

Messe Frankfurt setzt Wachstumskurs in Indien fort

Frankfurt am Main, 16.02.2026

Die Messe Frankfurt baut in Indien ihr Portfolio mit neuen Kooperationen weiter aus. In seiner strategischen Ausrichtung setzt das Unternehmen auf eine Kombination aus branchenspezifischen Veranstaltungen und starken lokalen Partnerschaften, die eng mit dem Wachstum der indischen Volkswirtschaft verbunden sind. Im technischen Sektor stärkt die jüngste Partnerschaft zwischen der Messe Frankfurt Trade Fairs India und BusinessLive Trade Fairs die Media Expo, Internationale Fachmesse für Lösungen rund um Indoor- und Outdoor-Werbung sowie Signage. Mit dem Zukauf von fünf Veranstaltungen der Signa India Expo wird die Media Expo künftig an fünf bedeutenden Messestandorten präsent sein und in Umfang und Reichweite weiterentwickelt. Die Sign India Expo wird dabei in die Media Expo integriert und künftig in diesem Format fortgeführt.

„Indien ist für die Messe Frankfurt ein Markt voller Chancen, in dem wir als wichtiger strategischer Partner die künftige Landschaft des globalen Handels und der Industrie aktiv mitgestalten wollen“, betont Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, und unterstreicht damit das verstärkte Engagement des Unternehmens auf dem Subkontinent. „Nicht zuletzt wird das Freihandelsabkommen zwischen der Europäischen Union und Indien – sobald es in Kraft tritt – dem Handel und den Investitionen zwischen Europa und Indien spürbaren Rückenwind geben und damit auch Messen als zentrale Marktplätze und Kommunikationsplattformen der Wirtschaft beider Kontinente zusätzlich stärken“, ist Marzin überzeugt. „Wir investieren langfristig in eine global diversifizierte Präsenz; neue Freihandelsräume wie jetzt auch Mercosur schaffen zusätzliche Chancen – und Messen sind der Schlüssel zu Marktzugang, Kontakten und Wachstum, gerade für KMU“, so Marzin.

Seit 1998 ist die Messe Frankfurt mit einem Tochterunternehmen und Büros in Mumbai und Neu-Delhi vertreten. Organisatorisch ist die Gesellschaft im Teilkonzern Messe Frankfurt Asia Holding zusammengefasst, zu dem alle asiatischen Gesellschaften gehören. „Heute gehört die Messe Frankfurt zu den fünf Top Veranstaltern auf dem Subkontinent. Mit einem Umsatz von 11,5 Millionen Euro (2024) und mehr als 140 Mitarbeitenden ist es in den vergangenen Jahrzehnten gelungen, umfassendes Know-how zu den Marktgegebenheiten vor Ort aufzubauen und enge Beziehungen zu lokalen, regionalen und nationalen Behörden zu knüpfen“, sagt Raj Manek, Executive Director & Board Member, Messe Frankfurt Asia Holdings Ltd. Das Portfolio der Messe Frankfurt umfasst in Indien derzeit mehr als 20 Messen und über 30 Konferenzen. Die Veranstaltungen hatten 2025 insgesamt rund 2.200 Aussteller und wurden von rund 147.000 Gästen besucht. Und auch auf den Heimatstandort zählen die Aktivitäten in Indien ein: 2025 kamen 1.200 indische Aussteller und rund 6.000 indische Besucher*innen zu den Messen in Frankfurt.

Mit strategischen Kooperationen schafft die Messe Frankfurt wertvolle Synergien zwischen etablierten Leitmessen und neuen, thematisch passenden Formaten. Das wirtschaftliche Potenzial der Regionen auf dem indischen Subkontinent bildet dabei die Grundlage für eine breit diversifizierte Veranstaltungsstrategie. Ein Beispiel ist der gezielte Ausbau der Media Expo: Durch den Zukauf von fünf Veranstaltungen der Sign India Expo und deren Integration wird die Reihe deutlich erweitert und breiter positioniert. Die Zahl der ausstellenden Unternehmen der Marke Media Expo wird 2026 um rund 140 auf etwa 480 Unternehmen anwachsen; insgesamt werden 44.000 Besucher*innen erwartet.

Die Sign India Expo – Fachmesse für Innen- und Außenwerbung, Beschilderung und die Signage-Industrie – blickt auf über 70 Ausgaben in ganz Indien zurück und ist in den südindischen Märkten wie Bengaluru, Chennai, Kochi und Hyderabad stark verankert. Die Kooperation vereint zwei der renommiertesten Messemarken der Branche zu einer gemeinsamen, wirkungsvollen Plattform. So stärkt die Media Expo – mit bereits 56 erfolgreichen Ausgaben – ihre nationale Präsenz, insbesondere in Südindien, und etabliert sich noch stärker als zentrale Plattform für Druck-, Signage-, Branding- und Werbelösungen. Künftig ist sie an fünf bedeutenden Messestandorten vertreten: Chennai, Hyderabad, Kochi, Mumbai und Neu-Delhi.

Südindien zählt zu den dynamischsten und chancenreichsten Regionen für die Druck- und Beschilderungsindustrie. Mit der Kooperation der Messe Frankfurt mit BusinessLive Trade Fairs erweitert die Media Expo ihre Reichweite und bietet der Branche eine stärkere, zentralisierte Plattform, die langfristiges Wachstum und nachhaltige Vernetzung fördern wird. Der positive Marktausblick wird durch Branchenprognosen untermauert: Laut IMARC Group soll der indische Markt für Druck und Beschilderung von 1.074,5 Millionen USD im Jahr 2025 auf 3.494,3 Millionen USD bis 2034 wachsen. Der Markt für Außenwerbung (OOH) und digitalisierte Varianten wie Screen im öffentlichen Raum (DOOH) soll gemäß Mordor Intelligence von 519,93 Millionen USD im Jahr 2025 auf 656,13 Millionen USD bis 2030 anwachsen.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

Besuchen Sie uns auf:

www.instagram.com/messefrankfurt

www.linkedin.com/company/messe-frankfurt-gmbh

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

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt

www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information