

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

anlässlich der Pressekonferenz
am 14. Dezember 2017

Es gilt das gesprochene Wort

Wolfgang Marzin

Die Messe Frankfurt ist nicht nur volkswirtschaftlich von wesentlicher Bedeutung, sie steht auch betriebswirtschaftlich auf starken Beinen. Die Unternehmensgruppe hat sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich weltweit entwickelt und mit nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolgen auch die positiven sozio-ökonomischen Effekte gesichert und gesteigert.

In der Messewirtschaft sind es die Kenngrößen Aussteller, Besucher, Umsatz und Ergebnis, an denen wir uns messen. Trotz eines zyklusbedingt schwachen Veranstaltungsjahres wird die Messe Frankfurt das Geschäftsjahr 2017 erfolgreich abschließen: Wir werden unseren Umsatz auf über 660 Millionen Euro steigern und wir werden mit rund 95.000 Ausstellern eine neue Bestmarke verzeichnen. Der Grund für diese Kennziffern sind unsere stetigen Investitionen, das heißt, wir investieren auch konsequent antizyklisch, wenn wir es für strategisch richtig halten. Wir investieren in Veranstaltungen und Produkte, in die Digitalisierung, in die Geländeoptimierung und Geländeauslastung. Und last but not least: Wir investieren in unsere Mitarbeiter. Auf einen Nenner gebracht: Die Messe Frankfurt hält 2017 Kurs und kann von einer hervorragenden Geschäftstätigkeit weltweit berichten. Mit dem Anspruch auf eine Fortsetzung dieser Erfolgsgeschichte werden wir die nächsten Schritte in der strategischen Umsetzung angehen.

Top-Leistungskennzahlen gibt es bei den Messen und Ausstellungen unter dem Dach der Messe Frankfurt. Rund 95.000 Aussteller (*2016: 90.878, 2015: 90.772*), und damit so viele wie noch nie zuvor, belegen den großen Erfolg unseres breit aufgestellten Veranstaltungsportfolios. Das stetige Ansteigen der ausstellenden Unternehmen auf den weltweiten Innovationsplattformen unter dem Dach der Messe Frankfurt Group ist nicht zuletzt auch ein Zeugnis für die Messe Frankfurt als ein wichtiger Part der internationalen Wirtschaft. Auf den 148 Messen und Ausstellungen (*2016: 134, 2015: 133*) konnten wir annähernd 4,3 Millionen Besucher (*2016: rund 3,5 Mio.; 2015: rund 4,2 Mio.*) begrüßen.

Und nun zu den zentralen Finanzkennziffern. Bei allen hier genannten Zahlen – Finanz- wie auch Veranstaltungskennziffern – für das Jahr 2017 handelt es sich um vorläufige Werte. Die Messe Frankfurt wird das Geschäftsjahr 2017 mit Erlösen von rund 661 Millionen Euro abschließen (*2016: rund 647 Mio. Euro; 2015: rund 648 Mio. Euro*). Das ist ein Plus von zwei Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Inland wurden rund 390 Millionen Euro erwirtschaftet (*2016: rund 398 Mio. Euro; 2015: 401 Mio. Euro*). Außerhalb Deutschlands verzeichnet die Unternehmensgruppe einen Umsatz von mehr als 271 Millionen Euro (*2016: rund 248 Mio. Euro; 2015: rund 247 Mio. Euro*). Der Anteil am Konzernumsatz liegt jetzt bei 41 Prozent (*2016: 38,4 Prozent; 2015: 38,1 Prozent*). Wir gehen aktuell von einem – dem

Geschäftsverlauf entsprechend – guten Konzern-Jahresüberschuss von rund 40 Millionen Euro aus (2016: 49,8 Mio. Euro, 2015: 38,2 Mio. Euro). Die operative Ergebnisentwicklung spiegelt sich in der Ergebniskennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) wider. Diese wird nach aktuellem Kenntnisstand und aufgrund des positiven Geschäftsverlaufs den Betrag von 100 Millionen Euro (2016: rund 124,5 Mio. Euro, 2015: rund 109,3 Mio. Euro) übersteigen. Letztendlich können jedoch nicht beeinflussbare Sondereffekte, wie zum Beispiel Währungskursveränderungen, zu gegenläufigen Effekten führen.

Im Berichtsjahr beschäftigt die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt 2.508 aktive Mitarbeiter. Insgesamt sind das 201 mehr als 2016.

Das Gesamtergebnis wird – wie in den vergangenen Jahren auch – eine erneute Dividendenausschüttung an die Gesellschafter ermöglichen.

Strategische Entscheidungen der Messe Frankfurt basieren auf langfristigen Konzepten, ausgerichtet an den Bedarfen unserer Kunden und am technischen Fortschritt. Um bestmöglich agieren zu können, bewegen wir uns vornehmlich in für uns relevanten Schwerpunktregionen, streuen unser Risiko und weiten unsere Marktanteile auch bewusst antizyklisch aus.

Detlef Braun

Die Expertise der Messe Frankfurt ist gefragt, weltweit. Wir haben im Geschäftsjahr unsere erfolgreichen Messen weiterentwickelt, neue Formate sind hinzugekommen. Wir bauen unser Portfolio in unseren Schwerpunktregionen aus, auch in herausfordernden Märkten. Wir sind in der Vergangenheit gut damit gefahren, wie das Beispiel Argentinien zeigt, wo wir uns auch während schwierigen wirtschaftlichen Situationen vor Ort nicht zurückgezogen haben. Unsere Tochtergesellschaft Indexport Messe Frankfurt in Buenos Aires ist einer der führenden Veranstalter in Südamerika und verzeichnet zudem steigende Erfolge mit der Durchführung und Organisation von großen internationalen Kongress- und Eventveranstaltungen, wie dem WTO-Kongress mit 5.000 Teilnehmern. Das zeigen nicht zuletzt die Umsatzerlöse dieser Tochtergesellschaft, die sich in diesem Jahr mehr als verdreifacht haben. Prestigeträchtig und ein Beleg für die exzellente Arbeit unserer Tochtergesellschaft ist ein weiteres internationales Großprojekt: Wir haben den Zuschlag als Veranstaltungspartner für den G20 Gipfel 2018 in Argentinien erhalten, zu dem die Staats- und Regierungschefs, Finanzminister und Zentralbankchefs der zwanzig größten Volkswirtschaften der Welt erwartet werden.

Die Messe Frankfurt setzt weiter auf das Prinzip des antizyklischen Investierens, so beispielsweise in Russland: Trotz schwierigem Umfeld zählt das Land nach wie vor zu den globalen Schlüsselmärkten für die Messebranche und weist ein hohes Potenzial für Wirtschaftswachstum auf. Wir haben hier in den letzten Jahren unsere Akquisitionsstrategie forciert. Diese Entscheidung, die auch unsere Gesellschafter immer mitgetragen haben, war strategisch richtig. Die Messe Frankfurt ist einer der wesentlichen Veranstalter in Russland; unser dortiger Umsatz wächst 2017 um mehr als die Hälfte. Unsere Veranstaltungen zählen zu den führenden Fachmessen in Russland und die GUS-Staaten und legen signifikant zu, wie beispielsweise die Automechanika, die Interlight powered by Light + Building oder die Modern Bakery mit zuletzt einem Besucherplus von elf Prozent. Mit der Comtrans haben wir die zweitgrößte Nutzfahrzeugmesse der Welt in unserem Portfolio. Darüber hinaus werden in Moskau zwei nationale chinesische Handelsmessen, die von der Regierung der Volksrepublik China initiiert wurden, veranstaltet – die China Commodity Fair und die China Machinery Fair. Wir haben noch viel vor und werden unsere Marktanteile weiter ausbauen. Wo sich uns Chancen bieten, ergreifen wir diese in jedem Erdteil. Argentinien und Russland sind nur zwei Beispiele.

Wichtige Treiber unserer Branchen sind die Digitalisierung und Vernetzung. Wir beobachten das durch alle Geschäftsfelder hindurch – von Textil über Energie, Gebäude und Industrie 4.0 bis hin zu den Sektoren Logistik, Mobilität, Infrastruktur, Verkehr und Transport, wo aktuell ein großer Change stattfindet.

Herausforderungen, auf die die Messe Frankfurt auf ihren Veranstaltungen Antworten geben will, auch mit Veranstaltungsformaten wie der Plattform Hypermotion, einem Mix aus Ausstellung, Tech-Talks und Konferenzen. Das interaktive Konzept ist bestens gelungen, darüber waren sich alle 2.100 Beteiligten einig. Wir hatten vom 20. bis 22. November eine hochkarätig besetzte wissensbasierte Plattform mit starken Vertretern aus Wirtschaft und Politik, darunter das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) mit den Partnern der Logistics Alliance Germany. Tüftler und Techniker, Startups und gestandene Akteure – die Hypermotion hat gezeigt, dass sie Zukunftsthemen aktiv vorantreiben kann, Raum für neue Kooperationen schafft und auch selbst Innovationen initiiert.

Für das anstehende Geschäftsjahr sind wir sehr zuversichtlich. Unser Veranstaltungsjahr beginnt mit der Heimtextil vielversprechend. Ausgebucht, mit großen Namen im Hochwertsegment sowie mit neuen Themen und neuem Ausstellungsareal erwarten wir eine starke Veranstaltung.

Uwe Behm

Vom Turnschuh bis zum Raketentriebwerk - es gibt heute so gut wie keinen Industriezweig, der nicht additive Fertigung anwendet. Mit der Formnext hat die Messe Frankfurt eine internationale Plattform im Portfolio, die gemeinsam mit ihrem dynamischen Markt wächst und sich mit ihrer dritten Veranstaltung klar als Leitmesse definiert hat. Das zeigen beeindruckend die weiter steigenden Ausstellerzahlen, darunter die Weltelite, ein hoher Internationalitätsgrad sowie 21.000 Besucher – 60 Prozent mehr als zur Vorveranstaltung. Wir sind sicher, dass die Formnext in den nächsten Jahren noch viel von ihrem Potenzial zeigen wird. Neu im Portfolio unserer Aktivitäten ist die Rosmould in Moskau. Mit dem Erwerb dieser internationalen Fachmesse für Formenbau, Prototyping und 3D-Technologien stärken wir unsere Kompetenz im Bereich der formgebenden Technologien. Die Rosmould ist eine perfekte Ergänzung, um diese moderne Produktionstechnologie auch in Russland und in Osteuropa noch stärker zu etablieren. Erfolgreiches und seit 2007 etabliertes Pendant ist die Asiamold in Guangzhou.

Leitmesse für die industrielle Automatisierung ist die SPS IPC Drives, eine Veranstaltung unserer Tochter Mesago Messe Frankfurt, die traditionell in Nürnberg stattfindet und dort mittlerweile die größte Gastveranstaltung ist. Auch hier stehen die Zeichen auf Wachstum. Mit 1.675 Ausstellern und rund 70.300 Fachbesuchern hatten wir vor wenigen Wochen die größte SPS IPC Drives aller Zeiten.

Man muss nicht zwingend hervorheben, dass digitale Transformation mittlerweile unser Alltagsgeschäft ist. Auch was unsere künftigen Investitionen in das Gelände betrifft, wird die große Dynamik der technischen Entwicklung eine Fülle von neuen Möglichkeiten bieten, beispielsweise auch im Hinblick auf kommunikationstechnische Veränderungen. Die Messe Frankfurt hat hier bereits in der Vergangenheit Pflöcke eingeschlagen. Zur IAA haben wir in einem zweiten Schritt unser digitales Verkehrsmanagement weiter optimiert und zusammen mit Hessen Mobil den Verkehrsfluss zu und von unseren Veranstaltungen nochmals verbessert. Je nach Veranstaltung und Zeitpunkt werden Aussteller und Besucher präzise auf die richtigen Einfahrtstore bzw. Parkplätze gelenkt.

Vor, während und nach den Messen, an 365 Tagen im Jahr bieten wir unseren Kunden Lösungen in ihren Customer Journeys. Schon heute nutzen rund 90 Prozent unserer Aussteller die digitalen Kanäle der Messe Frankfurt, um ihre Unternehmen und Produkte in Wort und Bild darzustellen. 20.000 Unternehmen präsentieren sich aktuell auf unseren Websites. Die große Dynamik des technischen Fortschritts sehen wir als Chance und als Anspruch, die Begegnungen mit unseren Kunden noch effektiver zu gestalten – mit unseren

Produkten, mit unseren Services, in unseren Geschäftsprozessen. Wir investieren weltweit erheblich in Prozesse und Produkte und in unsere internationalen IT-Systeme und Vermarktungstools. Die neu geschaffene Position eines Chiefs of Information Technology innerhalb der Geschäftsleitung, besetzt durch Dr. Andreas Winckler, ist eine logische Konsequenz für die strategische Relevanz der Digitalisierung innerhalb der Unternehmensgruppe.

Halle 12: Unser Großprojekt ist auf der Zielgeraden. Die Fassade ist weitestgehend geschlossen, die Ausbauarbeiten sind in vollem Gange. Die Anschlüsse an das Portalhaus und an die Via Mobile zur Halle 8 sind vorbereitet. Die Eröffnung ist für den Spätsommer 2018 vorgesehen; die Automechanika wird als erste Veranstaltung die Halle nutzen.

Wir investieren langfristig und nachhaltig große Summen in unseren Heimatstandort. Damit stärken wir nicht nur unsere internationalen Marken, wir sind auch sehr attraktiv für Gastveranstaltungen. In Summe blicken wir 2017 auf ein sehr ordentliches Gastveranstaltungsjahr mit mehr als 230 Veranstaltungen, darunter viele Newcomer, aber auch „Returner“ wie beispielsweise die CPhI oder die Food Ingredients des britischen Messeveranstalters UBM. Die wichtigste Messe in der pharmazeutischen Industrie CPhI zählt nicht nur unangefochten zu den Marktführern ihrer Branche, sie ist auch mit rund 170.000 Brutto-Quadratmetern eine der größten und internationalsten Gastveranstaltungen am Messeplatz nach der ACHEMA und der IAA Pkw.

Wolfgang Marzin

Geschäftliche Begegnungen sind unser Kerngeschäft. Und Frankfurt ist und bleibt das Herzstück der Begegnung. Der Standort steht für Textil, für Konsum, für Mobility & Logistics, für Technik in all ihren Facetten. Wir werden weiter investieren, auch in Themen rund um Investitionsgüter. Unsere Expertise in der Gebäudetechnik ergänzen wir im kommenden Jahr um das Gebiet der Aufzugs- und Fahrtreppentechnologien. Das E2 Forum Frankfurt (Elevator and Escalator) in Zusammenarbeit mit dem VDMA wird am 18. und 19. September in seinem Kick-off zunächst als Konferenzformat platziert mit der Perspektive einer begleitenden Fachausstellung. Mit der International Elevator and Escalator Expo in Mumbai haben wir bereits in Indien eine der größten Aufzugs- und Rolltreppenmesse der Welt im Portfolio. In Italien findet alljährlich das E2 Forum Mailand statt.

Wir bauen das Branchenfeld „Safety, Security & Fire“ aus. Sicherheitstechnik wird 2018 auf der Light + Building ein Schwerpunkt sein, erstmals vornehmlich in der Halle 9.1 gebündelt.

Weiterentwickeln werden wir das dritte Intersec Forum mit einer verstärkten Internationalisierung sowie der Verlängerung des Forums von zwei auf fünf Tage. Ob Smart Home, Smart Building, Smart Living oder Smart Cities: Die Zukunft für zukunftsweisende Technologien, intelligente und vernetzte Lösungen für Infrastrukturen und Gebäude, für Klimaschutztechnik, Energieeffizienz, Ressourcenschutz und Elektromobilität findet hier in Frankfurt auf dem Messegelände statt.

Lassen Sie mich zum Schluss kurz zusammenfassen:

- Die Messe Frankfurt hat 2017 einen historischen Höchststand beim Umsatz erreicht und mit rund 661 Millionen Euro erstmals die 660-Millionen Euro-Marke übersprungen.
- Mit rund 95.000 Ausstellern und rund 4,3 Millionen Besuchern konnten wir auf unseren weltweiten Messen und Ausstellungen so viele Kunden wie nie zuvor begrüßen.
- Der Standort Frankfurt ist und bleibt das Zentrum der Unternehmensgruppe. Wir bauen unsere Branchenexpertise aus, verstärkt auch in Themen rund um Investitionsgüterveranstaltungen.
- Als Global Player mit lokaler Verantwortung ist die Messe Frankfurt fest mit ihrem Standort verwurzelt: Die Symbiose zwischen Stadt und Messe ist ein Erfolgsgarant für die Region, wie die neue ifo Studie heute gezeigt hat.