmickstraße e.V. im Osthafen (richtig tolle Bands) 13 Jüdischer Friedhof, Battonnstraße, Grünanlage in der Altstadt (täglicher Arbeitsplatz) 14 Hof der Liebfrauenkirche – Kerzenmeer in der Dunkelheit (Ort zum Innehalten) *Illustriert von Claas Janssen*

Leyla Trebbien, Sängerin

1 Restaurant Im Herzen Afrikas
 2 Günthersburgpark (Stoffel Kulturfestival im Sommer)
 3 Skatepark an der Europäischen Zentralbank (bei Sonnenuntergang)
 4 Das Bett (tolle Konzerte)
 5 Alte Oper (Brunnen bei Nacht)
 6 Circus (Club, Bar & Restaurant)
 7 Cinestar Metropolis
 8 Burger am Turm (lecker!)
 9 Botanischer Garten (Entspannung!)
 10 Bornheimer Hang (Hunde ausführen)
 11 Café Bergstation im Huthpark (tolle Küche, Maracuja-Schorle)
 12 Maingold (Salatteller Avocado & Hühnchen)
 13 Primetype Fitness-Studio (Sauna & Schwimmbaden)
 14 Theatertunnel, Berlinerstraße (mit Roller durchfahren ;-))
 15 Museumsuferfest, Radio-X-Bühne **Illustriert von Karolina Novoselskaja**



Michael Biwer, Messe Frankfurt 1 Bar Bistro Bidlabu 2 Apfelwein-Wirtschaft Fichte Kränzi 3 Harvey's Restaurant mit Sommerterrasse 4 Apfelwein Solzer (urige Gaststube) 5 „Soul-Food“-Restaurant Ginkgo 6 Ristorante Tridico 7 Pizzeria Cucina Mediterraneo 8 Chicago Meatpackers 9 Restaurant Papa Enj 10 Proberaum Halle 10.3 der Messe Frankfurt 11 Commerzbank Arena 12 Deutsches Filmmuseum 13 Whisky Spirits 14 Bäckerei Ditsch im Hauptbahnhof 15 Mainufer Nähe Eiserner Steg auf der Museumsseite **Illustriert von Sabine Kranz**

Analoge und virtuelle Orte / Messe Frankfurt 2015**Drehkreuz Frankfurt**

„In einer Stadt wie Frankfurt befindet man sich in einer wunderlichen Lage; immer sich kreuzende Fremde deuten nach allen Weltgegenden hin und erwecken Reiselust“, so beschreibt Goethe in seiner Autobiografie die Heimatstadt der Messe Frankfurt. Seitdem hat sich im Grunde nicht viel verändert. Frankfurt war schon immer ein internationales Drehkreuz, ein Treffpunkt und gleichzeitig Ausgangspunkt für Exkursionen in die weite Welt.

Schon im Mittelalter hat man sich auf den Messen in Frankfurt an der Kreuzung europäischer Handelsstraßen getroffen, um Kontakte zu knüpfen und Waren auszutauschen. So ist es nur logisch, dass sich heute der weltweit größte Internet-Knotenpunkt DE-CIX ebenfalls in Frankfurt befindet.

Zu den traditionellen, analogen Orten des Austauschs sind nun die digitalen „Kreuzungen“ von Social Media, Apps, Skype, Blogs und vielen anderen Kanälen hinzugekommen – und verändern unser Verhalten. Smartphones werden genutzt, um unverbindlich in Kontakt zu kommen, sich darzustellen und dabei gleichzeitig noch andere Dinge, wie zum Beispiel einen Einkauf, erledigen zu können. Emotionalität und einen fesselnden Austausch, bei dem

man alles um sich herum vergisst, finden die meisten Menschen allerdings immer noch in einem direkten Gespräch, wie die Untersuchung „Gesprächskultur 2.0“ des Instituts für Demoskopie Allensbach belegt.

Drohnen und das Ende des Handouts

Wir beobachten, dass sich die Kunden der Messe Frankfurt nicht zwischen Online-Kommunikation und dem direkten Austausch entscheiden, sondern sehr zielsicher aus den vielen möglichen Optionen das jeweils Passende auswählen. IT, Event-Technik und Software verschmelzen zu neuen Präsentationsformen, bei denen mediale Inhalte im virtuellen Raum verteilt und Botschaften lebendig werden können. Aber auch die Teilnehmer selbst können über ihre mobilen Endgeräte mit dem Referenten interagieren oder in Echtzeit ergänzende Informationen abrufen.

Der Trend zu „Bring your own Device“, der die Integration eigener Tablets, Notebooks und Smartphones in ein Gesamtsystem zulässt, vermindert den Papierverbrauch bei Veranstaltungen – das altbekannte Handout könnte schon bald ausgedient haben.

Stattdessen wird der Aufwand für die mediale Inszenierung von Ereignissen stets größer. Durch den Einsatz von Kameradrohnen beispielsweise lassen sich Sport- oder Kulturveranstaltungen aus einer neuen Perspektive darstellen und so in der Erinnerung der Zuschauer verankern.

Robert Wilson auf der Prolight + Sound

Dieser Entwicklung trägt die Prolight + Sound Rechnung und erweiterte 2015 erstmals mit dem Bereich „Stagery“ ihr Ausstellerangebot um die Branchen Bühnendesign und -ausstattung sowie Filmproduktion. In einer eindrucksvollen Eröffnungsrede gab der international beachtete Opern- und Theaterregisseur Robert Wilson exklusive Einblicke in seine Arbeit und erläuterte insbesondere seine Auffassung zur Bedeutung der Veranstaltungstechnik. „Es ist das Licht, das den Raum kriecht“, war seine zentrale Aussage, mit der er unterstrich, dass es konkrete Orte und deren bewusste Gestaltung sind, die nachhaltige Erlebnisse ermöglichen.

Stephan Kurzwski
 Senior Vice President Messe Frankfurt Exhibition GmbH/
 Business Unit Consumer Goods & Sales
 Prolight + Sound
 Frankfurt

Deutscher Pavillon auf der Expo 2015 in Mailand

2015 hat die Messe Frankfurt im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie den Bau und den Betrieb des Deutschen Pavillons „Fields of Ideas“ für die Expo in Mailand organisiert. Unter dem Motto „Be Active!“ wurden Einblicke in neue und überraschende Lösungsansätze aus Deutschland für die Ernährung der Zukunft gegeben und die Besucher eingeladen, selbst aktiv zu werden. Wichtig war dabei, das Thema Nachhaltigkeit nicht nur zu inszenieren, sondern als integrierten Bestandteil in allen Facetten des Pavillons umzusetzen.

So hat der Pavillon bereits in der baulichen Gestaltung eine klare Haltung zu Fragen des ressourcenschonenden Bauens vermittelt mit einer extrem

leichten Bauweise und der Reduktion von Materialien. Auf eine geschlossene Außenwand wurde bewusst verzichtet und das Raumklima auf natürliche Weise energieneutral reguliert.

Eine Weltpremiere stellten die energieerzeugenden „Solar Trees“ dar – mit organischen Photovoltaik-Elementen bedruckte Blätterdächer. Mit dieser neuen Technologie, die das erste Mal in einem internationalen Architekturprojekt zum Einsatz kam, wird grüner Strom produziert. Dabei fügten sich die Dachelemente ästhetisch nahtlos in das Gestaltungskonzept ein.

Die wechselnden Küchenchefs des Restaurants „Symphonie“ setzten auf traditionelle deutsche Gerichte und Zutaten aus unterschiedlichen Regionen Deutschlands. Die Kräuter wurden im „Garten der Ideen“ gepflückt, einem Teil der Ausstellung.

Mit drei Millionen Besuchern war der Pavillon zu 100 Prozent ausgelastet – ein Erfolg des Teams aus Mitarbeitern des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, der Messe Frankfurt und der Arge, die sich aus den Firmen Milla & Partner, Schmidhuber sowie Nüssli zusammensetzte. Der überwiegende Teil der temporären Mitglieder des Teams fand direkt nach der Schließung der Expo-Tore eine Anschlussbeschäftigung – nicht zuletzt aufgrund der gewonnenen Berufserfahrung und der bewältigten Herausforderungen beim Großprojekt Expo. Nachhaltigkeit ist so gesehen auch ein anderes Wort für Qualität.

Dietmar Schmitz
Generalkommissar
Deutscher Pavillon Expo Milano
2015 / Bundesministerium für
Wirtschaft und Energie
Expo 2015, Mailand
Italien

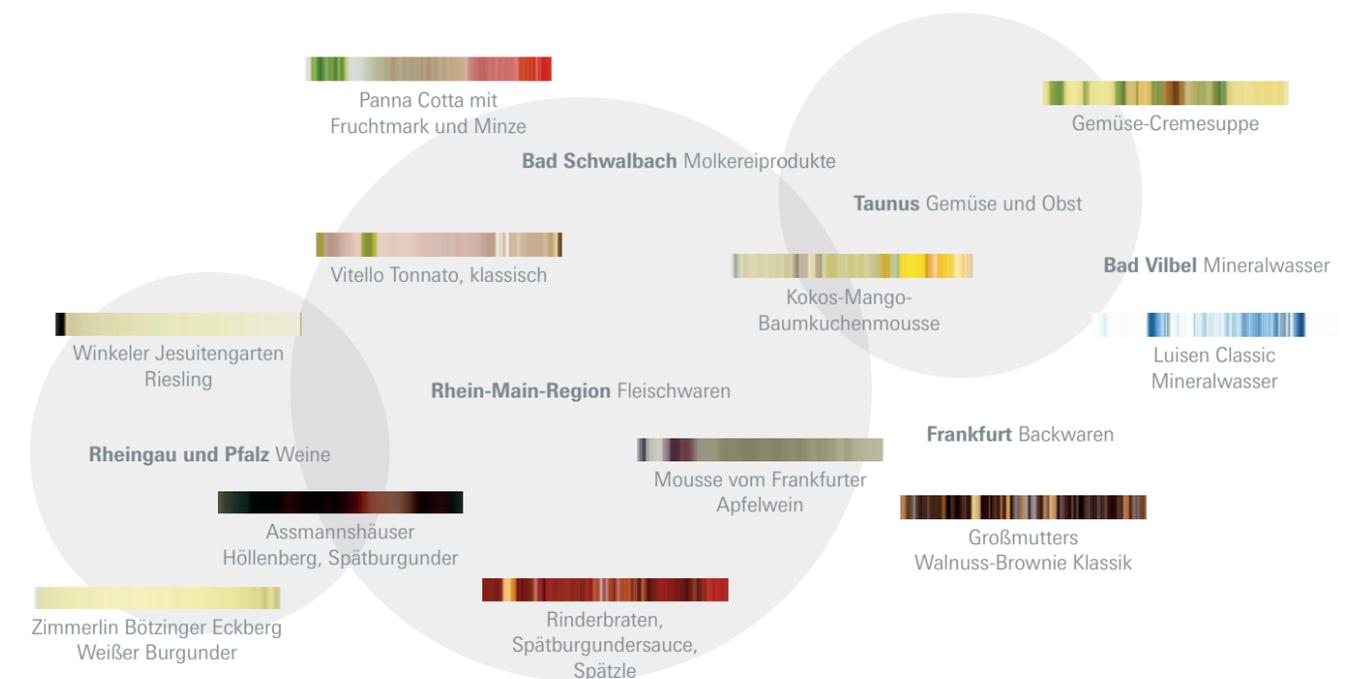
„Sowohl als auch statt entweder oder.“

Lennart Wiechell, Managing Partner, Schmidhuber, München

Das Architekturbüro Schmidhuber entwickelt seit über 30 Jahren Markeninszenierungen im Raum und zählt zu den führenden Spezialisten im Bereich Architektur für Marken. Als Partner der Messe Frankfurt hat Lennart Wiechell mit seinem Team den Deutschen Pavillon auf der Expo entworfen, die 2015 unter dem Motto „Feeding the planet. Energy for life.“ in Mailand stattfand.

Wir beobachten in den Projekten mit unseren unterschiedlichen Partnern aktuell einen Paradigmenwechsel: Waren die Inszenierungen von Marken in den letzten Jahren eher abstrakt, oftmals weiß und mit glänzenden Oberflächen gestaltet, so geht es heute verstärkt um unbehandelte Materialien, Atmosphäre, um Geschichten und die Einbindung von Menschen. Das alles hat mit großen gesellschaftlichen Veränderungen zu tun. Die Einstellungen von Kunden wandeln sich und Unternehmen richten sich zunehmend darauf ein.

Ernährung, die große Überschrift der Expo in Mailand, ist hierfür eine gute Brücke: Herkunft, Regionalität und Tradition sind Qualitäten, die eine Gegenwelt zum digitalen Raum entwerfen – das haptische Gegenstück zu Bits und Bytes. Das Interessante dabei ist, dass es den meisten Menschen gut gelingt, diese Pole miteinander zu verbinden und nicht gegeneinander auszuspielen. Nachhaltigkeit ist ein technologisches und ein soziales Thema zugleich. Zukünftig wird die Symbiose aus Sensortechnik und dem Wissen um regionale Kulturen für einen Kreativitätsschub sorgen.



Green Catering

Accente ist das größte Messegastroonomieunternehmen Deutschlands. Bereits 2012 wurde das Konzept „Green Catering“ entwickelt, das insbesondere im Kap Europa, dem nachhaltigen Kongresshaus der Messe Frankfurt, angeboten wird. Die Gerichte werden unter Verwendung frischer saisonaler Produkte aus der Region zubereitet, überwiegend aus biologischer Herstellung und fairem Handel. Wir haben einige der beliebtesten Gerichte und Getränke mit einem Farbscanner auf ihren optischen Charakter untersucht und nach der Herkunft ihrer Zutaten verortet.

Die Messe Frankfurt ist hier. Und dort.
Und (fast) überall.



Themen, Veranstaltungen und Trends – die Geschäftsfelder der Messe Frankfurt im Überblick

Technology & Production

Energieeffizienz, Sicherheit und Automatisierung sind globale Herausforderungen angesichts endlicher Ressourcen und einer wachsenden Weltbevölkerung. Die 70 Technology-Veranstaltungen der Messe Frankfurt Unternehmensgruppe erreichen 21.000 Aussteller und 1,2 Millionen Besucher. Sie sind die international führenden Plattformen für Innovationen und den branchenübergreifenden Expertenaustausch dieser bedeutenden Zukunftsfelder:

Building & Energy: Weltweit 20 Veranstaltungen, darunter die Weltleitmesse ISH und Light + Building, bieten Plattformen für effizientes Gebäudemanagement, intelligente Vernetzung, Versorgungssicherheit und Design sowie den nachhaltigen Umgang mit den Ressourcen Energie und Wasser.

Environmental Technology: Acht Veranstaltungen bilden das gesamte Spektrum modernster Umwelttechnologien von Recycling und Abfallmanagement über Wasseraufbereitung, Abwasserreinigung, Wasserversorgung bis hin zu Luftreinigung und Energiegewinnung ab.

Safety & Security: Die Messe Frankfurt ist ein weltweit führender Organisator von Sicherheits-Fachmessen mit aktuell elf Veranstaltungen. Das Produktportfolio umfasst Commercial Security, Information Security sowie Fire & Rescue, Safety & Health und Homeland Security.

Production & Engineering: Die Automatisierung von Produktionsabläufen sowie intelligente Prozessoptimierungen sind die Themen der 28 Investitionsgütermessen weltweit, darunter der zunehmend an Bedeutung gewinnende Bereich Food Technology.

Industriennahe Technologiethemen sind die Domäne der MESAGO Messe Frankfurt GmbH. Veranstaltungen wie die SPS IPC Drives (elektrische Automatisierung), die SMT Hybrid Packaging (Systemintegration in der Mikroelektronik), die PCIM Europe (Leistungselektronik, Intelligente Antriebstechnik, Erneuerbare Energien, Energiemanagement) und die Formnext powered by TCT (Additive Manufacturing und konventionelle Technologien) stellen die international wichtigsten Foren ihrer Branchen dar.

Textiles & Textile Technologies

Die Messe Frankfurt ist weltweiter Marktführer im Veranstalten von Textilmessen. Unter der Klammer „Textile Network“ sind die bedeutendsten Messen entlang der textilen Wertschöpfungskette vereint. Rund 50 Veranstaltungen weltweit zeigen, was die Branche bewegt. Die aktuellen Themen, Trends und Kontakte ziehen bereits heute mehr als 19.000 Aussteller und nahezu 500.000 Besucher aus aller Welt an. Ob Frankfurt, Paris, Shanghai, Moskau, Istanbul oder New York – die Messe Frankfurt setzt weltweit Impulse für die Textilindustrie.

Dabei sind die Themen so vielfältig wie die Textilbranche selbst: angefangen bei Apparel Fabrics & Fashion mit Plattformen für die weltweite

Bekleidungs- und Fashion-Industrie über Interior & Contract Textiles, das internationale Netzwerk für Wohn-, Objekt- und Einrichtungstextilien, bis hin zu Technical Textiles & Textile Processing, der fortschrittlichen Basis für technische Textilien und textile Verarbeitung.

Mit den Messen im Bereich Textile & Textile Technologies sind Aussteller und Besucher immer am Puls der Zeit. Hier werden innovative Ideen geboren und mit globaler Reichweite präsentiert. Die neuesten Trends, die kreativsten Designs und die progressivsten Funktionalitäten stehen im Mittelpunkt. Unsere Plattformen sind der wichtigste Anziehungspunkt für alle Business Professionals der Branche.

Consumer Goods & Leisure

Konsumgüter sind Emotion pur – als Gebrauchsgegenstand wie auch als Designobjekt. Sie begleiten uns im täglichen Leben, in unserem Zuhause und am Arbeitsplatz. Sie schenken uns Freude und sie eröffnen die Chance, anderen Freude zu bereiten. Der praktische Austausch zum Thema Konsumgüter, der Handel mit ihnen und das Verständnis für ihr Design bündelt sich am Standort Frankfurt seit 775 Jahren. Mit den ersten Messen rund um den Römerberg fing alles an. Bereits damals wurden hier Metall- und Glaswaren, Keramiken, Stoffe, Geschenke, Papeterie, Wohnaccessoires und Dekorationsobjekte angeboten – Produkte, die damals wie heute mit großem Erfolg auf dem Frankfurter Messegelände gehandelt werden.

Aber Märkte verändern sich. Schlagwörter wie Globalisierung, Digitalisierung und Industrie 4.0 bestimmen den Diskurs und die Zukunft ganzer Branchen und damit deren Handelsstrukturen in Deutschland, Europa und in der Welt. Die Messe Frankfurt verfügt über die international führenden Messeformate der Konsumgüterbranche und stellt so dem Markt passgenau die Networking- und Business-Plattformen zur Verfügung, um die Chancen und Herausforderungen für künftige Jahrzehnte anzugehen.

Neben der globalen Konsumgüter-Leitmesse Ambiente jedes Jahr im Februar und der Tendence als führende europäische Neuheitenplattform für das zweite Halbjahr werden unter dem Ambiente-Brand jährlich vier Veranstaltungen in Tokyo, Shanghai und New Delhi durchgeführt. Mit der Nordstil bietet die Messe Frankfurt am Standort Hamburg zwei Mal im Jahr dem norddeutschen Einzelhandel die perfekte regionale Orderplattform. Die in ihren Spezialbranchen weltweit führenden Fachmessen Paperworld, Creativeworld und Christmasworld zentrieren den internationalen Konsumgütermarkt in Frankfurt oder bieten wie die Kosmetik-Leitmesse Beautyworld erfolgreiche Handelsplätze in den Wachstumsregionen Asien und Mittlerer Osten.

Mobility & Logistics

Die Messe Frankfurt investiert weiter in ihr internationales Angebot an Messen, Events und Kongressen für die Branchen Automotive und Transport & Logistics. Neben dem Ausbau des weltweiten Netzes von Automechanika-Messen mit neuen Veranstaltungen in Birmingham und Dschidda tätigt die Messe Frankfurt neue Akquisitionen in Russland, Südafrika und in der Türkei und entwickelt mit der Scalex, Supply Chain and Logistics Exhibition, eine neue Messemarke.

Mit der zweitgrößten Nutzfahrzeugmesse weltweit, der Comtrans in Moskau, einem Joint Venture mit der ITE-Gruppe, baut die Messe Frankfurt ihre Kompetenz im Bereich Nutzfahrzeuge deutlich aus. Die Eurasia Moto Bike Expo in Istanbul und das South African Festival of Motoring sind weitere Events, die das Portfolio im Geschäftsfeld Mobility & Logistics abrunden. Mit der Automotive Engineering Show in Indien decken die Automotive-Messen der Messe Frankfurt inhaltlich nun die gesamte Wertschöpfungskette ab.

Um die digitalen Trends in der Automobilindustrie umfassender zu diskutieren, hat die Messe Frankfurt die Roadshow Connected Mobility ins Leben gerufen. Auf drei Kontinenten – Europa, Asien, Amerika – wird diese Plattform anhand von Vorträgen und Diskussionen Innovationen im und um das Auto herum präsentieren.

Entertainment, Media & Creation

Ob Live-Entertainment, Kultur-, Kreativ-, Digital- oder Medienwirtschaft: Die Messe Frankfurt bietet für all diese Branchen maßgeschneiderte Business- und Networking-Plattformen, um die hohe Innovationskraft dieser Wirtschaftsbereiche auf internationalem Parkett erfolgreich zu vernetzen. Dazu investiert die Messe Frankfurt nicht nur am Standort Frankfurt, sondern weltweit in neue Messen und Kongresse. Besonders die Musikmesse als internationale Leitmesse für Musikinstrumente und Noten, Musikproduktion und -vermarktung sowie die Prolight + Sound als größte internationale Messe der Technologien und Services für Veranstaltungen, Installation und Produktion schaffen mit acht Veranstaltungen in Frankfurt, Moskau, Shanghai, Guangzhou und 2016 erstmals in Dubai starke und vor allem wirtschaftsfördernde Marktplätze mit mehr als 5.700 Ausstellerpräsentationen und über 290.000 Besuchern.

Ebenfalls zum Portfolio des Geschäftsfeldes Entertainment, Media & Creation gehört seit 2014 die Messemarke Media Expo. Sie ist die größte Messe für Lichtwerbung und Werbetechnik in Indien und wird in New Delhi, Mumbai und ab 2016 auch in Chennai veranstaltet. Die Produktpalette reicht von Innen- & Außenwerbung bis hin zu Lösungen für digitale Werbefeldschirme und Visual Merchandising.

Gastmessen, Kongresse & Events

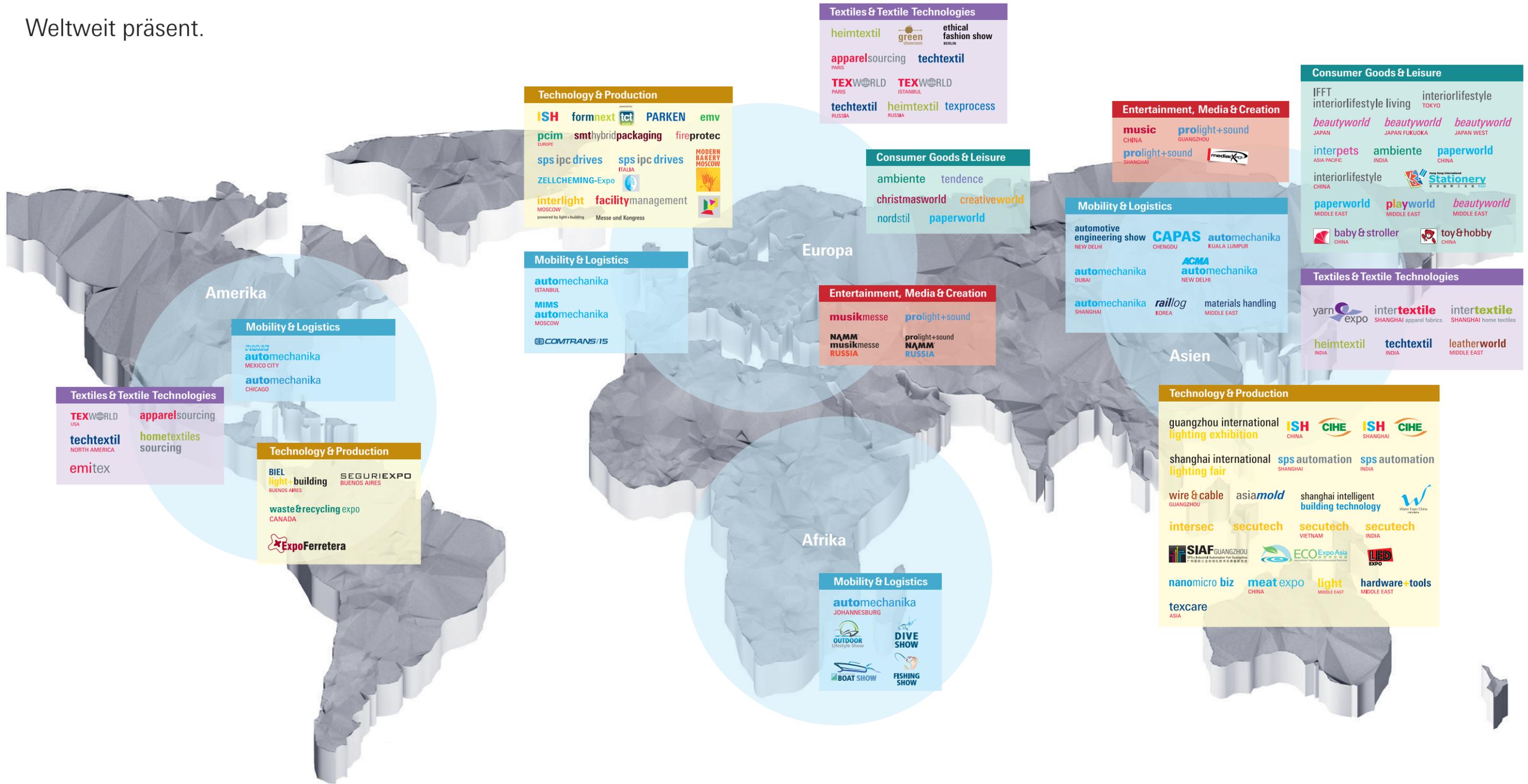
Ein außerordentlich starkes **Gastveranstaltungs-jahr** hat der Messe Frankfurt 2015 ein Rekordjahr in der Auslastung des Frankfurter Messegeländes beschert. Turnusbedingt ist das Gelände alle sechs Jahre Treffpunkt der drei großen Traditions-Gastveranstaltungen ACHEMA, IAA Pkw und Buchmesse. Zur ACHEMA, Innovationstreiber und Impulsgeber der globalen Prozessindustrie, waren 3.800 Aussteller und rund 166.000 Besucher auf das Frankfurter Messegelände gekommen. Die Messe Frankfurt und die Dechema Ausstellungs-GmbH, Veranstalter der ACHEMA, setzen ihre gute Zusammenarbeit langfristig fort. Die ACHEMA bleibt bis 2024 in Frankfurt.

Sehr erfolgreich und mit steigenden Besucherzahlen fand im September die IAA Pkw statt. Der Oktober ist traditionell der Monat für die Frankfurter Buchmesse, die 2015 mit einem starken Endverbraucherwochenende und einem Besucherplus endete. Insgesamt begrüßte die Messe Frankfurt 23 Gastveranstaltungen auf dem Frankfurter Gelände.

Bei nahezu 100 Prozent liegt die Weiterempfehlungsrate für die **Kongress-Locations** der Messe Frankfurt, so das Ergebnis der regelmäßigen Kundenbefragung von Congress Frankfurt. Congress Frankfurt ist Teil der Messe Frankfurt und vermarktet das Angebot für Tagungs- und Kongressveranstaltungen der Messe Frankfurt. Insgesamt stehen mehr als 90 Kongress- und Konferenzräume mit einer Kapazität von über 24.000 Plätzen auf dem Messegelände und im Kap Europa zur Verfügung. Im Jahr 2015 fanden hier 148 Kongresse und Tagungen mit insgesamt rund 128.500 Teilnehmern statt. Zu den Highlights im Jahr 2015 zählten große internationale Kongresse, wie das 68. CFA Institute Annual Meeting, die 15. International Supercomputing Conference (ISC) und die 14. European Security Conference & Exhibition ASIS. Große Aufmerksamkeit erhielt auch der 11. Deutsche Seniorentag mit rund 15.000 Teilnehmern, feierlich eröffnet durch die Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel. Auf dem Programm standen 100 Einzelveranstaltungen und die begleitende SenNova Messe mit 250 Ausstellern.

Die Festhalle ist seit mehr als 100 Jahren ein **Event-Mittelpunkt** in Frankfurt und der Rhein-Main-Region. 2015 fanden hier Spitzenkonzerte internationaler Künstler wie Lionel Richie und Peter Maffay, sportliche Highlights wie das Internationale Festhallenreitturnier und der Weltmeisterschaftskampf im Boxen von Felix Sturm, das eindrucksvolle Großbildkino „Planet Erde“, Show-Klassiker wie „Holiday on Ice“ sowie das Hörspiel-Event der Drei Fragezeichen statt. Und auch sonst präsentiert sich das Frankfurter Messegelände als vielfältige Event-Location: In Halle 11 feierten Tausende die Premiere der Technoveranstaltung Winterworld, bastelten auf der Kreativ Welt oder sahen sich auf der International Tattoo Convention die neuesten Trends des Körperschmucks an. Weit über 500.000 Menschen nutzten im Jahr 2015 das abwechslungsreiche Veranstaltungsangebot der Messe Frankfurt.

Weltweit präsent.



Gesamtaktivitäten 2015/Messen und Ausstellungen im Jahr 2015

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt	38	13.592	23.698	37.290	1.311.625	1.652.777	653.270	2.306.047
Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt	9	3.468	1.409	4.877	180.410	108.077	26.542	134.619
Veranstaltungen im Ausland	86	31.762	16.843	48.605	1.240.629	1.490.012	240.141	1.730.153
Kongresse, Events und weitere Aktivitäten	223	0	0	0	0	560.675	0	560.675
	356	48.822	41.950	90.772	2.732.664	3.811.541	919.953	4.731.494

Gesamtaktivitäten 2015/Veranstaltungen im Inland im Jahr 2015

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
■ AICHEMA		1.756	2.057	3.813	133.436	118.841	47.603	166.444
■ Ambiente		1.088	3.726	4.814	191.462	63.727	70.893	134.620
■ Buchmesse ¹		2.428	4.717	7.145	80.000	155.390	120.401	275.791
■ Christmasworld		204	707	911	55.383	15.391	20.757	36.148
■ Creativeworld		71	215	286	12.036	4.201	4.231	8.432
■ Formnext powered by TCT		104	99	203	8.070	5.210	3.772	8.982
■ Heimtextil		326	2.397	2.723	123.258	21.924	45.937	67.861
■ IAA		436	667	1.103	211.690	773.311	158.389	931.700
■ IMEX		457	3.168	3.625	20.484	3.996	4.891	8.887
■ ISH		962	1.503	2.465	173.776	120.958	75.819	196.777
■ Musikmesse		407	903	1.310	36.561	43.768	21.587	65.355
■ Paperworld		284	1.352	1.636	47.100	13.534	25.753	39.287
■ Prolight + Sound		356	564	920	36.909	22.053	21.001	43.054
■ Techtexil		449	944	1.393	32.177	11.689	16.802	28.491
■ Tendence		690	410	1.100	49.393	22.513	4.953	27.466
■ Texprocess		110	163	273	14.451	5.656	7.679	13.335
■ Zellcheming-Expo		90	63	153	2.265	1.390	442	1.832
Internationale Fachmessen	17	10.218	23.655	33.873	1.228.451	1.403.552	650.910	2.054.462

¹ Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Gesamtaktivitäten 2015/Veranstaltungen im Inland im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
■ Cloud Expo		173	0	173	3.597	2.098	2.173	4.271
■ Cosmetics		198	26	224	6.643	15.208	0	15.208
■ Facility Management		132	7	139	3.245	4.596	173	4.769
■ Fireprotec		31	0	31	186	1.152	14	1.166
■ Sonstige Fachausstellungen	4	555	0	555	15.600	14.450	0	14.450
Fachausstellungen	8	1.089	33	1.122	29.271	37.504	2.360	39.864
■ Land & Genuss		260	10	270	5.123	22.100	0	22.100
■ Verkaufsbörsen und Ausstellungen	12	2.025	0	2.025	48.780	189.621	0	189.621
Publikumsausstellungen	13	2.285	10	2.295	53.903	211.721	0	211.721

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	17	10.218	23.655	33.873	1.228.451	1.403.552	650.910	2.054.462
■ Fachausstellungen	8	1.089	33	1.122	29.271	37.504	2.360	39.864
■ Publikumsausstellungen	13	2.285	10	2.295	53.903	211.721	0	211.721
	38	13.592	23.698	37.290	1.311.625	1.652.777	653.270	2.306.047

■ Internationale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
■ EMV		69	34	103	1.572	2.168	475	2.643
■ Greenshowroom Ethical Fashion Show Berlin Autumn		71	73	144	1.215	1.560	840	2.400
■ Greenshowroom Ethical Fashion Show Berlin Spring		87	76	163	1.186	2.139	713	2.852
■ Nordstil (Summer Edition)		701	160	861	35.046	14.468	594	15.062
■ Nordstil (Winter Edition)		807	138	945	38.446	20.752	309	21.061
■ Parken		88	18	106	1.935	1.412	825	2.237
■ PCIM Europe (Messe/Kongress)		206	211	417	11.834	5.403	3.573	8.976
■ SMT Hybrid Packaging		303	167	470	13.799	11.251	3.751	15.002
■ SPS IPC Drives		1.136	532	1.668	75.377	48.924	15.462	64.386
	9	3.468	1.409	4.877	180.410	108.077	26.542	134.619

Messen und Ausstellungen in Deutschland im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	21	11.932	24.599	36.531	1.331.033	1.471.298	674.171	2.145.469
■ Regionale Fachmessen	2	1.508	298	1.806	73.492	35.220	903	36.123
■ Fachausstellungen	11	1.335	200	1.535	33.607	42.615	4.738	47.353
■ Publikumsausstellungen	13	2.285	10	2.295	53.903	211.721	0	211.721
	47	17.060	25.107	42.167	1.492.035	1.760.854	679.812	2.440.666

Kongresse, Events und weitere Aktivitäten im Jahr 2015

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller			Nettofläche (in m²) einschl. Sonder-schaufläche	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt		Inland	Ausland	Gesamt
Kongresse und Tagungen auf dem Messegelände außerhalb von Messen	150					133.057	0	133.057
Events (Konzerte, sportliche, kirchliche, politische und sonstige Veranstaltungen)	58					427.618	0	427.618
German Pavilions (Planung und Durchführung von Messebeteiligungen)	15					0	0	0
	223					560.675	0	560.675

■ Internationale Fachmessen ■ Regionale Fachmessen ■ Fachausstellungen ■ Publikumsausstellungen

Gesamtaktivitäten 2015/Veranstaltungen im Ausland im Jahr 2015

Technology & Production	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schaufäche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
IFFA								
Modern Bakery		110	70	180	5.630	10.419	665	11.084
	1	110	70	180	5.630	10.419	665	11.084
Intersec								
Intersec		225	1.005	1.230	26.319	13.221	14.082	27.303
Secutech		354	131	485	12.810	23.702	2.527	26.229
Secutech India		91	14	105	3.414	15.234	120	15.354
Secutech Vietnam		49	61	110	1.895	4.818	454	5.272
Seguriexpo Buenos Aires		25	4	29	556	3.997	159	4.156
	5	744	1.215	1.959	44.994	60.972	17.342	78.314
ISH								
ISH China & CIHE		908	211	1.119	41.790	44.280	2.556	46.836
ISH Shanghai & CIHE		166	41	207	5.690	14.958	768	15.726
	2	1.074	252	1.326	47.480	59.238	3.324	62.562
Light + Building								
BIEL Light + Building Buenos Aires		190	43	233	6.667	26.582	922	27.504
Guangzhou International Lighting Exhibition		2.733	263	2.996	117.122	109.200	26.790	135.990
Interlight Moscow powered by Light + Building		270	249	519	11.224	27.457	2.370	29.827
LED Expo Delhi		158	98	256	4.990	15.581	299	15.880
LED Expo Mumbai		82	35	117	2.031	9.960	71	10.031
Light Middle East		44	326	370	4.560	4.435	1.693	6.128
Shanghai Intelligent Building Technology		183	11	194	5.649	20.006	583	20.589
Shanghai International Lighting Fair		286	12	298	4.614	10.824	852	11.676
	8	3.946	1.037	4.983	156.857	224.045	33.580	257.625
SPS								
SIAF – SPS Industrial Automation Fair Guangzhou		469	14	483	10.782	37.555	1.500	39.055
SPS IPC Drives Italia		350	47	397	21.692	22.750	704	23.454
SPS Automation India		55	1	56	1.374	2.822	36	2.858
SPS Automation Shanghai		13	2	15	384	855	81	936
	4	887	64	951	34.232	63.982	2.321	66.303
Texcare								
Texcare Asia		97	39	136	8.214	9.189	1.078	10.267
	1	97	39	136	8.214	9.189	1.078	10.267
Independent – Building & Energy								
Expo Ferretera		226	12	238	5.664	15.033	177	15.210
Hardware + Tools Middle East		8	206	214	2.205	3.179	2.424	5.603
	2	234	218	452	7.869	18.212	2.601	20.813
Independent – Environment								
Eco Expo Asia		197	123	320	4.366	7.779	4.606	12.385
Waste & Recycling Expo Canada		116	71	187	3.491	1.056	217	1.273
Water Expo China		151	11	162	5.171	17.799	2.612	20.411
	3	464	205	669	13.028	26.634	7.435	34.069
Independent – Production Technology								
Asiamold		218	7	225	4.667	20.858	918	21.776
Meat Expo China		101	7	108	3.052	2.727	189	2.916
Nano Micro Biz		101	9	110	1.096	3.492	98	3.590
Wire & Cable Guangzhou		281	2	283	3.027	18.867	0	18.867
	4	701	25	726	11.842	45.944	1.205	47.149
Technology & Production gesamt	30	8.257	3.125	11.382	330.146	518.635	69.551	588.186

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) ³		0	400	400	4.209	0	0	0
Apparel Sourcing Paris (Spring) ⁴		2	162	164	1.824	0	0	0
International Apparel Sourcing Show Autumn		5	236	241	2.540	733	79	812
	3	7	798	805	8.573	733	79	812
Heimtextil								
Heimtextil India ²		101	11	112	3.848	7.061	172	7.233
Heimtextil Russia		99	114	213	6.623	18.779	1.011	19.790
	2	200	125	325	10.471	25.840	1.183	27.023
Home Textiles Sourcing								
Home Textiles Sourcing Expo		3	117	120	1.149	447	64	511
	1	3	117	120	1.149	447	64	511
Intertextile (Apparel)								
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Autumn Edition		3.700	942	4.642	101.076	54.675	11.581	66.256
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition		2.188	448	2.636	47.037	54.099	8.550	62.649
	2	5.888	1.390	7.278	148.113	108.774	20.131	128.905
Intertextile (Home)								
Intertextile Shanghai Home Textiles – Autumn Edition		1.177	225	1.402	89.463	37.617	4.431	42.048
	1	1.177	225	1.402	89.463	37.617	4.431	42.048
Techtextil								
Techtextil India		80	57	137	2.344	4.954	96	5.050
Techtextil North America (Houston)		95	50	145	1.830	1.282	237	1.519
	2	175	107	282	4.174	6.236	333	6.569
Texprocess								
Emitex		75	1	76	1.608	8.674	293	8.967
	1	75	1	76	1.608	8.674	293	8.967
Texworld								
Texworld Istanbul (Autumn)		21	107	128	1.680	4.200	800	5.000
Texworld Istanbul (Spring)		16	92	108	1.665	3.092	731	3.823
Texworld Paris (Autumn) ³		1	968	969	16.047	2.403	11.813	14.216
Texworld Paris (Spring) ⁴		1	625	626	11.355	2.100	11.539	13.639
Texworld USA (Autumn)		34	518	552	6.524	3.736	686	4.422
Texworld USA (Spring)		17	263	280	3.171	3.224	356	3.580
	6	90	2.573	2.663	40.442	18.755	25.925	44.680
Yarn Expo								
Yarn Expo Autumn		156	102	258	3.966	6.237	1.138	7.375
Yarn Expo Spring		137	101	238	4.443	19.073	1.646	20.719
	2	293	203	496	8.409	25.310	2.784	28.094
Independent – Apparel Fabrics & Fashion								
Leatherworld Middle East		10	73	83	1.237	1.695	664	2.359
	1	10	73	83	1.237	1.695	664	2.359
Textiles & Textile Technologies gesamt	21	7.918	5.612	13.530	313.639	234.081	55.887	289.968

² Ambiente India und Heimtextil India finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.³ Texworld Paris (Autumn) und Apparel Sourcing Paris (Autumn) finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.⁴ Texworld Paris (Spring) und Apparel Sourcing Paris (Spring) finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.

Gesamtaktivitäten 2015/Veranstaltungen im Ausland im Jahr 2015

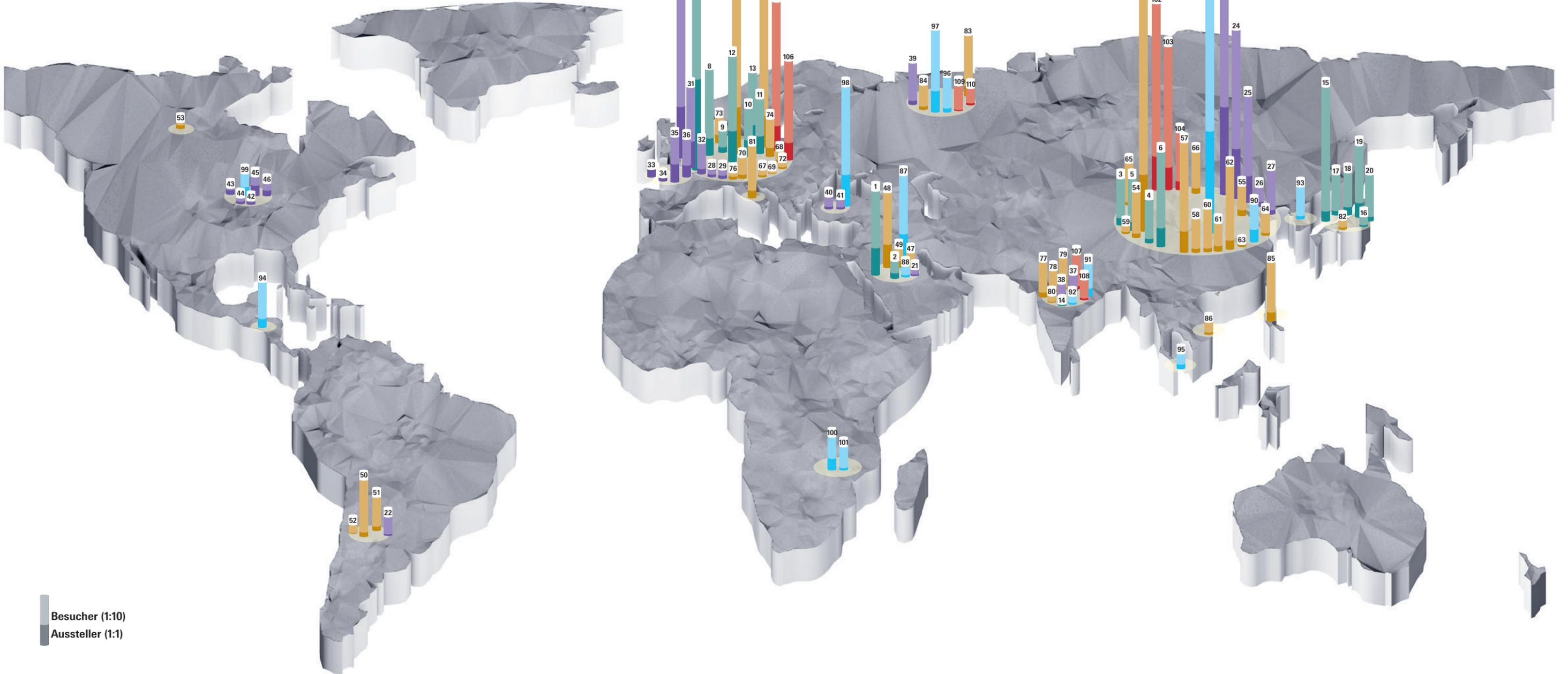
Consumer Goods & Leisure	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schafläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Ambiente								
Ambiente India ²		44	4	48	675	0	0	0
IFFT/Interior Lifestyle Living		378	53	431	7.803	17.459	540	17.999
Interior Lifestyle China		311	68	379	8.796	20.031	579	20.610
Interior Lifestyle Tokyo		628	141	769	11.859	29.483	643	30.126
	4	1.361	266	1.627	29.133	66.973	1.762	68.735
Beautyworld								
Beautyworld Japan		454	84	538	14.096	63.305	2.228	65.533
Beautyworld Japan Fukuoka		88	0	88	1.856	4.183	25	4.208
Beautyworld Japan West		205	25	230	5.592	18.569	415	18.984
Beautyworld Middle East		227	1.214	1.441	27.167	15.607	14.366	29.973
	4	974	1.323	2.297	48.711	101.664	17.034	118.698
Paperworld								
Hong Kong International Stationery Fair		38	187	225	2.056	10.077	10.405	20.482
Paperworld China		446	30	476	9.047	19.569	2.979	22.548
Paperworld Middle East		34	260	294	5.252	3.600	2.499	6.099
	3	518	477	995	16.355	33.246	15.883	49.129
Independent – Consumer Goods								
Toy & Hobby China		992	7	999	30.317	38.974	1.038	40.012
	1	992	7	999	30.317	38.974	1.038	40.012
Independent – Leisure & Entertainment								
Interpets Asia Pacific		185	48	233	3.424	21.508	531	22.039
	1	185	48	233	3.424	21.508	531	22.039
Consumer Goods & Leisure gesamt	13	4.030	2.121	6.151	127.940	262.365	36.248	298.613

² Ambiente India und Heimtextil India finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.

Mobility & Logistics	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schafläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Automechanika								
ACMA Automechanika New Delhi		265	171	436	7.037	12.218	643	12.861
Automechanika Chicago		252	209	461	9.828	6.040	779	6.819
Automechanika Dubai		230	1.650	1.880	36.546	15.298	15.534	30.832
Automechanika Istanbul		824	843	1.667	40.516	33.852	12.530	46.382
Automechanika Johannesburg		147	467	614	9.723	9.157	2.000	11.157
Automechanika Kuala Lumpur		71	172	243	3.933	4.480	960	5.440
Automechanika Shanghai		4.758	670	5.428	130.705	80.071	29.615	109.686
MIMS powered by Automechanika Moscow		337	790	1.127	20.886	28.227	3.791	32.018
PAACE Automechanika Mexico City		102	368	470	9.801	18.663	439	19.102
	9	6.986	5.340	12.326	268.975	208.006	66.291	274.297
Independent Automotive								
Automotive Engineering Show		97	0	97	1.726	3.281	0	3.281
CAPAS		646	22	668	11.618	13.061	189	13.250
Comtrans		128	84	212	27.658	15.467	706	16.173
Lifestyle Shows		118	1	119	7.989	11.016	0	11.016
	4	989	107	1.096	48.991	42.825	895	43.720
Independent – Transport & Logistics								
Materials Handling Middle East		46	69	115	3.748	3.588	910	4.498
Raillog Korea		141	20	161	6.477	14.522	603	15.125
	2	187	89	276	10.225	18.110	1.513	19.623
Mobility & Logistics gesamt	15	8.162	5.536	13.698	328.191	268.941	68.699	337.640

Entertainment, Media & Creation	Aussteller				Nettofläche (in m ²) einschl. Sonder- schafläche	Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gastgeber- land	Ausland	Gesamt		Gastgeber- land	Ausland	Gesamt
Musikmesse								
Music China		1.457	325	1.782	49.686	76.495	3.973	80.468
NAMM Musikmesse Russia		47	11	58	1.157	12.365	194	12.559
	2	1.504	336	1.840	50.843	88.860	4.167	93.027
Prolight + Sound								
Prolight + Sound Guangzhou		1.143	44	1.187	65.630	60.442	3.343	63.785
Prolight + Sound NAMM Russia		76	22	98	3.115	7.433	238	7.671
Prolight + Sound Shanghai		440	17	457	14.947	23.594	1.861	25.455
	3	1.659	83	1.742	83.692	91.469	5.442	96.911
Independent – Creative & Culture								
Media Expo Delhi		138	24	162	3.979	16.207	111	16.318
Media Expo Mumbai		94	6	100	2.199	9.454	36	9.490
	2	232	30	262	6.178	25.661	147	25.808
Entertainment, Media & Creation gesamt	7	3.395	449	3.844	140.713	205.990	9.756	215.746

Branchen-Treffpunkte für über 4 Millionen Messebesucher



Besucher (1:10)
Aussteller (1:1)

Consumer Goods & Leisure

- 1 ARE Beautyworld Middle East
- 2 ARE Paperworld Middle East
- 3 CHN Interior Lifestyle China
- 4 CHN Hong Kong International Stationery Fair
- 5 CHN Paperworld China
- 6 CHN Toy & Hobby China
- 7 DEU Ambiente
- 8 DEU Christmasworld
- 9 DEU Creativeworld
- 10 DEU Nordstil (Summer Edition)
- 11 DEU Nordstil (Winter Edition)
- 12 DEU Paperworld
- 13 DEU Tendence
- 14 IND Ambiente India
- 15 JPN Beautyworld Japan

Textiles & Textile Technologies

- 16 JPN Beautyworld Japan Fukuoka
- 17 JPN Beautyworld Japan West
- 18 JPN IFFT/Interior Lifestyle Living
- 19 JPN Interior Lifestyle Tokyo
- 20 JPN Interpets Asia Pacific
- 21 ARE Leatherworld Middle East
- 22 ARG Emitex
- 23 CHN Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Autumn Edition
- 24 CHN Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition
- 25 CHN Intertextile Shanghai Home Textiles – Autumn Edition
- 26 CHN Yarn Expo Autumn

Technology & Production

- 27 CHN Yarn Expo Spring
- 28 DEU Greenshowroom – Ethical Fashion Show Berlin (Autumn)
- 29 DEU Greenshowroom – Ethical Fashion Show Berlin (Spring)
- 30 DEU Heimtextil
- 31 DEU Techtextil
- 32 DEU Texprocess
- 33 FRA Apparel Sourcing Paris (Autumn)
- 34 FRA Apparel Sourcing Paris (Spring)
- 35 FRA Texworld Paris (Autumn)
- 36 FRA Texworld Paris (Spring)
- 37 IND Heimtextil India
- 38 IND Techtextil India
- 39 RUS Heimtextil Russia
- 40 TUR Texworld Istanbul (Autumn)
- 41 TUR Texworld Istanbul (Spring)

Technology & Production

- 42 USA Home Textiles Sourcing Expo
- 43 USA International Apparel Sourcing Show (Autumn)
- 44 USA Techtextil North America (Houston)
- 45 USA Texworld USA (Autumn)
- 46 USA Texworld USA (Spring)
- 47 ARE Hardware + Tools Middle East
- 48 ARE Intersec
- 49 ARE Light Middle East
- 50 ARG BIEL Light + Building Buenos Aires
- 51 ARG Expo Ferreteria
- 52 ARG Seguriexpo Buenos Aires
- 53 CAN Waste & Recycling Expo Canada
- 54 CHN Asiamold

Technology & Production

- 55 CHN Eco Expo Asia
- 56 CHN Guangzhou International Lighting Exhibition
- 57 CHN ISH China & CIHE
- 58 CHN ISH Shanghai & CIHE
- 59 CHN Meat Expo China
- 60 CHN Shanghai Intelligent Building Technology
- 61 CHN Shanghai International Lighting Fair
- 62 CHN SIAF – SPS Industrial Automation Fair Guangzhou
- 63 CHN SPS Automation Shanghai
- 64 CHN Texcare Asia
- 65 CHN Water Expo China
- 66 CHN Wire & Cable Guangzhou
- 67 DEU EMV

Technology & Production

- 68 DEU Facility Management
- 69 DEU Fireprotec
- 70 DEU Formnext powered by TCT
- 71 DEU ISH
- 72 DEU Parken
- 73 DEU PCIM Europe (Messe/Kongress)
- 74 DEU SMT Hybrid Packaging
- 75 DEU SPS IPC Drives
- 76 DEU Zellcheming-Expo
- 77 IND LED Expo Delhi
- 78 IND LED Expo Mumbai
- 79 IND Secutech India
- 80 IND SPS Automation India
- 81 ITA SPS IPC Drives Italia
- 82 JPN Nano Micro Biz
- 83 RUS Interlight Moscow powered by Light + Building

Mobility & Logistics

- 84 RUS Modern Bakery
- 85 TWN Secutech
- 86 VNM Secutech Vietnam
- 87 ARE Automechanika Dubai
- 88 ARE Materials Handling Middle East
- 89 CHN Automechanika Shanghai
- 90 CHN CAPAS
- 91 IND ACMA Automechanika New Delhi
- 92 IND Automotive Engineering Show
- 93 KOR Raillog Korea
- 94 MEX PAACE Automechanika Mexico City
- 95 MYS Automechanika Kuala Lumpur
- 96 RUS Comtrans

Entertainment, Media & Creation

- 97 RUS MIMS powered by Automechanika Moscow
- 98 TUR Automechanika Istanbul
- 99 USA Automechanika Chicago
- 100 ZAF Automechanika Johannesburg
- 101 ZAF Lifestyle Shows
- 102 CHN Music China
- 103 CHN Prolight + Sound Guangzhou
- 104 CHN Prolight + Sound Shanghai
- 105 DEU Musikmesse
- 106 DEU Prolight + Sound
- 107 IND Media Expo Delhi
- 108 IND Media Expo Mumbai
- 109 RUS NAMM Musikmesse Russia
- 110 RUS Prolight + Sound NAMM Russia

Konzern-Lagebericht 2015

der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main

I. Grundlagen des Konzerns

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. Andererseits 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 Konzernsteuerung administrative Serviceleistungen für die Gesellschaften am Standort Frankfurt am Main erbringt.

Den Schwerpunkt der am Standort Frankfurt durchgeführten Veranstaltungen bilden die internationalen Leitmessen, die von größter Bedeutung für die jeweilige Branche sind und auf denen die meisten Innovationen und Premieren präsentiert werden. Sie führen das relevante internationale Angebot mit der jeweiligen kontinentalen und weltweiten Nachfrage zusammen. Aufgrund ihrer Größe und Internationalität haben diese Messen oft einen dominierenden Charakter für den jeweiligen Wirtschaftszweig und innerhalb der Messewirtschaft.

Die Geschäftstätigkeit der ausländischen Tochtergesellschaften umfasst im Wesentlichen die Durchführung von Messen aus dem Markenportfolio der Unternehmensgruppe in eigener wirtschaftlicher Verantwortung sowie den Vertrieb von Veranstaltungen und der dazugehörigen Dienstleistungen der Messe Frankfurt weltweit. Daneben gewinnt durch die internationale Verflechtung der Wirtschaft auch das Vermarkten von medialen, digitalen und infrastrukturellen Dienstleistungen an Bedeutung. Aufgrund der unterschiedlichen Reichweite und Einzugsgebiete der jeweiligen Veranstaltungen ist eine eindeutige Abgrenzung des relevanten Messemarktes nur sehr schwer zu leisten. Obwohl es in der Messebranche keine festen Definitionen über den erreichten Marktanteil gibt, wird der Messe Frankfurt zugeschrieben, in ihren thematischen Kernkompetenzen eine wesentliche Rolle für die Branchen zu spielen und ein nachhaltig verlässlicher, international agierender Partner zu sein.

Neben den Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und ihrer Tochtergesellschaften im In- und Ausland veranstalten zahlreiche Gast- und Kongressveranstalter ihre Messen, Kongresse und Events in Frankfurt. Sowohl der Stadt als auch der Messe Frankfurt werden dank ihrer zentralen Lage, der sich ständig verbessernden Infrastruktur und Anbindung sowie des neuen Kongresszentrums Kap Europa zunehmende Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit attestiert. Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt GmbH besteht aus der Muttergesellschaft, neun inländischen (Vorjahr: neun) und 21 ausländischen (Vorjahr: 20) Tochtergesellschaften/Gemeinschaftsunternehmen sowie sechs Niederlassungen. Das leistungsfähige internationale Vertriebsnetz der Messe Frankfurt wird von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH gesteuert und umfasst neben den ausländischen Tochtergesellschaften 55 Sales Partner, die in 175 Ländern aktiv sind.

Mit Wirkung ab Februar 2015 hat die Tochtergesellschaft in Russland zusammen mit ITE Moskau jeweils 50 Prozent an der Media Globe Hannover Expo CJSC erworben. Sie hat ihren Sitz in Moskau und firmiert unter dem Namen ITEMF Expo A.O. Darüber hinaus sind im Sommer des Berichtsjahres durch die Tochtergesellschaft Messe Frankfurt (H. K.) in Hongkong die restlichen 30 Prozent der Anteile an der Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd. in Hongkong, China, übernommen worden. Die türkische Tochtergesellschaft hat im September 2015 100 Prozent der Anteile an der Yeni Dünya Fuarçılık Anonim Sirketi erworben, die im Berichtsjahr mit der Messe Frankfurt Istanbul L.S. verschmolzen wurde.

Für die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der Weltausstellung 2015 in Mailand hatte die Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Oktober 2014 eine Betriebsstätte in Italien gegründet.

II. Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2015 gekennzeichnet durch ein solides und stetiges Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) war nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im Jahresdurchschnitt um 1,7 Prozent höher als im Vorjahr. Im vorangegangenen Jahr war das BIP in einer ähnlichen Größenordnung gewachsen (+ 1,6 Prozent), 2013 dagegen lediglich um 0,3 Prozent.¹ Getragen wurde der Konjunkturaufschwung von der Binnen- nachfrage und hier zum überwiegenden Teil vom Konsum, befördert von höheren Realeinkommen sowie der Ausweitung der Beschäftigung. Zuletzt kamen Impulse vom Kaufkraftplus aufgrund der neuerlich gesunkenen Rohölpreise und auch von der Flüchtlingsmigration, die steigende Konsumausgaben des Staates bewirkte, zum Beispiel für die Bereitstellung von Unterkünften und soziale Sachleistungen.²

Das weltwirtschaftliche Expansionstempo blieb im Jahr 2015 gedämpft und belief sich nach Schätzungen des Internationalen Währungsfonds (IWF) auf 3,1 Prozent. Das Wachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern – die zu 70 Prozent zum weltweiten Wachstum beitragen – hat im fünften Jahr in Folge abgenommen, während sich in den Industrieländern die wirtschaftliche Erholung in bescheidenem Rahmen fortgesetzt hat.³ Dabei profitiert die Konjunktur in nahezu allen Industrieländern von den günstigen Rohstoffpreisen. Über die einzelnen Ökonomien hinweg ist die wirtschaftliche Entwicklung aber sehr heterogen. Während sich die USA und Großbritannien in einem moderaten Aufschwung befinden, ist das wirtschaftliche Expansionstempo im Euroraum und in Japan nach wie vor deutlich geringer. Rohstoffexportierende Schwellenländer wie Brasilien und Russland leiden unter den seit Mitte 2014 stark gesunkenen Preisen für Erdöl sowie für Industrierohstoffe. Darüber hinaus nimmt die Wachstumsdynamik Chinas allmählich ab, was eine seit einigen Jahren anhaltende, strukturell bedingte Tendenz reflektiert. Der Welthandel, eine wichtige Größe für die internationale Messewirtschaft mit exportorientierten Kunden, nahm 2015 nach Schätzungen des Ifo Instituts um 3,3 Prozent zu (nach 3,4 Prozent im Vorjahr).⁴

Situation der Messewirtschaft

Trotz dieses heterogenen wirtschaftlichen Umfelds sind die deutschen Messen im Jahr 2015 auf Wachstumskurs geblieben und konnten gegenüber den Ergebnissen von 2014 teilweise noch zulegen. Nach vorläufigen Berechnungen des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA), Berlin, registrierten die 164 internationalen und nationalen Messen rund 172.000 Aussteller, rund 1,5 Prozent mehr als bei den jeweiligen Vorveranstaltungen (2014: +1 Prozent). Überdurchschnittlich wuchs erneut die Zahl ausländischer Aussteller mit fast 4 Prozent, während die Zahl der deutschen Aussteller um 1 Prozent zurückging. Die gebuchte Standfläche lag 2015 um rund 1,5 Prozent höher (2014: +0,3 Prozent) und erreichte knapp 6,3 Mio. Quadratmeter. Eher unerwartet war die Steigerung der Besucherzahlen, die um durchschnittlich 2 Prozent höher lagen als bei den jeweiligen Vorveranstaltungen (2014: +0,3 Prozent), und dies trotz zahlreicher Streiks im Verkehrssektor und starkem Wettbewerb der Medien um die Zeit der Einkäufer. Insgesamt wurden nach vorläufigen Ergebnissen 9,8 Mio. Fach- und Privatbesucher gezählt.⁵

¹ Statistisches Bundesamt / Destatis: Pressemitteilung vom 14. Januar 2016

² Ifo Institut: Ifo Konjunkturprognose 2015–2017, Pressemitteilung vom 9. Dezember 2015

³ International Monetary Fund: World Economic Outlook – Update, Pressemitteilung vom 19. Januar 2016

⁴ Ifo Konjunkturbericht 4/2015, erstellt für die Messe Frankfurt GmbH

⁵ AUMA Compact Nr. 02/2016 vom 29. Januar 2016

Leistungskennziffern – Messen und Ausstellungen

Im Berichtsjahr veranstaltete die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 133 Messen und Ausstellungen (Vorjahr: 121). Rund 90.800 Aussteller (Vorjahr: 84.700) und 4,2 Mio. Besucher (Vorjahr: 3,1 Mio.) wurden registriert, über 2,7 Mio. Quadratmeter Nettofläche (Vorjahr: 2,4 Mio. Quadratmeter) wurden belegt. Am Standort Frankfurt am Main wurden darüber hinaus 208 Kongresse und Events (Vorjahr: 230) mit rund 561.000 Besuchern (Vorjahr: 582.000) sowie weltweit 15 German Pavilions durchgeführt. Damit besuchten im Berichtsjahr insgesamt rund 4,7 Mio. Menschen (Vorjahr: 3,7 Mio.) die Veranstaltungen der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt.

Gesamtaktivitäten 2015 der Messe Frankfurt

	Anzahl	Aussteller	Nettofläche* (in Tsd. m ²)	Besucher (in Tsd.)
Messen und Ausstellungen				
– am Messeplatz Frankfurt am Main	38	37.290	1.312	2.306
– an anderen Standorten im Inland	9	4.877	180	135
Gesamt Deutschland	47	42.167	1.492	2.441
Ausland	86	48.605	1.241	1.730
Gesamt Messen und Ausstellungen	133	90.772	2.733	4.171
Weitere Veranstaltungen				
	223			561
Gesamtaktivitäten	356	90.772	2.733	4.732

* einschließlich Sonderschauffläche

Auf dem konzerneigenen Messegelände in Frankfurt fanden 38 Messen und Fachausstellungen statt, darunter elf Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und vier Fachausstellungen der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart. Zu diesen 15 konzerneigenen Veranstaltungen in Frankfurt kamen rund 18.400 Aussteller (Vorjahr: 21.600) und über 678.000 Besucher (Vorjahr: 835.000). Mehr als 786.300 Quadratmeter (Vorjahr: 903.900) wurden zu diesen Messen in Frankfurt vermietet. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere dadurch begründet, dass ungerade Jahre aufgrund des Mehrjahresturnus einiger Veranstaltungen aus Sicht der Messe Frankfurt Exhibition GmbH schwächere Messejahre sind. Die Summe der Messekennziffern der Mehrjahresveranstaltungen im Berichtsjahr 2015 (ISH, Techtextil und Texprocess) ist geringer als die Summe der Kennziffern von Automechanika und Light + Building, die im Vorjahr stattfanden. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen ergibt sich, dass die Messe Frankfurt Exhibition GmbH auf ihren Messen bei den Ausstellern stabile Zahlen vorweisen kann und die vermietete Nettofläche um 0,4 Prozent leicht zulegte. Auf der Besucherseite hingegen wurde ein kleines Minus von 0,25 Prozent registriert.

Darüber hinaus ist es trotz der nicht einfachen Marktsituation (neue Konkurrenzveranstaltung in Stuttgart ab Frühjahr 2015 und der EuroMold in Düsseldorf) gelungen, die Erstveranstaltung Formnext powered by TCT durch die Tochtergesellschaft, MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, am Messeplatz Frankfurt zu etablieren. Die Veranstaltung zielt auf den wachsenden Markt der additiven Technologien – vom Prototyping über moderne Produktentwicklung und -herstellung bis zur Integration in den Werkzeug- und Formenbau und der Etablierung des 3-D-Drucks als weitere Fertigungstechnologie. 203 Aussteller auf einer Nettofläche von 8.070 Quadratmetern, 8.982 Fachbesucher aus aller Welt, 266 Konferenzteilnehmer und die zahlreiche nationale und internationale Fachpresse sorgten für eine gelungene Premiere.

Die Qualität dieser Veranstaltungen zeigte sich in ihrem Internationalitätsgrad sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite: 71,1 Prozent Auslandsbeteiligung bei den Ausstellern und 47,2 Prozent bei den Besuchern auf den internationalen Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt am Heimatstandort zeugen von maximaler Markttransparenz und damit höchstem Kundennutzen sowohl auf Angebots- als auch auf Nachfrageseite. Sie stellen Spitzenwerte im Wettbewerbsumfeld dar. Zum Vergleich: Die durchschnittlichen Internationalitätsgrade für Veranstaltungen am Messeplatz Deutschland beziffert der AUMA vorläufig mit 58 Prozent auf Ausstellerseite bzw. 27 Prozent bei Besuchern.

Im Hinblick auf Gastveranstaltungen zählt das Berichtsjahr zu den starken Jahren. 23 Gastmessen (Vorjahr: 21), darunter 13 Publikumsausstellungen und acht Fachausstellungen, wurden am Messeplatz Frankfurt betreut. Zu diesen Veranstaltungen kamen rund 18.900 Aussteller (Vorjahr: 15.700) und 1,6 Mio. Besucher (Vorjahr: 0,6 Mio.). Dazu wurden rund 525.400 Netto-Quadratmeter (Vorjahr: 243.200) vermietet. Diese Steigerungen sind vor allem auf die Mehrjahresveranstaltungen IAA Pkw und die ACHEMA zurückzuführen, die einen Zwei- bzw. Dreijahresturnus haben – eine Kombination, die sich nur alle sechs Jahre ergibt. Bei beiden Messen konnte darüber hinaus ein deutlicher Besucherzuwachs verzeichnet werden. Die IAA Pkw registrierte 931.700 Besucher, was einem Anstieg von rund 51.000 Besuchern entspricht, und die ACHEMA konnte mit 166.444 rund 26.000 Besucher mehr begrüßen. Darüber hinaus fand die jährliche Frankfurter Buchmesse statt, bei der auf stabilem Niveau in Bezug auf Aussteller- und Besucherbeteiligungen ein neues Messekonzept zum Tragen kam und ein neues Hallenlayout vollendet wurde. Auch die jährliche IMEX hatte eine konstante Aussteller- und Besucherbeteiligung. Die COSMETICA Frankfurt – Fachmesse der Kosmetik – fand zum zweiten Mal statt und konnte mehr als 15.200 Besucher auf dem Messegelände begrüßen. Die von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft DLG organisierte Land & Genuss sowie die erstmals durchgeführte Cloud Expo rundeten mit rund 26.400 Besuchern das Veranstaltungsportfolio am Messeplatz Frankfurt ab.

An anderen deutschen Messeplätzen führten die Messe Frankfurt Exhibition GmbH und die MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, neun Veranstaltungen durch. In Berlin veranstaltete die Messe Frankfurt Exhibition GmbH jeweils im Frühjahr und Herbst den Greenshowroom und die Ethical Fashion Show; in Hamburg wurde die Nordstil im Frühjahr und im Herbst durchgeführt. Die SPS IPC Drives, PCIM Europe, SMT Hybrid Packaging (alle Nürnberg), Parken (Berlin) und die EMV (Stuttgart) gehören zum Portfolio der MESAGO Messe Frankfurt GmbH. Zu diesen Veranstaltungen in Deutschland außerhalb Frankfurts kamen rund 4.900 Aussteller und rund 134.600 Besucher. Die vermietete Nettofläche betrug insgesamt rund 180.400 Quadratmeter.

Das Auslandsgeschäft trug im Berichtsjahr erneut einen wesentlichen Anteil zum Geschäftserfolg der Messe Frankfurt bei: Auf 86 Veranstaltungen (Vorjahr: 77) zeigten rund 48.600 Aussteller (Vorjahr: 42.900) über 1,7 Mio. Besuchern (Vorjahr: 1,5 Mio.) auf rund 1.240.600 Quadratmetern (Vorjahr: 1.060.600) ihr Leistungsspektrum. Damit stellten die Auslandsmessen auch 2015 ihre Bedeutung für die Unternehmensgruppe unter Beweis. Regionaler Schwerpunkt des Auslandsgeschäfts war nach wie vor Asien mit 49 Veranstaltungen im Berichtsjahr, von denen allein 27 auf China entfielen. Eine weitere attraktive Veranstaltungsregion war für die Messe Frankfurt der Wirtschaftsraum EMEA (Europe, Middle East, Africa): 25 Messen wurden hier durchgeführt. In den Americas veranstalteten die amerikanischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Berichtsjahr zwölf Messen.

Im Zuge der Optimierung ihres Produktspektrums hat die Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Berichtsjahr ihr Portfolio im Ausland erweitert. Insgesamt 13 neue Veranstaltungen öffneten 2015 erstmals ihre Tore: jeweils eine in der Türkei, Südafrika, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Argentinien und den USA sowie zwei Veranstaltungen in Russland und je drei in China und Indien.

Neben der Konzeption und Durchführung von Eigenveranstaltungen wurden 15 German Pavilions auf Auslandsmessen organisiert. Dabei handelt es sich um Messebeteiligungen, die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie durchgeführt wurden. Sie erleichtern kleinen und mittleren Unternehmen den Markteintritt im jeweiligen Land.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie organisierte und betrieb die Messe Frankfurt den Deutschen Pavillon auf der Expo 2015 in Mailand. Das Leitmotiv der Expo „Feeding the Planet – Energy for life“ aufgreifend, warb der Pavillon unter dem Motto „Fields of Ideas“ für ein globales Denken und sensibilisierte für die Kräfte der Natur als wesentliche Quellen unserer Ernährung, die es in Zukunft besser zu schützen und intelligent zu nutzen gilt. Rund drei Millionen Gäste besuchten zwischen dem 1. Mai und dem 30. Oktober den Deutschen Pavillon. Damit wurde die maximale Besucherkapazität ausgelastet. 6.000 Delegationsteilnehmer aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft waren zu Gast im Deutschen Pavillon, rund 2.000 Journalisten berichteten über das Projekt. Neben den positiven Bewertungen durch die Besucher wurde der deutsche Expo-Auftritt mehrfach preisgekrönt. So erhielt er den B.I.E. Award, den Red Dot Award: Communication Design 2015, den Exhibitor Magazine’s Expo 2015 Award in den Kategorien „Bester Pavillon“ und „Interaktivität“, den FAMAB Award in drei Kategorien (jeweils Gold für das „Best Public Event“ und die „Best Interactive Installation“, Bronze für die „Best Thematic Exhibition“) sowie eine Auszeichnung des Deutschen Designer Clubs für „Gute Gestaltung“.

Kongresse, Events und Festhallenveranstaltungen

Neben Messen und Ausstellungen betreute die Messe Frankfurt Venue GmbH 150 Kongresse und Tagungen (Vorjahr: 138); entsprechend stieg auch die Teilnehmerzahl mit rund 133.000 gegenüber dem Vorjahr (116.800) an. 91 (Vorjahr: 50) dieser Kongresse und Tagungen mit rund 45.950 Teilnehmern wurden im neuen Kongresshaus Kap Europa durchgeführt.

Zu den 58 Events (Vorjahr: 92), die vor allem in der traditionsreichen Festhalle stattfanden, kamen mehr als 427.600 Gäste. Neben Firmenevents gehörten hierzu Konzerte, Sportveranstaltungen und Shows. Die Highlights im sportlichen Bereich waren der BMW Frankfurt Marathon mit dem Zieleinlauf in der Festhalle und dem Deutschen Rekord von Arne Gabius, der Box-Weltmeisterschaftskampf mit Felix Sturm und das Internationale Festhallenreitturnier mit begleitender Ausstellung. Musikalische Höhepunkte boten die Konzerte internationaler Stars wie Peter Maffay, Queen, Simply Red und Die Fantastischen Vier sowie die „Night of the Proms“. Im Showbereich glänzten der mehrtägige Klassiker „Holiday on Ice“, das Feuerwerk der Turnkunst sowie die magische Faszination der Ehrlich Brothers.

Geländeentwicklung

Im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Messestandorts und der Infrastruktur ist im Berichtsjahr die Planung für den Bau einer weiteren Halle fortgesetzt worden. Der Bauantrag für die neue Halle wurde im Juni eingereicht und die Ausschreibung für die Bauleistungen wurde auf den Markt gegeben. Erforderliche Zusatzarbeiten wie zum Beispiel eine Verlegung des Kreisverkehrs mit Anbindung zum Tor Nord wurden bereits im Berichtsjahr umgesetzt. Ziel ist dabei eine weitere Erhöhung der Umschlagshäufigkeit sowie eine verbesserte wirtschaftliche Nutzung durch Parallelbespielbarkeit der Hallen und Flächen. Die geplante Messehalle 12 ermöglicht den Abriss und Neubau der Halle 5 in den nächsten Jahren. Des Weiteren sollen mittelfristig an der Europaallee neben einem neuen Südeingang ein Bürogebäude und ein Hotel entstehen.

Servicemanagement

Im Rahmen des Serviceangebots hat die Modernisierung der Online-Plattformen weitere Fortschritte gemacht: Nach dem Online-Konfigurator für Messestände von Fairconstruction, der im Frühjahr an den Start ging, wurde im Herbst der neue Online-Shop für Ausstellerservices live geschaltet. Darin

wurden alle Funktionen realisiert, die Nutzer heute von modernen Online-Shops erwarten, und darüber hinaus ein neues personalisiertes Log-in-Konzept, das den Kunden besonderen Bedienungskomfort bietet.

Messegäste, die mit dem Flugzeug anreisen, können neuerdings ihr Gepäck auf dem Messegelände einchecken. Es wird dann von der Lufthansa direkt bis zum Zielflughafen befördert. Ein in Zusammenarbeit mit Fraport entstandenes, besonders zeitsparendes Servicepaket bietet Messegästen einen individuellen Transfer vom Messegelände direkt zum Flughafen und privaten Check-in.

Organisationsentwicklung

Im Berichtsjahr wurde das im Vorjahr konzipierte Effizienzprogramm angegangen. Zielsetzung ist, sukzessive die Arbeitsorganisation in allen Bereichen der Messe Frankfurt zu analysieren und zu optimieren, indem die wahrgenommenen Aufgaben, die Zuständigkeiten und die notwendigen Kapazitäten untersucht werden. Die festgestellten Flexibilisierungspotenziale sollen für andere Aufgaben bzw. den Aufbau neuer Geschäftssegmente genutzt werden.

Personal

Am 31. Dezember 2015 waren in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 2.244 aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 114 mehr als zum Jahresende 2014. Im Inland stieg die Mitarbeiterzahl von 1.272 auf 1.299 und im Ausland von 858 auf 945 an.

Im Ausland führte die geschäftliche Expansion in China, Indien und Dubai zu einem weiteren Mitarbeiteranstieg.

Unternehmenskultur/Frankfurter Management Tagung

Während der Frankfurter Management Tagung 2015 entwickelten die Führungskräfte notwendige Veränderungsthemen zur Zielerreichung 2020. Diese wurden mit einem interaktiven Tool erarbeitet. Aus den mehr als 300 Vorschlägen wurden 13 Cluster gebildet, die wiederum durch ein interaktives Tool durch die Führungskräfte priorisiert wurden. Diese Priorisierungen gingen in die jährlichen Strategiekonzepte der Geschäftsführung ein, sodass hier eine partizipative Strategieentwicklung angewendet wurde. Anschließend wurden die Bereichsleitungen damit beauftragt, zu den einzelnen strategischen Eckpunkten operative Optimierungskonzepte zu entwickeln.

Aus- und Weiterbildung

Die inhaltliche Fokussierung auf Entwicklungsmaßnahmen für Führungskräfte und praxisnahe Trainings für Mitarbeiter wurden weiterentwickelt. Unterstützende Schulungsmaßnahmen zum Standflächenvertrieb sowie die Verbesserung der CRM-Kompetenz der Mitarbeiter standen dabei im Mittelpunkt. Zum Thema CRM hat der Personalbereich eine webbasierte Seminarreihe entwickelt, die den Mitarbeitern zur Verfügung steht. Es entstehen zurzeit Konzepte, wie Mitarbeiter je nach ihren Kompetenzen flexibel und bedarfsgerecht eingesetzt werden und spezifische Weiterbildungsangebote erhalten können.

Ressourcen- und Vergütungsmanagement

Der Kapazitäts- und Stellengenehmigungsprozess wurde weiter optimiert und führte zu einem verbesserten Personalkostenmanagement. Für die Führungskräfte wurde ein marktorientiertes Vergütungsmanagementkonzept entwickelt und etabliert.

Dank an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Insgesamt gelang es den Beschäftigten der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt hervorragend, sich der wachsenden Geschäftstätigkeit und den damit verbundenen Anforderungen zu stellen. Flexibilität und Einsatzbereitschaft sowie die gezeigte Kompetenz waren auch 2015 erneut vorbildlich. Die Geschäftsführung bedankt sich daher ausdrücklich bei der Belegschaft für ihr Engagement und das dadurch erzielte positive Unternehmensergebnis.

III. Lage

Ertragslage

Der positive Geschäftsverlauf spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung des Konzerns wider. Mit 647,8 Mio. € konnte im Jahr 2015 ein neuer Spitzenumsatz erzielt werden, der um 93,6 Mio. € bzw. 16,9 Prozent über dem des Vorjahres liegt. Das Wachstum im Konzern wurde im Gegensatz zum Vorjahr sowohl im Inland als auch im Ausland erzielt.

Umsatzentwicklung Konzern (konsolidiert)

	2013 Mio. €	2014 Mio. €	2015 Mio. €	Veränderungen zu	
				2014 in % ⁴	2013 in % ⁴
Inland					
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	197,6	210,5	199,7	-5,1	1,1
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	105,6	73,3	119,2	62,6	12,9
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ¹	27,5	27,3	31,0	13,6	12,7
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	19,3	19,3	19,3	0,0	0,0
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	28,2	25,9	31,8	22,8	12,8
Summe Inland	378,2	356,3	401,0	12,5	6,0
Ausland					
Messe Frankfurt France S.A.S., Paris	16,0	18,4	20,6	12,0	28,8
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand	4,9	5,4	6,9	27,8	40,8
Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul	1,6	1,9	2,4	26,3	50,0
O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau ²	8,8	8,2	8,1	-1,2	-8,0
Messe Frankfurt Middle East GmbH, Frankfurt/Dubai	18,6	22,5	33,7	49,8	81,2
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong ¹	105,5	123,9	149,0	20,3	41,2
Messe Frankfurt Inc., Atlanta ³	3,8	6,9	9,6	39,1	++
Messe Frankfurt México S.de R.L.de C.V., Mexico-City	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Indexport Messe Frankfurt S.A., Buenos Aires	7,3	9,9	15,1	52,5	++
South African Shows Messe Frankfurt (Pty) Ltd., Johannesburg	0,0	0,7	1,3	85,7	++
Summe Ausland	166,6	197,9	246,8	24,7	48,1
Konzern-Umsatz	544,8	554,2	647,8	16,9	18,9

¹ Teilkonzern

² inkl. ITEM Expo A.O., Moskau

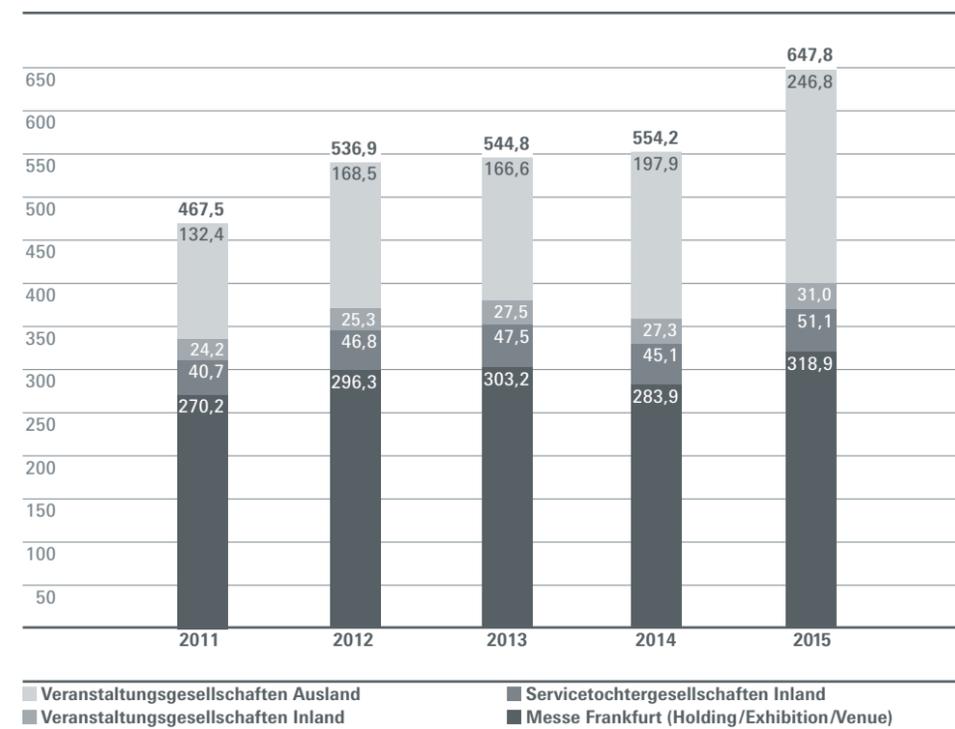
³ inkl. PAACE Automechanika Mexico LLC, Atlanta

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

Im Inland ist der Umsatz um 44,7 Mio. € bzw. 12,5 Prozent auf 401,0 Mio. € angestiegen und hatte einen Anteil von 61,9 Prozent am Konzern-Umsatz. Obwohl die Messe Frankfurt Exhibition GmbH turnusbedingt mit 199,7 Mio. € 10,8 Mio. € weniger erlöste, konnte dies durch die Mehrerlöse der Messe Frankfurt Venue GmbH (119,2 Mio. €; +45,9 Mio. €) mehr als kompensiert werden. Hintergrund für diese Entwicklung ist der Turnus der großen Mehrjahresveranstaltungen. Während im ungeraden Jahr 2015 die umsatz- und ergebnisstarken Mehrjahresveranstaltungen Automechanika und Light + Building bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH nicht durchgeführt wurden, fanden bei der Messe Frankfurt Venue GmbH sowohl die Gastveranstaltung IAA Pkw (Zweijahresturnus) als auch die AACHEMA, die einen Dreijahresturnus hat, statt – eine Kombination, die nur alle sechs Jahre eintritt. Darüber hinaus konnten auch die Accente Gastronomie Service GmbH und die MESAGO Messe Frankfurt GmbH ihre Umsätze weiter steigern und haben mit konsolidiert 31,8 Mio. € (+5,9 Mio. €) bzw. 31,0 Mio. € (+3,7 Mio. €) zur Umsatzsteigerung im Inland beigetragen. Die Messe Frankfurt Medien und Service GmbH erzielte mit 19,3 Mio. € einen Umsatz auf Vorjahresniveau.

Am Standort Frankfurt am Main wurde somit ein konsolidierter Umsatz von 370,0 Mio. € generiert, der rund 57,1 Prozent des Konzern-Umsatzes entspricht (zum Vergleich: 2014: 329,0 Mio. €; 2013: 350,7 Mio. €).

Umsatzentwicklung des Konzerns (konsolidiert) in Mio. €



Auch die MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart liegt mit einem Umsatz in Höhe von 31,0 Mio. € um 3,7 Mio. € über dem Vorjahr. Der Umsatzanstieg ist bei einer weiterhin positiven Entwicklung der SPS IPC Drives, Internationale Fachmesse für elektrische Automatisierung, vorrangig auf die erfolgreiche Etablierung der Erstveranstaltung der Formnext powered by TCT zurückzuführen.

Die ausländischen Tochtergesellschaften konnten mit konsolidiert 246,8 Mio. € den Umsatz um 48,9 Mio. € bzw. 24,7 Prozent steigern und haben damit ihren Anteil am Konzern-Umsatz von 35,7 Prozent im Vorjahr auf 38,1 Prozent weiter ausgebaut. Ursache hierfür waren insbesondere die Mehrumsätze der Tochtergesellschaften in Asien (+25,1 Mio. €), Dubai (+11,2 Mio. €) sowie Argentinien (+5,2 Mio. €). Aber auch die anderen Tochtergesellschaften im Ausland haben mit steigenden bzw. stabilen Umsätzen zur positiven Entwicklung beigetragen.

Gegenüber 2013, das vom Veranstaltungsturnus im Inland eher vergleichbar ist, ergibt sich ein ähnliches Bild: Konzernweit wurden 103,0 Mio. € bzw. 18,9 Prozent mehr Erlöse erzielt. Dabei fielen die Inlandsumsätze um 22,8 Mio. € bzw. 6,0 Prozent und die Umsätze im Ausland sogar um 80,2 Mio. € bzw. 48,1 Prozent höher aus.

Auch im Hinblick auf den für das Geschäftsjahr prognostizierten Konzern-Umsatz ist es gelungen, den Zielwert von 612,2 Mio. € zu übertreffen: 35,6 Mio. € wurden mehr Erlöst, was einer Abweichung von 5,8 Prozent entspricht. Dabei kamen mehrere positive Entwicklungen zum Tragen. Zunächst führte insbesondere der gegenüber dem Planansatz schwächere Euro gegenüber den im Konzern genutzten wesentlichen Währungen zu einem positiven Währungseffekt von 35,6 Mio. €. Darüber hinaus trugen Mehrumsätze bei den Gastveranstaltungen sowie ein verbessertes Kongress- und Eventgeschäft zur Umsatzsteigerung bei. Bei den Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH konnte vor allem die Ambiente ein deutliches Plus verzeichnen. Auch im Ausland erzielten in erster Linie die Gesellschaften in Argentinien, Dubai, den USA sowie Frankreich nach Bereinigung um die Währungseffekte Mehrumsätze gegenüber der Planung. Andererseits fielen die Umsätze in Asien, Russland und Südafrika geringer aus. Darüber hinaus werden sich geplante Umsätze aus Akquisitionen zum Teil erst 2016 realisieren.

Auch beim Ergebnis gelang es dem Konzernverbund, den Vorjahreswert deutlich zu steigern. Mit 51,8 Mio. € lag das Ergebnis vor Ertragsteuern um 4,5 Mio. € bzw. 9,5 Prozent über dem des Vorjahres (47,3 Mio. €) und gegenüber 2013 wurden 2,7 Mio. € mehr erwirtschaftet.

Ergebnisentwicklung

	2013 Tsd. €	2014 Tsd. €	2015 Tsd. €	Veränderungen zu	
				2014 in %	2013 in %
Ergebnis vor Ertragsteuern	49.135	47.332	51.829	9,5	5,5
Ertragsteuern	14.460	13.927	13.599	-2,4	-6,0
Konzern-Jahresüberschuss	34.675	33.405	38.230	14,4	10,3

Die sonstigen betrieblichen Erträge (29,8 Mio. €; Vorjahr: 19,2 Mio. €) beinhalten neben dem laufenden Ertrag aus der jährlichen Auflösung des Sonderpostens zum Finanzierungsbeitrag (2,2 Mio. €) im Wesentlichen Erträge aus Kursdifferenzen (18,7 Mio. €; Vorjahr: 9,7 Mio. €) und der Auflösung von Rückstellungen (3,5 Mio. €; Vorjahr: 5,0 Mio. €) für aus zeitlichen Gründen unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen sowie Erträge aus wertberichtigten Forderungen (1,1 Mio. €).

Den Erlösen stehen betriebliche Aufwendungen von insgesamt 619,2 Mio. € (Vorjahr: 519,1 Mio. €) gegenüber. Sie sind damit um 100,1 Mio. € bzw. 19,3 Prozent höher ausgefallen als im Vorjahr. Den höchsten Anteil bei den Aufwendungen haben die veranstaltungsbezogenen Aufwendungen mit 331,4 Mio. € nach 266,2 Mio. € im Jahr 2014. Dies entspricht einer Aufwandsquote im Verhältnis zum Umsatz von 51,2 Prozent nach 48,0 Prozent im Vorjahr. 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 (zum Beispiel Hostessendienste) sowie die externe Hallenmiete und die Instandsetzung des Geländes in Frankfurt am Main. Letztere sind gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Mio. € angestiegen, da erneut verstärkte Aufwendungen für Gebäude und technische Anlagen notwendig waren.

Etwas unterproportional entwickelten sich die Personalkosten. Die Erhöhung der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter (+122) sowie Gehaltsanpassungen und die Auswirkungen der tariflichen Steigerungen am Standort Frankfurt am Main führten zu einem Anstieg der Aufwendungen um 15,8 Mio. € bzw. 12,1 Prozent. Trotz der starken Geschäftsausweitung ist die Personalkostenquote von 23,6 Prozent im Vorjahr auf 22,6 Prozent im Berichtsjahr zurückgegangen. Auch die Abschreibungen sind aufgrund der durchgeführten Investitionsmaßnahmen mit 55,5 Mio. € um 3,5 Mio. € höher ausgefallen. Sonstige betriebliche Aufwendungen wurden in Höhe von 85,8 Mio. € verbucht und liegen damit um 15,5 Mio. € über dem Vorjahr. Diese Position beinhaltet alle Aufwendungen, die nicht direkt mit den Veranstaltungen in Zusammenhang stehen, zum Beispiel Bürokosten, Leiharbeitskräfte, Aufwendungen aus Kursdifferenzen sowie Beratung und Unternehmensmarketing. Der Anstieg resultiert hauptsächlich aus höheren Aufwendungen aus Kursdifferenzen, aus Abgängen von Anlagevermögen sowie aus Aufwendungen für Leiharbeitskräfte.

Das Finanzergebnis bzw. Zinsergebnis ist mit -1,9 Mio. € etwas besser ausgefallen als im Vorjahr (-2,4 Mio. €). Während die Zinserträge mit 1,5 Mio. € um 0,1 Mio. € höher ausgefallen sind, haben sich die Zinsaufwendungen mit 3,5 Mio. € um 0,4 Mio. € gegenüber dem Vorjahr reduziert. Die Zinsaufwendungen resultieren im Wesentlichen aus dem Bankdarlehen der Messe Frankfurt Venue GmbH, das zur Finanzierung des Baus der Halle 3 aufgenommen wurde. Aufgrund der planmäßigen Tilgung in Höhe von insgesamt 10,3 Mio. € hat sich der Zinsaufwand verringert.

Hieraus resultiert ein verbessertes Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 56,4 Mio. € nach 51,1 Mio. € im Vorjahr.

Nach Abzug der Ertragsteuern (13,9 Mio. €) und der sonstigen Steuern (4,6 Mio. €) ergibt sich ein Konzern-Jahresüberschuss von 38,2 Mio. €, der ein neues Spitzenergebnis in der Unternehmensgeschichte nach 2008 (35,9 Mio. €) und 2013 (34,7 Mio. €) darstellt.

Die hieraus resultierende Umsatzrendite nach Steuern beträgt 5,9 Prozent nach 6,0 Prozent im Vorjahr. Im Verhältnis zum Eigenkapital zu Beginn des Geschäftsjahres (453,2 Mio. €) errechnet sich eine Rendite von 8,4 Prozent (Vorjahr: 7,8 Prozent).

Im Vergleich zur Planung hat sich das Ergebnis ebenfalls verbessert. Hierfür ist insbesondere die Umsatzsteigerung gegenüber Plan in Höhe von 35,6 Mio. € ursächlich, die überwiegend währungsbedingt entstanden ist. Darüber hinaus sind die sonstigen betrieblichen Erträge aufgrund der Auflösung von Rückstellungen und periodenfremden Erträgen höher ausgefallen. Diesen Mehrerlösen standen zunächst – ebenfalls währungsbedingt – höhere veranstaltungsbezogene Aufwendungen sowie Personalkosten im Ausland gegenüber. Zudem waren am Standort Frankfurt Mehraufwendungen für Anlagenunterhaltung sowie zusätzliche Instandhaltungs- und Bauerneuerungsrückstellungen zu berücksichtigen. Für voraussichtliche Verluste für Veranstaltungen des Folgejahres musste eine höhere Vorsorge getroffen werden. Schließlich ergaben sich außerplanmäßige Abschreibungen auf Veranstaltungsrechte und Firmenwerte und es kam ein leicht negativer Saldo aus Kursgewinnen und -verlusten zustande. Insgesamt fiel das Ergebnis nach Steuern um 8,2 Mio. € höher aus als geplant.

Die operative Ergebnisentwicklung spiegelt sich in der Ergebnis-Kennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) wider. Diese beträgt im Berichtsjahr 109,3 Mio. € nach 101,7 Mio. € im Vorjahr und stellt ebenfalls einen neuen Spitzenwert für den Konzern dar. Bezogen auf den Umsatz resultiert hieraus eine EBITDA-Marge des Geschäftsjahres von 16,9 Prozent (Vorjahr: 18,4 Prozent).

EBITDA-Entwicklung

	2013	2014	2015	Veränderungen zu	
	Tsd. €	Tsd. €	Tsd. €	2014	2013
				in Tsd. €	in Tsd. €
Konzern-Jahresüberschuss	34.675	33.406	38.230	4.824	3.555
Ertragsteuern	14.460	13.927	13.599	-328	-861
<u>zuzüglich Finanzergebnis</u>	<u>2.609</u>	<u>2.373</u>	<u>1.926</u>	<u>-447</u>	<u>-683</u>
<u>Abschreibungen</u>	<u>56.402</u>	<u>52.034</u>	<u>55.516</u>	<u>3.482</u>	<u>-886</u>
Konzern-EBITDA	108.146	101.740	109.271	7.531	1.125
EBITDA-Marge	19,9%	18,4%	16,9%		

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 26,8 Mio. € aus nach 25,3 Mio. € im Vorjahr. Diese Entwicklung ist trotz geringerer sonstiger betrieblicher Erträge (-0,4 Mio. €) in erster Linie auf ein besseres Finanzergebnis (+3,6 Mio. €) zurückzuführen. Der um 1,2 Mio. € geringere Materialaufwand, die um 1,6 Mio. € gestiegenen Personalkosten sowie die um 2,0 Mio. € höheren sonstigen betrieblichen Aufwendungen werden über die Verwaltungsumlage gegenüber den Tochtergesellschaften abgerechnet, sodass sich mit 50,0 Mio. € gestiegene Umsatzerlöse ergeben. Die Entwicklung beim Finanzergebnis resultiert neben einem verbesserten Zinsergebnis (+0,1 Mio. €) aus höheren Gewinnabführungen der Tochtergesellschaften (+3,9 Mio. €). Hintergrund hierfür sind die Ergebnisabführungsverträge mit der Messe Frankfurt Exhibition GmbH sowie der Messe Frankfurt Venue GmbH. Diese haben inklusive Ertragsteuerumlage 22,6 Mio. € bzw. 8,9 Mio. € an die Muttergesellschaft abgeführt. Im Vorjahr wurde per saldo ein Beteiligungsergebnis von 28,0 Mio. € erzielt.

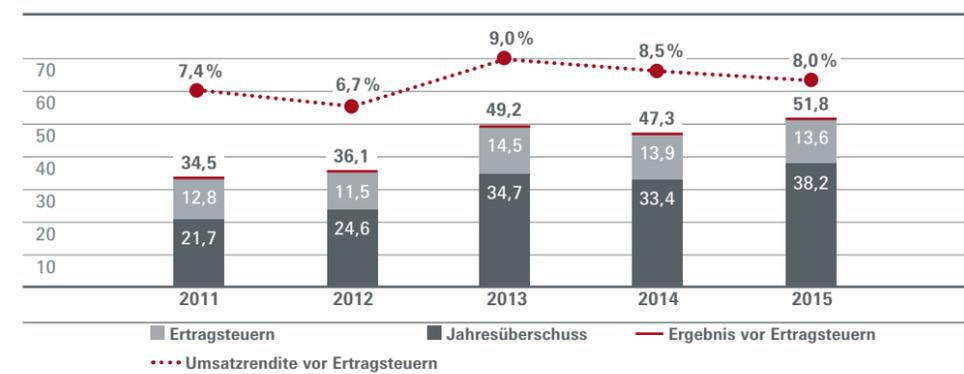
Die **Messe Frankfurt Exhibition GmbH** erzielte ein Ergebnis vor Ertragsteuern und Ergebnisabführung von 22,6 Mio. € (Vorjahr: 26,2 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere dadurch begründet, dass ungerade Jahre aufgrund des Mehrjahresturnus einiger Veranstaltungen aus Sicht der Messe Frankfurt Exhibition GmbH ergebnisschwächere Geschäftsjahre sind. So ist die Summe der Umsätze der Mehrjahresveranstaltungen im Berichtsjahr 2015 (ISH, Textextil und Texprocess) geringer als die der 2014 durchgeführten mehrjährigen Veranstaltungen Automechanika und Light + Building. Dies führte zu einem Umsatz vor Konsolidierung in Höhe von 237,1 Mio. €, der um 6,9 Mio. € unter dem des Vorjahres liegt. Trotz turnusbedingt geringerer veranstaltungsbezogener Aufwendungen (-3,4 Mio. €) sowie eines Rückgangs bei den Abschreibungen (-0,8 Mio. €) ergibt sich in Verbindung mit den Personalkosten (+0,5 Mio. €) und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (+1,2 Mio. €) ein Betriebsergebnis von -4,8 Mio. € (Vorjahr: -0,8 Mio. €). Das Finanzergebnis hingegen hat sich mit 25,6 Mio. € aufgrund höherer Beteiligungserträge der Tochtergesellschaften um 0,5 Mio. € verbessert. Wesentlicher Grund hierfür ist, dass vor allem die Beteiligungserträge aus China und Dubai sowie erstmalig aus den USA höher als im Vorjahr ausgefallen sind.

Für die **Messe Frankfurt Venue GmbH** war das Geschäftsjahr 2015 ergebnisstärker, da turnusbedingt die großen Gastveranstaltungen IAA Pkw und ACHEMA stattfanden. In Verbindung mit einem verbesserten Kongress- und Eventgeschäft konnten die – ebenfalls turnusbedingt – geringeren Umsätze mit der Schwestergesellschaft, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, mehr als kompensiert werden. Entsprechend dieser Entwicklung summieren sich im Berichtsjahr die Umsatzerlöse vor Konsolidierung auf 210,8 Mio. € (Vorjahr: 174,9 Mio. €). Die Aufwendungen betragen 208,8 Mio. € nach 179,1 Mio. € im Vorjahr. Dieser Anstieg (+16,6 Prozent) resultiert hauptsächlich aus den um 25,6 Mio. € höheren veranstaltungsbezogenen Aufwendungen (112,6 Mio. €) und ist neben dem Veranstaltungs-

turnus auf Instandhaltungs- und Bauerneuerungsrückstellungen zurückzuführen. Die Personalkosten sind aufgrund der tariflichen Steigerungen gegenüber dem Vorjahr um 0,6 Mio. € bzw. 3,2 Prozent auf 19,8 Mio. € angestiegen. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die im Wesentlichen Verwaltungsumlagen der Messe Frankfurt GmbH, Raumnebenkosten sowie Miet- und Pacht aufwendungen enthalten, haben sich mit 41,7 Mio. € gegenüber dem Vorjahr erhöht (38,1 Mio. €). Ursache hierfür ist, neben höheren Verwaltungs- und IT-Umlagen, ein Anstieg bei den Aufwendungen aus Abgang im Anlagevermögen (+1,7 Mio. €) sowie bei den periodenfremden Aufwendungen (+0,8 Mio. €). Die Abschreibungen hingegen liegen mit 34,7 Mio. € etwas unter dem Vorjahresniveau (34,8 Mio. €). Das Finanzergebnis fällt mit 6,3 Mio. € um 1,0 Mio. € höher aus als im Vorjahr. Zum einen hat sich das Zinsergebnis per saldo von -4,9 Mio. € auf -4,3 Mio. € verbessert und zum anderen sind die Ergebnisabführungen der Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Medien und Service GmbH und Accente Gastronomie Service GmbH gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 0,4 Mio. € auf 10,5 Mio. € gestiegen. Nach Berücksichtigung der Grundsteuern in Höhe von 3,1 Mio. € resultiert hieraus ein um 7,3 Mio. € verbessertes Ergebnis vor Ertragsteuern und Ergebnisabführung in Höhe von 8,9 Mio. € nach 1,6 Mio. € im Vorjahr.

Die Ergebnisse der **in- und ausländischen Tochtergesellschaften** der Messe Frankfurt Exhibition GmbH haben eine differenzierte Entwicklung genommen. Insgesamt summieren sich die ausländischen Jahresergebnisse im Berichtsjahr auf 31,1 Mio. € nach 23,5 Mio. € im Vorjahr. Wesentlichen Anteil daran hat der asiatische Teilkonzern, der 18,2 Mio. € nach 12,6 Mio. € im Jahr 2014 erwirtschaftet hat. Dabei ist vorwiegend die positive Entwicklung der Tochtergesellschaft in Hongkong für diesen Ergebnisanstieg verantwortlich. Weitere nennenswerte Gewinnanteile erzielten die Messe Frankfurt Middle East GmbH mit ihrer Betriebsstätte in Dubai mit 6,0 Mio. € (Vorjahr: 5,2 Mio. €) sowie Frankreich mit 2,0 Mio. € (Vorjahr: 1,8 Mio. €) und die Tochtergesellschaft in der Türkei mit 1,9 Mio. € (Vorjahr: 1,4 Mio. €). Während die Tochtergesellschaften in Südafrika, den USA und Mexiko sowie die Messe Frankfurt New Era in Hongkong Jahresfehlbeträge verzeichneten, können alle übrigen Veranstaltungs- und Vertriebsgesellschaften positive Jahresergebnisse ausweisen. Aber auch die inländische MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart trug mit einem Ergebnis vor Steuern und Gewinnabführung von 5,9 Mio. € (Vorjahr: 8,8 Mio. €) einen wesentlichen Anteil zum Konzernerfolg bei.

Konzern-Ergebnis vor Ertragsteuern und Umsatzrendite (in Mio. €)



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 45,5 Mio. € vorgenommen (Vorjahr: 55,8 Mio. €). Davon entfielen 16,8 Mio. € auf immaterielle Vermögensgegenstände, insbesondere in Form von Veranstaltungsrechten und Firmenwerten, durch den Erwerb der Anteile an den Gesellschaften ITEMF Expo A. O. in Russland, Yeni Dünya Fuarcilik Anonim Sirketi in der Türkei und Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd. in Hongkong (China). Die restlichen Zugänge bezogen sich auf Softwarelizenzen. Zudem wurden 28,8 Mio. € in Sachanlagen investiert, wobei 17,8 Mio. € auf Anlagen im Bau entfielen, die hauptsächlich die neue Halle 12 sowie die technische Sanierung der Halle 6 und die Erweiterung der Via Mobile betreffen. 7,2 Mio. € entfallen auf Betriebs- und Geschäftsausstattungen sowie 1,8 Mio. € auf Betriebsvorrichtungen in den Hallen. Die restlichen Zugänge betreffen kleinere Infrastrukturmaßnahmen. Zum Jahresende 2015 wird unter Berücksichtigung der Abschreibungen (55,5 Mio. €) und der Anlagenabgänge ein Anlagevermögen von 587,4 Mio. € (Vorjahr: 599,7 Mio. €) bilanziert, was einem Anteil von rund 66 Prozent an der Bilanzsumme (888,0 Mio. €) entspricht.

Das Umlaufvermögen ist um 37,5 Mio. € auf 297,9 Mio. € gestiegen. Dabei haben sich insbesondere die Wertpapiere um 22,1 Mio. € und der Bestand an Kassen- und Bankguthaben um 16,2 Mio. € erhöht. Dagegen fielen per saldo die Forderungen um 0,9 Mio. € geringer aus als im Vorjahr.

Auf der Passivseite wird für das Eigenkapital aufgrund des im Geschäftsjahr erzielten Jahresüberschusses (38,2 Mio. €), der erfolgten Ausschüttungen (17,1 Mio. €), der Veränderung des Minderheitskapitals (1,1 Mio. €) sowie der Veränderung der Eigenkapitaldifferenz aus der Fremdwährungsumrechnung (+2,3 Mio. €) ein Wert von 475,5 Mio. € bilanziert, der um 22,3 Mio. € über dem des Vorjahres (453,2 Mio. €) liegt. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von rund 53,5 Prozent und führt zu einer Anlagendeckung 1. Grades von rund 81 Prozent. In Verbindung mit dem eigenkapitalnahen Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (19,0 Mio. €) sowie dem ebenfalls überwiegend langfristig zur Verfügung stehenden Anteil des passiven Rechnungsabgrenzungspostens (pRAP) von 21,8 Mio. € und den mittel- und langfristigen Rückstellungen (32,0 Mio. €) erhöht sich die Anlagendeckung 2. Grades auf 93 Prozent.

Die Rückstellungen haben sich mit 90,3 Mio. € gegenüber dem Vorjahr um 6,8 Mio. € erhöht. Sie umfassen neben den einzeln ausgewiesenen Pensions- und Steuerrückstellungen (+0,4 Mio. € bzw. –0,8 Mio. € zum Vorjahr) vornehmlich Rückstellungen für Ansprüche der Belegschaft, unterlassene Instandsetzungsmaßnahmen und Bauerneuerungsverpflichtungen, drohende Verluste für Veranstaltungen des Folgejahres sowie ausstehende Rechnungen. Sie betragen insgesamt 58,8 Mio. € (+7,2 Mio. € zum Vorjahr).

Die Verbindlichkeiten des Konzerns summieren sich auf 270,9 Mio. € (Vorjahr: 272,7 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von rund 31 Prozent an der Bilanzsumme und führt – im Verhältnis zum Eigenkapital – zu einem Verschuldungsgrad von rund 57 Prozent nach rund 60 Prozent im Vorjahr. Im Laufe des Jahres 2015 hat die Messe Frankfurt Venue GmbH Bankdarlehen in Höhe von insgesamt 10,1 Mio. € planmäßig getilgt. Andererseits haben sich die von Ausstellern erhaltenen Anzahlungen für die Messen des ersten Quartals 2016 um 8,9 Mio. € gegenüber dem Vorjahr erhöht. Des Weiteren sind die sonstigen Verbindlichkeiten infolge einer gestiegenen Umsatzsteuerzahllast um 0,7 Mio. € höher und die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stichtagsbedingt um 1,3 Mio. € geringer ausgefallen.

Finanzierung

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (80,6 Mio. €) sowie aus der Finanzierungstätigkeit (30,5 Mio. €) konnte durch die vorhandene Liquidität und den positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (110,3 Mio. €) gedeckt werden. Aufgrund der Cashflows ergibt sich für den Finanzmittelfonds ein um 1,0 Mio. € geringerer Wert von 164,7 Mio. €.

Entwicklung des Finanzmittelfonds

Kapitalflussrechnung (verkürzt)	2013 Mio. €	2014 Mio. €	2015 Mio. €
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	109,9	138,8	165,7
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	103,0	115,4	110,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit	–19,6	–59,0	–80,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–54,5	–30,3	–30,5
Zahlungswirksame Veränderungen	28,9	26,1	–0,8
Konsolidierungsbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	0,0	0,8	–0,2
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	138,8	165,7	164,7

Werte für 2013 und 2014 wurden gem. DRS 21 angepasst

IV. Nachtragsbericht

Im Rahmen der Finanzierung des Baus der Halle 12 haben die Gesellschafter der Messe Frankfurt GmbH im Februar 2016 einer Kapitalerhöhung von 40 Mio. € bei der Messe Frankfurt Venue GmbH zugestimmt.

Ende März 2016 haben die Messe Essen GmbH und die Messe Frankfurt Exhibition GmbH vereinbart, die bisher in Essen durchgeführte Weltleitmesse REIFEN ab 2018 parallel zur Automechanika in Frankfurt stattfinden zu lassen. Damit ist es gelungen, das Portfolio der weltweit führenden Messemarke Automechanika auf ideale Weise zu ergänzen. Der Industrie wird ein gemeinsamer Termin geboten und für den Handel und den Werkstattbereich werden sämtliches Know-how und alle Leistungen an einem Ort gebündelt. Dieser Zusammenschluss soll nicht nur für Frankfurt gelten, sondern auch für die anderen 14 Automechanika-Messen weltweit.

Weiterhin haben die DECHEMA Ausstellungs-GmbH als Veranstalter der ACHEMA und die Messe Frankfurt Venue GmbH im März 2016 vereinbart, ihre erfolgreiche Zusammenarbeit für die kommenden drei Veranstaltungen fortzusetzen. Entsprechend wurde der Vertrag bis 2024 verlängert.

Darüber hinaus sind nach Ablauf des Geschäftsjahres 2015 bis zur Erstellung des Lageberichts keine weiteren Vorgänge von besonderer Bedeutung für die Lage des Konzerns eingetreten.

V. Prognose-, Chancen- und Risikobericht

In Deutschland ist die gesamtwirtschaftliche Produktion im Jahresverlauf 2015 ohne größere Schwankungen leicht gestiegen – ein Trend, der sich im Jahr 2016 nach Einschätzung des Ifo Instituts fortsetzen dürfte. Maßgeblich hierfür sind die günstigen Rahmenbedingungen für die deutsche Wirtschaft. Die Finanzierungsbedingungen für neue Unternehmens- und Bauinvestitionen sind aufgrund niedriger Kreditzinsen äußerst vorteilhaft. Zudem wird die Finanz- und Sozialpolitik ihre expansiven Impulse erhöhen, nicht zuletzt aufgrund der im Zusammenhang mit der Flüchtlingsmigration deutlich steigenden staatlichen Konsumausgaben und Transfers. Die Stütze des Aufschwungs aber wird der private Konsum bleiben, unter anderem auch deshalb, weil die erneut gesunkenen Rohölpreise den Ausgabenspielraum der Verbraucher erhöhen.⁶

Der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) erwartet für das Jahr 2016 eine ähnlich positive Entwicklung bei den 185 internationalen und nationalen Messen wie im Jahr 2015.⁷ Diese Prognose für die Entwicklung der einzelnen Messen deckt sich mit dem Ergebnis einer Umfrage des AUMA bei den Messeveranstaltern im Rahmen der Verbandsumfrage des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW), in die der AUMA einbezogen war. Danach liegen die Umsatzerwartungen der Messeveranstalter für das gesamte In- und Auslandsgeschäft, bereinigt um Turnusschwankungen im Messeprogramm, etwas über dem Ergebnis von 2015.⁸

Entsprechend der Befragung des AUMA_MesseTrend 2016 wollen die ausstellenden Unternehmen in Deutschland in den Jahren 2016/2017 4,6 Prozent mehr Geld als 2014/2015 in Messebeteiligungen investieren. Nach Einschätzung des AUMA muss manche Erhöhung des Messe-Etats auch Preissteigerungen auffangen. Unabhängig davon zeigt die Untersuchung aber, dass Messebeteiligungen in der deutschen Wirtschaft weiter eine sehr hohe Akzeptanz als Marketinginstrument haben. Dazu passt, dass 84 Prozent der befragten Aussteller ihre Messebeteiligung im Rahmen ihrer B-to-B-Kommunikation als wichtig oder sehr wichtig betrachten. In der Anzahl der Messebeteiligungen gibt es im Inland und Ausland einen leicht gegenläufigen Trend. Rund zwei Drittel der ausstellenden Unternehmen planen 2016/2017 gleich viele Messebeteiligungen im Inland wie in den beiden letzten Jahren. Immerhin 19 Prozent wollen sich öfter beteiligen, 16 Prozent seltener. Damit gibt es erstmals seit Jahren wieder mehr Firmen, die eine größere Zahl von Inlandsbeteiligungen planen, als solche, die weniger planen. In den letzten Jahren waren beide Anteile etwa gleich. Auf ausländischen Märkten setzen sehr viele Firmen auf Kontinuität: Drei Viertel wollen dort die Zahl ihrer Messeauftritte beibehalten. Auffällig ist jedoch, dass nur 9 Prozent mehr Beteiligungen planen, aber 17 Prozent weniger. Hier dürften sich auch Unsicherheiten über die Entwicklungen mancher Auslandsmärkte niederschlagen. Demgegenüber gewinnen Beteiligungen im Inland offensichtlich zusätzlich an Attraktivität.⁹

Markt-, Branchen- und Veranstaltungsrisiken

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist insgesamt abhängig von der allgemeinen Konjunktur und den Entwicklungen der Branchen, für die 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. Die weiter zunehmende Globalisierung und die zunehmende 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 und ihre Ertragskraft zu stärken. 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.

⁶ Ifo Konjunkturbericht 4/2015, erstellt für die Messe Frankfurt GmbH

⁷ AUMA Compact Nr. 02/2016 vom 29. Januar 2016

⁸ Institut der deutschen Wirtschaft Köln: Anlage zur Pressemitteilung Nr. 77 vom 27. Dezember 2015

⁹ AUMA: Pressemitteilung zum AUMA_MesseTrend vom 7. Januar 2016

Im Hinblick auf eine weitere Internationalisierung des Veranstaltungsgeschäfts werden zwei Richtungen verfolgt: 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 Geschäftsjahr 2016 sind konzernweit acht neue Veranstaltungen geplant. Konkret gehen davon drei in Asien, zwei im Mittleren Osten sowie jeweils eine in Europa, den USA und Südafrika an den Start.

Die konjunkturellen Probleme in wichtigen Veranstaltungsbranchen weltweit, verbunden mit strukturellen Schwierigkeiten wie der fortschreitenden Konzentration im Handel, stellen für Marken wie die Tendence oder die Musikmesse 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.

Veränderungen in einzelnen Branchen oder Ortswechsel von Veranstaltungen bieten Möglichkeiten für eigene Neuentwicklungen.

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 nicht zuletzt aufgrund der möglichen politischen Entwicklungen in Nordafrika Schwierigkeiten bei der Aussteller- und Besuchergewinnung auftreten. Gleiches gilt für die Veranstaltungen der Tochtergesellschaft in Istanbul aufgrund der innenpolitisch angespannten Situation sowie in Russland infolge der Ereignisse in der Ukraine.

Die Erfahrung zeigt, dass international agierende Ausstellerfirmen nach erfolgreicher Etablierung einer Tochter- oder Vertriebsgesellschaft häufig dieser die Entscheidung überlassen, ob sie sich an Auslandsveranstaltungen beteiligen.

Auch in den Boom-Regionen wie China kommt es inzwischen zu Marktkonsolidierungen und Fusionen, die zu einem Rückgang der Ausstellerzahlen in den jeweiligen Branchen führen können.

Der Messemarkt in Europa ist weitgehend gesättigt. Zudem ist die Wirtschaftslage in einigen Regionen nach wie vor volatil, wovon auch einige Tochtergesellschaften betroffen sind (Russland, Argentinien, Mittlerer Osten). Daher ist immer die Gefahr immanent, dort Veranstaltungen und damit Marktanteile zu verlieren. 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 die Veranstalter von Messen.

Weitere Risiken zeichnen sich ab 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 resultiert eine größere Abhängigkeit von einzelnen Veranstaltungen und Branchen. Diesem Risiko wird mit dem weiteren Rollout von Brand-Veranstaltungen, der Neuentwicklung von Messethemen und 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 Bau- und Instandhaltungsmaßnahmen ergeben, die erst im Rahmen von Sanierungsarbeiten erkannt werden oder aufgrund von Sicherheitsbestimmungen kurzfristig ungeplant umgesetzt werden müssen.

Dem Risiko, dass durch Katastrophen oder Krisen Veranstaltungen oder das Messegelände bedroht werden, wird durch entsprechende Versicherungen und Sicherheitsmaßnahmen wie konzernweit abgestimmte Notfallpläne und Kommunikationsmaßnahmen sowie mithilfe des Operation & Security Center begegnet.

Administrative Risiken

Grundsätzlich verfolgt die Gesellschaft bei Finanzierungen im Hinblick auf Zinsrisiken eine konservative Strategie. Zinsänderungsrisiken, die sich negativ auf das Ergebnis auswirken, 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.

Ergebnisschwankungen durch Fremdwährungsrisiken sollen nach Möglichkeit reduziert werden. Der Abschluss von Devisen-Derivaten ist an Grundgeschäfte bzw. verbindliche Planannahmen gebunden. Sie werden vor allem bei Ausschüttungen ausländischer Tochtergesellschaften und bei internen Geldanlagen vorgenommen. Zum Bilanzstichtag bestanden im Konzern vier Währungssicherungen. Eine diente der Absicherung einer zweiten Kaufpreistranche für die Gesellschaft in Südafrika. Die drei weiteren Geschäfte basierten auf konzerninternen Geldanlagen in HKD und USD von der Asia Holding sowie der Messe Frankfurt Middle East.

Dem Liquiditäts- und dem Ausfallrisiko von Forderungen beugt die Gesellschaft dadurch vor, dass sie ihre Leistungen im Vorfeld der Veranstaltungen fakturiert und fällig stellt. Darüber hinaus verfügt die Gesellschaft über ein adäquates Debitorenmanagement und ein effektives Mahnwesen. Ausfälle von Forderungen sind daher nur in Ausnahmefällen zu verzeichnen.

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.

Gesamtaussage

Aufgrund der konjunkturellen Rahmenbedingungen und des weiterhin hohen Stellenwerts von Messen und Ausstellungen im Rahmen des Marketings der Aussteller sieht sich die Geschäftsführung der Messe Frankfurt GmbH gut gerüstet, die sich bietenden Chancen nutzen und die Risiken bewältigen zu können.

Prognose

Grundsätzlich sieht die Messe Frankfurt Wachstumsmöglichkeiten sowohl im Inland als auch im Ausland, vorrangig auf folgenden Handlungsfeldern:

- Steigerung der Auslastung am Standort Frankfurt
- Weitere Internationalisierung der Messemarken durch Ausrollen in die definierten Märkte
- Erweiterung der Marktanteile an Serviceleistungen sowohl im Bereich der Hardware (Standbau, Catering, Advertising) als auch zunehmend im Bereich digitaler Dienstleistungen

Vor diesem Hintergrund erwartet die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt 2016 erneut ein positives Geschäftsjahr. Anlass hierzu geben das starke Interesse und die stabile Nachfrage nach den großen Messen im Frühjahr 2016 im In- und Ausland und der damit verbundene Flächenbedarf. Obwohl 2016 insbesondere die starken Eigenveranstaltungen Automechanika und Light + Building sowie die IFFA und Texcare International stattfinden, führt der Turnus der großen Gastveranstaltungen IAA Pkw und ACHEMA dazu, dass im anstehenden Geschäftsjahr von einer etwas geringeren Geländeauslastung ausgegangen wird. Im Ausland wird aufgrund des Messeturnus und neuer Veranstaltungen mit einer Geschäftsentwicklung auf Vorjahresniveau gerechnet.

Für das Jahr 2016 plant die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt mit 640 Mio. € einen Umsatz etwas unter Vorjahreshöhe. Im Hinblick auf das Ergebnis wird jedoch ein Anstieg des Jahresüberschusses auf rund 40 Mio. € erwartet.

Frankfurt am Main, den 31. März 2016

Wolfgang Marzin

Detlef Braun

Uwe Behm

Konzern-Abschluss der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2015

Aktiva	Anhang	Stand 31.12.2014 Tsd. €	Stand 31.12.2015 €	€
A. Anlagevermögen	(1)			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		50.365	51.706.340,65	
II. Sachanlagen		549.362	535.656.152,60	
III. Finanzanlagen		20	20.451,68	
		599.747	587.382.944,93	
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	(2)			
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe		320	368.686,75	
2. Unfertige Leistungen		318	213.073,17	
3. Waren		490	559.309,48	
4. Geleistete Anzahlungen auf Vorräte		0	21.594,92	
		1.128	1.162.664,32	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3)	13.257	15.979.220,31	
2. Sonstige Vermögensgegenstände	(4)	35.294	31.654.162,95	
		48.551	47.633.383,26	
III. Sonstige Wertpapiere	(5)	39.698	61.803.927,30	
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	(6)	171.063	187.288.586,21	
		260.441	297.888.561,09	
C. Rechnungsabgrenzungsposten		3.091	2.637.335,21	
D. Aktive latente Steuern	(7)	182	115.874,52	
		863.460	888.024.715,75	
Passiva				
A. Konzern-Eigenkapital	(8)			
I. Gezeichnetes Kapital		180.000	180.000.000,00	
II. Kapitalrücklage		112.148	112.148.640,00	
III. Gewinnrücklagen				
– andere Gewinnrücklagen		83.386	83.535.952,28	
IV. Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung		-2.423	436.349,68	
V. Gewinnvortrag		40.081	57.152.545,91	
VI. Konzern-Gewinn		30.222	33.218.384,92	
VII. Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter		9.768	8.985.359,14	
		453.182	475.477.231,93	
B. Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	(9)	0	1.505.726,45	
C. Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen	(10)	23.263	21.116.000,00	
D. Rückstellungen				
I. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		10.817	11.248.280,36	
II. Steuerrückstellungen		21.125	20.304.263,75	
III. Sonstige Rückstellungen	(11)	51.601	58.775.913,03	
		83.543	90.328.457,14	
E. Verbindlichkeiten	(12)			
I. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		67.770	57.642.167,43	
II. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		168.919	177.810.365,51	
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		27.840	26.555.208,38	
IV. Sonstige Verbindlichkeiten		8.177	8.849.359,26	
		272.706	270.857.100,58	
F. Rechnungsabgrenzungsposten	(13)	25.999	23.899.925,03	
G. Passive latente Steuern	(14)	4.767	4.840.274,62	
		863.460	888.024.715,75	

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015

	Anhang	2014 Tsd. €	Tsd. €	2015 €	€
1. Umsatzerlöse	(16)	554.189		647.824.784,05	
2. Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen	(17)	-811		-104.887,38	
3. Sonstige betriebliche Erträge	(18)	19.204		29.812.350,11	
		572.582	572.582		677.532.246,78
4. Veranstaltungsbezogene Aufwendungen	(19)	266.177		331.437.793,45	
5. Personalaufwand	(20)	130.671		146.480.607,49	
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(21)	52.034		55.516.260,54	
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen	(22)	70.230		85.777.605,72	
			519.112		619.212.267,20
8. Finanzergebnis	(23)		-2.373		-1.925.644,84
9. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			51.096		56.394.334,74
10. Steuern	(24)		17.690		18.164.586,58
11. Konzern-Jahresüberschuss			33.406		38.229.748,16
12. Auf andere Gesellschafter entfallender Gewinn			-3.650		-5.378.464,90
13. Auf andere Gesellschafter entfallender Verlust			466		367.101,66
14. Konzern-Gewinn			30.222		33.218.384,92

Konzern-Anhang der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015

Allgemeine Angaben

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

Um die Klarheit der Darstellung im Konzern-Abschluss zu verbessern, sind einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst und daher in diesem Anhang gesondert aufgliedert und erläutert. Aus dem gleichen Grunde werden die Angaben zur Mitzugehörigkeit zu anderen Posten und Davon-Vermerke ebenfalls an dieser Stelle gemacht.

Konsolidierungskreis

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

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
 Messe Frankfurt Middle East 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
 ITEMF Expo A.O., Moskau/Russland
 Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China
 Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong/China
 Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai/China
 Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China
 Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China
 Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China
 Messe Frankfurt New Era Advertising (Shenzhen) Co. Ltd., Shenzhen/China
 Mesago Messe Frankfurt Corporation, Tokyo/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
 South African Shows Messe Frankfurt (Pty) Ltd., Johannesburg/Südafrika

einbezogen, bei denen die Messe Frankfurt GmbH aufgrund der Mehrheit der Stimmrechte unmittelbar oder mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben kann.

Zum 2. September 2015 wurde durch die Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul/Türkei, die Gesellschaft Yeni Dünya Fuarçılık Anonim Sirketi, Istanbul/Türkei, mit einem Anteil von 100 Prozent erworben. Zum 20. Oktober 2015 wurde die Gesellschaft auf die Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul/Türkei, verschmolzen.

Zum 9. September 2015 wurden durch die Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong/China, die restlichen Anteile (30 Prozent) an der Gesellschaft Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China, erworben.

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

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

SMT/ASIC/Hybrid MESAGO Messe & Kongreß GmbH & Co. oHG, Nürnberg (75 Prozent)
 PAACE Automechanika Mexico LLC, Atlanta/USA (50 Prozent)
 ITEMF Expo A.O., Moskau/Russland (50 Prozent)

Zum 6. Februar 2015 wurde durch die O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland, die Gesellschaft Media Globe Hannover Expo CJSC, Moskau/Russland, mit einem Anteil von 50 Prozent erworben und in ITEMF Expo A.O. umbenannt.

Konsolidierungsgrundsätze und Währungsumrechnung

Stichtag des Konzern-Abschlusses ist der 31. Dezember 2015. Mit Ausnahme der Gesellschaft Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien, und ITEMF Expo A.O., Moskau/Russland, die ihren Abschluss auf den 31. März bzw. auf den 30. September eines jeden Jahres erstellen und in Form von Zwischenabschlüssen zum 31. Dezember 2015 in den Konzernabschluss einbezogen wurden, haben alle einbezogenen Tochtergesellschaften den Stichtag 31. Dezember 2015.

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 und Verbindlichkeiten sowie 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 Geschäfts- oder Firmenwert ergab, wird 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 wird mit 15 Jahren angesetzt, da von einer langfristigen Ausrichtung des Messegeschäfts ausgegangen wird und der Geschäfts- oder Firmenwert über diese Zeitspanne genutzt werden kann. Ein sich nach § 301 Abs. 3 HGB aus der Kapitalkonsolidierung ergebender, auf der Passivseite auszuweisender Unterschiedsbetrag wird gesondert nach dem Eigenkapital als Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung ausgewiesen.

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 Devisenkurse zum Vorjahr entstehenden Differenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral in den Posten Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung eingestellt.

Die Aufwendungen und Erträge eines Geschäftsjahres 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, Währungsumrechnungen

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 sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige lineare Abschreibungen vermindert.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten bilanziert und um nutzungsbedingte Abschreibungen und gegebenenfalls außerplanmäßige Abschreibungen vermindert. Die nutzungsbedingten Abschreibungen werden nach unveränderten Grundsätzen linear durchgeführt. Im Fall der technischen Ertüchtigung bereits abgeschriebener Hallen wurde eine Nutzungsdauer von zehn Jahren zugrunde gelegt. Neuzugänge werden im Jahr des Zugangs pro rata temporis beschrieben. Bei Neuzugängen im Zeitraum von 1989 bis 1993 wurde von dem Wahlrecht einer höheren Abschreibung für Gebäude gemäß § 7 Abs. 5 EStG Gebrauch gemacht.

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 150 € sind im Jahr des Zugangs als Aufwand erfasst worden. Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als 150 € bis 410 € werden im Jahr des Zugangs voll beschrieben; ihr Abgang wird unterstellt.

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

Das Vorratsvermögen wird zu Anschaffungskosten oder zu niedrigeren Tagespreisen am Bilanzstichtag angesetzt.

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

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennwert bilanziert.

Das Körperschaftsteuerguthaben der inländischen Konzerngesellschaften nach dem SEStEG ist zum Barwert angesetzt.

Im Messe Frankfurt Konzern werden derivative Finanzinstrumente grundsätzlich nur zur Absicherung von Risiken aus einem entsprechenden Grundgeschäft abgeschlossen. Sofern die Voraussetzungen

des § 254 HGB erfüllt sind, werden Bewertungseinheiten gebildet und entsprechend § 254 Satz 1 HGB die § 249 Abs. 1, § 252 Abs. 1 Nr. 3 und 4, § 253 Abs. 1 Satz 1 und § 256a HGB in diesen Fällen nicht angewendet.

Wertpapiere werden mit den Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren beizulegenden Wert unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken bewertet.

Die flüssigen Mittel werden mit ihrem Nennwert bilanziert.

Der Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen wurde im Geschäftsjahr 2000 gebildet und enthält einen von der Stadt Frankfurt am Main im Zusammenhang mit dem Bau des Rebstock-Parkhauses gezahlten Finanzierungsbeitrag. Die ertragswirksame Auflösung des Sonderpostens erfolgt korrespondierend zur Abschreibung des zugehörigen Anlagevermögens über eine Nutzungsdauer von 25 Jahren. In Anwendung des in Art. 67 Abs. 3 EGHGB eingeräumten Wahlrechts wurde der Sonderposten mit Rücklageanteil nach den §§ 247 Abs. 3, 273 HGB in der bis zum 28. Mai 2009 geltenden Fassung auch für Abschlüsse ab 2010 beibehalten.

Grundsätzlich werden Rückstellungen in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (das heißt einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) gebildet. Sie berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen sowie drohenden Verluste aus schwebenden Geschäften. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden abgezinst.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden grundsätzlich nach der Projected Unit Credit Method (PUC-Methode) unter Verwendung der „Richttafeln Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wird pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 3,89 Prozent (im Vorjahr: 4,53 Prozent) gemäß der Ruckstellungsabzinsungsverordnung vom 18. November 2009 verwendet. Erwartete Rentensteigerungen werden mit 2,0 Prozent berücksichtigt.

Bei der Accente Gastronomie Service GmbH werden die Rückstellungen für Pensionen nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wird pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz bei einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 3,89 Prozent (Vorjahr: 4,53 Prozent) verwendet. Erwartete Gehaltssteigerungen werden mit 2,5 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent) und erwartete Rentensteigerungen mit 2,0 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) berücksichtigt. Die Fluktuation wird pauschal mit 1,8 Prozent (Vorjahr: 1,8 Prozent) berücksichtigt.

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 1.170 Tsd. € (Vorjahr: 1.089 Tsd. €) wird mit dem Erfüllungsbetrag der Schuld verrechnet.

Die in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesene Rückstellung für Altersteilzeit wird entsprechend den Grundsätzen des IDW RS HFA 3 und den Regelungen des HGB unter Anwendung eines Zinsfues nach § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB von 3,89 Prozent (Vorjahr: 4,53 Prozent) bewertet. Die künftigen Gehaltssteigerungen werden durch eine Gehaltsdynamik in Höhe von 2,0 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) berücksichtigt. Hinsichtlich der Sozialabgaben wird unter Berücksichtigung der Beitragsbemessungsgrenzen für die Renten- und Arbeitslosenversicherung (West) und der Kranken- und Pflegeversicherung ein Beitragssatz von 19,025 Prozent (Vorjahr: 19,025 Prozent) zugrunde gelegt.

Die Bewertung der in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesenen Jubiläumsleistungen erfolgt 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 3,89 Prozent (Vorjahr: 4,53 Prozent). Des Weiteren werden die bei der Auszahlung des Jubiläumsgeldes anfallenden Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung pauschal mit 14,5 Prozent (Vorjahr: 14,5 Prozent) der Jubiläumsgeldzahlungen angesetzt.

Die Steuerrückstellungen beinhalten die das Geschäftsjahr betreffenden, noch nicht veranlagten Steuern.

Die Rückstellung für Aufbewahrungsverpflichtungen wird auf Vollkostenbasis – mit einem Abschlag von 20,0 Prozent für freiwillig aufbewahrte Unterlagen – ermittelt. Es wird eine Teuerungsrate von 1,0 Prozent (Vorjahr: 1,0 Prozent) und eine durchschnittliche Aufbewahrungsdauer (Multiplikator) von 4,5 Jahren zugrunde gelegt. Die Abzinsung erfolgt über 4,5 Jahre mit dem Abzinsungssatz der Deutschen Bundesbank in Höhe von 2,64 Prozent (Vorjahr: 3,36 Prozent).

Die Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen wurden für Verpflichtungen gegenüber der DB AG aufgrund von errichteten Fazilitäten auf und über dem Bahngelände und den Bahngleisen gebildet. Die Rückstellungen werden unter Anwendung des amtlichen Preisindex für den Neubau von Nichtwohngebäuden, sonstigen Bauwerken und Instandhaltung von Wohngebäuden des Statistischen Bundesamtes auf der Grundlage von in Vorjahren ermittelten Kostenschätzungen ratierlich über die angenommenen Nutzungsdauern der Einrichtungen von 40 Jahren aufgebaut. Zur Ermittlung des Erfüllungsbetrages wurden die künftigen Preissteigerungen in Abhängigkeit von den angenommenen Restnutzungsdauern mit 2 Prozent (Vorjahr: 3,5 Prozent) jährlich berücksichtigt. Die Abzinsung der Verpflichtung erfolgt in Abhängigkeit von den angenommenen Nutzungsdauern mit Zinszahlen zwischen 3,36 Prozent und 3,99 Prozent (Vorjahr: zwischen 4,15 Prozent und 4,59 Prozent).

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen darüber hinaus alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Für mögliche Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern wurde vorgesorgt. Dabei wurde das Beibehaltungswahlrecht nach Art. 67 EGHGB in Anspruch genommen.

Die Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag bilanziert.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden das Imparitäts- und das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 HGB) sowie 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 die Ermittlung latenter Steuern nach § 274 Abs. 1 HGB aufgrund von temporären Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen der Bilanzposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastungen mit dem Steuersatz im Zeitpunkt des voraussichtlichen Abbaus der Differenzen in Höhe von grundsätzlich 31,9 Prozent wie im Vorjahr bewertet und nicht abgezinst.

Zum 31. Dezember 2015 ergeben sich künftige Steuerbelastungen aufgrund von Bilanzierungs- und Bewertungsunterschieden im Wesentlichen bei dem Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen, den passiven Rechnungsabgrenzungsposten sowie den entgeltlich erworbenen

Konzessionen und gewerblichen Schutzrechten. Darüber hinaus ergeben sich weitere passive latente Steuern bei den Grundstücken und Gebäuden sowie den Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet. Die in den Saldierungsbereich einbezogenen aktiven latenten Steuern beruhen insbesondere auf temporären Unterschieden aus handels- und steuerrechtlicher Betrachtungsweise bei den Posten Grundstücke und Gebäude, entgeltlich erworbene Konzessionen und gewerbliche Schutzrechte, Forderungen und Rückstellungen. Die Aktivierung der nach Verrechnung verbleibenden latenten 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, soweit die Umkehr der temporären Differenz im Inland zu erwarten ist, 31,9 Prozent.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Zur Ermittlung des aktuellen Wertes der vertraglichen Verpflichtungen der Messe Frankfurt Venue GmbH zu Instandhaltung, Erneuerung und Rückbau der in fremdem Eigentum auf dem Messegelände befindlichen Bahnbrücken wurde im Geschäftsjahr von der Gesellschaft ein Gutachten in Auftrag gegeben. Hieraus ergab sich eine Zuführung in Höhe von 1.386 Tsd. € zur bisherigen Rückstellung für Bauerneuerung. Sie resultiert aus den aktualisierten Wiederherstellungskosten in Verbindung mit einer angepassten Nutzungsdauerschätzung der Objekte sowie den daraus folgenden Abzinsungen. Des Weiteren wurde auf Basis des Gutachtens erstmalig für die im Jahr 1998 errichteten zusätzlichen Bahnbrücken eine Rückstellung für Bauerneuerung in Höhe von 3.408 Tsd. € gebildet.

Darüber hinaus wurde entsprechend dem Gutachten ein Instandhaltungsbedarf der auf dem Messegelände in Frankfurt befindlichen, in fremdem Eigentum stehenden Bahnbrücken festgestellt und entsprechend den Ergebnissen des Gutachtens in Höhe von 3.228 Tsd. € als Rückstellung erfasst.

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 sind im Anlagespiegel in der Anlage zum Konzern-Anhang dargestellt. Die Zugänge bei den immateriellen Vermögensgegenständen resultieren im Wesentlichen aus erworbenen Veranstaltungsrechten, die Zugänge im Sachanlagevermögen hauptsächlich aus Zugängen von Grundstücken und Gebäuden, Betriebsvorrichtungen sowie sonstigem Inventar. Die im Rahmen der Konsolidierung entstandenen Geschäfts- oder Firmenwerte und aufgedeckte stille Reserven werden im Anlagespiegel in der Zugangsspalte ausgewiesen.

Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Anlagenklasse gliedert sich wie folgt:

Anlagenklasse	Nutzungsdauer
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3–5 Jahre
Geschäfts- oder Firmenwerte	15 Jahre
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	10–40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5–10 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–15 Jahre

(2) Vorräte

Es handelt sich im Wesentlichen um Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, abrechenbare Vorleistungen für Veranstaltungen der Folgejahre sowie Waren.

(3) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

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

(4) Sonstige Vermögensgegenstände

	Gesamt		davon mehr als ein Jahr	
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015
Steuern	15.731	17.206	3.760	2.334
Geleistete Anzahlungen	7.040	5.619	414	0
Sonstiges	12.523	8.829	304	306
	35.294	31.654	4.478	2.640

Bei den Steuern handelt es sich vornehmlich um Ertragsteuervorauszahlungen sowie um Forderungen aus dem Körperschaftsteuerguthaben aufgrund des SEStEG in Höhe von 12.762 Tsd. € (Vorjahr: 10.902 Tsd. €) und Forderungen aus Umsatzsteuer in Höhe von 4.369 Tsd. € (Vorjahr: 4.682 Tsd. €).

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen gegen die Gesellschafterin Stadt Frankfurt am Main in Höhe von 912 Tsd. € (Vorjahr: 736 Tsd. €) enthalten.

(5) Wertpapiere

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

(6) Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

	31.12.2014	31.12.2015
Schecks und Kassenbestand	890	826
Guthaben bei Kreditinstituten	170.173	186.462
Summe flüssige Mittel	171.063	187.288

Unter den Guthaben bei Kreditinstituten werden Festgelder in Höhe von 93.982 Tsd. € (Vorjahr: 121.498 Tsd. €) ausgewiesen.

Die Abweichung zu dem in der Kapitalflussrechnung ausgewiesenen Finanzmittelfonds in Höhe von 164.721 Tsd. € (Vorjahr: 165.662 Tsd. €) beträgt 22.568 Tsd. € (Vorjahr: 5.401 Tsd. €) und resultiert aus Termingeldeinlagen, die bei Erwerb eine Restlaufzeit von mehr als drei Monaten hatten.

(7) Aktive latente Steuern

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

(8) Eigenkapital

Die Aufgliederung des Eigenkapitals einschließlich der Anteile fremder Gesellschafter ist als Bestandteil des Konzern-Abschlusses beigefügt.

(9) Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung

Der sich nach § 301 Abs. 3 HGB aus dem Erwerb der restlichen Anteile an der Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China, ergebende passivisch auszuweisende Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung wird nach DRS 4.41a) planmäßig über die gewichtete durchschnittliche Restnutzungsdauer der erworbenen bzw. durch die Anwendung der Neubewertungsmethode aufgedeckten Vermögensgegenstände ertragswirksam vereinnahmt.

(10) 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 mit der Abschreibung des Parkhauses über eine Nutzungsdauer von 25 Jahren.

(11) Sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen ausstehende Eingangsrechnungen, vertragliche Instandsetzungs- und Bauerneuerungsverpflichtungen, drohende Verluste aus schwebenden Geschäften sowie Ansprüche der Belegschaft.

(12) Verbindlichkeiten

	bis zu einem Jahr		mehr als ein Jahr bis zu fünf Jahre		über fünf Jahre	
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	10.128	57.642	57.642	0	0	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	168.919	177.810	0	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	25.133	25.941	2.707	614	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	8.176	8.848	0	1	0	0
– davon aus Steuern	(4.357)	(5.557)	(0)	(0)	(0)	(0)
– davon im Rahmen sozialer Sicherheit	(352)	(442)	(0)	(0)	(0)	(0)
Gesamt Verbindlichkeiten	212.356	270.241	60.349	615	0	0

Zur Absicherung des Währungsrisikos einer Verbindlichkeit aus dem Kauf der Anteile (56 Prozent) an der South African Shows Messe Frankfurt (Pty) Ltd., Johannesburg/Südafrika (Grundgeschäft), hat die Messe Frankfurt Exhibition GmbH am 1. Juli 2014 ein kongruentes Devisentermingeschäft mit einer Laufzeit bis 2016 abgeschlossen. Da sich die gegenläufigen Wertänderungen der Zahlungsströme aus dem Grundgeschäft und dem Devisentermingeschäft potenziell ausgleichen, hat die Messe Frankfurt Exhibition GmbH diese zu einer Bewertungseinheit zusammengefasst und entsprechend § 254 HGB im Zeitraum der Laufzeit auf die Anwendung von § 249 Abs. 1, § 252 Abs. 1 Nr. 3 und 4, § 253 Abs. 1 Satz 1 und § 256a HGB verzichtet. Zum Bilanzstichtag hat sich die zu erwartende Kaufpreisverbindlichkeit verringert, das kongruent abgeschlossene Devisentermingeschäft wurde aber nicht angepasst. Für den dadurch entstandenen ineffektiven Teil der Bewertungseinheit wurden die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften angewendet. In diesem Zusammenhang ergaben sich insgesamt drohende Verluste in Höhe von 11 Tsd. €.

Durch die Absicherung von Währungsrisiken aus konzerninternen Fremdwährungsverbindlichkeiten (40 Mio. HKD, Laufzeit bis Januar 2016, 20 Mio. HKD, Laufzeit bis Mai 2016, sowie 3 Mio. USD, Laufzeit bis Februar 2016) durch Foreign-Exchange-Swaps bei der Messe Frankfurt GmbH wurden im Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH Bewertungseinheiten gebildet. Da sich die gegenläufigen Wertänderungen der Zahlungsströme aus dem Grundgeschäft und dem Sicherungsgeschäft potenziell ausgleichen, wurde im Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH entsprechend § 254 HGB im Zeitraum der Laufzeit auf die Anwendung von § 249 Abs. 1, § 252 Abs. 1 Nr. 3 und 4, § 253 Abs. 1 Satz 1 und § 256a HGB verzichtet. Durch den Wegfall der Grundgeschäfte im Konzern-Abschluss werden für diese Finanzinstrumente die allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften angewendet. Zum Bilanzstichtag weist ein Finanzinstrument einen positiven Marktwert aus, bei zwei Finanzinstrumenten ergaben sich insgesamt drohende Verluste in Höhe von 93 Tsd. €.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind durch eine erstrangige Buchgrundschuld und die Abtretung der Rechte und Ansprüche aus der im Zusammenhang mit dem Beleihungsobjekt bestehenden Sachversicherung (insbesondere Feuer) besichert. Zudem besteht eine „Ownership Clause“.

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten gegenüber der Gesellschafterin Stadt Frankfurt am Main in Höhe von 14 Tsd. € (Vorjahr: 8 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 werden passivisch abgegrenzt. Die drei Teilbeträge des Rechnungsabgrenzungspostens werden über die genannten Laufzeiten linear aufgelöst.

(14) Passive latente Steuern

Die passiven latenten Steuern werden im Wesentlichen aufgrund der Aufdeckung stiller Reserven im Rahmen der Anwendung der Neubewertungsmethode bei der Kapitalkonsolidierung und aufgrund von temporären Differenzen aus der Bewertung von Grundstücken gebildet.

(15) Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen insgesamt 154.981 Tsd. € (Vorjahr: 155.868 Tsd. €). Sie setzen sich im Wesentlichen aus dem Bestellobligo für Investitionen, den Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen, den Verpflichtungen für den Erwerb von weiteren Unternehmensanteilen sowie aus Erbbauzinsen für drei Erbbaurechtsverträge zusammen.

Es werden Treuhandkonten für Veranstaltungen von Gastveranstaltern und für die Stiftung Frankfurter Musikpreis verwaltet. Zum Jahresende beträgt der Kontenstand der Treuhandkonten 250 Tsd. €.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

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

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

(16) Umsatzerlöse

Nach Leistungsarten	2014	2015
Standmieten	335.775	360.844
Hallen-, Gelände- und sonstige Mieten	27.656	48.040
Eintrittserlöse und Teilnehmergebühren	11.849	11.420
Serviceleistungen und sonstige Einnahmen	178.909	227.521
	554.189	647.825

Nach Regionen	2014	2015
Deutschland	356.313	400.929
Europa ohne Deutschland	33.960	37.977
Asien	146.384	182.679
Amerika	16.852	24.953
Afrika	680	1.287
	554.189	647.825

(17) Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen

Es handelt sich um Aufwand aus der Abrechnung der im Vorjahr aktivierten Leistungen für Veranstaltungen des Jahres 2015.

(18) Sonstige betriebliche Erträge

Der Posten enthält im Wesentlichen periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (3.546 Tsd. €; Vorjahr: 5.019 Tsd. €), periodenfremde Erträge aus Vorjahren (1.489 Tsd. €; Vorjahr: 1.495 Tsd. €) und aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen (1.455 Tsd. €; Vorjahr: 1.024 Tsd. €) sowie Erträge aus Kursdifferenzen (18.651 Tsd. €; Vorjahr: 9.673 Tsd. €) und aus der zeitanteiligen Auflösung des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (wie im Vorjahr 2.147 Tsd. €). Des Weiteren beinhaltet der Posten eine Zuschreibung auf Markenrechte in Höhe von 800 Tsd. €.

(19) Veranstaltungsbezogene Aufwendungen

	2014	2015
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für Waren	7.441	9.879
Aufwendungen für bezogene Leistungen	258.736	321.559
	266.177	331.438

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

Sie enthalten periodenfremde Aufwendungen zur Unterhaltung von Anlagen und Inventar in Höhe von 364 Tsd. €. Die Aufwendungen betreffen Maßnahmen, die entgegen der ursprünglichen Planung nicht zu aktivierungspflichtigen Vermögensgegenständen führen.

(20) Personalaufwand/Mitarbeiter

	2014	2015
Löhne und Gehälter	108.131	121.103
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	22.540	25.377
– davon für Altersversorgung	(5.850)	(7.546)
	130.671	146.480

Mitarbeiter (aktive, im Jahresdurchschnitt)	2014	2015
Bereichsleiter	38	34
Angestellte	1.780	1.892
Lohnempfänger	188	202
	2.006	2.128

Die nach § 310 HGB nur quotale einbezogenen Unternehmen haben insgesamt durchschnittlich sechs (quotale: drei) Mitarbeiter.

(21) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände betreffen im Wesentlichen Rechte und Lizenzen sowie Firmenwerte. Darüber hinaus sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 2.387 Tsd. € auf Markenrechte angefallen sowie beim Sachanlagevermögen in Höhe von 348 Tsd. € auf nicht mehr benötigte Gebäude- und Grundstücksbestandteile, insbesondere aufgrund des für 2016 geplanten Baubeginns der neuen Halle 12.

(22) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 85.778 Tsd. € beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Raummieten und Bürokosten, Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten, Aufwendungen für Werbung und Wertberichtigungen auf Forderungen. Mit 18.813 Tsd. € (Vorjahr: 9.997 Tsd. €) sind Aufwendungen aus Währungsumrechnungen sowie periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 2.926 Tsd. € (Vorjahr: 967 Tsd. €) enthalten.

(23) Finanzergebnis

	2014	2015
Erträge aus Beteiligungen	8	1
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.473	1.548
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	3.854	3.475
Summe Finanzergebnis	-2.373	-1.926

Bei den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen handelt es sich im Wesentlichen um Zinsen für das aufgenommene Darlehen für die Messehalle 3.

(24) Steuern

	2014	2015
Latente Steuern	-20	-1.463
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	13.947	15.062
Sonstige Steuern	3.763	4.566
	17.690	18.165

Überleitungsrechnung der Steuern

	2014	2015
Ergebnis vor Ertragsteuern (Handelsbilanz)	47.332	51.829
Erwarteter Ertragsteueraufwand (Konzern-Steuersatz 31,9%; Vorjahr 31,9%)	15.111	16.546
Auswirkungen von Steuersatzänderungen	-133	-32
Steuerfreie Erträge/gewerbesteuerliche Kürzungen	-704	-417
Nicht abziehbare Betriebsausgaben/gewerbesteuerliche Hinzurechnungen inkl. § 8 Nr. 1	2.544	2.035
Im Geschäftsjahr erfasste Steuern aus Vorjahren	-896	-3.173
Effekte aus abweichenden Steuersätzen	-1.970	-2.203
Auswirkungen nicht anrechenbarer/abzugsfähiger Ertragsteuer	109	0
Effekte aus Konsolidierungen	117	-567
Auswirkungen von Ansatzwahlrechten aus § 274 Abs. 1 HGB	-190	1.047
Sonstige Auswirkungen	-61	363
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	13.927	13.599
Effektiver Konzern-Steuersatz (%)	29,4	26,2

Sonstige Angaben

Angaben zur Kapitalflussrechnung

Der Finanzmittelfonds der Kapitalflussrechnung enthält Kassenbestände, laufende Bankguthaben sowie Festgelder mit einer Laufzeit von weniger als drei Monaten.

Die Abweichung zu den in der Konzern-Bilanz ausgewiesenen flüssigen Mitteln in Höhe von 187.289 Tsd. € (Vorjahr: 171.063 Tsd. €) beträgt 22.568 Tsd. € (Vorjahr: 5.401 Tsd. €) und resultiert aus Termingeldeinlagen, die bei Erwerb eine Restlaufzeit von mehr als drei Monaten hatten.

Die Darstellung in der Kapitalflussrechnung wurde entsprechend angepasst.

Der Finanzmittelfonds beinhaltet 982 Tsd. €, die aus quotale einbezogenen 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. € sowie Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung.

Für den Erwerb der Gesellschaftsanteile an der ITEMF Expo A.O., Moskau/Russland (vormals: Media Globe Hannover Expo CJSC, Moskau/Russland), der Yeni Dünya Fuarçılık Anonim Sirketi, Istanbul/Türkei, und der restlichen Anteile an der Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China, wurden insgesamt 8.698 Tsd. € aufgewendet. Liquide Mittel der Gesellschaften bestanden zum jeweiligen Erwerbszeitpunkt in Höhe von 805 Tsd. €.

An die Unternehmenseigner wurden im Geschäftsjahr 13.000 Tsd. € und an Minderheitsgesellschafter 4.121 Tsd. € ausgeschüttet.

Angaben zum Konzern-Eigenkapitalpiegel

Es bestehen zum Stichtag 31. Dezember 2015 keine ausschüttungsgesperren Teile des erwirtschafteten Konzern-Eigenkapitals.

Abschlussprüferhonorar

Das im Geschäftsjahr als Aufwand erfasste Honorar der Abschlussprüfer beträgt für die Abschlussprüfungen des Konzerns und der Konzern-Gesellschaften 719 Tsd. €. Davon entfallen auf die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Frankfurt am Main und Stuttgart 353 Tsd. €. Weitere Leistungen wurden durch den Abschlussprüfer nicht erbracht.

Bezüge der Organe

Die Vergütung der Geschäftsführungsmitglieder setzt sich aus einer fixen und einer variablen Vergütung zusammen. Die fixe Vergütung besteht aus einem festen Jahresgehalt und einer garantierten Abschlussvergütung. Zur Alterssicherung leistet die Gesellschaft Beitragsaufwendungen an Versicherungen. Zusätzlich erhalten die einzelnen Geschäftsführungsmitglieder Sachleistungen, die individuell versteuert werden. Diese umfassen im Wesentlichen Dienstwagen sowie marktübliche Versicherungsleistungen für Dienstreisen.

Die Bezüge der Geschäftsführung im Geschäftsjahr 2015 gehen aus nachfolgender Übersicht hervor:

in Tsd. €	Fixe Vergütung		Variable Vergütung	Alterssicherung	Sachleistungen	Gesamt
	Festes Jahresgehalt	Garantierte Abschlussvergütung				
Wolfgang Marzin	308	60	123	70	13	574
Uwe Behm	265	60	123	70	15	533
Detlef Braun	265	60	123	70	10	528
Gesamt						1.635

Für das Geschäftsjahr 2015 wurden jeweils pro Geschäftsführer Rückstellungen für variable Vergütungen in Höhe von 114 Tsd. € gebildet. Diese berücksichtigen Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung und leiten sich neben finanziellen Zielen des Konzerns auch aus sozioökonomischen Zielen für den Standort Frankfurt ab.

Der Geschäftsführung wurden Leistungen für den Fall einer vorzeitigen Abberufung durch die Gesellschafterversammlung ohne Vorliegen eines wichtigen Grundes zugesagt. Mit der Geschäftsführung wurde des Weiteren ein zweijähriges Wettbewerbsverbot für den Fall der Beendigung der Tätigkeit vereinbart, wofür eine Karenzentschädigung vorgesehen ist.

Die an die Mitglieder des Aufsichtsrates gezahlte Vergütung und Aufwandsentschädigung betrug insgesamt 44 Tsd. € (Vorjahr: 45 Tsd. €).

An frühere Geschäftsführer und Hinterbliebene wurden 872 Tsd. € (Vorjahr: 911 Tsd. €) Versorgungsbezüge und Ruhegelder sowie Übergangsgelder und Entschädigungen gezahlt. Für die genannten Personengruppen waren Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2015 in Höhe von insgesamt 8.792 Tsd. € (Vorjahr: 8.624 Tsd. €) gebildet.

Im Geschäftsjahr 2015 wurden den Geschäftsführungsmitgliedern und den Aufsichtsratsmitgliedern keine Kredite oder Vorschüsse gewährt.

Geschäftsführung

Zu Geschäftsführern waren bestellt:

Wolfgang Marzin, Diplom-Betriebswirt HWF (Vorsitzender der Geschäftsführung)

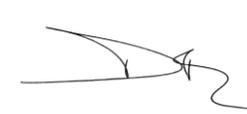
Uwe Behm, Diplom-Ingenieur/Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH)

Detlef Braun, Diplom-Betriebswirt

Frankfurt am Main, den 31. März 2016



Wolfgang Marzin



Detlef Braun



Uwe Behm

Konzern-Eigenkapitalspiegel der Messe Frankfurt GmbH

in Tsd. €	Eigenkapital des Mutterunternehmens						Summe
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen	Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung	Gewinnvortrag	Konzern-Jahresüberschuss, der dem Mutterunternehmen zuzurechnen ist	
Stand 31.12.2014	180.000	112.149	83.386	-2.423	70.303	0	443.415
Einstellung in Rücklagen	0	0	150	0	-150	0	0
Gezahlte Dividenden	0	0	0	0	-13.000	0	-13.000
Währungsumrechnung	0	0	0	2.859	0	0	2.859
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0	0
Konzern-Jahresüberschuss	0	0	0	0	0	33.218	33.218
Stand 31.12.2015	180.000	112.149	83.536	436	57.153	33.218	466.492

Konzern-Kapitalflussrechnung der Messe Frankfurt GmbH

in Tsd. €	2014	2015
Konzern-Jahresüberschuss	33.406	38.230
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	52.034	55.516
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Rückstellungen	-2.224	6.758
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) und Erträge (-)	-1.627	-4.525
Ertrag (-)/Aufwand (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	929	2.716
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Vorräte	842	-35
Zunahme (-)/Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-463	1.869
Zinsaufwendungen (+)/Zinserträge (-)	2.381	1.927
Erhaltene (+)/gezahlte (-) Zinsen	941	1.063
Sonstige Beteiligungserträge (-)	-8	-1
Ertragsteueraufwand (+)/Ertragsteuerertrag (-)	13.947	15.062
Ertragsteuerzahlungen	-12.097	-15.035
Zunahme (+)/Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	27.311	6.774
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	115.372	110.319
Immaterielle Vermögenswerte/Sachanlagen		
- Investitionen	-39.402	-35.125
- Einnahmen aus Anlagenabgängen	5.623	2.280
Erhaltene Zinsen (+)	308	150
Erhaltene Dividenden (+)	8	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-7.246	-8.630
Saldo aus Ein- und Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen (Wertpapiere des Umlaufvermögens)	-18.337	-39.272
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-59.046	-80.596
Auszahlungen (-) an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter	-16.855	-17.121
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Bankdarlehen	-9.773	-10.257
Gezahlte Zinsen (-)	-3.630	-3.140
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-30.258	-30.518
Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	26.068	-795
Konsolidierungsbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	787	-146
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	138.807	165.662
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	165.662	164.721

Werte des Vorjahres wurden an den DRS 21 angepasst.

Nicht beherrschende Anteile			Konzern-Eigenkapital	
vor Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung	darauf entfallende Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung	darauf entfallender Gewinn	Summe	Summe
8.201	1.567	0	9.768	453.183
0	0	0	0	0
-4.121	0	0	-4.121	-17.121
0	-544	0	-544	2.315
-1.129	0	0	-1.129	-1.129
0	0	5.011	5.011	38.229
2.951	1.023	5.011	8.985	475.477

Anlage zum Konzern-Anhang der Messe Frankfurt GmbH

Entwicklung des Anlagevermögens

in Tsd. €	Anschaffungskosten					Stand 31.12.2015
	Stand 1.1.2015	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	120.069	13.751	1.522	0	1.283	133.581
2. Geschäfts- oder Firmenwert	69.607	3.003	0	0	1.217	73.827
	189.676	16.754	1.522	0	2.500	207.408
II. Sachanlagen						
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.245.455	1.993	7.479	182	184	1.240.335
2. Technische Anlagen und Maschinen	107.909	1.775	940	1.374	0	110.118
3. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	105.028	7.240	1.781	78	229	110.794
4. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.367	17.792	1.562	-1.634	0	19.963
	1.463.759	28.800	11.762	0	413	1.481.210
III. Finanzanlagen						
Beteiligungen	20	0	0	0	0	20
	20	0	0	0	0	20
	1.653.455	45.554	13.284	0	2.913	1.688.638

Kumulierte Abschreibungen					Buchwerte		
Stand 1.1.2015	Zugänge	Abgänge	Umbu- chungen	Währungs- differenzen	Stand 31.12.2015	Stand 31.12.2014	Stand 31.12.2015
88.950	13.316	1.294	-11	120	101.081	31.119	32.500
50.361	3.721	0	0	539	54.621	19.246	19.206
139.311	17.037	1.294	-11	659	155.702	50.365	51.706
748.770	26.859	5.380	0	137	770.386	496.685	469.949
81.959	4.495	554	0	0	85.900	25.950	24.218
83.668	7.126	1.695	11	157	89.267	21.360	21.527
0	0	0	0	0	0	5.367	19.963
914.397	38.480	7.629	11	294	945.553	549.362	535.657
0	0	0	0	0	0	20	20
0	0	0	0	0	0	20	20
1.053.708	55.517	8.923	0	953	1.101.255	599.747	587.383

Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

Peter Feldmann

(Vorsitzender)

Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt am Main, Frankfurt am Main

Tarek Al-Wazir

(1. stellvertr. Vorsitzender)

Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung, Wiesbaden

Wolfgang Dimmer

(2. stellvertr. Vorsitzender)

Vorsitzender 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

Peter Beuth

Hessischer Minister des Innern und für Sport, Wiesbaden

Britta Böcher

stellvertr. Vorsitzende des Betriebsrats Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main

Olaf Cunitz

Bürgermeister der Stadt Frankfurt am Main, Frankfurt am Main

Bernd Ehinger

Präsident der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main, Frankfurt am Main

Jürgen Engel

Bad Sooden-Allendorf (bis 20. August 2015)

Markus Frank

Stadtrat der Stadt Frankfurt am Main, Frankfurt am Main

Prof. Dr. Gottfried Honnefelder

Geschäftsführer der Berlin University Press GmbH & Co. KG, Berlin/Köln (bis 20. August 2015)

Jetta Katharina Junk

IT-Spezialistin Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main (ab 20. August 2015)

Alexander Kaiser

Senior Projektleiter MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart (ab 20. August 2015)

Christian Klingler

Baar, Schweiz

Alexander Neumann

Mitglied des Betriebsrats Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main (bis 20. August 2015)

Andreas Pipperek

Abteilungsleiter Project Research Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main (ab 20. August 2015)

Dr. Lutz Raettig

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

Heinrich Riethmüller

Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V., Frankfurt am Main (ab 20. August 2015)

Christiane Rüdiger

Abteilungsleiterin Applikationsmanagement Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main (ab 20. August 2015)

Peter Saalmüller

Idstein (bis 20. August 2015)

Dr. Thomas Schäfer

Hessischer Minister der Finanzen, Wiesbaden

Manuel Stock

Stadtverordneter der Stadt Frankfurt am Main, Frankfurt am Main

Peter Thomaschewski

Liederbach (bis 20. August 2015)

Prof. Dr. Martin Viessmann

Geschäftsführer der Viessmann Werke GmbH & Co. KG, Allendorf

Hamid Yazdtschi

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

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang, Kapitalflussrechnung sowie Eigenkapitalspiegel – und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht 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 den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung 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 Konzernlagebericht 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 Konzernlagebericht 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 Konzernlageberichts. 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 Konzernlagebericht 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, 19. Mai 2016

BDO AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dr. Rosien

Wirtschaftsprüfer

gez. Tewes

Wirtschaftsprüfer

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 2015 in zwei ordentlichen Sitzungen.

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 im schriftlichen Verfahren den Vorsitzenden des Aufsichtsrats und die stellvertretenden Vorsitzenden sowie die Mitglieder des Ausschusses für Beteiligungen, des Finanz- und Prüfungsausschusses, des Bauausschusses und die Ausschussvorsitzenden gewählt.
- Der Aufsichtsrat hat die wirtschaftliche Situation der Messe Frankfurt Mexico S. de R.L. de C.V. erörtert und einer Kapitalherabsetzung durch Verrechnung der Verlustvorträge mit dem Stammkapital sowie einer Kapitalerhöhung im Jahr 2015 durch die Messe Frankfurt Exhibition GmbH an die Gesellschaft zugestimmt.
- Der Aufsichtsrat hat den Erwerb von Anteilen an der Yeni Dünya Fuarçılık Anonim Şirketi, Istanbul, durch die Messe Frankfurt Istanbul Uluslararası Fuarçılık Ltd. Şti., und die anschließende Verschmelzung der Yeni Dünya Fuarçılık Anonim Şirketi (Yeni Dünya) mit der Messe Frankfurt Istanbul Uluslararası Fuarçılık Ltd. Şti. (MFI) erörtert und eine Beschlussempfehlung an die Gesellschafter ausgesprochen.
- Weiterhin hat der Aufsichtsrat dem Erwerb von 50 Prozent der Gesellschaftsanteile der Interauto Exhibition O.O.O. durch die O.O.O. Messe Frankfurt RUS und der Verschmelzung der Interauto Exhibition mit der ITEMF Expo A.O. zugestimmt und eine Beschlussempfehlung an die Gesellschafter ausgesprochen.
- Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat einer Kapitalerhöhung bei der Messe Frankfurt Venue GmbH durch die Messe Frankfurt GmbH zugestimmt und eine Beschlussempfehlung an die Gesellschafter ausgesprochen.

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, die von erheblicher finanzieller oder strategischer Relevanz sind.

Der Ausschuss für Beteiligungen trat im Geschäftsjahr 2015 zweimal zusammen. Er befasste sich in seinen Sitzungen detailliert mit Geschäftsvorfällen, der wirtschaftlichen Lage sowie den Jahresabschlüssen der Tochtergesellschaften und Beteiligungen der Messe Frankfurt Venue GmbH und der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Darüber hinaus wurden die oben genannte Kapitalmaßnahme bei der Messe Frankfurt Mexico S. de R.L. de C.V. sowie die Anteilerwerbe eingehend erörtert.

Der Finanz- und Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2015 in zwei ordentlichen Sitzungen sowie einer außerordentlichen Sitzung. Er befasste sich mit Geschäftsvorfällen und der wirtschaftlichen Entwicklung der Messe Frankfurt Venue GmbH, der Messe Frankfurt Exhibition GmbH sowie deren Tochtergesellschaften, der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns Messe Frankfurt. Hinsichtlich der vorgenannten Gesellschaften hat der Finanz- und Prüfungsausschuss die Kapitalerhöhung bei der Messe Frankfurt Venue GmbH, die Jahresabschlüsse und den Konzern-Abschluss sowie die Lageberichte der Gesellschaften und des Konzerns detailliert erörtert.

Der Bauausschuss hat im Geschäftsjahr 2015 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 2015 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 20. August 2015 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 13. Juni 2016 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 Sitzung am 7. Juli 2016 und erläuterte die Empfehlung des Finanz- und Prüfungsausschusses. Der Aufsichtsrat hat den Einzelabschluss, den Konzern-Abschluss und die Lageberichte seinerseits in seiner Sitzung am 7. Juli 2016 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 für das Jahr 2015 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 überzeugte sich von der Wirksamkeit des internen Risikomanagementsystems.

Impressum

Wie vom Finanz- und Prüfungsausschuss empfohlen, hat der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung der Abschlüsse zugestimmt und der Gesellschafterversammlung empfohlen, den Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH zum 31. Dezember 2015 und den Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2015 festzustellen sowie den Bericht der Geschäftsführung zur Lage der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns über das Geschäftsjahr 2015 entgegenzunehmen und zu billigen.

Personalia

Entsprechend dem Gesellschaftsvertrag der Messe Frankfurt GmbH war der Aufsichtsrat nach seiner Entlastung sowie der Feststellung des Jahresabschlusses 2014 neu zu wählen.

Aufgrund der Wahl der Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat durch die Belegschaft der Messe Frankfurt sind die Herren Jürgen Engel, Alexander Neumann, Peter Saalmüller und Peter Thomaschewski aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Neu in den Aufsichtsrat wurden Frau Jetta Katharina Junk, Herr Alexander Kaiser, Herr Andreas Pipperek sowie Frau Christiane Rüdiger gewählt. Die weiteren, bisherigen Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat wurden für eine weitere Mandatsperiode wiedergewählt. Aus dem Kreis der Gesellschaftervertreter im Aufsichtsrat ist Herr Prof. Dr. Honnefelder aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Ihm folgte Herr Heinrich Riethmüller nach. Die weiteren, bisherigen Gesellschaftervertreter im Aufsichtsrat wurden erneut entsandt bzw. durch die Gesellschafter wiedergewählt. Der Aufsichtsrat dankt den ausgeschiedenen Mitgliedern für ihr langjähriges Engagement in diesem Gremium.

Der Aufsichtsrat dankt darüber hinaus der Geschäftsführung für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die geleistete Arbeit und ihren Beitrag zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2015.

Frankfurt am Main, den 7. Juli 2016
Für den Aufsichtsrat

Peter Feldmann
Vorsitzender

Chefredaktion

Sarah Stanzel
Klaus Münster-Müller

Redaktion

Markus Quint (CvD)
Antje Breuer-Seifi
Claudia Lehning-Berge
Gabriele Wehrl

V. i. S. d. P.

Iris Jeglitza-Moshage

Fotografie

Pietro Sutura Photography (S. 3)
Rüdiger Nehmzow (S. 6, 12, 18,
20–22, 24, 30, 36)

Lektorat

Kirsten Skacel

Konzeption, Text und Gestaltung

one/one Berlin/Bremen/Amsterdam

Print-Produktion

Messe Frankfurt Medien
und Service GmbH
Publishing Services

Druck

Druckhaus Becker GmbH
Dieselstraße 9
64372 Ober-Ramstadt

Papier

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

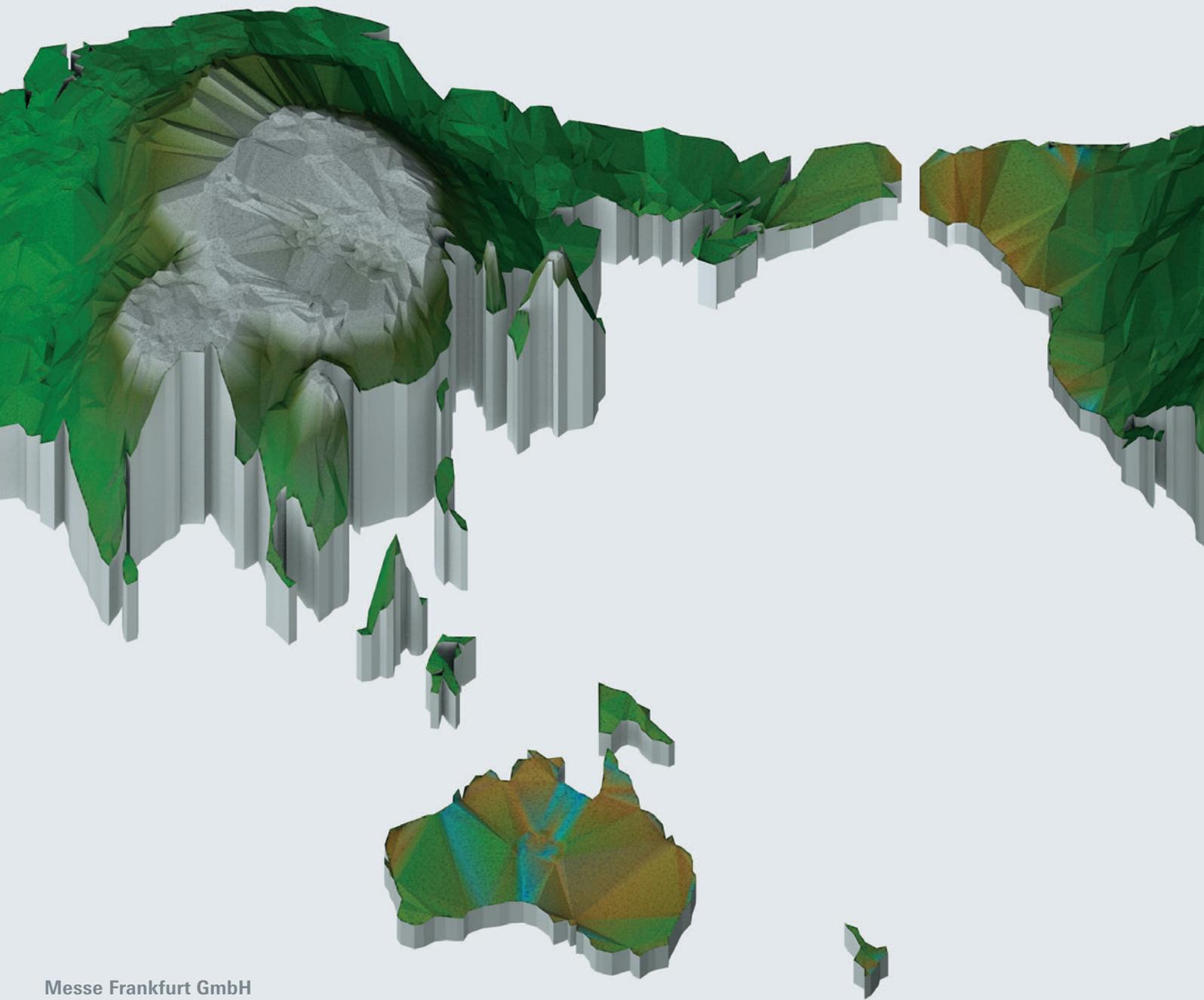
Auflage

3.000 in zwei Auflagen
(Deutsch und Englisch)

Redaktionsanschrift

Messe Frankfurt GmbH
Corporate Communications
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
Telefon + 49 69 75 75 - 66 75
Telefax + 49 69 75 75 - 9 66 75
corporate.communications@
messefrankfurt.com





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