

Pressemitteilung

23. Juni 2020

Messe Frankfurt will bereits 2023 wieder Umsatzniveau von 2019 erreichen

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

Die Messe Frankfurt blickt optimistisch in die Zukunft. „Wir wollen 2023 wieder das Umsatzniveau des Geschäftsjahres 2019 erreichen“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, heute auf der Unternehmenspressekonferenz.

„Die Stärke des Konzerns, sein solides und strategisch kluges Wirtschaften und Investieren, bewährt sich heute mehr denn je. Ausdrücklich begrüße ich die antizyklischen Investitionen, sei es in den Standort, aktuell mit der Halle 5, oder in die Stärkung des weltweiten Veranstaltungsportfolios“, hob der Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt, Oberbürgermeister Peter Feldmann, hervor. In der zweiten Jahreshälfte will die Messe Frankfurt ihren Messebetrieb strukturiert geplant wieder hochfahren. Mit einem ausgefeilten Schutz- und Hygienekonzept setzt die Buchmesse im Oktober am Standort Frankfurt den Startschuss, gefolgt von Formnext und Hypermotion. Anfang September findet die Nordstil in Hamburg statt, die SPS im November in Nürnberg. Zuversichtlich ist die Messe Frankfurt auch hinsichtlich ihres Auslandsgeschäfts. In China gehen ab Mitte Juli Eigenveranstaltungen wieder an den Start. Für viele der verschobenen Veranstaltungen konnten noch in diesem Jahr Ersatztermine gefunden werden.

„Der temporäre Lockdown im Messegeschäft ist für die Messe Frankfurt kein unternehmerischer Stillstand“, so Marzin. Das Unternehmen arbeite weiter an seiner Zukunft, stelle sich auf Veränderungen ein und richte seine Produkte danach aus. Trotz massiver Mittelabflüsse im Ausnahmejahr 2020 verfügt die Messe Frankfurt über eine ausreichende Liquidität, um die aktuelle Situation zu meistern. „Wir sind in der Lage, durch Finanzierungsmaßnahmen unsere Liquiditätsreserven zu erhöhen“, so Marzin. Eine risikoreduzierte strategische Unternehmensführung in der vergangenen Dekade sowie nachhaltiges Wachstum sind wesentliche Stärken in der Krise.

„Im Geschäftsjahr 2019 konnten neue Bestmarken erreicht werden: So beträgt der Umsatz der Unternehmensgruppe nach finaler Vorlage der Unternehmenskennziffern 736 Millionen Euro. Im Jahr 2018 waren es 718 Millionen Euro. Der Konzernjahresüberschuss liegt bei rund 48 Millionen Euro, trotz zusätzlicher Drohverlustrückstellungen von 20 Millionen Euro“, freut sich Oberbürgermeister Feldmann über die positive

Bilanz des vergangenen Geschäftsjahres. Unter dem Dach der Messe Frankfurt fanden weltweit 423 Veranstaltungen mit 5,1 Millionen Besuchern statt. Das sind 300.000 Besucher mehr als im Vorjahr.

„Durch die Corona-Krise wird die Messelandschaft sich weiterentwickeln und die Messe Frankfurt wird daran partizipieren“, ist Marzin überzeugt. Dabei werde auch die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen, aber ebenso Weiterentwicklungen im Bereich Sicherheit.

„Für unsere Kunden sind Online-Plattformen wie das Order- und Datenmanagement-Portal Nextrade mit einer digitalen 24/7-Geschäftsbeziehung sowie Conzoom Solutions schon heute eine wichtige Ergänzung, um ihr stationäres Geschäft anzukurbeln“, betonte Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Für die aufgrund der Corona-Krise verschobenen Veranstaltungen bietet die Messe Frankfurt ihren Kunden in diesem Jahr weltweit eine Reihe von digitalen Ergänzungsformaten an. „Die vergangenen Wochen haben gezeigt, wie relevant eine gute IT-Struktur ist. Das betrifft die Kommunikationskanäle des Unternehmens genauso wie zeitgemäße Angebote von digitalen Plattformen für unsere Kunden“, ergänzte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Die Messe Frankfurt wird ihr Geschäftsmodell rund um virtuelle beziehungsweise hybride Module forcieren und die Relevanz und Reichweite ihrer Veranstaltungen weiter erhöhen.

Ihre Kernkompetenzen baut die Messe Frankfurt an ihrem Heimatstandort und weltweit aus. Aktuell sind für dieses und das kommende Geschäftsjahr 18 neue Veranstaltungen geplant. Ab 2021 wird Frankfurt zum hochattraktiven und relevanten Standort für das internationale Modegeschäft: Die Fashion Week zieht von Berlin an den Main. „Mit den drei in ihrem Bereich jeweils größten Modemessen Europas Premium, Seek und Neonyt, den Konferenzen FashionSustain und FashionTech und über 2.000 Designern, Brands und Modeunternehmen werden wir ein komplett neues Ecosystem präsentieren“, freute sich Braun. „Die Frankfurt Fashion Week wird unser Texpertise-Portfolio mit rund 60 globalen Plattformen entlang der gesamten textilen Wertschöpfungskette entscheidend bereichern“, so Braun.

Am Heimatstandort verlaufen die Arbeiten an der Halle 5 planmäßig. An der Schnittstelle zum Congress Center, das technisch und optisch modernisiert wurde, wird die neue Halle nach ihrer Fertigstellung 2023 attraktiv in das Kongressgeschäft auf dem Gelände eingebunden sein. „Wir investieren langfristig und nachhaltig große Summen in unseren Heimatstandort. Der Neubau spiegelt nicht zuletzt unsere Verantwortung auch für künftige Generationen wider“, betonte Behm. Der Vertrag mit dem Generalunternehmen Zech Bau wurde Anfang März unterschrieben. Die Messe Frankfurt ist damit die einzige Messegesellschaft, der es gelungen ist, ein Generalunternehmen zu verpflichten.

Messen und Kongresse werden wie bereits in der Vergangenheit nach schweren Finanz- und Weltwirtschaftskrisen einen wesentlichen Beitrag zur Beschleunigung der wirtschaftlichen Erholung und Prosperität

leisten. Davon ist die Messe Frankfurt überzeugt. „Mit unseren weltweiten Veranstaltungen wird die Unternehmensgruppe maßgeblich wirtschaftsfördernd tätig sein“, so Marzin.

Weitere Informationen finden Sie in unserem Online-Newsroom
<http://m-es.se/q9XT>

Den Geschäftsbericht 2019 und die Berichte aus den Vorjahren finden Sie zum Download unter <http://m-es.se/En4w>

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Annähernd 2.600 Mitarbeiter an 29 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von rund 736 Millionen Euro. Wir sind eng mit unseren Branchen vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden 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 Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei 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