

Pressemitteilung

Frankfurt am Main,
7. Dezember 2021

Messepräsenz wichtiger denn je

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

Die Messe Frankfurt blickt mit vorsichtigem Optimismus dem bevorstehenden Geschäftsjahr 2022 entgegen. „Wir erleben grundsätzlich einen starken Beteiligungswillen von Seiten unserer Kund*innen, auch wenn die Lage weiterhin volatil ist und viel Unsicherheit in den Branchen herrscht“, sagte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, heute auf dem Jahresabschluss-Pressgespräch.

„Jahrelang ist die Messe von Rekord zu Rekord geritten“, sagte Peter Feldmann, der Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt und Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt. „Corona hat uns ausgebremst. Doch die 2.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind ein starkes Team, mit einer starken Geschäftsführung an der Spitze. Sie haben den Kopf in der Krise nicht in den Sand gesteckt, sondern sich auf den Weg gemacht. Mit neuen Konzepten und Zukunftsmessen wie der Eurobike ist die Messe Frankfurt für die Zeit nach Corona hervorragend aufgestellt. Als Gesellschafter stehen Stadt und Land dabei zu 100 Prozent hinter ihr. Wir werden alles tun, damit das Unternehmen gut durch die Krise kommt. Die Messe kann sich auf uns verlassen“, so Feldmann.

„Das Geschäftsmodell der Präsenzmessen lebt, in seiner Komplexität und Vielschichtigkeit, die nur persönliche Begegnungen ausmachen“, betonte Marzin. „Die Messen, die in den vergangenen Monaten unter erprobten Sicherheits- und Hygienestandards stattfinden konnten, zeigten eine hohe Intensität und Kundenzufriedenheit“, so Marzin. Dennoch werde die Erholung maßgeblich auf den großen internationalen Leitmessen in Frankfurt nun doch länger benötigen als ursprünglich gedacht.

Fanden vor Corona weltweit rund 150 Messen und Ausstellungen „Made by Messe Frankfurt“ statt, waren es nach Vorlage der vorläufigen Kennzahlen für das laufende Geschäftsjahr 2021 weniger als die Hälfte. Im konzernmessenstarken ersten Halbjahr konnten vor allem am Heimatstandort in Frankfurt so gut wie keine Veranstaltungen durchgeführt werden. Auch außerhalb Deutschlands kam es an den rund 50 weltweiten Standorten der Unternehmensgruppe immer wieder zu Verschiebungen beziehungsweise analog geplante Messen wurden digital abgehalten. Damit hatte die Messe Frankfurt das zweite Jahr in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen.

Entsprechend erwartet das Unternehmen einen Umsatz in der Größenordnung von 140 Millionen Euro und das Konzernergebnis wird schlechter ausfallen als im letzten Geschäftsjahr.

„Die Auswirkungen der Pandemie werden sich nicht so schnell abschütteln lassen, gerade was globale Reisetätigkeiten betreffen“, ist Marzin überzeugt. In der Folge könnte sich kurzfristig zunächst, abhängig von den Branchen, ein Trend hin zu mehr kontinental geprägten Veranstaltungen herauskristalisieren, auch in Europa. „Es macht sich jetzt doppelt bezahlt, dass wir schon recht früh und kontinuierlich auf weltweit regionale Schwerpunktregionen für unser internationales Geschäft gesetzt haben“, so Marzin. Seit mehr als drei Jahrzehnten ist die Messe Frankfurt in den wirtschaftlichen Gravitationszentren unterwegs und mit Tochtergesellschaften sowie Veranstaltungen in den dortigen Binnenmärkten bestens vernetzt. Mit der bislang erreichten Marktgröße und entsprechenden Strukturen ermöglicht das Unternehmen seinen Branchen die kontinentalen, nationalen und regionalen Marktzugänge.

„In der Entwicklung unserer Messeplattformen betrachten wir es als unsere Aufgabe, digitalen Mehrwert an Informationen mit dem Live-Erlebnis Messeevent zu verschmelzen“, erklärte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Auf unseren digitalen Plattformen finden unsere Kund*innen vieles wieder, was sie auf unseren analogen Veranstaltungen gewohnt sind. Damit erhöht sich sowohl für ausstellende Unternehmen als auch für den Handel die internationale Reichweite, Neukontakte werden ermöglicht und der Wissenstransfer gefördert, über Grenzen hinweg und unabhängig von Reisebeschränkungen.“ Wo es sich anbietet, bündelt die Messe Frankfurt ihre Expertisen und die Entwicklungen von gemeinsamen Themen und Messen durch Kooperationen und Joint-Venture Aktivitäten mit Verbänden und Veranstaltern. „In den vergangenen Wochen haben wir unsere mit der Messe Friedrichshafen gemeinsam gegründete Gesellschaft fairnamic GmbH fest etabliert“, betonte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Mit dem in Friedrichshafen am Bodensee ansässigen Unternehmen soll die bereits länger bestehende Zusammenarbeit im Rahmen der Messen Aero South Africa und Eurobike weiter intensiviert werden. Die Eurobike wird im nächsten Jahr erstmals in Frankfurt stattfinden, um weiter zu wachsen.

Gut kommen die Arbeiten an der Halle 5 voran. „Wir liegen im Zeitplan für diesen nun letzten Baustein in unserem Gelände-Masterplan“, so Behm.

Nach fast zwei Jahren Stillstand beziehungsweise geringer Laufleistung will die Messe Frankfurt im nächsten Jahr wieder durchstarten. „Auch wenn die Lage weiterhin volatil sei, gehe man mit vorsichtigem Optimismus in das neue Geschäftsjahr“, betonte Marzin. Der Zuspruch seitens der Kund*innen ist da, vor allem international. „In den vergangenen Wochen haben wir alle Hallen wieder hochgefahren und damit unser gesamtes Messegelände in Betrieb genommen“, ergänzte Behm. Aus Kostengründen waren fünf Hallen während der vergangenen Monate nicht am Netz.

"Geplant sind im Geschäftsjahr 2022 mehr als 500 Veranstaltungen, darunter viele Leitmessen am Standort, wie beispielsweise die Ambiente, die Light + Building und die IFFA. Wir sind optimistisch, dass die Einreise nach Deutschland für Geschäftsreisende aus fast allen Ländern ohne Quarantäne möglich bleibt", ist Braun zuversichtlich.

Mit aktuell rund 30 Premierenveranstaltungen bis zum Jahr 2025 setzt die Messe Frankfurt ihre Investitionen innerhalb Deutschlands und weltweit fort. Darüber hinaus organisiert das Unternehmen im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums auf ausgesuchten Auslandsveranstaltungen deutsche Gemeinschaftsbeteiligungen. Im kommenden Jahr werden mehr als 20 German Pavillons ausgerichtet. Auch neue Gastveranstaltungen wird die Messe Frankfurt im Jahr 2022 an ihrem Heimatstandort begrüßen, wie beispielsweise die Chemspec Europe, die Enlit Europe sowie die Parcel & Post Expo.

„Wir konzentrieren uns auf unsere Stärken und investieren auch in diesen herausfordernden Zeiten – in unser weltweites Portfolio, in unseren Standort und in unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dazu gehört ebenfalls eine erfolgreiche Nachwuchsausbildung“, fasste Marzin die strategische Ausrichtung der Unternehmensgruppe zusammen. „Die weitere Entwicklung unseres Geschäfts wird jedoch nicht zuletzt von den Impffortschritten weltweit, den damit verbundenen Lockerungen der Reiserestriktionen, der Wiederaufnahme von Geschäftsreisen und dem Willen, wieder global unterwegs zu sein, abhängen.“

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2021