

# Messe Frankfurt

## Bilanziert erfolgreichstes Geschäftsjahr

Montag, 11.07.2016

Die Messe Frankfurt hat ihren Geschäftsbericht 2015 mit historischen Spitzenwerten bei allen relevanten Finanz- und Veranstaltungskennziffern vorgelegt. „Wir haben unsere Spitzenstellung unter den deutschen Messegesellschaften erneut bestätigt und unseren Platz im internationalen Ranking weiter gefestigt“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung, heute auf der Unternehmenspressekonferenz.

Der Umsatz der Messe Frankfurt Gruppe erreichte mit rund 648 Mio. Euro eine neue Bestmarke, der Jahresüberschuss lag bei 38,2 Mio. Euro. Weltweit fanden 133 Messen und Ausstellungen mit rund 90.800 Ausstellern statt. „Unser unternehmerisches Gesamtpaket passt, unser strategisches Langzeitprogramm ‚Messe Frankfurt 2020‘ zahlt sich aus“, so Marzin weiter. „Wir haben den Rücken frei für neue Investitionen in die Markenwerte der Unternehmensgruppe.“

Auf hohem Niveau und positiv dynamisch verlief das erste Veranstaltungshalbjahr 2016. „Wir können von neuen Bestmarken auf vielen unserer Messen berichten, von einer hohen Internationalität und ebensolchen Kundenbewertungen“, hob Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, hinsichtlich der operativen Aktivitäten im In- und Ausland hervor.

Am Standort Frankfurt ist die Heimtextil weiter auf Wachstumskurs, die Internationalität liegt hier bei mittlerweile 89%. Mit noch mehr Ausstellern als zur Vorveranstaltung hat sich das Messetrio Christmasworld, Paperworld und Creativeworld bewährt. Die Ambiente hat ihre Stärke als globaler Impulsgeber für die Konsumgütermärkte erneut unter Beweis gestellt. Hervorragend gelaufen sind zudem die Nordstil in Hamburg sowie der Greenshowroom und die Ethical Fashion Show. Beide Veranstaltungen sind im Rahmen der Berliner Fashion Week ein fest verankerter und zentraler Hotspot für nachhaltige Mode. Gemeinsam mit Branchenvertretern entwickelt die Messe Frankfurt ihre Veranstaltungen beständig weiter.

### Markenwertstärkung der Messe Frankfurt durch weitere Investitionen

In den vergangenen Jahren hat die Messe Frankfurt ihre Markenpositionierung weltweit Stück für Stück gefestigt und ihre Wettbewerbsposition im internationalen Ranking entsprechend ausgebaut. Ausgehend von einem starken Heimatstandort und der Weiterentwicklung der Veranstaltungen im Inland, baut das Unternehmen sukzessive sein Portfolio rund um den Globus aus. Besetzt ist dieses starke und beständig wachsende Feld mit zukunftsorientierten Branchenfeldern, beispielsweise, wenn es um intelligente Gebäudetechnik geht. Hier ist die Messe Frankfurt mit ihren Marken ISH und Light + Building nach eigenen Angaben weltweit führend.

Am Heimatstandort Frankfurt ist der Neubau der Halle 12 ein weiterer Meilenstein in der Entwicklung des Messegeländes. „Die Optimierung des Standorts zahlt auf weiteres Wachstum in Frankfurt ein“, resümierte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Die Bauarbeiten laufen nach Plan. Mit einer Höhe von rund 30 Metern und einer Bruttoausstellungsfläche von 33.000 qm auf zwei Ebenen wird die Halle 12 das

größte Gebäude auf dem Westgelände des Frankfurter Messeareals.

[zum Seitenanfang](#)