

Ausführungen von  
**Wolfgang Marzin, Detlef Braun und Uwe Behm**  
**Geschäftsführung der Messe Frankfurt**

anlässlich der Unternehmenspressekonferenz  
am 27. Juni 2019

---

Es gilt das gesprochene Wort

---

## Wolfgang Marzin

Die Messe Frankfurt ist ertragreich, erfolgreich und effizient. Im ersten Geschäftshalbjahr 2019 ist die Unternehmensgruppe qualitativ, quantitativ und international weiter gewachsen. Wir sind in vielen Märkten führend, nicht zuletzt auch deshalb, weil wir uns beständig weiterentwickeln, nachhaltig wachsen und investieren.

Im zurückliegenden Geschäftsjahr haben wir mit rund 718 Millionen Euro ein Umsatzplus von gut sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt. Damit liegen wir über dem gegenwärtigen Branchentrend, der laut AUMA-Bilanz von 2017 auf 2018 bei einem vorläufigen durchschnittlichen Umsatzwachstum von rund fünf Prozent für die deutsche Messeindustrie lag.

Gestatten Sie mir einen Blick auf den heute veröffentlichten Geschäftsbericht – Sie haben ihn vor sich liegen – bzw. auf die finalen Kennzahlen der Unternehmensgruppe für das Jahr 2018. Wir konnten die Ertragslage weiter steigern und die im Dezember vergangenen Jahres vorläufige Umsatzprognose leicht nach oben korrigieren. Der Konzernjahresüberschuss beträgt mehr als 50 Millionen Euro, er liegt damit um rund 25 Prozent bzw. rund zehn Millionen Euro über dem Vorjahr.

Im Inland wurden konsolidiert rund 424 Millionen Euro Umsatz generiert (*2017: rund 395 Mio. Euro*), ein Anteil von 59 Prozent am Konzern-Umsatz. Das sind rund 29 Millionen Euro mehr im Vergleich zum Vorjahr. Außerhalb Deutschlands haben wir konsolidiert mehr als 294 Millionen Euro Umsatz erzielt; das sind 41 Prozent des Konzern-Umsatzes (*2017: rund 274 Mio. Euro*). Die operative Ergebnisentwicklung spiegelt sich in der Ergebnis-Kennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) wider und betrug 2018 rund 132 Millionen Euro, nach 108 Millionen Euro im Vorjahr.

Mit ihrem wirtschaftlichen Erfolg hält die Messe Frankfurt in einem sehr anspruchsvollen und internationalen Wettbewerbsumfeld ihre Position weiter an dritter Stelle, hinter Informa und Reed, aber auch mit deutlichem Abstand zu

sämtlichen deutschen Wettbewerbern sowie zu allen weltweiten Messegesellschaften, die über eine eigene Geländeinfrastruktur verfügen. Und auch hinsichtlich der Kenngrößen Aussteller und vermietete Fläche kann die Messe Frankfurt mit ihren Marktanteilen an den internationalen Messen am Gesamtmesseplatz Deutschland vor allen deutschen Mitbewerbern punkten.

Wir stehen auf vielen Märkten in Konkurrenz – nicht nur internationale, auch deutsche Messegesellschaften bauen ihr Portfolio weltweit aus. Die dynamische Akquisitionstätigkeit bei privaten und börsennotierten internationalen Veranstaltern zeigt, dass Messen interessante Renditen bieten. Angesichts der Übernahmeaktivitäten der großen Messeunternehmen hat die Messe Frankfurt die ausgesprochene Stärke, dass sie seit mehr als drei Jahrzehnten global aktiv ist. Mit unseren Marken und Themen sind wir in den erfolgreichen Wirtschaftsregionen und in für uns strategisch wichtigen Märkten fest verankert.

Internationalisierung ist und bleibt die Antriebsfeder in der strategischen Ausrichtung der Messe Frankfurt – auf unseren etablierten Veranstaltungen genauso wie in der Implementierung neuer Veranstaltungen durch Zukäufe und Kooperationen. Am Heimatstandort garantiert der sehr hohe Internationalitätsgrad auf unseren Messen und damit eine extrem hohe Marktdurchdringung unseren Kunden den höchsten Nutzen auf Angebots- und auf Nachfrageseite – wie etwa im Mai auf der IFFA, auf der sieben von zehn Besuchern aus dem Ausland kamen. Damit gehen wir auf die entsprechenden Bedürfnisse unserer exportstarken Branchen ein.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 sind unsere Messen weltweit gewachsen. Am Heimatstandort haben wir nicht zuletzt durch die Integration der Halle 12 und der damit optimierten Neustrukturierung der Veranstaltungen die Attraktivität der Infrastruktur für unsere Kunden erhöht. Dazu kommt eine herausragende Qualität der Facheinkäufer. Entscheidende Größen für den Erfolg unserer Veranstaltungen sind die hohen Zufriedenheitsgrade bei unseren Kunden, und das quer durch alle Branchen hindurch. So erzielten beispielsweise am Standort Frankfurt die ISH, die IFFA und die Heimtextil Zufriedenheitswerte sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite von über 90 Prozent.

Die Akzeptanz von Messen für die Wirtschaft ist ungebrochen. Ihre Relevanz zeigt sich nicht zuletzt darin, dass hier die globalen Herausforderungen wie Globalisierung, Digitalisierung, Urbanisierung und Ökologisierung von Branchenexperten thematisiert werden.

Messen und Ausstellungen stehen seit jeher in Konkurrenz zu anderen Marketing- und Vertriebskanälen. Ihre Relevanz im Marketingmix steigt laut dem Verband der Deutschen Messewirtschaft AUMA. Über ein Viertel der Unternehmen sind bereit, mehr in Messebeteiligungen im In- und Ausland zu investieren. Persönliche Begegnungen sind und bleiben auch im 21. Jahrhundert erfolgreiche Geschäftsmodelle.

Die Messe Frankfurt ist strategisch gut für die Zukunft aufgestellt. Wir erzielen Jahr für Jahr eine ordentliche Rendite, wir haben Spielraum für Investitionen aus eigener Kraft und werden entsprechend unsere Wachstumschancen nutzen. Zum 31. Dezember 2018 waren weltweit 2.519 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Unternehmensgruppe beschäftigt. An dieser Stelle möchte ich mich im Namen der gesamten Geschäftsführung bei allen Kolleginnen und Kollegen für ihr verlässliches und großes Engagement bedanken.

### **Detlef Braun**

Der Auftakt zur Veranstaltungssaison 2019 mit einer hervorragend gelaufenen Heimtextil hätte nicht besser sein können, und auch der weitere Verlauf unserer themenfokussierten Fachmessen war entsprechend positiv. Denn gerade für den Fachhandel haben Leitmessen einen entscheidenden Mehrwert: Sie zeigen vielfältige Inspirationen und klare Perspektiven in einer vieldeutigen Welt. Mit weltweit 507 Veranstaltungen unter dem Dach der Messe Frankfurt wurden 2018 so viele Veranstaltungen wie noch nie durchgeführt. Annähernd fünf Millionen Menschen trafen sich auf den Begegnungsformaten der Unternehmensgruppe.

Wir haben, wenn nötig, einen langen Atem sowie die Bereitschaft zur nötigen konzeptionellen und auch experimentellen Veränderung, in direktem Dialog mit unseren Branchen. Es gab Zeiten, da wurde hier am Standort darüber diskutiert, ob es noch Sinn macht, in Textil zu investieren.

Zu groß war der Paradigmenwechsel durch die Verlagerung der Textilindustrie nach Asien. Wir haben antizyklisch investiert, mit den richtigen Inhalten, in die Qualität und in die Expansion, mit dem nötigen Beharrungsvermögen – mit dem Resultat, dass die Messe Frankfurt heute klarer Weltmarktführer im Sektor der Textil- und Modeveranstaltungen ist und die gesamte Wertschöpfungskette der Branche abdeckt.

Innerhalb der globalen Bekleidungs- und Textilindustrie kommt dem Standort Frankfurt mit vier Leitmessen eine starke Rolle zu. Die Heimtextil, eine echte Turnaround-Story, entwickelt sich seit zehn Jahren nur in eine Richtung: aufwärts! Im Januar konnten wir einen erneuten Ausstellerzuwachs vermelden. Mit einer Bestmarke bei Ausstellern und dem bislang höchsten Internationalitätsgrad auf Besucherseite zeigten Tectextil und Texprocess im Mai ihre extrem hohe Professionalität und Innovationskraft. Die vierte im Bunde, die Texcare, Leitmesse für die Textilreinigungsbranchen, geht 2020 wieder an den Start.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind Megathemen unserer Zeit, die unsere Veranstaltungen antreiben. So sprechen wir beispielsweise auf der Tectextil und Texprocess inzwischen von Impact 4.0, das heißt von sichtbaren Auswirkungen bzw. Entwicklungen, die aus der Industrie 4.0 hervorgehen. Sustainability ist ein Kernthema – auf unseren Konsumgütermessen genauso wie auf den technischen Leitmessen und den Textilveranstaltungen.

Strategisch frühzeitig auf das richtige Pferd gesetzt hat die Messe Frankfurt beim Thema Nachhaltigkeit im Bereich Fashion. Mit Neonyt haben wir die weltweit größte Nachhaltigkeitsmesse im Fashionbereich im Portfolio. Das Modeevent – ein einzigartiges Format – weist mit aller Deutlichkeit und Power den Weg in eine nachhaltige ModEZukunft. Höchst beeindruckend zeigt dabei das internationale Konferenzformat Fashionsustain, wie durch das Zusammenspiel aus neuen Technologien, Nachhaltigkeit und eine enge Zusammenarbeit sowie mit Kooperationen angewandte Innovationen entstehen.

Wir adaptieren dieses Konferenzformat innerhalb unseres Texpertise Network. Aktuell laufen die Vorbereitungen für eine erste Fashionsustain-Konferenz während

der Texworld USA in New York. Eine Fashionsustain zur Intertextile Shanghai Apparel Fabrics ist ebenfalls geplant. Wir sind sehr gespannt, wie die innovativen Themen im Juli in New York und in Shanghai im September angenommen werden.

Die Schärfung von Synergien und Internationalität standen in der strategischen Ausrichtung der Musikmesse und Prolight + Sound im Vordergrund, die im März auf Wunsch der Industrie wieder zeitgleich stattfanden. Vor dem Hintergrund einer durchdringenden digitalen Transformation in der Branche war es der Wunsch einer Mehrheit unserer internationalen Aussteller, eine professionelle Plattform für den fachlichen Austausch zu erhalten. Dieser gestiegenen Komplexität haben beide Messen Rechnung getragen: mit vielfältigen Angeboten, mit Wissenstransfer und Networking. Wir hatten ein attraktives Musikmesse Festival, das mit neuen Partnern und Kooperationen immer weiter in die Stadt expandiert.

Die Teilnahme an einer Messe ist immer eine individuelle Geschäftsentscheidung und von vielen Faktoren abhängig. Die Messe Frankfurt kann Unternehmen diese Entscheidung nicht abnehmen, wir können nur die bestmöglichen Voraussetzungen bieten. In Zeiten des strukturellen Wandels in der Handelslandschaft sind ein Plus an Ausstellern und Besuchern wie auf der Ambiente und auf der Paperworld, Creativeworld und Christmasworld hervorragende Ergebnisse. Sie sprechen für die Qualität unserer Veranstaltungen.

Kurz ein Blick auf unser globales Geschäft: Mit einer Reihe von insgesamt 17 neuen Veranstaltungen 2019 und 2020 ist die Messe Frankfurt in ihren Schwerpunktregionen unterwegs. Dazu zählen beispielsweise der Premierienstart der Aero South Africa, eine Kooperation mit der Messe Friedrichshafen in der nächsten Woche vom 4. bis 6. Juli in Pretoria. Mit der Veranstaltung runden wir unser südafrikanisches Portfolio ab und decken neben der größten Automobil- und Bootsmesse in Südafrika mit der Luftfahrtmesse nun alle drei Elemente ab. In Dubai wird 2020 die Interior Lifestyle Middle East an den Start gehen, in Indien die Gartex Texprocess India und in Japan die Child Edu & Care Japan, landesweit erste und einzige Fachmesse für Produkte und Dienstleistungen rund um Kindererziehung und Kinderbetreuung. In New Orleans ist in diesem Jahr die Clean Show neu am Start, in Paris die Jet Expo.

## **Uwe Behm**

Meist spreche ich über die Entwicklung der Infrastruktur am Heimatstandort Frankfurt, aber lassen Sie mich heute mit einem kurzen Blick auf unsere Tochtergesellschaft Mesago in Stuttgart beginnen. Die Mesago hat mit rund 40 Millionen Euro einen Rekordumsatz im Geschäftsjahr 2018 erzielt. Seit 2002 ist das Messeunternehmen Teil der Unternehmensgruppe, die Gesellschaft und ihr Portfolio haben sich hervorragend entwickelt. Die Mesago organisiert inzwischen sechzehn Veranstaltungen, darunter auch die sehr erfolgreichen Messen SPS und Formnext. Die Branche des Additive Manufacturing strebt seit Jahrzehnten zweistellig aufwärts und hat inzwischen ein weltweites Marktvolumen von rund zehn Milliarden Euro erreicht. Nachdem die Formnext in Frankfurt sich als Leitmesse der Branche fest etabliert hat, werden wir 2020 einen ersten Ableger in China haben. Die Formnext South China wird zusammen mit der PM South China, einer Messe für Additive Manufacturing sowie für die Pulver- und Materialindustrie, vom 9. bis 11. September in Shenzhen starten. Das als Greater Bay Area bezeichnete Gebiet um Shenzhen gilt das technologische Kraftzentrum des Landes. Bei der Leitmesse in Frankfurt zeigt sich schon jetzt, dass auch die fünfte Veranstaltung im November weiter wächst.

Die SPS, internationaler Schauplatz der industriellen Automatisierungsbranche, ist und bleibt auch in ihrem 30. Jubiläumsjahr die Leitmesse ihrer Branche und schreibt mit beständig wachsenden Aussteller- und Besucherzahlen eine beeindruckende Erfolgsgeschichte. Nicht minder erfolgreich sind ihre Brand-Veranstaltungen in China, Dubai, Indien und Italien. Die SPS Italia in Parma hat im Laufe ihres neunjährigen Bestehens ihre Größe verdreifacht und ist keine Kopie mehr ihrer ehemaligen Muttermesse in Nürnberg. In Parma wurden die Themen Robotik und mechanische Automatisierung integriert, das Angebot für unsere Kunden wird durch begleitende Formate wie zum Beispiel Round Tables, Kongresse etc. über das gesamte Jahr hinweg erweitert. Auf der Veranstaltung im Mai waren mehr als 800 Aussteller am Start. Über 40.000 Besucher kamen zur SPS Italia – fast 20 Prozent mehr als zur Vorveranstaltung.

Frankfurt ist ein hervorragender Kongressstandort. Das zeigen nicht zuletzt die Bestmarken in der aktuellen Frankfurter Tagungs- und Kongress-Statistik für das Jahr 2018, herausgegeben von der Frankfurter Tourismus + Congress GmbH.

Für die Messe Frankfurt nimmt das Kongress- und Tagungsgeschäft einen Schwerpunkt in der Geschäftsentwicklung am Heimatstandort ein. Das multiflexible Messegelände, zwei hervorragende Kongressgebäude mit optimaler Erreichbarkeit haben in den vergangenen Jahren immer mehr Veranstaltungen an den Standort geführt. Im Geschäftsjahr 2018 kamen von den 273 Gastveranstaltungen mehr als die Hälfte aus dem Kongress- und Tagungssektor – 175 Veranstaltungen (2017: 155) mit rund 151.000 Teilnehmern (2017: rd. 125.700). 2019 wird erneut ein sehr dynamisches Kongressjahr werden. Im ersten Halbjahr 2019 konnten wir neben vielen Stammveranstaltungen auch neue Kongresse begrüßen. Wie sehr Frankfurt und der Messeplatz als internationaler Kongress-Standort insbesondere für Medizinkongresse wahrgenommen werden, zeigte beispielsweise der wissenschaftliche Weltkongress EBMT (European Society for Blood and Marrow Transplantation), der größte seiner Art für Stammzelltherapie. Mit rund 6.000 Teilnehmern belegte er im März das Congress Center, das Forum sowie die Halle 5. Wir freuen uns auf zwei weitere große Medizinkongresse im kommenden Jahr: Der EULAR (European League Against Rheumatism), einer der größten Medizinkongresse, wird vom 3. bis 6. Juni 2020 unser Gast sein, der 25. Congress of EHA (European Hematology Association) gleich im Anschluss vom 11. bis 14. Juni.

Ungerade Jahre sind am Standort Frankfurt stärkere Gastveranstaltungsjahre, turnusbedingt werden in der zweiten Jahreshälfte drei große Veranstaltungen das Geschehen mit dominieren: die IAA PKW, die Buchmesse sowie die UBM-Veranstaltung CPhI. Der Microsoft Business Summit Kongress, der alle zwei Jahre seinen Standort wechselt, ist am 22. und 23. Oktober in der Halle 12 zu Gast. Mit der InterDive wird vom 15. bis 29. Januar 2020 eine neue Gastmesse nach Frankfurt kommen. Bislang war die InterDive eine Messe in Friedrichshafen, die nun einen zusätzlichen Ableger in Frankfurt bekommt.

Kommen wir zum Messegelände: Seit 1997 verfolgt die Messe Frankfurt mit Erfolg ihren ehrgeizigen Masterplan zur Modernisierung des Messegeländes. Jetzt schlagen wir die abschließenden großen Kapitel auf. Aktuell stecken wir mitten in den abschließenden Sanierungsmaßnahmen der Halle 6. Diese ist, nach der Rekonstruktion und Ertüchtigung der Festhalle – wofür wir insgesamt in den letzten Jahren rund 30 Millionen Euro investiert haben – eines der größten

Instandhaltungsprojekte des Unternehmens. In die Messehalle 6 investieren wir über 40 Millionen Euro in die Gebäudetechnik. Dies ist der letzte und umfangreichste Schritt und damit ist die Sanierung der Halle 6 nach etwa zehn Jahren abgeschlossen. Es ist das erste Mal, dass wir eine Halle in dieser Größenordnung saniert haben. Die technische Modernisierung dieser nunmehr 50 Jahre alten funktionalen Halle entspricht dem nachhaltigen Wirtschaften der Messe Frankfurt. Der Energieverbrauch des Gebäudes liegt um 30 Prozent unterhalb der gesetzlichen Vorgaben. Daher wird das Projekt nach KfW-Standard 70 gefördert. Ziel eines aktiven Energiemanagements der Messe Frankfurt ist es, bei Neubauten und Sanierungen eine vorausschauende, energieoptimierte Bauweise sowie eine effiziente Betriebsweise zu berücksichtigen. Die logische Folge eines möglichst effizienten und schonenden Umgangs mit Energieressourcen ist, dass wir ab 2020 den Messeplatz Frankfurt mit 100 Prozent Ökostrom betreiben werden. Unmittelbar nach der Buchmesse werden wir die Halle 5 und das Congress Center anfassen.

Zum Schluss noch einige interessante Neuigkeiten zum Thema: Was macht die Messe Frankfurt eigentlich mit ihren wertvollen Daten? Die Messe Frankfurt hat bereits in 2017 zwei neue Produkte entwickelt, die nun erstmals über einen bewertbaren Zeitraum vermarktet wurden und sehr gute Anfangserfolge verzeichnen konnten. Unter dem Begriff „Produktgruppenmatching“ stellen wir dem online angemeldeten Fachbesucher entsprechend seiner angegebenen Interessensbekundung passende Ausstellerangebote zur Verfügung, die wir wiederum aus den Anmeldedaten der Aussteller gewinnen. Dieser Service ist vom Aussteller zu bezahlen, weil er davon profitiert. Und mit dem Angebot „Audience Marketing“ sind wir in der Lage, für die Industrie hochinteressante Bewegungsdaten der Besucher unserer Veranstaltungsseiten zu generieren. Diese B2B-Daten sind von außerordentlich hoher Qualität und erzeugen quasi keine Streuverluste. Mit beiden Angeboten wurden im vergangenen Jahr bereits sechsstellige Umsatzerlöse generiert.

## **Wolfgang Marzin**

Lassen Sie mich kurz zusammenfassen: Die Messe Frankfurt hat 2018 einen Umsatz von rund 718 Millionen Euro erwirtschaftet. Der Konzern-Jahresüberschuss beträgt mehr als 50 Millionen Euro und liegt damit um rund 25 Prozent über dem Vorjahr. Im ersten Geschäftshalbjahr 2019 hat die Unternehmensgruppe ihren strategischen Wachstumskurs erfolgreich weiterentwickelt und ihre nationale und internationale Stellung gefestigt. Unsere Veranstaltungen sind weltweit gewachsen und noch internationaler geworden. Wir haben weiter Spielraum für Investitionen aus eigener Kraft und werden entsprechend unsere Wachstumschancen nutzen – mit etablierten Veranstaltungen genauso wie durch Zukäufe und Kooperationen. Mit aktuell 17 Premierenveranstaltungen für 2019/2020 bauen wir unsere weltweite Expertise aus. Letztlich wird es aber auch von den weltweit wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen abhängen, wie die Messe Frankfurt ihre nachhaltig angelegten Ziele Schritt für Schritt erreicht.