

Vom mittelalterlichen Marktplatz zum globalen Messepartner

Frankfurt am Main, 06.07.2023

Seit mehr als 800 Jahren ist Frankfurt als Messeplatz bekannt. Damals trafen sich Händler und Geschäftsleute am Römer, dem Marktplatz mitten im Stadtkern, ab 1909 auf dem neuen Gelände an der Festhalle.

Die erste schriftlich dokumentierte Erwähnung einer Messe in Frankfurt stammt aus dem Jahr 1150. Hoch offiziell mit Brief und Siegel aus der Taufe gehoben wurde die Frankfurter Herbstmesse am 11. Juli 1240 durch Kaiser Friedrich II. Per kaiserlichem Privileg wurden die zur Messe reisenden Kaufleute unter den Schutz des Kaisers und des Reiches gestellt. Dieses Messeprivileg für Frankfurt wurde von dem weltoffenen Staufer während der Belagerung der italienischen Stadt Ascoli unterzeichnet.

Die Frankfurter Frühjahrsmesse erhielt am 25. April 1330 das Privileg von Kaiser Ludwig IV. Fortan gibt es zwei Termine im Frühjahr und im Herbst. Die Grundstruktur für heutige Konsumgütermessen ist bereits hier sichtbar.

Im 16. Jahrhundert wurde die kaiserlich privilegierte Messestadt endgültig zum Umschlagplatz des internationalen Fernhandels. Das Warenangebot war so vielfältig wie das der Zahlungsmittel. Die Frankfurter Börse brachte seit 1585 Ordnung in Münzen und Wechsel und die Grundlage für die spätere Entwicklung Frankfurts zur Finanz-Metropole wurde gelegt.

Es war nicht das letzte Mal, dass sich die Geschehnisse der Stadt und der Messe direkt beeinflussten, schließlich sind über 850 Jahre der über 1.200-jährigen Stadtgeschichte auch Messegeschichte. Die Ereignisse des Jahres 1585 zeigen deshalb besonders deutlich, wie eng Handel, Messe und Geldgeschäft in Frankfurt am Main verbunden sind.

Historische Kontinuitäten

Längst hat sich die Stadt der Kaiserwahl und Krönung als 'Mainhattan' zu einer Metropole in Europa entwickelt, in der die Fäden des europäischen Finanz- und Dienstleistungsgeschäfts zusammenlaufen. Mit über 400 Geldinstituten und der Europäischen Zentralbank ist Frankfurt heute Finanz-Hauptstadt des europäischen Kontinents. Bei näherer Betrachtung zeigen sich jedoch eine Reihe historischer Kontinuitätslinien, die Frankfurts Geschehnisse und Geschichte über die Jahrhunderte prägten. Das gilt auch für die geographische Lage am Straßenkreuz Europas, mit der die Stadt am Main schon sehr früh über einen unbezahlbaren Vorteil verfügte, der zu einer wesentlichen Grundlage für die prosperierende Entwicklung Frankfurts wurde. Mit der wichtigsten europäischen Handelsroute von Paris über Frankfurt und Leipzig bis nach Nischni-Nowgorod verfügte bereits die mittelalterliche Reichsstadt über eine exzellente Einbindung in das internationale Wegenetz, die Jahrhunderte später ihr Äquivalent in den

modernen Formen einer Hochleistungs-Infrastruktur finden. Frankfurt ist heute einer der wichtigsten Knotenpunkte im internationalen Straßen-, Eisenbahn-, Luft- und Datenverkehr.

Frankfurter Messen im Mittelalter

Die Frankfurter Messen erwiesen sich als feste Größen in der Stadtentwicklung. Aus dem "Kaufhaus der Deutschen" war schon zu Zeiten Luthers ein "wimmelnder Markt für die Waren der Welt" geworden. Bis zu 40.000 Messegäste fanden sich zu den Messen in der Mainstadt ein, mehr als 'Francofurtia' seinerzeit an Einwohnern zählte. Bis zu einem Viertel der Händler stammten bereits im frühen 17. Jahrhundert aus dem Ausland.

Die Frankfurter Messen erlebten ihren ersten Höhepunkt als Umschlagplatz im internationalen Warengeschäft. Eine Blüte, die bis ins späte 18. und frühe 19. Jahrhundert reichhaltig Früchte ansetzte. Dennoch war nicht zu übersehen, dass sich der Schwerpunkt des europäischen Handels nach Osten verlagerte. Besonders in Sachsen wurde eine liberalere Handels- und Industriepolitik betrieben, zu der sich die Freie Stadt Frankfurt bis 1864 nicht entschließen konnte.

Das deutliche Nachlassen des Messegeschäftes in Frankfurt muss aber auch vor dem Hintergrund neuer Vertriebsformen gesehen werden. Über Jahrhunderte hinweg waren Messen reine Warenumschlagplätze, auf denen Anbieter ihre handwerklich gefertigten Waren direkt "ab Stapel" verkauften. Zu Messezeiten wurde die Stadt so zu einem riesigen Warendepot. Mit der aufkommenden industriellen Produktion, wandelte sich auch die Form der Distribution. Serienproduktion und hohe Stückzahlen bei gleicher Qualität machten die Warenmesse entbehrlich. So reisten immer mehr Manufakturen mit Produktmustern an. Das Prinzip der Mustermesse war geboren und setzte sich zusehends durch.

Aufbruch in die Neuzeit

Erst mit der Gründerzeit eröffneten sich auch für das Frankfurter Messegeschäft wieder neue Perspektiven. Ausschlaggebend dafür war die neue Form der technischen Industrie-Ausstellung. Mit den ersten Weltausstellungen von London (1851) und Paris (1855) war dieser neue Typus der nationalen Leistungsschau ins Leben gerufen worden. Auch Frankfurt hatte Anteil an diesem Boom: Die Industrieausstellungen, Kochkunst-, Landwirtschafts- und die ersten Automobilausstellungen sowie vor allem die bedeutende Elektrotechnische Ausstellung von 1891 fanden hier statt und stießen auf große Beachtung. Man kann in diesen Ausstellungen – in Verbindung mit dem System der modernen Mustermesse – eine Vorform der Branchenmesse, des 'Frankfurter Systems' sehen, findet sich doch hier bereits eine deutliche Trennung nach Fach- und Sachgebieten, die im weiteren Verlauf noch zu einem entscheidenden Faktor für die Weiterentwicklung der Frankfurter Messepolitik werden sollte.

Eines wurde nach den ersten großen Ausstellungen deutlich: Die Stadt verfügte für diese Mammutschauen – aber auch für die zunehmende Zahl großer kultureller Veranstaltungen wie das Deutsche Sängerfest oder das Deutsche Turnfest – nur über wenige und zu kleine Gebäude. Das Ergebnis ist bekannt: Mit der Festhalle entstand eine der größten europäischen Ausstellungshallen. Sie ist der Grundstein der 1907 als Ausstellungs- und Festhallen-Gesellschaft mbH gegründeten Messe Frankfurt GmbH.

Der Erste Weltkrieg unterbrach die Entwicklung des neuen Ausstellungswesens vorübergehend. Entscheidende Impulse gab der spätere Oberbürgermeister Ludwig

Landmann mit seinem 1917 vorgelegten Wirtschaftsplan. Den Messen wurde ein zentraler Platz in der Stadt- und Wirtschaftsentwicklung zugewiesen. Unmittelbar nach Kriegsende begannen die Vorbereitungen für die am 1. Oktober 1919 eröffneten Internationalen Einfuhrmesse. Mit über 3.000 ausstellenden Unternehmen auf einer Gesamtfläche von 16.500 Quadratmetern wurde die Messe auch geschäftlich ein großer Erfolg. Das „Frankfurter Prinzip“ wurde erstmals auf der Frühjahrsmesse 1920 konsequent angewendet und wurde zu einem wichtigen Erfolgsbaustein der Frankfurter Internationalen Messen.

Frankfurt profitierte vom lebhaften, bisweilen schon hektischen Handel der 20er Jahre und von der Grenzlage der Stadt dicht vor dem französischen Besatzungsgebiet. Die Frankfurter Messe expandierte und etablierte sich als 'Allroundmesse' mit deutlichen Schwerpunkten im Textil- und Konsumgüterbereich. Die Weichen für eine neue Tradition wurden schnell gestellt. Bereits 1920/21 entstanden das Verwaltungsgebäude 'Haus Offenbach' und das 'Haus Werkbund'. Kurz darauf folgten das 'Haus der Technik', das 'Haus Schuh und Leder' sowie das 'Haus der Moden'. Eine entsprechende Infrastruktur wurde durch den Bau von Lagerhallen, einen Gleisanschluss zum Güterbahnhof sowie die Einrichtung gastronomischer Betriebe aufgebaut. Das Unternehmen wurde 1920 in Messe- und Ausstellungs-Gesellschaft mbH umbenannt. Mit der Frühjahrsmesse 1929 fand die Entwicklung der Frankfurter Universalmesen einen vorläufigen Abschluss. Der 'schwarze Freitag' und die Weltwirtschaftskrise brachten neue Messe- und Ausstellungsformen hervor. Anstelle der Mustermessen wurden spezialisierte Fachmessen und Ausstellungen entwickelt.

Die Jahre während des NS-Regimes

Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten und deren Wirtschaftspolitik der Autarkie wurden die Messen und Ausstellungen ideologisch überformt, der rein wirtschaftliche Aspekt trat zurück. Wichtigste Wegmarke in der Entwicklung des Unternehmens war 1937 die feste Bindung der ACHEMA an den Standort Frankfurt.

Der geplante Ausbau des Messegeländes wurde durch den Zweiten Weltkrieg verhindert. Nach der Reichspogromnacht wurde die Festhalle als provisorisches Gefängnis für über 3.000 jüdische Männer aus der Stadt Frankfurt am Main und des Rhein-Main-Gebiets genutzt. Sie wurden in die Konzentrationslager Buchenwald und Dachau deportiert. 1945 war das Messegelände zu 95 Prozent zerstört. Auf dem Festhallen-Vorplatz sowie an der Rotunde befindet sich heute eine Bronzetafel, die den Opfern gedenkt.

Der Wiederaufbau und 'Frankfurter Prinzip'

Als am 25. August 1946 der damalige Oberbürgermeister Kolb verkündete "Frankfurt soll wieder Messestadt werden", tat er dies, weil er sich vom Wiederaufbau der Messe eine Signalwirkung und eine Initialzündung für die ganze Stadt versprach.

Mit der Frankfurter Messe vom 3. bis 8. Oktober 1948 wurde an die Tradition der von 1919 bis 1929 bestehenden Frankfurter Internationalen Messen angeknüpft: 1.771 ausstellende Unternehmen, davon bereits 46 aus dem Ausland, waren die Pioniere dieser ersten Veranstaltung. In provisorischen Leichtbauhallen, Zelten und unter freiem Himmel präsentierten insgesamt 32 Branchen auf 60.000 Quadratmetern ihr Angebot, das von Textilien über Maschinen bis hin zu Nahrungs- und Genussmitteln reichte. Über 300.000 Besucher*innen konnten sich einen umfassenden Überblick über das gesamte Produktangebot der drei Westzonen verschaffen. In wirtschaftlicher und psychologischer

Hinsicht war die Wirkung dieser ersten Herbstmesse enorm: sowohl für die Ankurbelung des Außenhandels als auch für den Wiederauf- und Ausbau des Geländes.

Die Internationale Frankfurter Messe erwies sich auch in einer weiteren Hinsicht als wichtige Keimzelle der modernen Messe Frankfurt. Mit zunehmender Angebotsfülle zeichnete sich bald ein Trend zur Spezialisierung von Messen ab, das sogenannte „Frankfurter Prinzip“. Den Start machte 1959 die Interstoff für die Bekleidungsstoffe, die erste ISH (Bereich Sanitär und Heizung) folgte 1960. Die Haus- und Heimtextilien bekamen 1971 mit der Heimtextil eine selbstständige Messe. Aus der abgesagten IAA wurde 1971 binnen weniger Wochen die Automechanika für den Zuliefer- und Werkstattbereich entwickelt. 1980 folgte die Musikmesse. 1990 wurde die Internationale Frühjahrsmesse in die eigenständigen Messen Premiere und Ambiente überführt. Im Jahr 1996 wurde die Premiere in Paper-, Beauty- und Christmasworld gegliedert und die Herbstmesse in Tendence umbenannt. Dieser Prozess ist bis heute nicht zum Stillstand gekommen. Die Frankfurter Messen werden ständig weiter entwickelt, neue Veranstaltungen kommen hinzu. Parallel erfolgt eine stetige Erweiterung des realen Messeangebotes durch digitale Angebote als ein entscheidender Mehrnutzen für unsere Kunden.

Hochleistungszentrum des globalen Marketings

Diese Entwicklung der vergangenen Jahrhunderte hat bewirkt, dass aus dem wimmelnden Markt für die Waren der mittelalterlichen Welt ein Hochleistungszentrum des globalen Marketings geworden ist. Die weltweit führenden Leitmessen für Konsumgüter, Textil, Automobiltechnik sowie Architektur und Technik haben ihren Sitz in Frankfurt am Main. Erfolgreiche Marken wie Ambiente, Heimtextil, Automechanika, Light + Building und ISH hat die Messe Frankfurt mittlerweile rund um die Welt exportiert. Damit schafft sie insbesondere für mittelständische Unternehmen ein globales Marketinginstrument mit identischen Qualitätsstandards.

Heute ist die Messe ein Lebensnerv der Stadt. Gemeint ist damit die "Umwegrentabilität", der so genannte sozioökonomische Effekt. Messezeiten bedeuten für Frankfurt und die Region immer auch ein zusätzliches Umsatz-Plus – sei es im Hotellerie- und Gaststättengewerbe, bei den Standbau-Unternehmen oder im Taxi-Gewerbe. Damit trägt die Messe Frankfurt unmittelbar zur Sicherung von Arbeitsplätzen im Rhein-Main-Gebiet bei. Das zeigt eine aktuelle Studie des unabhängigen ifo Instituts für Wirtschaftsforschung der Universität München zur Umwegrentabilität. Die Messe Frankfurt erzeugt eine Kaufkraft außerhalb des Messegeländes in Höhe von 3,6 Mrd. Euro. Alleine in Frankfurt sichern die Messengeschäfte rund 18.500 Arbeitsplätze, bundesweit sind es insgesamt rund 33.260 Arbeitsplätze. Das Unternehmen ist damit ein Zugpferd für Frankfurt, Hessen und die Bundesrepublik.

Internationale Strategie für globales Business

Der Blick zurück zeigt, dass Messen Produkte sind, die einer Reihe externer Rahmenbedingungen und innerer Faktoren unterliegen. Viele Ereignisse der mehr als 800-jährigen Messegeschichte beweisen dies. Die wichtigste Lehre ist, dass Traditionswerte und Größe alleine keine Bestandsgarantie sind, und Messen ihre Daseinsberechtigung sehr schnell verlieren, wenn äußere und innere Faktoren nicht immer wieder miteinander in Einklang gebracht werden. Das gilt heute wie vor 100 Jahren. Vor dem Hintergrund der Herausforderungen der Globalisierung hat die Messe Frankfurt rechtzeitig und verstärkt auf Investitionen in Produkte und Märkte gesetzt. Bereits 1987 wurde mit der Interstoff Asia in Hongkong die erste Auslandsmesse

durchgeführt. 1990 wurde die erste ausländische Tochtergesellschaft in Tokio gegründet. Seit mehr als 30 Jahren ist die Messe Frankfurt mit ihren Marken rund um den Globus unterwegs, ein Erfolgsmodell, denn viele der Auslandsveranstaltungen gehören – nach der jeweiligen Leitmesse am Heimatstandort Frankfurt – zu den weltweit zweit- oder drittgrößten ihrer Branche. Die Messe Frankfurt unterhält Tochtergesellschaften und Niederlassungen in Stuttgart, Friedrichshafen, Paris, Mailand, Guildford/Surrey, Istanbul, Atlanta, Mexico City, Buenos Aires, Mumbai, Neu-Dehli, Tokio, Seoul, Hongkong, Schanghai, Peking, Shenzhen, Guangzhou, Taipei, Johannesburg und Dubai. Die asiatischen Tochtergesellschaften in China, Japan, Korea und Indien wurden im Jahr 2003 unter dem Dach der Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., mit Sitz in Hongkong, zusammengefasst. Ein engmaschiges Netz von mehr als 50 internationalen Vertriebspartner*innen in rund 180 Nationen und 28 Tochtergesellschaften weltweit bilden die Basis der weltweiten Ausrichtung.

Das Unternehmen ist heute ein globaler Marketing- und Dienstleistungspartner für seine Kunden. Die Marke Messe Frankfurt steht für die jeweils besten Messen und Veranstaltungen und sie steht für den Dienst an den Kund*innen weltweit. Durch eine stringente Markenstrategie tragen die internationalen Brands nicht nur den gleichen Namen mit dem Hinweis auf die jeweilige Region, sie haben auch die gleich hohen Standards wie die Markenveranstaltungen in Frankfurt.

Das Geschäftsjahr 2020 brachte einen historischen Einschnitt in das stabile Wachstum der Messe Frankfurt seit dem Zweiten Weltkrieg. Weltweit konnten aufgrund der globalen Corona-Pandemie und der damit verbundenen weltweiten Reiserestriktionen und Quarantänebestimmungen keine oder nur lokal begrenzt Präsenzveranstaltungen stattfinden. Rund zwei Drittel der Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt mussten abgesagt bzw. verschoben werden. Eine Reihe von Veranstaltungen fand als digitale Ergänzungsformate statt. Auch im Jahr 2021 hatte die Messe Frankfurt weiter mit den Folgen der Pandemie zu kämpfen, nicht zuletzt bedingt durch die andauernde volatile Lage und die anhaltenden weltweiten Reisebeschränkungen. Im ersten Quartal 2022 waren pandemiebedingt erneut so gut wie keine Veranstaltungen möglich. Nach Ende aller Verbote konnten im April die ersten Messen am Heimatstandort in Frankfurt wieder starten. Seitdem zeigen sich die Veranstaltungen dynamisch und bleiben, ergänzt um digitale Angebote, die klassischen Treffpunkte ihrer Branchen.

Der Deutsche Pavillon auf der EXPO 2015

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie hat die Messe Frankfurt den Bau und den Betrieb des Deutschen Pavillons für die Expo Milano 2015 organisiert. Das Thema der Expo 2015 war „Feeding the Planet, Energy for Life“ („Den Planeten ernähren, Energie für das Leben“). Die Länderpräsentationen drehten sich um die Schlagworte Nahrung, Energie, Globus und Leben. Der Deutsche Pavillon „Fields of Ideas“ zeigte neue und überraschende Lösungsansätze aus Deutschland für die Ernährung der Zukunft. Unter dem Motto „Be active!“ lud er die Besucher*innen ein, selbst aktiv zu werden. Dieses Angebot wurde von rund drei Millionen Gästen wahrgenommen.

Zeittafel

1150	Ersterwähnung einer Messe in Frankfurt
1240	Kaiser Friedrich II. erteilt Frankfurt das Messeprivileg und gestattet eine Herbstmesse
1330	Kaiser Ludwig IV. gestattet Frankfurt eine zweite Messe im Frühjahr
1585	Mit der Gründung der Frankfurter Börse wird ein Grundstein für die Entwicklung Frankfurts zur Finanz-Metropole gelegt.
1891	Internationale Elektrotechnische Ausstellung
1907	Gründung der Messe Frankfurt GmbH als Ausstellungs- und Festhallengesellschaft mbH
1907	Bau der Festhalle als damals eine der größten europäischen Ausstellungshallen
1909	Eröffnung der Festhalle durch Kaiser Wilhelm II.
1909	Die Internationale Luftschiffahrt Ausstellung mit über eineinhalb Millionen Besuchern findet in Frankfurt statt
1919	Erste Frankfurter Internationale Messe
1920/21	Ausbau des Festhallengeländes zur Messestadt
1920	Das „Frankfurter Prinzip“ wurde auf der Frühjahrsmesse konsequent angewendet.
1933	Während des NS-Regimes wurden Messen ideologisch überformt, der rein wirtschaftliche Aspekt trat zurück.
1938	Nach der Reichspogromnacht wurde die Festhalle 1938 als provisorisches Gefängnis für über 3000 jüdische Männer der Stadt Frankfurt und des Rhein-Main-Gebiets genutzt. Sie wurden in die Konzentrationslager Buchenwald und Dachau deportiert.
1945	Das Messegelände war zu 95 Prozent zerstört.
1948	Wiederaufnahme der Internationalen Frankfurter Messen mit der ersten so genannten „DM-Messe“
1949	Erste Buchmesse der Nachkriegszeit findet in Frankfurt statt
1951	Die IAA verlegt ihren Standort von Berlin nach Frankfurt und schreibt bis 2019 Erfolgsgeschichte
1959	1. Interstoff durch Ausgliederung des Stoffbereiches
1960	1. ISH durch Ausgliederung des Bereiches Sanitär und Heizung
1971	1. Heimtextil durch Ausgliederung der Heim- und Haustextilien aus der Interstoff
1971	1. Automechanika
1980	Musikmesse wird eigenständig
1987	Mit der Interstoff Asia in Hongkong findet die erste Auslandsmesse der Messe Frankfurt statt
1990	Gründung der ersten Auslandstochtergesellschaft in Japan (Tokio)
1990	Überführung der Internationalen Frühjahrsmesse in die eigenständigen Messen Premiere und Ambiente
1996	Umbenennung der Herbstmesse in Tendence
1996	Gliederung der Premiere in Paper-, Beauty- und Christmasworld
2000	1. Light + Building
2015	Organisation und Betrieb des Deutschen Pavillons auf der Expo Milano 2015, im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie
bis heute	Ständige Weiterentwicklung des Messe-Portfolios

- 2020 Aufgrund der globalen Corona-Pandemie und den damit verbundenen Reiserestriktionen und Quarantänebestimmungen kommt das globale Messegeschäft nahezu zum Erliegen. Physische Messen sind nicht realisierbar bzw. nur vereinzelt lokal beschränkt möglich.
- 2021 Die Pandemie bringt weiter tiefe Einschnitte in das Messegeschäft, bedingt durch die andauernde volatile Lage und die weltweiten Reisebeschränkungen.
- 2022 Im ersten Quartal waren pandemiebedingt erneut so gut wie keine Veranstaltungen möglich. Nach Ende aller Verbote konnten im April die ersten Messen am Heimatstandort in Frankfurt wieder starten. Seitdem zeigen sich die Veranstaltungen dynamisch und bleiben, ergänzt um digitale Angebote, die klassischen Treffpunkte ihrer Branchen.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

Besuchen Sie uns auf:

www.twitter.com/messefrankfurt

www.instagram.com/messefrankfurt

www.youtube.com/user/messefrankfurt

Ihr Kontakt:

Markus Quint

Tel.: +49 69 75 75-5905

markus.quint@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehört zu den weltweit führenden Messe-, Kongress- und Eventveranstaltern mit eigenem Gelände. Rund 2.160 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 28 Tochtergesellschaften organisieren Veranstaltungen weltweit. Der Konzernumsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 454 Millionen Euro. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer

Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Eine entscheidende Stärke der Messe Frankfurt ist ihr leistungsstarkes globales Vertriebsnetz, das engmaschig rund 180 Länder in allen Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Mittels digitaler Expertise entwickeln wir neue Geschäftsmodelle. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie.

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule unserer Unternehmensstrategie. Dabei bewegen wir uns in einer Balance zwischen ökologischem und ökonomischem Handeln, sozialer Verantwortung und Vielfalt.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com/sustainability

Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com