

Messe Frankfurt steigert Konzernumsatz auf 780 Millionen Euro

Frankfurt am Main, 28.11.2024

Die Messe Frankfurt hat im Geschäftsjahr 2024 wichtige Weichen für weitere Profitabilität und Effizienz gestellt. Getrieben durch ein dynamisches Messegeschäft und eine starke Positionierung in den weltweiten Märkten verzeichnet das Unternehmen hervorragende Wirtschaftskennzahlen. Das Unternehmen war noch nie in seiner Geschichte so ertragreich.

Die Messe Frankfurt hat im Geschäftsjahr 2024 ihre Marktposition erfolgreich gefestigt und das Unternehmen für künftige Herausforderungen breit aufgestellt. Erfreut über die Ergebnisse zeigte sich Mike Josef, Aufsichtsratsvorsitzender der Messe Frankfurt und Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt: „Mit einem starken Portfolio hat die Messe Frankfurt auch in diesem Geschäftsjahr wieder enorme Impulse gesetzt – global, an ihrem Heimatstandort in Frankfurt, als Wirtschaftsförderer und für Arbeitsplätze. Auch die zukunftsfähige Aufstellung der Messe als Anbieter von digitaler Infrastruktur für Veranstalter kommt gut voran. Uns als Stadt Frankfurt ist es wichtig, den Messestandort zu stärken und die Messe Frankfurt mit allen Kräften in ihrer nachhaltigen Ausrichtung zu unterstützen.“

Mit stimmigen Wachstumsschwerpunkten und einem außerordentlich hochtourig verlaufenden operativen weltweiten Geschäft bestätigt die Messe Frankfurt ihr Jahresziel und wird im Berichtsjahr 2024 mit glänzenden Finanzzahlen abschließen. „Zum jetzigen Zeitpunkt gehen wir von einem konsolidierten Konzernumsatz in Höhe von 780 Millionen Euro (2023: 609 Mio. Euro) aus, ein Plus gegenüber Vorjahr um 28 Prozent“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, bei Vorlage der vorläufigen Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2024. Das ist der bislang höchste von einer deutschen Messegesellschaft erwirtschaftete Betrag. Im Inland wird im ausklingenden Jahr ein konsolidierter Umsatz von rund 442 Millionen Euro erzielt, unter anderem bedingt durch erfolgreiche Leitmessexpositionen inmitten eines turnusbedingt starken Eigenveranstaltungsjahres. Die Messe Frankfurt erwirtschaftet damit im Inland in etwa so viel wie durchschnittlich die anderen deutschen Messegesellschaften im In- und Ausland. Lebhaft verlief das Veranstaltungsgeschäft außerhalb Deutschlands und unterstreicht mit einem Anteil von rund 43 Prozent am Konzernumsatz die Relevanz der globalen Wachstumsstrategie der Unternehmensgruppe.

Infolge des starken operativen Geschäfts wird das Konzern-Ergebnis nach vorläufigem Stand auf mehr als 50 Millionen Euro ansteigen (2023: 18,5 Mio. Euro). „Mit diesem ordentlichen Polster sind wir noch besser in der Lage, unsere während der Pandemie aufgebauten Darlehen zu tilgen, und wir haben damit die notwendigen Reserven für weitere Investitionen in die Modernisierung unserer Prozesse und IT-Systeme, in die

nachhaltige Transformation der Unternehmensgruppe, in künftige Herausforderungen im operativen Geschäft und nicht zuletzt in unsere Mitarbeitenden“, hob Marzin hervor und ergänzte mit Blick auf die weitere Entwicklung der Unternehmensgruppe: „Wir wollen auch im kommenden Geschäftsjahr 2025 weiterwachsen und werden, wenn alles so gut weiterläuft, einen Konzernumsatz von rund 800 Millionen Euro erreichen.“

Wachstumsschwerpunkte: Kerngeschäft, Digitalisierung, Nachhaltigkeit

Bis Ende des Geschäftsjahres werden in Summe weltweit mehr als 330 Veranstaltungen mit über 98.000 Unternehmen und rund 4,4 Millionen Besucher*innen unter dem Dach der Messe Frankfurt stattfinden. „Die persönliche Begegnung ist unverzichtbar für die Pflege und zum Aufbau von geschäftlichen Beziehungen, gerade auch vor dem Hintergrund der vielfältigen wirtschaftlichen Herausforderungen und globalen Marktverschiebungen. Wachstum, überaus hohe Zufriedenheitsgrade und Spitzenwerte bei der Internationalität auf unseren konzerneigenen Veranstaltungen zeigen nicht zuletzt die Stärke unserer Marken und die Bedeutsamkeit für ihre Communities“, hob Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, hervor. Im Durchschnitt kommen fast 83 Prozent aller ausstellenden Unternehmen und rund 57 Prozent der Facheinkäufer*innen am Standort Frankfurt von außerhalb Deutschlands.

Die Messe Frankfurt hat eine eigene, auf die Unternehmensgruppe zugeschnittene Expansionsstrategie, ein bewährter Nährboden für nachhaltiges Wachstum. „Wir konzentrieren uns auf unser Kerngeschäft, auf unsere Marken und Dienstleistungen und auf die zentralen Herausforderungen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Beides sind komplexe strategische Schwerpunktthemen in der Unternehmensgruppe, die nicht losgelöst voneinander gedacht werden“, erläuterte Marzin die strategische Unternehmensausrichtung. „Wir investieren im In- und Ausland, bauen auf unseren Frankfurter Leitmessen die Kernsegmente weiter aus und lancieren neue strategische Entwicklungsfelder“, ergänzte Braun. Gut gebucht im Geschäftsjahr 2024 ist auch die zweite Kernkompetenz des Unternehmens, das Gastveranstaltungsgeschäft. Mehr als 200 Messen, Tagungen, Kongresse und Events finden am Standort Frankfurt statt. Das Nachfrageaufkommen für die Locations der Messe Frankfurt ist wieder auf dem Niveau von vor der Pandemie angelangt. Für das Jahr 2025 stehen jetzt schon mehr als 150 Veranstaltungen unter Vertrag.

Im Rahmen der weltweiten Portfolioerweiterung treibt das Unternehmen die strategische Marktbearbeitung voran. Neben ihren angestammten Schwerpunktregionen werden im Rahmen weiterer Geodiversifizierung neue Märkte ins Auge gefasst. In Asien – hier ist die Messe Frankfurt seit über 35 Jahren mit rund 60 Messen in elf Branchenclustern unterwegs – werden neue Veranstaltungen in Zentralasien und in der ASEAN-Region lanciert. „Und auch im wettbewerbsintensiven US-Markt bauen wir unter dem Aspekt der geografischen Diversifikation unsere Kompetenz im Sektor Textil, Mobility & Logistics sowie Technology aus“, berichtete Braun.

Die nachhaltige Transformation setzt die Messe Frankfurt mit konsequenten Maßnahmen weiter fort. Sie hat im Berichtsjahr wichtige Streckenpunkte erreicht und Neues angestoßen. Im November wurde erfolgreich die EMAS-Validierung absolviert. Das Unternehmen ist seit 2023 EMAS zertifiziert. Der zweite EMAS Umweltstatusbericht für 2024 wird in wenigen Tagen veröffentlicht. Erstmals betreibt die Messe Frankfurt ein Emissionstracking und erfasst im Rahmen der angestrebten Bilanzierung von Treibhausgasemissionen die CO₂-Treiber an ihrem Heimatstandort. „Für den Standort

Frankfurt ist die Datenerhebung abgeschlossen. Wir widmen uns im nächsten Schritt unseren internationalen Standorten. Und last not least greifen wir der durch die neue EU-Richtlinie Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung ab dem Geschäftsjahr 2025 vor und absolvieren einen Testlauf bereits für das Geschäftsjahr 2024“, so Marzin. Zudem wird mit dem langjährigen und global agierenden Logistikunternehmen DSV die Partnerschaft ausgeweitet und mit gezielten Maßnahmen an einer nachhaltigen Transformation der Messelogistik gearbeitet.

Die Messe Frankfurt blickt mit Optimismus auf das bevorstehende Geschäftsjahr und hat die Weichen für weiteres Wachstum gestellt.

Presseinformationen & Bildmaterial:

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

www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information