

Messe Frankfurt erwartet rund 600 Millionen Euro Umsatz

Frankfurt am Main, 06.07.2023

Die Messe Frankfurt kann ihren Wachstumskurs schneller als gedacht fortsetzen und erwartet für das laufende Geschäftsjahr einen weiteren Umsatzanstieg. Rund 340 Veranstaltungen werden 2023 unter dem Dach der Messe Frankfurt stattfinden. Nach einem sehr dynamischen ersten Geschäftshalbjahr sind auch die Prognosen für die zweite Jahreshälfte gut. Nicht zuletzt durch die Entscheidung des Managements während der drei vergangenen Krisenjahre auf Entlassungen zu verzichten, kann die Unternehmensgruppe operativ aus dem Vollem schöpfen. Mit Investitionen in ihr Kerngeschäft sowie in die digitale Transformation und den Schwerpunkt Nachhaltigkeit entwickelt die Messe Frankfurt ihre langjährige Unternehmensstrategie konsequent weiter.

„Die Rückkehr eines intensiven Veranstaltungsgeschäfts mit hohen Internationalitäts- und Zufriedenheitsraten zeigt das Commitment durch alle Branchen. Das Geschäftsjahr 2023 liegt deutlich über unseren Erwartungen. Wenn sich alles so gut weiterentwickelt, rechnen wir für 2023 wieder mit einem positiven operativen Ergebnis und können trotz eines turnusbedingt veranstaltungsärmeren Eigenveranstaltungsjahres am Heimatstandort einen Umsatz von rund 600 Millionen Euro erreichen. Damit ist die Messe Frankfurt im weltweiten Wettbewerb zurück in der Top-Liga“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, heute auf der Unternehmenspressekonferenz.

Stephanie Wüst, Dezernentin für Wirtschaft, Recht und Reformen der Stadt Frankfurt und Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt, betonte: „Das Messegeschäft hat sich spürbar erholt und seit Jahresmitte 2022 wieder erfreulich entwickelt, obwohl die Rekorde der Vor-Corona-Jahre noch nicht ganz in Reichweite liegen. Es ist eine gute Nachricht für den Ballungsraum Frankfurt Rhein-Main, dass der Wirtschaftsmotor Messe Frankfurt wieder läuft und zum Wohlstand unseres Standorts beiträgt. Als Aufsichtsrat sind wir der Geschäftsführung und der Belegschaft der Messe sehr dankbar, dass sie in diesen schwierigen Jahren besonnen agiert und mit viel persönlichem Einsatz den Kurs gehalten haben. Denn die Messe Frankfurt steht unserer Stadt und Region nicht nur gut zu Gesicht, sondern sie ist auch ein internationales Aushängeschild. Mit der strategischen Ausrichtung des weltweiten Portfolios, dem digitalen und nachhaltigen Umbau des Standorts sowie dem Ziel der Klimaneutralität bis 2040 stehen weiterhin große Aufgaben bevor. Dabei werden wir der Messe Frankfurt als Ansprechpartner immer gern mit Rat und Tat zur Seite stehen.“

Nach Vorlage des finalen Finanzberichts für das Geschäftsjahr 2022 haben sich die Umsatzerlöse trotz eines noch pandemiebedingt eingeschränkten Veranstaltungsjahres mit 454,2 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr (2021: 153,8 Mio. Euro) nahezu verdreifacht. Davon wurden im Inland rund 314 Millionen Euro erwirtschaftet, das ist ein Anteil von 69 Prozent an den Konzern-Umsatzerlösen. Der erwirtschaftete EBITDA erreichte 40,6 Millionen Euro (2021: -74,9 Mio. Euro). Der Konzernjahresfehlbetrag hat

sich verringert und liegt bei -25,7 Millionen Euro (2021: -139,2 Mio. Euro). Die Kennzahlen im Geschäftsjahr 2022 haben sich gegenüber dem Vorjahr wesentlich verbessert. Insgesamt fanden im abgelaufenen Geschäftsjahr 310 Veranstaltungen statt mit mehr als 46.500 ausstellenden Unternehmen und über 2,4 Millionen Besucher*innen.

Klimaneutraler Heimatstandort Frankfurt bis spätestens 2040

In der strategischen Weiterentwicklung der Unternehmensgruppe nimmt nachhaltiges und umweltbewusstes Handeln eine zentrale Bedeutung ein. „Unser Anspruch ist es, ethisches Verhalten und wirtschaftliches Agieren im Kontext mit ökologischen Werten zu vereinen. Mit der nun geschaffenen Zielarchitektur setzen wir den nachhaltigen Umbau im Unternehmen fort und werden die drei Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie strukturiert weiterbearbeiten“, erläuterte Marzin. Auf Basis einer Wesentlichkeitsanalyse werden zunächst Teilziele formuliert und diese in einer Nachhaltigkeits-Roadmap für die Messe Frankfurt abgebildet. Im Fokus steht dabei das Erreichen der Treibhausgasneutralität und die Etablierung eines nachhaltigen Wassermanagements. „Leiten lassen wir uns weiterhin von der Maßgabe, substantielle und messbare, das heißt auch überprüfbare Maßnahmen zu ergreifen“, betonte Marzin. Planmäßig läuft die Umsetzung der Bearbeitungsprozesse für die angehende EMAS Zertifizierung – den europäischen Standard – im November 2023. Bis spätestens 2040 soll der Messeplatz Frankfurt klimaneutral sein. Im Rahmen ihres Texpertise Network hat die Messe Frankfurt ihren ersten Sustainability Development Goals (SDG) Report veröffentlicht. „Der Report soll Inspiration und Ansporn sein, gemeinsam Aktivitäten weiterzuentwickeln und sich intensiv für das Erreichen der SDGs in der globalen Textilbranche bis 2030 einzusetzen,“ verdeutlichte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, das Engagement. Seit rund fünfzehn Jahren unterstützt die Messe Frankfurt auf ihren weltweiten textilen Veranstaltungen strategisch anhand themenspezifischer Formate und Inhalte die Erreichung der von den UN ausgegebenen Nachhaltigen Entwicklungsziele (SDGs) und ist damit Vorreiterin ihrer Art. Seit 2019 arbeitet das Unternehmen eng mit dem United Nations Conscious Fashion and Lifestyle Network zusammen, einer gemeinsamen Initiative des United Nations Office for Partnerships und des Fashion Impact Fund.

Investitionen in die Zukunft

Neben Nachhaltigkeit ist Digitalisierung für die Messe Frankfurt ein weiterer Faktor, um Wachstum zu generieren und das Kerngeschäft zu stärken. Die Unternehmensgruppe wird ihr vor rund fünf Jahren begonnenes internationales Modernisierungsprogramm weiter ausbauen. „Mit groß angelegten Digitalisierungsprogrammen in der Unternehmensgruppe werden wir den gesamten Konzern weiter modernisieren und fit für die Zukunft machen“, betonte Marzin. Dabei steht die Effizienzsteigerung für die Kund*innen sowie eine inhaltlich optimierte Verzahnung der Veranstaltungen mit entsprechenden event-bezogenen digitalen Plattformen im Vordergrund. „Wir stärken in Gänze unsere operative Effizienz und pflegen eine konstante Partnerschaft mit unseren Kund*innen an 365 Tagen“, so Marzin. „Die Messe Frankfurt versteht sich als ganzjähriger Business Enabler“, ergänzte Braun. Immer neue digitale Lösungen parat zu haben und den stationären Handel bestmöglich dabei zu unterstützen, sich zukunftsfähig aufzustellen, sei der Messe Frankfurt wichtig. „Entscheidender Faktor bei der Inspiration bleibt das physische Erlebnis Messe, das klar im Fokus steht und digital sinnvoll vor und nach den Messen ergänzt wird“, hob Braun hervor. Beispielhaft nannte Braun das Konsumgütermessen-Trio Ambiente, Christmasworld und Creativeworld. Die Veranstaltungen im Februar waren komplett ausgebucht. Gleichzeitig waren über die Online-Plattform „Digital Extension“ unter anderem mehr als 80.000 Kontakte virtuell unterwegs, mehr als 1.000 Stunden Content wurden konsumiert.

Die hohe Relevanz der Leitmesse der Messe Frankfurt für ihre Branchen hat sich auch auf der Eurobike, zentrale Plattform der Bike- und Future Mobility Branche, widergespiegelt. „Das erfolgreiche Wachstum der nun zweiten Eurobike auf dem Frankfurter Messegelände zeigt, dass es richtig war, die Veranstaltung an den Main zu holen. Es ist ein enormer Erfolg für Fairnamic, unser Joint Venture mit der Messe Friedrichshafen. Diese einzigartige Partnerschaft bündelt unsere gemeinsamen Stärken“, hob Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, hervor. Nachhaltige Mobilität – insbesondere im urbanen Raum – spielte als Querschnittsthema an allen Messetagen eine zentrale Rolle. Und auch beim Nationalen Radverkehrskongress im Kongresshaus Kap Europa der Messe Frankfurt diskutierte die Fahrradbranche zusammen mit Wirtschaft, Politik und Wissenschaft über nachhaltige Mobilitätslösungen der Zukunft.

Forcieren wird die Messe Frankfurt ihre Auslandsaktivitäten. Rund 20 Premierenveranstaltungen sind zwischen 2023 und 2025 geplant. In der strategischen Unternehmensausrichtung spielt das globale Portfolio der Unternehmensgruppe an mehr als 50 Standorten sowie das weltumspannende Vertriebsnetz aus 28 Tochtergesellschaften und über 50 Sales Partner seit mehr als drei Dekaden eine wichtige Rolle. Die Unternehmensgruppe ist einer der weltweit größten Global Player in der Branche.

Vielfalt Gastveranstaltungen und Bereicherung für den Standort Frankfurt

Der Enthusiasmus auf den konzernerneigenen Messen zeigt sich ebenso auf den Gastveranstaltungen am Heimatstandort in Frankfurt. Rund 200 Messen, Kongresse, Tagungen und Events werden im laufenden Geschäftsjahr in Frankfurt zu Gast sein. Neben vielen traditionellen Gastveranstaltungen, mit denen die Messe Frankfurt seit langen Jahren eine intensive Partnerschaft pflegt, werden neue Formate den Heimatstandort bereichern. „Gemeinsam mit dem Frankfurt Convention Bureau konnten wir den bedeutenden internationalen Großevent der Finanzbranche „Sibos“ für den Standort gewinnen. Der weltweit rollierende Kongress wird 2025 stattfinden und passt perfekt zu Frankfurt als international führendem Finanzstandort“, sagte Behm. Allein die Ausstellung werde eine Fläche von 50.000 Quadratmetern belegen. Konferenz, Ausstellung sowie Networking-Formate würden neben dem Congress Center und dem Forum die komplette Halle 3 nutzen. Erwartet würden mehr als 10.000 Teilnehmende aus der ganzen Welt. Eine weitere neue Veranstaltung werde unter anderem die Inova Collection (Fachmesse für Schmuck, Edelsteine, Perlen und Uhren) im August sein. 2024 werde die Passenger Terminal EXPO, Fachmesse und Konferenz der Flughafen- und Luftverkehrsbranche, erwartet. Mit der Pest Protect treffe sich die europäische Branche rund um Schädlingsbekämpfung, Desinfektion, Pflanzenschutz sowie Holz- und Bautenschutz im kommenden Jahr in Frankfurt. Sie ist die größte Veranstaltung ihrer Art auf dem Europäischen Festland.

Modernisierung Messegelände

Planmäßig verlaufen die Bauarbeiten rund um das Projekt Eingang Messeplatz und Sparda-Bank Tower – Eigentümer und Bauherr ist die Sparda Bank – an der Südseite des Frankfurter Messegeländes. Mit der Realisierung des Eingangs Messeplatz bis 2026 wird das neue repräsentative Gesicht der Messe Frankfurt die ohnehin schon gute Erreichbarkeit des Messegeländes noch einmal für Gäste optimieren und zudem die Qualität des Aufenthalts weiter erhöhen.

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