

Messe Frankfurt legt Messlatte für Wachstum höher

Frankfurt am Main, 30.11.2023

Die Messe Frankfurt hat die tiefen Einschnitte der vergangenen drei Jahre hinter sich gelassen und wächst qualitativ und quantitativ im In- und Ausland. Im Geschäftsjahr 2023 werden zu den weltweit rund 340 Veranstaltungen unter dem Dach der Unternehmensgruppe mehr als 84.000 ausstellende Unternehmen und rund vier Millionen Besucher*innen kommen. Nach einem starken Kerngeschäft 2023 mit einem Umsatz in Höhe von über 600 Millionen Euro plant das Unternehmen für das veranstaltungsintensive Geschäftsjahr 2024 weiteres Wachstum und einen Umsatz auf dem Niveau des bisherigen Spitzenjahres 2019. Ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit wird die Messe Frankfurt mit Investitionen in das weltweite Kerngeschäft, in moderne Technologien und in ein nachhaltiges Veranstaltungsmanagement ausbauen.

„Die Messe Frankfurt ist zurück mit Wachstum und Perspektiven. Die Unternehmensgruppe steht finanziell wieder auf eigenen Füßen und ist sowohl betriebswirtschaftlich profitabel als auch volkswirtschaftlich von großer Bedeutung“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, bei Vorlage der vorläufigen Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2023. „Wir blicken schon heute sehr optimistisch auf ein starkes Eigen- und Gastveranstaltungs-jahr 2024 und planen einen Umsatz, der sich auf dem Niveau des Spitzenjahres 2019 (736 Mio. Euro) bewegen wird beziehungsweise es noch übertreffen könnte,“ sagte Marzin mit Nachdruck. „Dennoch sind auch wir nicht immun gegen mögliche Folgen von neuen geopolitischen Risiken und negativen Auswirkungen auf die Wirtschaft und Branchen“, so Marzin weiter.

Erfreut über die Ergebnisse zeigte sich auch Stephanie Wüst, Dezernentin für Wirtschaft, Recht und Stadtmarketing der Stadt Frankfurt und Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt: „Die Messe Frankfurt hat die tiefen Einschnitte der Pandemie hinter sich gelassen und kehrt zur alten Stärke zurück. Mit der richtigen Strategie und einer nachhaltig ausgelegten Weitsicht setzt die Unternehmensgruppe an ihren weltweiten Standorten starke Impulse. Uns als Gesellschafter ist es wichtig, die Messe Frankfurt mit allen Kräften zu unterstützen, beispielsweise wenn es darum geht, den Heimatstandort nachhaltig zu stärken und neue Veranstaltungen für Frankfurt zu gewinnen.“

Wachstumstreiber: Weltweites Kerngeschäft, moderne Technologien und nachhaltiges Veranstaltungsmanagement

Trotz eines turnusbedingt veranstaltungsärmeren Geschäftsjahres finden unter dem Dach der Messe Frankfurt im Berichtsjahr 2023 rund 340 Veranstaltungen mit mehr als 84.000 ausstellende Unternehmen und vier Millionen Besucher*innen statt. Die Internationalität auf den konzerneigenen Veranstaltungen am Heimatstandort in Frankfurt liegt auf Seiten der Aussteller bei 81 Prozent, bei den Besucher*innen bei 54 Prozent. Entsprechend des

erfolgreichen operativen Geschäfts geht die Messe Frankfurt für das Geschäftsjahr 2023 von einem konsolidierten Konzernumsatz in Höhe von über 600 Millionen Euro aus. 45 Prozent des Konzernumsatzes werden im Berichtsjahr außerhalb Deutschlands erwirtschaftet. Seit mehr als 36 Jahren ist die Messe Frankfurt mit einer diversifizierten Auslandsstrategie in den Weltmärkten zu Hause. Die Weiterentwicklung des internationalen Portfolios besitzt für das Unternehmen enormes Potenzial und wird entschieden vorangetrieben. Rund 30 Premieren sind bis 2025 geplant – das Geschäftsjahr 2023 eingeschlossen.

Neben der Weiterentwicklung ihres weltweiten Kerngeschäfts wird die Messe Frankfurt verstärkt in moderne Technologien und in ein nachhaltiges Veranstaltungsmanagement investieren und für den Ausbau ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit nutzen. Aus eigenem Antrieb hatte sich die Messe Frankfurt bereits 2022 entschlossen, das EMAS-Umweltmanagement einzuführen. „Die EMAS-Zertifizierung, die wir vor wenigen Tagen erhalten haben, ist für uns ein unternehmerischer Erfolg. Sie reiht sich ein in unsere freiwilligen Verpflichtungen und nachhaltigen Maßnahmen, die wir seit Jahren gezielt vorantreiben. EMAS wird uns auch dabei helfen, die Herausforderungen der neuen EU-Regularien und die damit einhergehenden Rahmenwerke der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu bedienen. Aus einer umfassenden Datenbasis leiten wir wiederum wertvolle Kenntnisse ab, um dem Ziel einer grünen Veranstaltungswirtschaft Stück für Stück näher zu kommen. Nachhaltigkeit im Unternehmen geht dabei Hand in Hand mit Nachhaltigkeit auf unseren Leitmesse“, bekräftigte Marzin die Unternehmensstrategie. „Jetzt, da wir wieder wirtschaftlich unabhängig sind, gehen wir den digitalen Transformationsprozess in der Unternehmensgruppe verstärkt an und planen diesen bis 2026 in großen Teilen abzuschließen. Damit starten wir das größte Modernisierungsprojekt in der Geschichte der Messe Frankfurt“, berichtete Marzin weiter.

Mit globalen Konzernstandards und der schnellen Verfügbarkeit von Wissen über Kund*innen und Märkte will die Messe Frankfurt effizienter in der Steuerung ihrer weltweiten Unternehmensgruppe werden. Gleichzeitig legt sie die Grundlagen für ergänzende datenbasierte ganzjährige B2B-Marketingdienstleistungen. „Wir sind ein globaler Marketingdienstleister und wir befinden uns gerade in einer Phase, in der wir uns vom reinen Messeveranstalter zum Anbieter der gesamten Kategorie B2B Marketing Solutions weiterentwickeln“, sagte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Hierfür bieten wir im Rahmen unserer Veranstaltungen mit dem Kern der persönlichen geschäftlichen Begegnung ein etabliertes Instrumentarium, das auch eine Pandemie nicht zerstören konnte“, betonte Braun. „Messen sind der analoge Gewinner der Digitalisierung, und erfolgreiche Messemarken sind auch die Grundlage für neue Angebote und Leistungen im digitalen Raum“, so Braun weiter.

Gestärkt und resilient sind die Marken der Messe Frankfurt vollumfänglich zurück. Die Leistungskennzahlen auf den weltweiten Veranstaltungen stehen vielfach auf Wachstum. Und auch das Gastveranstaltungsgeschäft, die zweite Kernkompetenz des Unternehmens, ist im Geschäftsjahr 2023 mit rund 220 Veranstaltungen am Standort Frankfurt gut gebucht. „Es ist unsere Aufgabe und unser Anspruch, das Gelände mit noch mehr Veranstaltungen weiter auszulasten. Dabei wird die parallele Nutzung von Ost- und Westgelände für jeweils verschiedene Veranstaltungen eine verstärkte Rolle in der Vermarktung spielen“, betonte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Neue Gestaltungs- und Servicemöglichkeiten für den Gastveranstaltungsbereich werden wir auch im Rahmen unseres digitalen Transformationsprozesses haben und ausbauen“, so Behm.

Der Ausblick auf das Geschäftsjahr 2024 ist vielversprechend, was die Veranstaltungen weltweit und ihre Vielfalt betreffen. Am Heimatstandort werden neben einer engen Taktung von konzernerneigenen Leitmesse neue Gastveranstalter und Themen nach Frankfurt kommen, darunter Fachmessen wie die Pest Protect, Natural Disasters Expo Europe, Passenger Terminal EXPO und das Impact Festival, Europas größter B2B-Messe für nachhaltige Innovationen. Und auch personell wächst die Messe Frankfurt mit Neueinstellungen und verstärkten Ausbildungsmöglichkeiten. Derzeit bildet das Unternehmen alleine in Frankfurt rund 30 dual Studierende und Auszubildende in unterschiedlichen Berufen aus.

Presseinformationen & Bildmaterial:

<https://www.messefrankfurt.com/journalisten>

Besuchen Sie uns auf:

www.instagram.com/messefrankfurt

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

www.x.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

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt

messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information