

# Messe Frankfurt

## Konzentriert sich auf profitable Umsatzbringer

Mittwoch, 02.03.2022

*Bei der Messe Frankfurt hofft man auf ein baldiges Abklingen der Pandemie, um wieder geschäftlich aktiv werden und Umsätze erzielen zu können. Die Geschäftsführung der Messe Frankfurt ist entschlossen, das Unternehmen schnellstmöglich wieder auf den Wachstumspfad zurückzuführen.*

„Um dies zu erreichen, werden wir uns vollständig auf unsere profitablen Umsatzbringer konzentrieren, die wir fortan ohne weitere finanzielle Mittel unserer Gesellschafter oder anderer Dritter auf unserem Messegelände steuern und entwickeln können“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt.

Dazu hat das Management eine Reihe von sich ergänzenden Maßnahmen umgesetzt, die in den Monaten des Geschäftsstillstands vorbereitet wurden und sich auf das Portfolio der Veranstaltungen sowie ergänzende Dienstleistungen beziehen. So wird die Hypermotion in einer veränderten Form weitergeführt. Die gesellschaftlich relevanten Themen moderner Mobilitätskonzepte sollen als Konferenzthemen weiterentwickelt werden und auch künftig einen wichtigen Beitrag zu einem gesellschaftlichen und fachlichen Diskurs leisten.

Die Fachmesse Musikmesse Frankfurt wird nicht fortgesetzt. Die Gründe hierfür seien marktbedingt. Die Marktstruktur habe sich derart verändert, dass keine wirtschaftliche Perspektive für das Produkt mehr erwartet werden könne. Davon unberührt bleibt die erfolgreiche Music China, die einen erheblichen Wertbeitrag für das Unternehmen leistet.

„Die Konsumgütermessen wurden bereits unter dem Motto „Home of Consumer Goods“ zusammengefasst, ein Konzept, das national wie international auf Zustimmung und Interesse in den Märkten stößt“, sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. „Unser Gelände ist so entwickelt, dass wir bei Bedarf auch zwei oder mehr Veranstaltungen zeitgleich beherbergen können. Beginnend mit der Prolight + Sound stehen für die Messe Frankfurt für das Jahr 2022 allein in Frankfurt 135 Messen, Kongresse und Konzerte an“, ergänzt Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Mit den Entscheidungen zu den Portfoliobereinigungen sowie der Neuaufstellung beispielsweise der Medienservices des Unternehmens – verbunden mit einem deutlich erweiterten digitalen Angebot – könne sich die Messe Frankfurt vollständig auf ihre profitablen Umsatzbringer konzentrieren. So sollen die digitalen Angebote forciert vermarktet werden, neue Gastveranstaltungen für Frankfurt gewonnen und sich den Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung gewidmet werden.

**Konzentriert sich auf profitable Umsatzbringer**