

Ausführungen von

Wolfgang Marzin, Detlef Braun, Uwe Behm

Geschäftsführung der Messe Frankfurt GmbH

anlässlich der Unternehmenspressekonferenz

am 19. Juni 2018

Es gilt das gesprochene Wort

Wolfgang Marzin

Das Geschäftsmodell der Messe Frankfurt steht auf drei Säulen: Fairs & Events, Locations, Services. Neben weltweit rund 150 Messen, die wir in Eigenregie veranstalten, vermieten wir unseren Standort auch und bieten so jährlich Raum für mehr als 250 Gastveranstaltungen. Mit einer Vielzahl an Dienstleistungen – analogen und digitalen Serviceangeboten – komplettieren wir das Full-Service-Angebot für unsere Kunden. Unser Geschäftsmodell ist erprobt, bewährt und ein festes Fundament für Weiterentwicklung und Wachstum. Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt bleibt 2018 finanz- und veranstaltungsstark. Wir peilen einen Umsatz in Richtung 700 Millionen Euro an, bei steigendem Ergebnis. Unser weltweites Netzwerk haben wir mit einem neuen Standort in Großbritannien und einem weiteren in China verdichtet. Das operative Geschäft im ersten Geschäftshalbjahr verlief sehr vielversprechend, die Prognosen für die kommenden Veranstaltungen sind gut. Die Messe Frankfurt baut auf eine gesunde Mischung aus organischem und anorganischem Wachstum. Mit aktuell 25 Premieren treiben wir unser Neugeschäft gezielt voran. Und wir haben für das laufende und das kommende Jahr weitere nennenswerte Zukäufe in der Planung.

Die Messe Frankfurt schließt an die vorangegangenen Geschäftsjahre an. Seit 2010 ist der Konzernumsatz um rund 50 Prozent gestiegen, von 448 Millionen Euro auf nunmehr rund 669 Millionen Euro in 2017. Gegenüber dem bisherigen Spitzenjahr 2016 (rund 647 Mio. Euro) ist das ein Anstieg um mehr als 22 Millionen Euro beziehungsweise rund vier Prozent. Nach dem Abschluss für das Geschäftsjahr 2017 ergibt sich ein Jahresüberschuss von rund 41 Millionen Euro (2016: rund 50 Mio. Euro; 2015: rund 38 Mio. Euro). Dabei handelt es sich um den zweitbesten Wert in der Unternehmensgeschichte.

Messen in Frankfurt gibt es seit rund 800 Jahren. Keimzelle der modernen Messe Frankfurt und wegweisend für den nachhaltigen weltweiten Werdegang unseres Unternehmens war die Frankfurter Exportmesse 1948 – ein Ereignis, das sich in diesem Jahr am 3. Oktober zum 70. Mal jährt. In wirtschaftlicher und psychologischer Hinsicht war die Wirkung dieser ersten Herbstmesse nach dem Zweiten Weltkrieg enorm – sowohl für die Ankurbelung des Außenhandels als auch für den Wiederaufbau und die Weiterentwicklung der Messe Frankfurt hin zu einem

Marktführer der internationalen Messebranche. Unsere Gesellschafter – das Land Hessen und die Stadt Frankfurt – haben die strategische Ausrichtung der Messe Frankfurt immer mitgetragen, das Unternehmen unterstützt und geholfen, die führende Marktposition der Messe Frankfurt weiter auszubauen. Die Messe Frankfurt ist wirtschaftlich und kulturell fest in der Stadt und der Region verankert. Wir schaffen Synergien zwischen unseren Veranstaltungen, der Stadt und ihren Bewohnern und kooperieren mit vielen städtischen Institutionen. Alle zwei Jahre stellt die Luminale Kernthemen der Light + Building in den urbanen Kontext und zeigt Lösungsansätze für eine visionäre Stadtgestaltung. Mit dem jährlich stattfindenden Musikmesse Festival im Rahmen der Musikmesse und Prolight + Sound untermauern wir das Kulturgut Musik und stärken die spannende und lebendige Kreativwirtschaft in der Stadt. Über den Zeitraum der nächsten fünf Jahre wird die Messe Frankfurt mit einer Gesamtsumme von einer Viertelmillion Euro die neuen Bachelor-Studiengänge „Real Estate und Facility Management“ und „Real Estate und Integrale Gebäudetechnik“ an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS) unterstützen. Für die Ausbildung unseres Nachwuchses setzen wir damit auf eine Hochschule an unserem Heimatstandort. Und nicht zuletzt zahlt das starke inländische Veranstaltungsportfolio der Messe Frankfurt enorm auf die deutschlandweite Umwegrendite von aktuell 3,6 Milliarden Euro jährlich ein sowie auf die Sicherung von 33.360 Arbeitsplätzen bundesweit.

Leistungsstark, flexibel und schlagkräftig zu sein ist Anspruch der Messe Frankfurt. Es ist unsere Verpflichtung, nachhaltig zu investieren und betriebswirtschaftlich zu handeln. Die Anpassungen unserer Veranstaltungen an die Bedürfnisse unserer Branchen gehen wir aktiv aus einer Position der Stärke heraus an, soll heißen: Wir halten nicht Schritt, sondern gestalten aktiv mit. Dies gilt für den Ausbau unseres Kerngeschäfts als Marketing- und Servicepartner unserer Kunden. Unser Unternehmensverbund wächst weiter. Die Synergien, die wir innerhalb unserer weltweiten Gesellschaften erzielen, sind Stärken, die wir nachhaltig und gewinnbringend einsetzen.

Anschaulich zeigt der aktuelle Geschäftsbericht der Messe Frankfurt, wie sehr Trends, Innovationen und Zukunftsmodelle auf unseren Veranstaltungen aufs Engste

miteinander verknüpft sind, wie sich Produkte in ihrer Bedeutung weiterentwickeln und wie ideale Rahmenbedingungen technologische Höchstleistungen erzeugen.

Detlef Braun

Das erste Geschäftshalbjahr 2018 verlief rund und ausgesprochen gut. Unsere weltweiten Veranstaltungen wachsen in Tiefe und Breite, nicht zuletzt, weil wir mit den passenden Veranstaltungen in wichtigen Wachstumsregionen unterwegs sind. Die hohen Internationalitäts- und Zufriedenheitsgrade machen deutlich: Angebot und Nachfrage sind auf unseren Veranstaltungen deckungsgleich auf unsere Kunden angepasst. Wenn alles nach Plan verläuft, werden wir nach heutigem Stand unseren Ausstellerrekord von 2017 noch einmal steigern können. Lassen Sie mich nun einige Fakten zu unseren Veranstaltungen erörtern. Die Marke Automechanika war bis vor 25 Ausgaben noch nicht aus der Taufe gehoben. Heute haben wir eine weltweit starke Markenfamilie mit 17 Veranstaltungen in 15 Ländern und in diesem Jahr erwarten wir zum 25. Jubiläum im September in Frankfurt einen historischen Anmeldestand. Neue Themen sind mit an Bord, wie das Debüt der Messe REIFEN und die Zusammenarbeit mit RETRO-Messen im Segment Classic Cars. Die weltweite Urbanisierung und die zunehmende Digitalisierung verlangen nach praktikablen Lösungen. Hier geht es um nachhaltige und vernetzte Mobilität und Logistik. Die im vergangenen Jahr implementierte Hypermotion ist unsere Antwort darauf. Auch wenn für das Entstehen von Produkten und Veranstaltungen ganz unterschiedliche Parameter ausschlaggebend sind, so haben sie doch einen gemeinsamen Nenner: Angebot und Nachfrage bestimmen den Erfolg und bilden seit jeher den Grundsatz der Wirtschaft. In ihrer Begegnung generieren sie für alle Beteiligten den erwünschten Mehrwert. Entsprechend dem Bedarf der Branchen passt die Messe Frankfurt ihr eigenes Angebot an, modifiziert und adaptiert es, um die richtigen Plattformen anzubieten. Die Messe Frankfurt greift in der Weiterentwicklung und Neuentwicklung ihrer Veranstaltungen Umbrüche genauso auf wie Trends. Um unsere Kunden zu unterstützen, investieren wir intensiv in Inhalte in Form von Angeboten und Lösungen. Die Verknüpfung unterschiedlicher Sichtweisen und Branchen schafft Raum für neue Projekte, Geschäftsmodelle, Kooperationen und Zielgruppen. Mit dem neuen Ausstellungsformat „Interior Architecture Hospitality“ und mit dem für das Objektgeschäft spezialisierten Portfolio konnten wir eine neue Zielgruppe für die Heimtextil gewinnen.

Unsere Investitionen und Weiterentwicklungen zeigen Erfolge. Auch bei der Paperworld, Creativeworld und Christmasworld haben wir ein Ausstellerwachstum erzielt und sind über die 3.000er-Marke geklettert. Die Paperworld, die lange unter dem Konsolidierungsdruck auf Angebots- und Nachfrageseite litt, ist in diesem Jahr wieder gewachsen. Die Veranstaltung konnte in einem herausfordernden Marktumfeld stabilisiert werden.

Mit 82 Prozent Internationalität ist der Weltmarkt auf diesen Veranstaltungen zu Hause. Stark investiert haben wir in das Format und den Inhalt der Musikmesse – mit dem Erfolg der Vertrauensbildung und der Kundenrückgewinnung. Wir halten die Musikmesse und die Prolight + Sound in einem heterogenen Marktumfeld auf Kurs. Zusammen mit der Branche werden wir weitere Anstrengungen unternehmen, um die Veranstaltungen zukunftsorientiert aufzustellen und Synergien optimal zu nutzen.

Neue Impulse setzen wir durch ein starkes internationales Geschäft. Die Motocicleta Argentina ist – neben der Motobike Istanbul – die nunmehr zweite Motoradmesse in unserem Portfolio. Argentinien ist nach Brasilien und Kolumbien der drittgrößte Motorradmarkt in Südamerika mit zweistelligen Zuwachsraten in den beiden vergangenen Jahren. Mit den beiden Veranstaltungen besitzen wir ein gutes Fundament, um weitere Zielmärkte zu prüfen und einen neuen Brand auszurollen. Die Motobike Shows ergänzen sehr gut unser Portfolio Mobility & Logistics. Mit der Beautyworld Saudi Arabia – der fünften Veranstaltung im Beautyworld Brand – verschaffen wir unseren Kunden den Zugang zum größten Körper- und Schönheitspflegemarkt des Nahen Ostens mit einem geschätzten Marktvolumen von rund sieben Milliarden US-Dollar im Jahr 2021. Wir verstärken unser Engagement in Südafrika mit der Cape Town International Boat Show. In Russland haben wir in der Vergangenheit mutig antizyklisch investiert, und das zahlt sich aus und belohnt unsere Tochtergesellschaft mit dem besten Jahresergebnis der letzten zehn Jahre.

In wenigen Tagen geht die Tendence an den Start. Für die zweite Jahreshälfte gibt es in Deutschland nach wie vor keine Plattform, die internationaler ist als die Tendence. Wir investieren sehr stark in den Handel, der sich mit enormen Veränderungen im Konsum- und Einkaufsverhalten konfrontiert sieht, dem sich aber genauso Chancen bieten, sich in einer Lifestyle-Ökonomie erfolgreich neu zu positionieren. Diese Chancen, und wie der Handel diese praktisch nutzen kann,

werden auf einer Tendence greifbar, mit bewährten und neuen Formaten wie Tendence Impulse, Academy, Concept Store Inspirations oder Outdoor Living. Dieser intensive Support des Handels macht sich bezahlt. Mehr dazu in wenigen Tagen, wenn die Messe beginnt.

Uwe Behm

Nach zwei Jahren Bauzeit geht unser Großprojekt Halle 12 im September mit der Automechanika ans Netz. Wenn so ein gigantischer Gebäudekomplex erst einmal steht, hat man schnell die ungeheuren Anstrengungen vergessen, die während der Planungsphase und während des Baus erforderlich waren. Wir sind sehr froh, dass wir eine tüchtige Arbeitsgemeinschaft aus leistungsfähigen Unternehmen an unserer Seite hatten, die zum guten Gelingen des Projekts beigetragen hat. Die Halle 12 wird die Gesamtdienstleistung Messe am Standort weiter aufwerten. Ein qualitativ erstklassiges Messegelände – und das Frankfurter Messegelände gehört zu den besten der Welt – schafft für uns als Veranstalter und Vermarkter optimale Rahmenbedingungen für erfolgreiche Veranstaltungen. Deshalb investieren wir auch in den kommenden Jahren in unsere Infrastruktur: Mit den anstehenden baulichen Maßnahmen an den Hallen 5 und 6 können wir am Standort Eigenveranstaltungen konzeptionell weiterentwickeln und Gastveranstaltungen neue Möglichkeiten bieten.

Rund 240 Gastveranstaltungen im Jahr sorgen für eine hohe Auslastung des Geländes. Wir sind Gastgeber für viele große und kleine, nationale und internationale Veranstaltungen: vom Konzert über die Sportveranstaltung, von Tagungen und Kongressen bis hin zu internationalen Leitmessen wie beispielsweise der CPHI Worldwide, der internationalen Plattform der pharmazeutischen Industrie.

Gastveranstaltungen sind Erfolgsfaktoren für den Standort Frankfurt. Alle drei Jahre wird das Frankfurter Messegelände zum Weltforum für chemische Technik, Verfahrenstechnik und Biotechnologie. Die Achema, globale Leitmesse der Prozessindustrie, zeigt das komplette Spektrum, was in der chemischen Industrie, der Pharma- und Lebensmittelherstellung benötigt wird. Sie ist seit mehr als 80 Jahren in Frankfurt beheimatet.

Viele unserer zahlreichen Gastveranstaltungen sind ebenfalls fest mit dem Standort verbunden. Dazu kommen neue Veranstaltungen wie beispielsweise die Franchise Expo. Der weltweit führende Anbieter MFV Expositions wird im September –

in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Franchiseverband – erstmals in Deutschland eine Franchise-Messe veranstalten. Die Buchungslage im Geschäftsfeld Locations ist sehr erfreulich. Die Veranstaltungen sind breit gefächert, in ihrer Größe, Art und Komplexität. In Zusammenarbeit mit städtischen Institutionen wie der Tourismus + Congress GmbH, dem Frankfurt Convention Bureau und der IHK Frankfurt haben wir uns das Ziel gesetzt, Frankfurt weltweit noch stärker als internationalen Kongress-Standort zu platzieren. Gemeinsam wollen wir neue hochkarätige Veranstaltungen gewinnen. Mit der Tourismus + Congress GmbH, dem Frankfurt Convention Bureau und wissenschaftlicher Unterstützung durch die ehrenamtlich tätigen Frankfurter Kongress-Botschafter haben wir zwei bedeutende medizinische Kongresse für den Standort gewonnen: Vom 24. bis 27. März 2019 wird der EBMT 2019, 45th Annual Meeting of the European Society for Blood and Marrow Transplantation, auf dem Gelände stattfinden. Erwartet werden rund 5.500 Teilnehmer. Vom 3. bis 6. Juni 2020 wird der EULAR 2020, Annual European Congress of Rheumatology, zu Gast sein. Der EULAR Kongress ist einer der sechs großen medizinischen Kongresse in Europa. Erwartet werden rund 15.000 Teilnehmer. Die hohe Internationalität des Standorts, die hervorragende Infrastruktur der Stadt Frankfurt und unseres Messegeländes sowie die optimale verkehrsmäßige Erreichbarkeit waren entscheidende USPs bei der Wahl der Veranstalter. Und nicht zuletzt überzeugte die Professionalität unserer gemeinsamen Bewerbung sowie unser aller Expertise in der Ausrichtung, Begleitung und Betreuung internationaler Kongresse. Für die Messe Frankfurt hat das Kongress- und Tagungsgeschäft mit seiner sehr guten Performance weiter Wachstumspotenzial. Mehr als 150 Kongresse und Tagungen aus den Branchen Wissenschaft und Medizin, Banken und Finanzen, IT und Digitalisierung werden 2018 auf dem Messegelände und im Kap Europa stattfinden. Darunter ist beispielsweise die Sparkassenfinanzgruppe, die gleich mit mehreren Veranstaltungen zu Gast ist, die Women & Work, Europas größter Messekongress für Frauen, der DB Konzerntreff mit 3.500 Führungskräften und die Veranstaltung der Weltbank, Innovate4Climate. Sie wurde beim Weltklimagipfel in Bonn lanciert und umfasst globale Themen wie Klimafinanzierung, nachhaltige Entwicklung und CO₂-Preisgestaltung. Wir freuen uns, dass MFS Fairconstruction, unser hauseigener Messebauer, den Zuschlag für die Konzeption und Umsetzung des Ausstellungsareals Marketplace mit rund 35 Ständen erhalten hat.

Zahlreiche Eventformate und Entertainment-Angebote werden auf dem Gelände und in der Festhalle stattfinden. Die Festhalle kann noch viel mehr als nur Raum bieten: sie kann sich selbst in Szene setzen – und gewinnen. Der Award „Halle des Jahres im Raum Deutschland, Österreich, Schweiz“ im Rahmen des Live Entertainment Award 2018 ist eine schöne Bestätigung für Deutschlands vielleicht emotionalste Multifunktionshalle. Die Bauweise, der Komfort und die hohe Servicequalität waren maßgebliche Entscheidungskriterien.

Die vielen Begegnungen zwischen Menschen aus nahezu fast allen Nationen auf dem Frankfurter Messegelände zeigen, dass unser Messeplatz ein idealer Veranstaltungsort ist. Sie zeigen aber auch, dass trotz einer immer stärker vernetzten Welt, trotz der vielen Möglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, trotz der Begeisterung für die digitale Vielfalt Menschen nach direkten und authentischen Erfahrungen und Begegnungen suchen.

Serviceangebote sind zentrale Bestandteile unseres Kerngeschäfts. Sie unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch und tragen zum Erfolg von Veranstaltungen bei. Erwartungen auf Kundenseite, aber auch unsere Lösungskompetenz und unser Einfühlungsvermögen im direkten Kontakt mit unseren Kunden nehmen stetig zu. Deshalb sind maßgeschneiderte Lösungen quer durch unsere Dienstleistungs- und Servicepalette USPs, die unsere Kunden sehr schätzen, bei unseren Eigenveranstaltungen genauso wie bei unseren Gastveranstaltungen. Alleine im vergangenen Jahr wurden rund 77.850 Bestellungen über den Ausellershop auf messefrankfurt.com durchgeführt. Positive Entwicklungen gibt es durch alle Gewerke und Angebote. So hat zum Beispiel der optimierte Ausbau der Netzwerk-Infrastruktur auf dem Frankfurter Messegelände zu einer Verdopplung der Anzahl der Premium-WiFi-Anmeldungen geführt – von rund 1.050 Anmeldungen in 2014 auf mehr als 2.190 Anmeldungen im Jahr 2017.

Erlauben Sie mir bitte noch einen kurzen Blick auf die Formnext. Die Formnext ist innerhalb kurzer Zeit aus Sicht ihrer Branche zur Leitmesse geworden. Sie entwickelt sich hochdynamisch, parallel zu ihrer Branche, und ist im Markt fest etabliert. Die vierte Auflage wird im November erneut mit mehr Ausstellern und mehr Fläche an den Start gehen. Angemeldet sind jetzt schon rund 420 Aussteller, im

entsprechenden Vorjahreszeitraum waren es rund 280. Nicht nur die Ausstellerzahlen legen damit um mehr als die Hälfte zu, auch die Zahl der gebuchten Fläche wächst um rund 50 Prozent. Nicht zuletzt bietet die Formnext als internationale Bühne gerade auch für junge Unternehmen exzellente Kontakt- und Entwicklungsmöglichkeiten. Wer an industrielle Automatisierung denkt, kommt an den Veranstaltungen der Messe Frankfurt Group nicht vorbei. Mit mittlerweile weltweit fünf Veranstaltungen in wichtigen Wachstumsregionen und dort, wo Angebot und Nachfrage am dichtesten aufeinandertreffen, besitzt unser Unternehmen eine umfangreiche Expertise. Man könnte auch sagen, die Musik der Automatisierung spielt auf der Messe-Frankfurt-Bühne. Flaggschiff und Leitmesse für smarte und digitale Automatisierung ist die SPS IPC Drives, die in Nürnberg stattfindet. Sie deckt das komplette Spektrum der industriellen Automatisierung ab. Die SPS IPC Drives wird auch künftig in Nürnberg veranstaltet, das haben wir vor Kurzem mit der Nürnberg Messe vereinbart. Damit bieten wir unseren Kunden langfristige Planungssicherheit. Weiter sehr erfolgreich auf Wachstumskurs und die Nr. 2 in Europa ist die SPS IPC Drives Italia in Parma. Mit der SIAF Guangzhou und der Smart Industry Solutions India in Mumbai sind wir in zwei weiteren prosperierenden Weltregionen präsent. Die SPS Automation Middle East in Dubai – Messe und begleitende Konferenz – erweitert seit diesem Jahr unser Portfolio in der Golf-Region. Sie ist die einzige Veranstaltung in der MENA-Region (Middle East & North Africa), die alle Aspekte und Anwendungsgebiete von Automatisierung unter einem Dach vereint. IoT (Internet der Dinge), Industrie 4.0 und deren Auswirkungen auf die Gebäude- und Industrieautomatisierung in den Ländern des Nahen Ostens werden zentrale Themen des Konferenzprogramms sein.

Wolfgang Marzin

Eine Stärke der Messe Frankfurt ist das stabile Wachstum mit erstklassigen Veranstaltungen rund um den Globus. Auf diesem Fundament entwickeln wir unser Unternehmen systematisch weiter. Erforderliche Veränderungen, die aus den Dynamiken der Märkte resultieren, gehen wir aktiv an. Wir identifizieren digitale Veränderungen in den Branchen und stellen uns gezielt, aber flexibel darauf ein. Was die globale Vernetzung in der Unternehmensgruppe angeht, ist die Messe Frankfurt führend. Partnerschaftliches Denken und Entwickeln ist die Basis unseres Erfolgs. Dazu tauschen wir uns intensiv mit unseren Kunden aus – mit unseren Fachberatern auf unseren Messen, und wenn es um die digitale Zukunft geht,

branchenübergreifend mit unseren Ausstellern in einem Beirat. Mit dem Digital Advisory Board lernen wir mehr über die Bedarfe unserer Kunden und erarbeiten gemeinsam neue Ideen und Innovationen für eine optimale Messebegleitung. Entscheidend wird im Wettbewerb sein, wer in der Lage ist, wirklich etwas zu realisieren.

Auf dem Weg hin zu den vernetzten und intelligenten Städten der Zukunft, den Smart Cities, nehmen intelligente Gebäudevernetzung, der Einklang von Energiemanagement und Nachhaltigkeit, Sicherheitstechnik und höhere Effizienz bei mehr Komfort einen wesentlichen Stellenwert ein. Überhaupt ist die „Smartifizierung“ ein permanenter Prozess, der sämtliche Lebensbereiche verändert, sei es in Form von Smart Home, Smart Building, Smart Living oder eben Smart Cities. Smart Solutions sorgen dafür, dass Gebäude zum integralen Bestandteil des Internets der Dinge werden. Entscheidende Lösungsansätze dazu liefert unser Messeportfolio Building Technology mit aktuell 24 Veranstaltungen weltweit. Hierfür stehen insbesondere die beiden Flaggschiffe ISH und Light + Building. Seit ihrer Erstveranstaltung vor 18 Jahren in Frankfurt wächst die Light + Building konstant und hatte in diesem Jahr ihren bisher stärksten Auftritt überhaupt – mit 2.714 Ausstellern und mehr als 220.000 Besuchern aus 177 Ländern. Hinzu kommen neue Themen, die mit dazu beitragen werden, die Light + Building weiterzuentwickeln. Das Intersec Forum, Fachkonferenz für vernetzte Sicherheitstechnik, ist mit dem Schwerpunktthema „Security meets Smart Building“ ein fester integraler Bestandteil der Light + Building und der ISH. Mit ihren Zukunftsthemen, die alle aktuellen Aspekte der Vernetzung sicherheitstechnischer Anlagen in modernen Gebäuden umfassen, bekam die dritte Veranstaltung im März erneut eine erstklassige Resonanz aus der Industrie und den Gewerken. Im September geht das E2 Forum Frankfurt an den Start. Das hochwertige Innovationsforum wird den Standort als Messeplatz für intelligente Gebäudetechnik weiter bereichern und der Aufzug- und Fahrtreppenbranche Wissen und Zugang zu entscheidenden Zielgruppen in der modernen Gebäudetechnik ermöglichen. Nach Expertenmeinung sind Aufzüge eines der wichtigsten Mobilitätsmittel der Zukunft.

Unsere breite Expertise und die weltweite Präsenz machen die Messe Frankfurt als Kooperationspartner attraktiv. Seit mehr als 30 Jahren ist die Messe Frankfurt auf

dem internationalen Parkett aktiv. 30 Tochtergesellschaften gehören zu unserem Unternehmen. Sehr gute Erfahrungen haben wir mit antizyklischen Aktivitäten bzw. Investitionen gegen allgemeine Trends gemacht. Und auf diese Weise gehen wir auch mit dem Brexit um: Im attraktiven Messe- und Exportmarkt Großbritannien sind wir seit diesem Jahr mit einer Tochtergesellschaft vertreten. Mit einer Reihe von Zukäufen und eigenen Weiterentwicklungen sind wir im laufenden Geschäftsjahr in den zentralen Wachstumsregionen sehr agil unterwegs.

Die Messe Frankfurt ist in den vergangenen Jahren erfolgreich gewachsen. Für das laufende Geschäftsjahr planen wir einen Umsatz in Richtung 700 Millionen Euro, bei weiter steigenden Erlösen. Wir entwickeln und richten unser wachsendes Veranstaltungsportfolio am Bedarf unserer Kunden aus. Die Möglichkeiten der Digitalisierung integrieren wir noch stärker in alle Geschäftsaktivitäten. So gestalten wir die Zukunft unserer Kunden mit und die Zukunft der Messe Frankfurt erfolgreich weiter. Wir bauen unsere Expertise im operativen Geschäft aus und erweitern unsere Marktanteile bei Serviceleistungen, im Bereich der Hardware und bei digitalen Dienstleistungen. Synergien innerhalb unseres weiter wachsenden Unternehmensverbundes nutzen wir, um flexibler, schneller und damit noch schlagkräftiger zu werden. Die Messe Frankfurt ist der weltweit umsatzstärkste Veranstalter, der sich in öffentlicher Hand befindet und ein eigenes Gelände betreibt. Auf unserer grundsoliden Basis wollen wir diese Position weiter ausbauen.