

## Messe Frankfurt konzentriert sich auf profitable Umsatzbringer

**Frankfurt am Main, 1.03.2022**

**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 werden als Konferenzthemen weiterentwickelt und leisten auch künftig einen wichtigen Beitrag zu einem gesellschaftlichen und fachlichen Diskurs.

Die Fachmesse Musikmesse Frankfurt wird nicht fortgesetzt. Die Gründe hierfür sind marktbedingt. Die Marktstruktur hat sich derart verändert, dass keine wirtschaftliche Perspektive für das Produkt mehr erwartet werden kann. 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 – kann sich die Messe Frankfurt vollständig auf ihre profitablen Umsatzbringer konzentrieren. Sie wird ihre digitalen Angebote forciert

vermarkten, neue Gastveranstaltungen für Frankfurt gewinnen und sich den Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung widmen.

**Presseinformationen & Bildmaterial:**

<http://messefrankfurt.com/journalisten>

**Besuchen Sie uns auf:**

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

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

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

**Ihr Kontakt:**

Markus Quint

Tel.: +49 69 75 75-59 05

[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**

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300\* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140\* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund\*innen 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 Kund\*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht 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](http://www.messefrankfurt.com)

\* vorläufige Kennzahlen 2021