

Pressemitteilung

Frankfurt am Main,
28. Juni 2021

Messe Frankfurt strebt 500 Millionen Euro Umsatz in 2022 an

Markus Quint
Tel. +49 69 75 75-59 05
press@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Die Messe Frankfurt ist für einen Restart gerüstet. „Wenn sich die Pandemielage immer weiter verbessert, sind wir zuversichtlich, dass wir in 2022 wieder in allen Bereichen voll durchstarten können. Wir streben einen Umsatz über 500 Millionen Euro an“, sagte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, heute auf der Unternehmenspressekonferenz.

„Unsere Messen, Kongresse und Events sind zentrale Elemente im internationalen Wirtschaftsgefüge und speziell in Frankfurt und der Region wesentliche ökonomische Lebensadern“, hob der Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt, Oberbürgermeister Peter Feldmann, hervor. „Ich bin fest davon überzeugt, dass es der Messe Frankfurt nach dem Abklingen der Pandemie gelingen wird, an der Spitze der internationalen Messewirtschaft mitzuspielen.“

Vorausgesetzt, die Pandemielage und die behördlichen Vorgaben lassen es zu, sollen in der zweiten Jahreshälfte auch am Heimatstandort wieder Veranstaltungen organisiert werden. Seit Beginn der Pandemie im März 2020 war es so gut wie nicht möglich, in Deutschland Umsatz zu generieren. Außerhalb Deutschlands konnte die Messe Frankfurt Veranstaltungen nur bedingt realisieren, wie in China. Das jahrzehntelange Wachstum der Unternehmensgruppe wurde damit abrupt ausgebremst. Seitdem steuert die Messe Frankfurt den Konzern liquiditätsorientiert mit einem flexiblen, aber straffen Kostenplan. Betriebsbedingte Kündigungen sind auch weiterhin nicht vorgesehen. „Trotz strenger Einsparungen dürfen wir Dank des Rückhalts unserer Gesellschafter, der Stadt Frankfurt und dem Land Hessen, auch in Zeiten wie diesen Chancen ergreifen und antizyklisch investieren. Die finanzielle Absicherung der Messe Frankfurt ist mittels Fremdkapitalaufnahme und mit einem Gesellschafterdarlehen für das laufende Geschäftsjahr und bis weit in das Jahr 2022 gegeben“, sagte Marzin.

Nach Vorlage des finalen Finanzberichts für das Geschäftsjahr 2020 beträgt der Konzernumsatz rund 257 Millionen Euro (2019: rd. 736 Mio. Euro). Mit einem Konzernjahresfehlbetrag in Höhe von rund 122 Millionen Euro ist das Ergebnis weit entfernt von den Konzernjahresüberschüssen der Vorjahre (2019: rd. 50 Mio. Euro). Auch das laufende Geschäftsjahr werde noch zu einem wirtschaftlichen Rückgang bei allen finanziellen Leistungsindikatoren führen.

Trotz erschwelter Bedingungen fanden im abgelaufenen Geschäftsjahr 153 Veranstaltungen statt, darunter 46 Messen und Ausstellungen (2019: 155) mit mehr als 33.000 (2019: 99.246) ausstellenden Unternehmen und 1,2 Millionen Besucher*innen.

„Die zwangsweise vollständige Verlagerung von Veranstaltungen in den digitalen Raum hat die Wichtigkeit von physischen Begegnungen in ihrer Funktion für den Geschäftserfolg verdeutlicht“, resümierte Marzin. Und Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, ergänzt: „Der digitale Alltag, der Austausch auf Distanz, der uns seit über einem Jahr begleitet, hat bei vielen zu einer gewissen digital Fatigue geführt. In der Gesamtbetrachtung unserer Veranstaltungen werden hybride Events weiterhin einen wichtigen Part spielen und zu einem Mehrwert für die Branchen beitragen.“ Prognosen, wohin der Bedarf an digitalen und hybriden Formaten tatsächlich gehe, seien heute nicht valide zu treffen. „Sie werden eher evolutionärer, aber dauerhafter Natur sein, mit Sprüngen bei der Integration sinnvoller digitaler Elemente. Aspekte von Nachhaltigkeit, wachsendes Umweltbewusstsein und die Erfahrungen im digitalen Austausch werden – wie übrigens bereits in den Jahren vor Corona – zu veränderten Verhaltensweisen führen“, ist Marzin überzeugt.

Für das dritte und vierte Quartal des laufenden Geschäftsjahres plant die Messe Frankfurt Veranstaltungen als digitale, hybride sowie haptische Formate. So wird die Premierenveranstaltung der Frankfurt Fashion Week in wenigen Tagen unter dem Label Frankfurt Fashion Week (FFW) Studio digital stattfinden. „Gemeinsam mit allen Beteiligten mussten wir uns im April für eine rein digitale Veranstaltung entscheiden. Mit einem erwarteten Internationalitätsgrad von 80 Prozent wäre eine physische Veranstaltung aufgrund der weiter volatilen Pandemielage nicht machbar gewesen“, betonte Braun. Die Automechanika Frankfurt Digital Plus wird im September nach dem Prinzip „Plug & Play“ an den Start gehen. „Wir haben ein hybrides Konzept entwickelt, das eine komprimierte physische Ausstellung beinhaltet und gleichzeitig allen Teilnehmern ermöglicht, sich international digital zu präsentieren und zu vernetzen“, erläuterte Braun das Konzept. 2022 soll die Automechanika wieder ihren ursprünglichen Turnus in den geraden Jahren aufnehmen. Erstmals wird die Hypermotion parallel zur Automechanika stattfinden. Mit der Nordstil im Juli in Hamburg geht die erste Präsenzveranstaltung der Messe Frankfurt in Deutschland an den Start.

In Frankfurt setzen für das zweite Halbjahr rund 70 geplante Gastveranstaltungen ebenfalls wichtige Impulse für einen Aufbruch am Heimatstandort, darunter Messen wie beispielsweise Franchise Expo, White Label World Expo, Frankfurter Buchmesse und Food Ingredients & Health Ingredients Europe. „Wir freuen uns über die Vertragsverlängerung mit der DECHEMA“, so Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Bis mindestens 2027 wird das Frankfurter Messegelände Austragungsort der ACHEMA, Weltforum und Internationale Leitmesse der Prozessindustrie, bleiben. „Die ACHEMA ist ein Beispiel für die Zukunft hochwertiger internationaler Veranstaltungen und die persönliche Begegnung und setzt ein wichtiges Signal für unseren Standort“, betonte Behm.

Die Stärken der Messe Frankfurt sind auch in Pandemiezeiten ihre Diversifikationsstrategie und die seit über dreißigjährige globale Präsenz in allen Weltmärkten. Damit ist die Unternehmensgruppe einer der wenigen globalen Messeveranstalter, die in der Lage sind, mit ihren etablierten Marken in allen wichtigen Weltregionen Veranstaltungen international, national und regional durchzuführen. Das internationale Vertriebs-Netzwerk des Unternehmens mit Tochtergesellschaften und Sales Partner*innen für rund 190 Länder ist dafür maßgeblich und eine wesentliche Schnittstelle zu den Branchen, gerade jetzt in der Krise von besonderer Wichtigkeit.

„Auch in herausfordernden Zeiten investiert die Messe Frankfurt in ihre Zukunft und in den Ausbau ihres Portfolios. Seit 2020 sind weltweit 23 Veranstaltungen neu hinzugekommen. Dazu zählt beispielsweise im laufenden Geschäftsjahr die Cross Border E-Commerce Fair in Shenzhen, die erste ihrer Art in China. Stärker engagieren wird sich die Unternehmensgruppe zudem in Tianjin, in Nordchina. Die Stadt liegt im Zentrum der Circum-Bohai Sea Economic Zone, ist von ihrer wirtschaftlichen Bedeutung mit der Greater Bay Area und dem Yangtze River Delta vergleichbar und soll ein neuer globaler Messestandort werden“, berichtete Oberbürgermeister Feldmann abschließend.

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.450 Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 29 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 257 Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle 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. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. 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