

Frankfurt am Main, 30.07.2024

## Messe Frankfurt feiert drei erfolgreiche Jahrzehnte in Asien

**Vor drei Jahrzehnten, als das chinesische BIP ein Wachstum von 13 Prozent aufwies<sup>1</sup>, eröffnete die Messe Frankfurt ihre erste Niederlassung in Asien. Diese strategische Entscheidung sollte sich später als eine der folgerichtigsten in der rund 800-jährigen Unternehmensgeschichte erweisen. Die Messe Frankfurt (HK) Ltd. begann 1994 mit einem kleinen Team und ist heute regionaler Hauptsitz der Region Greater China. Sie betreut ein Netzwerk von sieben Niederlassungen und beschäftigt über 600 engagierte Mitarbeitende. Heute organisiert das Unternehmen mehr als 60 Veranstaltungen in 13 Städten der Region und ist damit einer der bedeutendsten Messeveranstalter in China sowie ein aufstrebender Akteur am asiatischen Markt.**

Von anfänglich einer einzigen Messe in Hongkong für die Textilindustrie im Jahr 1987 hat die Messe Frankfurt (HK) Ltd. ihre Präsenz inzwischen auf ganz Asien ausgeweitet und veranstaltet allein 45 Messen in der Region Greater China. Im vergangenen Jahr brachte dieses regionale Portfolio über 1,6 Millionen Fachbesucher aus aller Welt mit fast 40.000 internationalen Ausstellern zusammen.

Laut Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, war die Einrichtung einer wachstumsadäquaten Infrastruktur entscheidend für die Erfolgsgeschichte der Messe Frankfurt in Asien. „Wir sind in der Textilindustrie gestartet und haben unsere Messeaktivitäten schrittweise auf elf dynamische Branchencluster in verschiedenen Regionen Chinas und Asiens ausgeweitet. Diese Expansion erforderte den Aufbau eines umfangreichen Niederlassungsnetzes, um unsere Kunden zu unterstützen und auch regionalen Ausstellern die Teilnahme an den weltweiten Veranstaltungen der Messe Frankfurt zu ermöglichen. Hongkong bot sich aufgrund seiner strategischen Lage, seines soliden Rechtssystems und internationalen Geschäftsumfelds als Ausgangsbasis an.“

---

<sup>1</sup> Nationale Daten, Staatliches Amt für Statistik der Volksrepublik China (Year: 1994, Indicators, Contribution of the three Strata of Industry to GDP\_Growth to the increase), <https://data.stats.gov.cn/english/easyquery.htm?cn=C01> (Abruf: 20. Februar 2024)

## **Messe Frankfurt in der Region Greater China – gestern und heute**

In den Anfangsjahren veranstaltete die Messe Frankfurt eine Vielzahl internationaler Messen, darunter die bis heute bedeutenden Automechanika, Intertextile und ISHin China. Diese bildeten die Grundlage für den Aufbau des Wissens, des Know-hows und der Netzwerke, die erforderlich waren, um diese Marken aus Deutschland am lokalen Markt zu etablieren.

„Hongkong war für uns eine solide Ausgangsbasis für die internationale Integration. Ebenso wichtig war jedoch, frühzeitig in der Region Greater China präsent zu sein, um die wachsende Zahl von Messen, Joint Ventures und Auslandsgeschäften zu bewältigen“, erklärt Stephan Buurma, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Frankfurt Group. Angesichts dieser Notwendigkeit, das Geschäft auf eine breitere Grundlage zu stellen, wurde 1995 die Niederlassung in Taiwan gegründet, um das Auslandsgeschäft zu unterstützen. 2002 folgte die Niederlassung in Shanghai als erste Basis auf dem chinesischen Festland.

Im Jahr 2024 betreibt die Messe Frankfurt in der Region Greater China sieben Niederlassungen in Hongkong, Shanghai, Peking, Guangzhou, Shenzhen und Taipeh. Dieses Netzwerk organisiert einige der größten Fachmessen in der Region, darunter die Automechanika Shanghai, die Guangzhou International Lighting Exhibition, die Intertextile Shanghai Apparel Fabrics, die ISH China & CIHE, die Music China und die Prolight + Sound Guangzhou.

Die Zahl der Mitarbeitenden in der Niederlassung in Shanghai hat sich von sechs bei der Eröffnung auf rund 170 erhöht, hierin eingeschlossen das Team der Niederlassung in Peking, das ein breit gefächertes Portfolio und einen beträchtlichen Teil des Geschäfts vom chinesischen Festland zu den weltweiten Fachmessen der Messe Frankfurt abwickelt.

Als eine Säule des Erfolgs der Messe Frankfurt hat sich in jüngster Zeit der Aufbau einer Präsenz in den chinesischen Regionen mit dem größten Potenzial erwiesen. Im Jahr 2020 baute das Unternehmen die Geschäftstätigkeit seiner Tochtergesellschaft in Shenzhen weiter aus. Shenzhen liegt in der Greater Bay Area (GBA), die im Rahmen eines nationalen Entwicklungsplans für Südchina Innovation und finanzielle Integration der Region mit dem Ausland fördern soll. Das Unternehmen deckt inzwischen 20 Messen in den Bereichen Automobil, Konsumgüter, Unterhaltung, Fertigung, Technologie und Textilien in der gesamten GBA ab, einschließlich Hongkong, Guangzhou und Shenzhen.

## **Wachsende Präsenz in Asien**

Das Asiengeschäft der Messe Frankfurt wächst weiter, nicht nur in China, sondern auch an anderen Hotspots der Region, wobei die Niederlassung in Hongkong acht Veranstaltungen in Südostasien betreut. Allein in diesem Jahr lancierte das Unternehmen zwei neue Messen, die Zugang zu Chancen in den Sektoren Textilien und Mobilität an den Schwellenmärkten eröffnen.

Im Februar organisierte die Messe Frankfurt mit der VIATT die erste Texpertise-Veranstaltung in der Region ASEAN, mit der das Potenzial der vietnamesischen Textilindustrie in den Fokus gerückt wurde. Als eine der wachstumsstärksten Volkswirtschaften der Welt verfügt Vietnam über gute Voraussetzungen für Wachstum und ist sogar der drittgrößte Textil- und Bekleidungsexporteur weltweit.

Eine weitere Premiere war die Asiabike Jakarta im April. Diese Messe für den Branchencluster Mobility & Logistics richtet sich an den florierenden Zweiradmarkt mit Themen, die Mikromobilitätslösungen als wesentlichen Bestandteil eines nachhaltigen Stadtverkehrs positionieren.

Zu den weiteren Messen in Südostasien zählen:

- Automechanika Ho Chi Minh City
- Automechanika Kuala Lumpur
- Intelligent Manufacturing Kuala Lumpur
- Meat Pro Asia
- Secutech Thailand
- Secutech Vietnam

### **Blick in die Zukunft**

„In der Zukunft werden wir uns auf die soliden Verbindungen stützen, die wir in den letzten drei Jahrzehnten auf dem asiatischen Kontinent aufgebaut haben, um den Wohlstand der regionalen Märkte und Branchen zu fördern. Unser Netzwerk verschafft uns eine gute Ausgangsposition, da wir mit unserer umfassenden Erfahrung und unserem Fachwissen rund um die erfolgreiche Organisation von Veranstaltungen in jedem Umfeld selbstbewusst neue Märkte erschließen können“, fügt Stephan Buurma hinzu.

Vor diesem Hintergrund hat das Unternehmen auch begonnen, seine Präsenz auf dem zentralasiatischen Markt mit sieben Markenveranstaltungen in Usbekistan auszuweiten. Das Land liegt an einer Transportroute der chinesischen ‚Belt and Road‘-Initiative, ein Programm zur Förderung der Entwicklung und Integration der Wirtschaftsräume Asien und Europa. Neben der strategischen geografischen Lage Usbekistans machen sein robuster Verbrauchermarkt sowie seine offene politische und wirtschaftliche Landschaft das Land zu einem attraktiven Handelspartner und Investitionsziel. Die verstärkte Präsenz der Messe Frankfurt wird Geschäftschancen in den Ankersektoren der usbekischen Wirtschaft wie Kosmetik, Textilien und Bekleidung, Automobilbau, Logistik und Transport fördern. Auf dem Programm stehen folgende Veranstaltungen:

- Apparel Sourcing Tashkent
- Automechanika Tashkent
- Beautyworld Central Asia
- Futuroad Expo Tashkent
- Heimtextil Uzbekistan
- Scalex Tashkent
- Texworld Tashkent

### **Messe Frankfurt wieder auf der China International Import Expo 2024 vertreten**

Vom 5. bis 10. November nimmt die Messe Frankfurt als Aussteller an der China International Import Expo (CIIE) mit einem 200 m<sup>2</sup> großen Stand in der Trade in Service Hall (Halle 8.2) teil. Die CIIE ist eine wichtige Handelsmesse des chinesischen Messesektors, mit deren Hilfe die chinesische Regierung den nationalen Markt weiter für die übrige Welt öffnen möchte.

Dies passt hervorragend zum Kerngeschäft der Messe Frankfurt und zum Leitmotiv der von ihr organisierten Veranstaltungen. „China ist seit drei Jahrzehnten einer unserer wichtigsten internationalen Märkte. Wir gehen davon aus, dass diese Bedeutung weiter wachsen wird, da wir unsere Messepräsenz in verschiedenen Märkten und Wirtschaftszentren wie der GBA und dem ‚Belt and Road‘-Netz diversifizieren, ergänzend zu unseren Veranstaltungen in Südostasien. Die CIIE ist daher eine wertvolle Gelegenheit, diese Präsenz und unser globales Netzwerk einem vornehmlich chinesisches Publikum vorzustellen“, so Buurma abschließend.

Weitere Informationen zu kommenden Veranstaltungen in Asien finden Sie unter [www.messefrankfurt.com.hk](http://www.messefrankfurt.com.hk)

**Besuchen Sie uns auf:**

[www.instagram.com/messefrankfurt](http://www.instagram.com/messefrankfurt)  
[www.linkedin.com/company/messe-frankfurt-gmbh](http://www.linkedin.com/company/messe-frankfurt-gmbh)  
[www.x.com/messefrankfurt](http://www.x.com/messefrankfurt)  
[www.youtube.com/user/messefrankfurt](http://www.youtube.com/user/messefrankfurt)

**Ihr Kontakt:**

Markus Quint  
Tel.: +49 69 75 75-5905  
[press@messefrankfurt.com](mailto:press@messefrankfurt.com)

Messe Frankfurt GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main

[www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

**Hintergrundinformation Messe Frankfurt**

[www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen](http://www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen)

**Nachhaltigkeit bei der Messe Frankfurt**

[www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information](http://www.messefrankfurt.com/nachhaltigkeit-information)