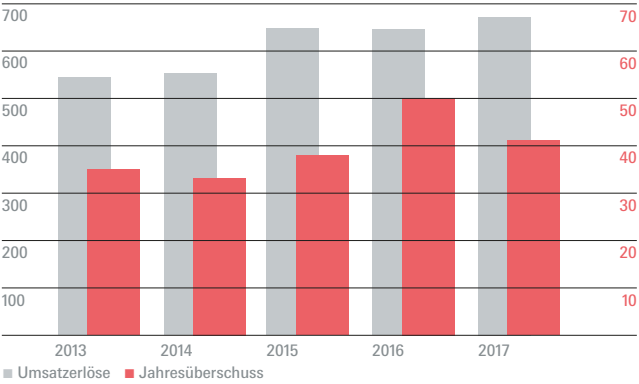


Geschäftsbericht 2017

Mensch Markt
Zukunft Technik
Produkt Erlebnis
Dialog Vielfalt
weiterdenken

Auf einen Blick

Umsatz und Jahresüberschuss in Mio. €



Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt konzipiert, plant und veranstaltet Messen und Ausstellungen im In- und Ausland. Mutter- und Tochtergesellschaften bieten ein abgestimmtes Leistungsspektrum für die nationale und internationale Kundschaft, für Aussteller und Besucher.

Unternehmensgruppe

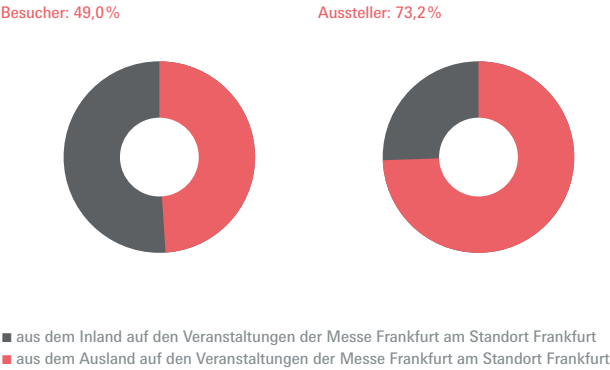
	Mio. € *				
	2013	2014	2015	2016	2017
Umsatzerlöse	545	554	648	647	669
Personalaufwand	123	131	146	152	159
Abschreibungen	56	52	56	52	51
Ergebnis vor Steuern	53	51	56	74	60
Umsatzrendite vor Steuern in %	10	9	9	11	9
Jahresüberschuss	35	33	38	50	41
EBITDA	108	102	109	124	108
Anlagenzugänge	48	56	45	102	125
Eigenkapital	427	453	475	506	527
Bilanzsumme	820	863	888	888	1.014
Aktive Mitarbeiter (jeweils 31.12.)	1.999	2.130	2.244	2.307	2.440

* ausgenommen Mitarbeiter und Umsatzrendite

Gesellschafter: Stadt Frankfurt (60%), Land Hessen (40%)
Gezeichnetes Kapital: Stadt Frankfurt 108 Mio. €, Land Hessen 72 Mio. €

	2013	2014	2015	2016	2017
Grunddaten					
Grundfläche (m²)	578.000	592.127	592.127	592.127	592.127
Verfügbare Hallenfläche (m²)	355.678	366.637	366.637	366.637	366.637
Verfügbare Freifläche (m²)	96.078	96.078	96.078	59.506	59.506
Anzahl der Hallen	10	10	10	10	10
Inlandsmessen					
Anzahl der Messen und Ausstellungen	43	44	47	50	48
Aussteller	40.786	41.828	42.167	42.659	41.905
Nettofläche (m²)	1.480.779	1.314.277	1.492.035	1.372.728	1.449.374
Besucher	2.268.884	1.557.581	2.440.666	1.565.383	2.213.563
Auslandsmessen					
Anzahl der Messen	70	77	86	84	98
Aussteller	38.793	42.880	48.605	48.219	52.987
Nettofläche (m²)	935.148	1.060.630	1.240.629	1.267.096	1.424.629
Besucher	1.381.032	1.526.372	1.730.153	1.966.492	2.225.258
Gesamt					
Anzahl der Messen	113	121	133	134	146
Aussteller	79.579	84.708	90.772	90.878	94.892
Nettofläche (m²)	2.415.927	2.374.907	2.732.664	2.639.824	2.874.003
Besucher	3.649.916	3.083.953	4.170.819	3.531.875	4.438.821

Internationalitätsgrad



Die Messe Frankfurt verbindet – Zukunftstrends mit neuen Technologien, Menschen mit Märkten und Angebot mit Nachfrage.

Auf den weltweit 416 Veranstaltungen der Messe Frankfurt trafen sich im Jahr 2017 mehr als fünf Millionen Menschen. Diese Vielfalt erzeugt neue, konkrete Lösungen für die unterschiedlichen Fragen, mit denen sich Wirtschaft und Gesellschaft heute beschäftigen: von Künstlicher Intelligenz über die Energiewende bis hin zu neuen Formen des Lernens, intelligenten Textilien, Personalisierung und Smart Cities.

Wo unterschiedliche Sichtweisen und Branchen miteinander verknüpft werden, entsteht Energie und Raum für neue Kooperationen, Projekte und Geschäftsmodelle. Damit wird die Messe Frankfurt zu einem Ort, an dem ein Stück Zukunft entsteht und Märkte von morgen geformt werden.

Angebot und Nachfrage bilden seit jeher das Fundament der Wirtschaftswelt. In dieser Tradition bieten die Veranstaltungen der Messe Frankfurt effektive Plattformen für neue geschäftliche Verbindungen.

Der Geschäftsbericht 2017 der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt zeigt anhand ihrer internationalen Veranstaltungen, wie spezifische und übergreifende Entwicklungen, Trends und Innovationen ganze Branchen verändern und mit welchen Angeboten unsere Kunden darauf antworten. Gleichzeitig wird deutlich, wie die Messe Frankfurt ihr eigenes Angebot dem Bedarf ihrer Kunden entsprechend anpasst und erweitert, um stets der richtige Marketing- und Servicepartner für sie zu sein.

Wolfgang Marzin
Vorsitzender
der Geschäftsführung



Uwe Behm
Geschäftsführung



Detlef Braun
Geschäftsführung



In der Messewirtschaft gehören Aussteller- sowie Besucherzahlen, Ausstellungsfläche, Umsatz und Ergebnis zu den signifikanten Wirtschaftskennzahlen. Im Geschäftsjahr 2017 präsentierten rund 95.000 Unternehmen ihre Produkte und Lösungen auf den weltweiten Veranstaltungen der Messe Frankfurt. Das sind so viele wie noch nie zuvor. Der stetige Anstieg von Ausstellern belegt die Bedeutung der Messe Frankfurt als Teil der internationalen Wirtschaft. Auf den 416 Messen, Kongressen und Events durften wir mehr als fünf Millionen Besucher begrüßen. Dieser Erfolg spiegelt sich auch in den Zahlen von Umsatz und Ergebnis wider. Die Unternehmensgruppe beschloss das vergangene Veranstaltungsjahr mit Erlösen von 669,1 Millionen Euro und übertraf damit den Rekordumsatz von 647 Millionen Euro im Vorjahr. Der Konzern-Jahresüberschuss ist mit 40,5 Millionen Euro erneut ein sehr gutes Ergebnis.

Messen veranstalten ist Teamarbeit. Daher bedanken wir uns an dieser Stelle bei den Gesellschaftern der Messe Frankfurt sowie bei den an unseren Veranstaltungen beteiligten Verbänden für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Den weltweit 2.440 Mitarbeitern danken wir für ihr großes Engagement. Die Veranstaltungsbranche verlangt Herzblut. Wir sind stolz und glücklich, dass so viele Kolleginnen und Kollegen diese Leidenschaft mit uns teilen.

Die Digitalisierung und die fortschreitende Vernetzung sind Treiber der Wirtschaft. Als Experten für Messen, Kongresse und Events aller Branchen beobachten wir das in jedem Geschäftsbereich – angefangen bei Konsumgütern, Musik und Entertainment über Textil, Energie, Gebäude und Industrie 4.0 bis hin zu Logistik, Sicherheit und Mobilität. Die Veranstaltungen der Messe Frankfurt sind der Ort, an dem diese und weitere Treiber aufeinandertreffen und sich daraus Neues entwickelt.

Mit innovativen Veranstaltungskonzepten wie der Plattform Hypermotion, einem Mix aus Ausstellung, Tech-Talks und Konferenzen, und durch die Erweiterung unseres Portfolios liefern wir Antworten auf die veränderten Bedarfe unserer Kunden. Im Bereich Gebäudetechnik ergänzen wir 2018 unsere Expertise um die Aufzugs- und Fahrtreppentechnologien. Das E2 Forum Frankfurt (Elevator and Escalator) bietet in Zusammenarbeit mit dem VDMA als Konferenzformat eine neuartige Technologie- und Content-Plattform für die Branche.

Investitionen in den Heimatstandort stärken zudem die Position der Messe Frankfurt als Gastgeber. Zur IAA 2017 haben wir in einem zweiten Schritt unser digitales Verkehrsmanagement weiter optimiert. Mit 243 Gastveranstaltungen war das Frankfurter Messegelände erneut stark gebucht und wird für Veranstalter immer attraktiver. Das Kongressgeschäft am Standort wächst beeindruckend. Der Wunsch nach realen Begegnungen auf Messen wie auch auf Kongressen ist ungebrochen stark.

Als Partner für alle Services rund um einen erfolgreichen Messeauftritt, von Logistik, Standbau und Marketing bis hin zur Gastronomie, verstärken wir unsere analogen wie digitalen Angebote kontinuierlich und investieren dort, wo wir für unsere Kunden den größten Mehrwert sehen.

Die Messe Frankfurt ist der gemeinsame Bezugspunkt für alle Wirtschaftszweige mit Ideen, Innovationen und Trends. Der vorliegende Geschäftsbericht macht diese Verbindungen nicht nur nachvollziehbar, sondern sogar fühlbar: Lochstanzungen verweisen zwischen den einzelnen Seiten und zwischen unseren Veranstaltungen. Bohren Sie sich durch und entdecken Sie Verbindungen!

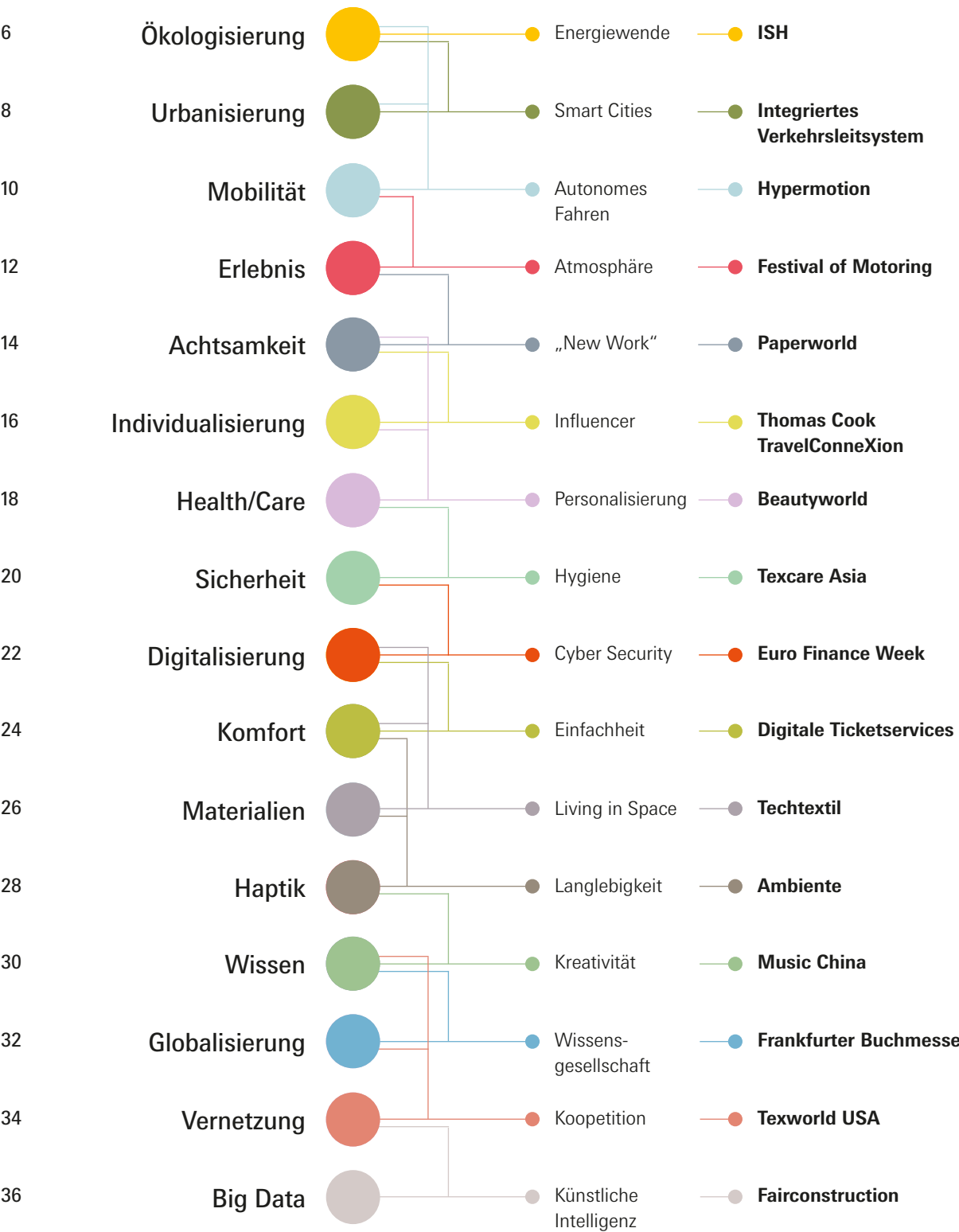
Viel Vergnügen dabei wünschen

Wolfgang Marzin

Detlef Braun

Uwe Behm

Verbindungen



Gesamtaktivitäten 2017

38 Die Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt
39 Die Unternehmensgruppe
40 Technology
41 Consumer Goods
42 Textiles & Textile Technologies
43 Entertainment, Media & Creative Industries
44 Mobility & Logistics
45 Gastmessen, Kongresse und Events
46 Messen und Ausstellungen im Jahr 2017

Geschäftsbericht

54 Konzern-Lagebericht der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main
54 Grundlagen des Konzerns
55 Wirtschaftsbericht
61 Lage
68 Prognose-, Chancen- und Risikobericht

74 Konzern-Abschluss der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main
74 Konzern-Bilanz
75 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
76 Konzern-Anhang 2017
90 Anlage I zum Konzern-Anhang
Entwicklung des Anlagevermögens
92 Anlage II zum Konzern-Anhang
Zusammenstellung der Anteile an verbundenen Unternehmen
93 Konzern-Kapitalflussrechnung der Messe Frankfurt GmbH
94 Konzern-Eigenkapitalspiegel der Messe Frankfurt GmbH
96 Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

97 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
98 Bericht des Aufsichtsrats
101 Impressum, Kontaktdaten

Den Geschäftsbericht der Messe Frankfurt finden Sie auch online unter [geschaeftsbericht.messefrankfurt.com](https://www.geschaeftsbericht.messefrankfurt.com)

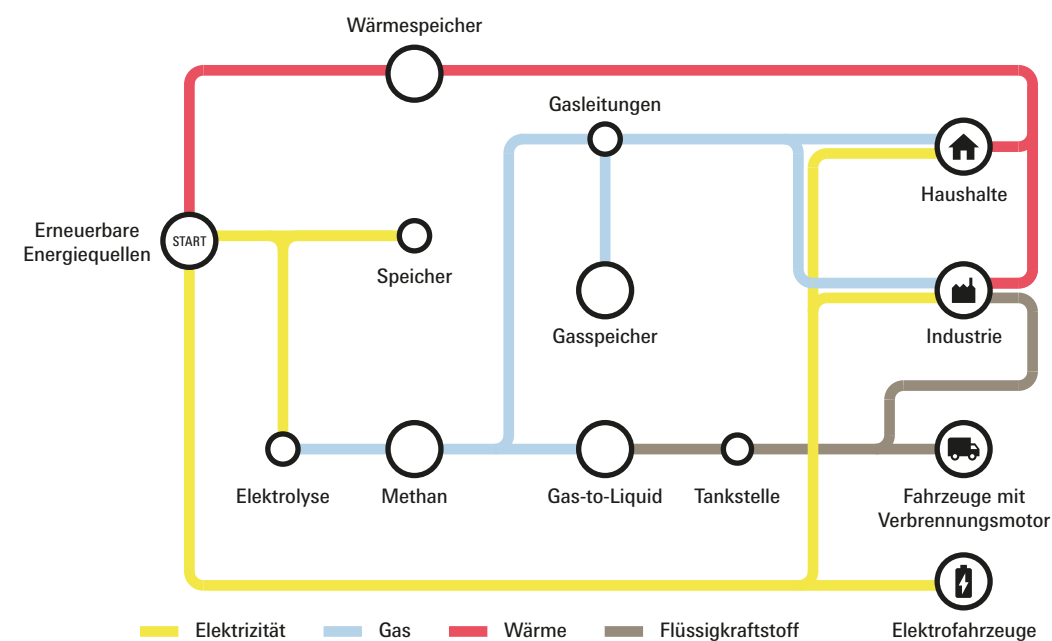


Energiewende

Wie lässt sich sauberer Strom aufbewahren?

Mit der Energiewende verhält es sich wie mit einem Flugzeug, das bereits in der Luft, für das die Landebahn aber noch im Bau ist. Weltweit sind viele Länder gestartet und haben begonnen, den Anteil erneuerbarer Energien Stück für Stück auszubauen. Klimaforscher haben berechnet, dass der Umstieg bis 2040 abgeschlossen sein muss, wenn die Erderwärmung auf eine Zunahme um 1,5 °C begrenzt bleiben soll. Wie dieses hochgesteckte Ziel überhaupt erreichbar sein könnte, wissen wir noch nicht. Wir wissen nur, dass wir die Landebahn vier- bis fünfmal schneller bauen müssen als bislang geplant.

In diesem Zusammenhang kommt der sogenannten Sektorkopplung eine besondere Bedeutung zu. Denn nur wenn Stromerzeugung, Wärme und Mobilität miteinander verzahnt werden, entstehen die Effizienz- und Synergiegewinne, die die Reise zu den Klimazielen für das Jahr 2040 beschleunigen.



Die Sektorkopplung war eines der großen Themen der ISH 2017. Im Zentrum der Messe standen marktreife Technologien, um die Energiewende zu beschleunigen und die angestrebten Klimaziele bis 2040 zu erreichen.



Ökostrom im Tank

Neue Technologien für die Sektorkopplung auf der ISH

Strom aus erneuerbaren Energien wird nicht dann produziert, wenn man ihn braucht, sondern wenn es möglich ist – sprich: wenn die Sonne scheint oder der Wind weht. Die große Herausforderung ist deshalb die Frage, wie Ökostrom „aufbewahrt“ werden kann, um ihn später für unterschiedliche Zwecke an unterschiedlichen Orten einsetzen zu können, beispielsweise um ein Elektroauto anzutreiben oder ein Haus zu heizen. Power-to-Gas ist ein chemisch-biologisches Verfahren, das Strom in Gas umwandelt. Das Gas kann anschließend in den Leitungen und Kavernen des bestehenden Gasnetzes in Deutschland gespeichert werden.

Die Viessmann Group, Hersteller von Heiz-, Industrie- und Kühlsystemen, investiert seit Jahren in diese Zukunftstechnologie. Bereits 2015 hat das Unternehmen die erste Bio-Power-to-Gas-Anlage der Welt im hessischen Allendorf in Betrieb genommen und das Verfahren 2017 auf der ISH vorgestellt. Das Besondere ist, dass das Gas auf biologischem Wege mithilfe von Bakterien entsteht. Auf diese Weise können bestehende Biogas- und Klärgasanlagen genutzt werden, um Ökostrom in Form von synthetischem Methan zu speichern und später zu nutzen. Für das in Allendorf hergestellte Methangas kooperiert Viessmann mit dem Automobilhersteller Audi, der das Gas als Biokraftstoff verwendet, um so den CO₂-neutralen Betrieb von Pkws mit Gasmotor zu ermöglichen.

Smart Cities

Die Stadt in der Cloud

Städte waren schon immer ein ersehnter Ort, um sich niederzulassen. Mehr als die Hälfte aller Menschen auf der Erde wohnt mittlerweile in Städten. Denn hier gibt es nicht nur Arbeit, Bildung und Infrastruktur, sondern auch ein stimulierendes produktives Chaos, das durch Handel und das Zusammentreffen unterschiedlicher Lebensformen und Kulturen ständig neue Impulse hervorbringt. In Städten zu wohnen ist so attraktiv, dass mittlerweile ganz neue Herausforderungen entstehen.

Städte bedecken weniger als zwei Prozent der Erdoberfläche. Sie sind aber für 75 Prozent des Energieverbrauchs verantwortlich. Hinzu kommen der Verkehr und der Stau: 27 Prozent aller Deutschen pendeln mehr als 30 Minuten täglich vom Wohnort zur Arbeitsstätte (und wieder zurück). Die Tendenz ist steigend. Im Jahr 2016 gab es in Deutschland durchschnittlich jeden Tag 1.901 Staus auf einer Länge von insgesamt 1,3 Millionen Kilometern.

Je beliebter die Stadt wird, desto intelligenter, vernetzter und effizienter muss sie werden, um auch in Zukunft ein Erfolgsmodell zu bleiben.



Das ganz große Bild

Die Stadt Frankfurt, das Land Hessen und die Messe Frankfurt lenken den Verkehr in der Region

Am Westkreuz, dem zentralen Autobahnknoten vor den Toren Frankfurts, treffen sich regelmäßig Fernverkehr, Berufspendler aus der Region und Messebesucher. Seit der IAA 2017 ist deswegen ein System aus sechs digitalen Wegweisern installiert worden, das auf die aktuelle Verkehrslage reagiert und den Verkehr zum Messegelände abhängig von aktuell stattfindenden Veranstaltungen lenkt. Während des Aufbaus einer Messe, bei einem Konzert in der Festhalle und an besucherintensiven Tagen einer Veranstaltung sollen individuell angepasste Anzeigen Staus weitestgehend verhindern. Das ist aber erst der Anfang. In einem zweiten Schritt wird das System auf das Stadtgebiet rund um die Messe Frankfurt ausgedehnt. Mit insgesamt 66 LED-Schildern wird der Verkehr wie von unsichtbarer Hand geleitet. Busse, Lkw und Pkw werden getrennt voneinander direkt auf freie Parkplätze gelotet, Ausstellern bieten sich andere Wege als Besuchern, und das alles auch bei mehreren zeitgleich stattfindenden Veranstaltungen.

Das Resultat stellt einen Gewinn für alle dar – selbst für die, die gar nicht zur Messe Frankfurt wollen. Für die Bewohner von Frankfurt bedeutet ein besserer Verkehrsfluss weniger Luftverschmutzung, weniger Lärm und eine geringere gesundheitliche Belastung.

Das Integrierte Verkehrsleitsystem ist ein Gemeinschaftsprojekt des Landes Hessen, der Stadt Frankfurt und der Messe Frankfurt. Es ist eines von vielen Projekten der Heimatstadt der Messe Frankfurt auf dem Weg zu einer „Smart City“.



Autonomes Fahren Leben statt parken

Durchschnittlich über 38.000 Stunden seines Lebens verbringt ein Autofahrer in Deutschland hinter dem Lenkrad. Autonomes Fahren ist deshalb mehr als eine technische Herausforderung: Es könnte unser Leben und unsere Städte verändern.

Forscher schätzen, dass durch die effizientere Platzausnutzung dank autonomer Fahrzeuge bis zu 45 Prozent der Verkehrsflächen frei werden könnten, die bislang durch Autos im Innenstadtbereich besetzt werden. So entstünde Raum für Fahrradfahrer und Fußgänger, Cafés oder Freizeitanlagen. Aus einem Minivan könnte ein Hotelzimmer werden, das Reisende morgens an ihrem Ziel absetzt. In 38.000 Stunden ließe sich eine Doktorarbeit schreiben, eine Firma gründen oder ein Musikinstrument erlernen.

Mobilität

Urbanisierung

Ökologisierung

Nachfrage



„ioki“ wurde von der Deutschen Bahn auf der Hypermotion präsentiert – der neuen Plattform der Messe Frankfurt für intelligente Transportsysteme der Zukunft. Die Deutsche Bahn nahm am messebegleitenden Hackathon „Next Generation Mobility“ teil, mit dem Ziel, die Prognose von Ankunftszeiten im Nahverkehr zu verbessern.

Ein Kurort auf Autopilot

Mit „ioki“ eröffnet die Deutsche Bahn ein neues Marktsegment
rund um das Thema Smart City

Die Zukunft der Mobilität liegt in Bad Birnbach. Hier in der bayerischen Provinz feierte die Deutsche Bahn die Premiere des automatisierten öffentlichen Personennahverkehrs. Seit dem 25. Oktober 2017 fährt „EZ 10“, der autonome Bus-Shuttle des französischen Herstellers Ligier, durch den Ort und verbindet den Kurpark mit dem Ortszentrum. In früheren Zeiten besaß Ligier einen Formel-1-Rennstall, heute hat das Unternehmen die Langsamkeit für sich entdeckt. „EZ 10“ ist Teil der neuen DB-Marke „ioki“. Der automatisiert fahrende Bus fährt dem Kurort angemessen 15 km/h und wird im Testbetrieb weiterhin von einem Menschen begleitet, der im Notfall bremst und lenkt.

Für die Deutsche Bahn geht es aber um mehr als die 700 Meter Teststrecke in Bad Birnbach. Im Ausstellungsbereich der Hypermotion 2017 präsentierte das Unternehmen seine Pläne rund um das Konzernprogramm „Smart Cities“, mit dem die Bahn die Spur wechseln und den Schritt von der Schiene auf die Straße wagen will. Mit On-Demand-Mobilität und autonomem Fahren soll die Lücke zwischen Bahnhof und Reiseziel geschlossen werden. Deshalb hat das Tochterunternehmen „ioki“ neben dem „EZ 10“ einen Fuhrpark an Elektro-Vans von Nissan und elektrische Tuk-Tuks angeschafft, die 2019 in Hamburg an den Start gehen sollen. Mit der „ioki“-App kann man dann in der Hansestadt Fahrzeuge buchen bzw. lokalisieren und einfach zusteigen.

hypermotion

Angebot

Atmosphäre

Vom Produkt zur Erfahrung

Wo Produkte immer ähnlicher werden, müssen sie mehr können als lediglich wertvoll oder nützlich sein. Sie müssen Träume erfüllen, Erinnerungen erzeugen oder besondere Erlebnisse versprechen. Die Technologie von Autos beispielsweise trägt kaum mehr zur Differenzierung der unterschiedlichen Marken bei. Deshalb bauen die großen Hersteller ganze Autostädte, inszenieren Abholzentren und spannende Museen, die den Kauf eines neuen Autos mit einer starken Geschichte verbinden. Aus dem passiven Verbraucher wird ein Akteur.

Mehr und mehr setzt sich eine neue Form des Konsums durch, bei dem eindrucksvolle Ereignisse, die Herkunft des Produkts oder ein bestimmtes Lebensgefühl zum Statussymbol werden: ein handgefertigtes Fahrrad, der Tag mit der Familie oder die Sneakers, von denen es nur 500 Stück gibt.



Das Festival of Motoring ist eine Mischung aus Show, Rennen, interaktivem Auto-Museum und Verkaufsausstellung. Nirgendwo sonst kann man den Rausch der Beschleunigung so hautnah erleben wie auf dem legendären Kyalami-Rennkurs bei Johannesburg.

Jump in!

Im Rausch der Beschleunigung
auf dem Festival of Motoring in Südafrika

Der Kyalami Grand Prix Circuit bei Johannesburg ist die Wiege des Motorsports auf dem afrikanischen Kontinent. 1961 gebaut, wurde die Rennstrecke schnell zum festen Bestandteil des Formel-1-Zirkus und Austragungsort historischer Rennen. John Love, die südafrikanische Motorsport-Legende, feierte hier 1967 mit einem privaten Rennwagen seinen größten Erfolg. Alain Prost fuhr beim Großen Preis von Südafrika 1982 ein spektakuläres Rennen, in dem er nach einem Reifenschaden das Feld von hinten aufrollte und den Grand Prix am Ende für sich entschied.

Die Faszination der Geschwindigkeit ist so alt wie der Motor oder die Dampfmaschine. Einen der ersten Strafzettel der Geschichte wegen zu schnellen Fahrens soll ein englischer „Raser“ 1896 kassiert haben – er fuhr 13 Kilometer pro Stunde, was zu dieser Zeit unerhört war.

Beim Festival of Motoring auf dem Kyalami kann man diese Leidenschaft ausleben, ohne einen Strafzettel zu riskieren. An drei Tagen tauchten 57.000 Besucher in eine Atmosphäre aus heulenden Motoren und flimmernder Luft zwischen aerodynamisch geformten Supercars und Vintage-Rennwagen ein. Liebhaber des Geruchs von heiß-gelaufenen Reifen konnten in der Skid Pan, einer runden Asphaltfläche für Fahrtrainings, in Testwagen Pirouetten drehen. Wer am eigenen Leib erfahren wollte, was passiert, wenn man bei einem 250 PS starken Auto das Gaspedal antippt, absolvierte selbst eine Runde auf der Rennstrecke. Auf der 5.000 Quadratmeter großen Verkaufsfläche hatten die Besucher die Möglichkeit, wieder auf Normaltemperatur abzukühlen und die familientauglichen Straßenversionen der Supercar-Hersteller zu bewundern.

„New Work“ Frohes Schaffen

Seit Menschengedenken wird Arbeit nicht von allen Menschen als Erfüllung, sondern von vielen auch als notwendiges Übel empfunden. Wer früher zum Adel gehörte, konnte das Arbeiten anderen überlassen. Im Zuge der Industrialisierung wurde das Leben der Menschen immer mehr von Stechuhr und Fließband, später von der globalen Arbeitsteilung bestimmt. Um einen Gegenpol zu den kräftezehrenden Mühen der Arbeitswelt zu schaffen, wurden im Laufe der Jahrzehnte geregelte Arbeitszeiten, Urlaub und Rente eingeführt.

„New Work“ ist ein neuer Anlauf, Arbeit nicht nur als Last zu betrachten, sondern die sinnstiftenden Momente hervorzuheben. Die Ansprüche an Arbeit wachsen: Sie soll nicht nur Einkommen erzeugen, sondern soziale und persönliche Bedürfnisse befriedigen. Stichworte wie „Lebenslanges Lernen“ als Motor für die eigene Entwicklung und „Work-Life-Balance“ als ein bewusster Umgang mit den persönlichen Zielen zeigen, dass Arbeit mehr sein kann als Schufterei.

„The good, the bad and the healthy“

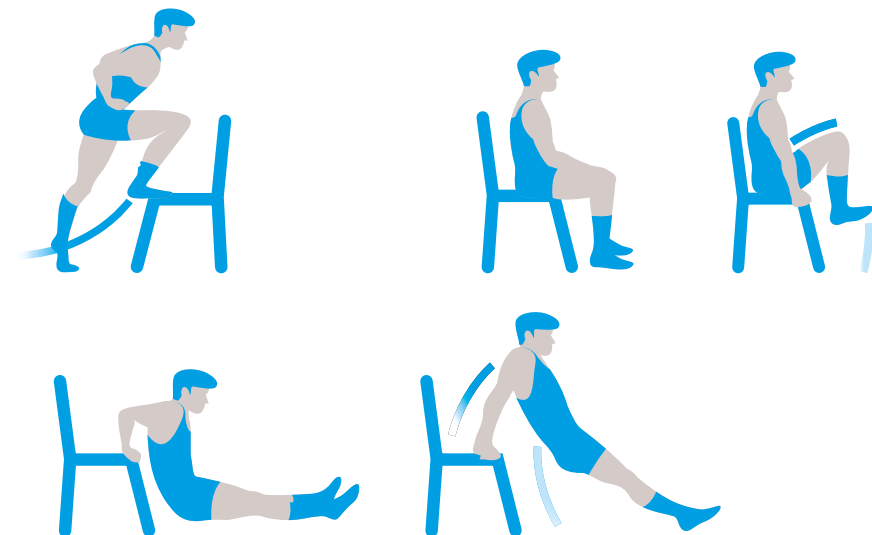
Das Sonderareal zum Büro der Zukunft auf der Paperworld

Was ist ein „gutes“ und was ein „gesundes Büro“? Diese Frage ist ungleich schwieriger zu beantworten als die Frage nach dem Gegenteil: Das „schlechte Büro“ mit der trockenen Luft, dem Mangel an Rückzugsorten für konzentriertes Arbeiten, der unklar verteilten Verantwortung und vielen anderen Unzulänglichkeiten der täglich erlebten Arbeitswelt kennt – zumindest teilweise – jeder.

Die Sonderschau „Büro der Zukunft“ auf der Paperworld hat sich deshalb unter dem Motto „The good, the bad and the healthy“ der Frage gestellt, was eine gute Arbeitsumgebung ausmacht, in der man gerne tätig ist und die den Wertewandel der modernen Wissensgesellschaft in positive Impulse übersetzt. Ausgehend von der Realität des „Bad Office“ hat das Team des Architekturbüros Matter aus Berlin einen architektonischen Trimm-dich-Parcours entwickelt. Unterschiedliche Elemente, die für die Gestaltung eines „gesunden Büros“ von Bedeutung sind, wie zum Beispiel Virtualisierung, Privatsphäre, Raumakustik oder Ergonomie, wurden in räumlich erfahrbare Objekte verwandelt. So entstand anstelle einer Formel für das eine Büro von morgen eine Sammlung von Ideen und Anregungen für eigene Modelle. Ergänzt wurde das Areal durch Präsentationen namhafter Architekten und Produktpräsentationen innovativer Hersteller.

Eine Erkenntnis aus der Praxis ist, so die Architektin Regine Leibinger, dass es in Zukunft weniger Büros geben wird. Denn die Arbeit wird immer mobiler, und die Trennung zwischen Arbeits- und anderer Lebenszeit löst sich immer mehr auf. Umso bedeutsamer ist es, diese Räume so zu gestalten, dass sie den Austausch und die gemeinsame Entwicklung von Ideen fördern.

Das Sonderareal „Büro der Zukunft“ auf der Paperworld stellte in einem Fitness-Parcours unterschiedliche Aspekte für die Gestaltung gesunder Arbeitsräume vor – von „Interaktion“ über „Privatsphäre“ und „Gemeinschaft“ bis hin zu „Pause“. An jeder Station konnten die Besucher kurze, aber effektive Übungen für den Büro-Alltag absolvieren.



Tourismus ist eine der größten Branchen weltweit. Aber die wenigsten Menschen wollen „Tourist“ sein. Plattformen wie Airbnb sind auch deshalb so erfolgreich, weil sie dem Reisenden erlauben, eine Stadt wie ein Einheimischer auf Zeit zu erleben. Die Suche nach dem Geheimtipp, dem Straßenmarkt in einem unbekannten Stadtviertel und dem Restaurant, das in keinem Reiseführer steht, ist Ausdruck einer Sehnsucht nach dem Echten und Authentischen.

Dasselbe gilt für die Frage nach dem Reiseziel. Wohin soll man fahren, wenn man nicht auf den ausgetretenen Pfaden zu den „20 Orten, die man in seinem Leben besucht haben muss“ wandeln will? Der Reisekatalog als Ratgeber hilft hier nicht weiter. Tipps von Menschen, die einen Ort tatsächlich besucht haben und aus erster Hand eigene Erlebnisse teilen können, genießen mehr Vertrauen. Influencer – also Menschen mit einem reichweitenstarken Social-Media-Account – spielen für die Reisebranche eine immer größere Rolle: 41 Prozent der unter 20-Jährigen in Deutschland sehen in den Internet-Stars eine glaubwürdige Quelle für Empfehlungen.

Aussteigen für Einsteiger

Die Food- und Travel-Blogger Johannes Riffelmacher und Thomas Kosikowski haben ihre Jobs aufgegeben, um die Reisebranche aufzumischen

Irgendwann war es einfach genug. Nach fünf Jahren in einer Hamburger Agentur und als freier Fotograf kündigten Johannes Riffelmacher und Thomas Kosikowski ihre Jobs und waren dann mal weg. Für die Reise, die ein Jahr dauern sollte, gab es keinen festen Plan. „Wir haben einfach überlegt, was wir eigentlich am liebsten machen, und das Ergebnis war: reisen, surfen, kochen.“ So war gleichzeitig der Titel des Buches geboren, das während der Reise entstehen sollte. Denn von Beginn an gab es den Wunsch, das flüchtige Erlebnis in etwas Bleibendes zu verwandeln. In „Reisen, surfen, kochen“ vermischen sich Erlebnisse, Fotografien und Orte mit Rezepten zu einer einzigartigen Geschichte voller schräger Begebenheiten. Das Buch wurde direkt nach der Veröffentlichung ein Bestseller und durchkreuzte so die ursprüngliche Idee, nach der Rückkehr in Hamburg wieder das alte Leben aufzunehmen. Stattdessen machten sich die beiden unter dem Namen „Salt & Silver“ selbstständig. Was genau „Salt & Silver“ ist, ist nicht leicht zu beschreiben: irgendetwas zwischen Catering-Service, Medienunternehmen und privatem Reisebüro.

Für die Reisebranche sind Blogger wie „Salt & Silver“ ein Glücksfall. Denn der Tourismussektor ist im Umbruch. Bewusst zu reisen mit dem notwendigen Respekt vor Einheimischen, Kultur und Geschichte wird besonders für jüngere Menschen immer wichtiger. Der Koch-Event von „Salt & Silver“ im Rahmen der Tourismusmesse „TravelConneXion“ von Thomas Cook in Halle 11 unterstrich die Bedeutung dieses Trends für den Vertrieb des Reiseveranstalters. „Die Authentizität der Influencer bei ihren Followern und Fans ist unbezahlbar“, schreibt Martin Widenka, Social Media Manager bei Thomas Cook, auf seinem eigenen Blog.

Johannes Riffelmacher und Thomas Kosikowski erzählen in ihren Büchern und auf ihrem Blog „Salt & Silver“ von ihren Reisen um die Welt, von denen sie exotische Gerichte und packende Erlebnisse mitbringen. Mit den Gästen der Vertriebsveranstaltung „TravelConneXion“ des Reiseveranstalters Thomas Cook tauschten sie sich über die neuesten Trends der Reisebranche wie zum Beispiel Influencer-Marketing aus.



Personalisierung

Wenn man nicht alles selber macht

Individualisierung

Es gibt kaum einen Trend, der unsere Gesellschaft so stark, nachhaltig und lang anhaltend prägt wie die Individualisierung. In einer Gesellschaft, die immer mehr Freiräume erzeugt, entsteht eine Kultur der Wahl. Nischenmärkte blühen auf, in denen einzigartige Produkte angeboten werden, die möglichst genau zum jeweiligen Lebensstil des potenziellen Käufers passen.

War früher der Status eines Produkts direkt mit seinem materiellen Wert verbunden, so steht heute der persönliche Bezug im Vordergrund. Auch deshalb findet „Do It Yourself“ immer mehr Freunde: Wenn ich etwas selbst gemacht habe, weiß ich, wo es herkommt und wie es entstanden ist – es hat eine Geschichte. Der Wirtschaftswissenschaftler Michael I. Norton der Universität Harvard hat diesen Zusammenhang in seiner Studie „Wenn Arbeit zu Liebe führt“ untersucht. Der von ihm in Experimenten nachgewiesene „Ikea-Effekt“ besagt, dass die Wertschätzung gegenüber einem Produkt steigt, wenn die Besitzer direkt an seiner Entstehung beteiligt waren.

Achtsamkeit

Health/Care

Nachfrage



Nischendüfte zeichnen sich durch einen hohen Anteil an kostbaren Inhaltsstoffen aus. „Quintessence – the art of perfume“ ist das Sonderareal der Beautyworld Middle East für seltene Parfums. Dort treffen sich die Protagonisten und Liebhaber dieser besonderen, unsichtbaren Form des Luxus.

beautyworld
MIDDLE EAST

Angebot

Mischen possible

DIY-Parfum mit „Art of Scent“ auf der Beautyworld Middle East

„Wer die Gerüche beherrscht, der beherrscht auch die Herzen der Menschen“, lautet das Credo von Jean-Baptiste Grenouille, der Hauptfigur aus dem Roman „Das Parfum“ von Patrick Süskind. Es gibt kaum etwas Persönlicheres, Individuelleres und Subtileres als den Duft eines Menschen. Eine Person kann noch so schön, humorvoll oder warmherzig sein – wenn man sein Gegenüber „nicht riechen“ kann, hilft alles nichts.

Kein Wunder also, dass die Individualisierung auch vor dem Geschäft mit dem Duft nicht Halt macht. Der Trend geht zu sogenannten „Nischenparfums“, wie sie im Rahmen von „Quintessence“ auf der Beautyworld Middle East in Dubai präsentiert werden: exzentrische, komplexe und eigenwillige Duftschöpfungen, die von unabhängigen Parfumlabels in Kleinstauflagen hergestellt werden. Mit dabei ist Brigitte Witschi, die mit ihrem Label „Art of Scent“ allerdings noch einen Schritt weitergeht: Kundinnen und Kunden können in ihrer Duft-Boutique in der Berner Innenstadt ein Parfum kreieren, das es nur einmal auf der Welt gibt. Ausgangspunkt sind dabei Erinnerungen, Bilder oder eine bestimmte Atmosphäre, die als Anregung für die Komposition dienen. Mit natürlichen Rohstoffen und der langjährigen Erfahrung von Brigitte Witschi entstehen so individuelle Parfums für Einzelpersonen, Paare oder auch Gruppen.

„Das Meer roch wie ein geblähtes Segel, in dem sich Wasser, Salz und eine kalte Sonne fingen. Es roch simpel, das Meer, aber zugleich roch es groß und einzigartig“, schreibt Süskind über die erste Begegnung Grenouilles mit der See. Solche flüchtigen Momente einfangen und festhalten zu können macht die Faszination aus, die die Parfumeure der „Quintessence“ miteinander verbindet.

Hygiene

Mit Standards gegen Keime

Weltweit sterben jährlich 700.000 Menschen an einer Infektion durch Krankenhauskeime (Stand 2015). Das sind mehr Opfer, als die Malaria fordert. Gründe hierfür sind in vielen Fällen mangelnde Hygiene, aber auch der massenhafte Einsatz von Antibiotika, durch den die Keime resistent werden.

Unzureichende Hygienestandards sind nicht allein ein Problem in Entwicklungs- und Schwellenländern. Auch in hochentwickelten Industrieländern gibt es ein großes Aufholpotenzial bei der Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen, um die Sicherheit von Patienten, Besuchern und Personal in Gesundheitseinrichtungen zu verbessern.

Der virtuelle Wäschekorb

Wie RFID-Chips in Wäschereien Leben retten können

Eine lückenlose Kontrolle und Überwachung von Krankenhauswäsche spielt eine wichtige Rolle bei der Umsetzung von Hygienestandards im Gesundheitsbereich. Denn wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines Krankenhauses wissen, auf welcher Station sich ein Wäschestück aktuell befindet, wann es zuletzt gereinigt wurde und seit wann es im Umlauf ist, können sogenannte Krankenhausinfektionen erheblich reduziert werden. Eine enge Zusammenarbeit zwischen Gesundheitseinrichtung und Dienstleister kann die Qualität dieser Prozesse enorm verbessern. Im Mittelpunkt steht dabei die Weiterentwicklung von RFID-Chips und der dazugehörigen Software, wie sie von dem Schweizer Hersteller Datamars auf der Texcare International präsentiert wurden. Wäschereien können nun nicht mehr nur einzelne Textilien lokalisieren, sondern auch ihren Zustand über den gesamten Lebenszyklus hinweg bestimmen. Diese Informationen zur Hygiene von Wäschestücken können für Patienten auf einer intensivmedizinischen Station oder in einem Operationssaal lebenswichtig sein.

Shanghai Jesse ist das größte Wäscherei- und Mietservice-Unternehmen für medizinische Textilien in China. In einem Pilotprojekt mit dem Huashan-Krankenhaus in Shanghai führte die Wäscherei ein umfassendes Monitoring für Textilien über RFID-Chips ein. Ziel war es, das hauseigene Qualitätsmanagement zu verbessern und eine Zertifizierung der Joint Commission International (JCI) zur Infektionsbekämpfung zu erhalten. Das Projekt erzeugte darüber hinaus eine Reihe weiterer positiver Nebeneffekte. Mit der Automatisierung der Dokumentation zur Einhaltung von Standards konnte der Verwaltungsaufwand im Krankenhaus deutlich reduziert werden. Die Wäscherei konnte ihre Stückkosten senken und 100.000 Zählfehler aus der bisherigen manuellen Kontrolle eliminieren. Jetzt soll das Pilot-system auf 14 weitere Krankenhäuser in China übertragen werden.

Auf der Texcare Asia stellte Shanghai Jesse Lösungen für eine integrierte Dienstleistungskette vor, in der alle Schritte vom Einsammeln der Wäsche über Transport und Reinigung bis hin zu Lieferung, Qualitätsmanagement und Hygienekontrolle im Krankenhaus abgebildet sind.



Cyber Security

Alle 39 Sekunden wird ein Rechner angegriffen

Laut einer Studie der Maryland University wird weltweit alle 39 Sekunden ein internet-fähiger Computer durch eine Cyber-Attacke angegriffen. Der Schaden, der dadurch entsteht, ist enorm. Die Beratungsfirma Ponemon schätzt, dass die Kosten für Internet-kriminalität ab 2021 jährlich über eine Billion US-Dollar betragen werden. Eine Daten-panne kostet ein Unternehmen im Durchschnitt 3,43 Millionen Dollar.

Phishing und das sogenannte „Social Engineering“ stehen weltweit an der Spitze der digitalen Betrugsmethoden. Dabei wird in E-Mails oder auf Websites die Identität eines vermeintlich bekannten Absenders vorgetäuscht, um Benutzer zur Herausgabe von Passwörtern oder Überweisungen zu verleiten. Mit der „Fake-President-Masche“ beispielsweise werden gezielt Finanzabteilungen großer Unternehmen angegriffen und durch gefälschte Anweisungen des Geschäftsführers zu hohen Überweisungen veranlasst.



Mit Cyber-Kriminalität wird laut Auskunft des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) schon heute mehr Geld umgesetzt als im Bereich der Drogenkriminalität. Auf dem Cybercrime Forum der 20. Euro Finance Week 2017 sprachen Experten im Congress Center in Frankfurt über die Notwendigkeit länderübergreifender Abwehrmaßnahmen.

Sie haben da ein Loch im Netz

Das Cybercrime Forum auf der 20. Euro Finance Week

Die Digitalisierung verändert viele Geschäftsmodelle und verleitet Unternehmen dazu, Geschwindigkeit den Vorzug vor Sicherheit zu geben. Laut einer Deutschland-Studie des Beratungsunternehmens Sopra Steria Consulting gaben 32 Prozent aller befragten IT-Entscheider an, neue Technologien auch dann einzuführen, wenn noch nicht alle Sicherheitsrisiken bekannt sind und bewertet wurden. Aber nicht nur Unternehmen sind gefährdet, wie die Diskussionen um eine mögliche Manipulation der Präsidentschaftswahlen in den USA zeigen.

Die Finanzbranche ist eines der beliebtesten Angriffsziele der globalen Hacker-Mafia. Deshalb stand Sicherheit ganz oben auf der Agenda beim Cybercrime Forum der Euro Finance Week im Congress Center der Messe Frankfurt. Auf Europas größtem Branchentreffen tauschten sich IT-Manager, Computerexperten, Politiker und Bankenvertreter über die Gefahren von Cyber-Attacken, aktuelle Angriffsmuster und wirksame Prävention aus. Glaubt man Linus Neumann, Sprecher des Chaos Computer Clubs (CCC) und Redner auf der Euro Finance Week, werden die Gefahren noch immer unterschätzt. „Dieses Phänomen wird noch schlimmer werden, bevor es besser wird“, so Neumann, „denn auf Dauer werden wir uns dieses Verhalten nicht leisten können.“

Einfachheit

Nichts schwieriger als das

Schuld an allem ist das „Moore'sche Gesetz“. Es besagt, dass sich die Leistungsfähigkeit von Prozessoren alle zwei Jahre verdoppelt. Der Physiker und Gründer der Firma Intel, Gordon Moore, machte diese Voraussage im Jahr 1975 – und hat seitdem immer wieder recht behalten. Die digitale Vernetzung hat die ohnehin komplexe Technik noch komplexer gemacht: Je mehr Rechnerleistung zur Verfügung steht, desto mehr Funktionen lassen sich in digitale Produkte integrieren.

Dabei wollen die meisten Menschen Einfachheit. Produkte sollen sich selbst erklären. Benutzeroberflächen sollen ohne Anleitung verstanden werden. In einer komplexen Welt wird Reduktion zum Schlüssel des Erfolgs. Diese Einfachheit zu erreichen ist aber alles andere als leicht. Denn wo die Möglichkeiten immer größer werden, wird das Weglassen zur großen Kunst.



Das neue, digitale Ticketsystem der Messe Frankfurt verbindet einen einfachen und schnellen Zugang mit größtmöglicher Transparenz.

Zugang zur Komfortzone

Digitale Ticketservices für Aussteller und Besucher

Der Erfolg eines Marktes hängt von seiner Zugänglichkeit ab. Je mehr Anbieter und Interessenten teilnehmen können, desto größer ist die Dynamik von Angebot und Nachfrage. Bereits im Mittelalter galt in Frankfurt während der Frühjahrs- und Herbstmesse die sogenannte Messesfreiheit: Jeder Bürger, Nicht-Bürger und Fremde durfte Waren anbieten und verkaufen – frei von Zöllen und Eintrittsbarrieren.

Für die Messe Frankfurt ist ein einfacher Zugang zum Frankfurter Messegelände deshalb nicht nur eine organisatorische Frage, sondern in erster Linie Teil des Markenkerns. Das neue Online-Portal „Ticketservices für Aussteller“ macht die Erstellung von Tickets schneller, intuitiver und transparenter. Aussteller auf Veranstaltungen der Messe Frankfurt können im neuen Online-Portal nicht nur die Ausweise für sich und ihr Standpersonal erstellen und verwalten, sondern auch Besuchergutscheine für ihre Kunden. Mit einem Klick können diese – auch noch während der Veranstaltung – einzeln oder in größerer Anzahl verschickt werden.

Das Portal stellt die Nutzungsdaten der Tickets zur Verfügung und ermöglicht so den Ausstellern, ihr Einladungsmanagement zu optimieren. Eingeladene Besucher können ihre Gutscheine online registrieren und dadurch in gültige Tickets umwandeln, die direkt zum Messeeintritt genutzt werden können. Im Portal haben die Aussteller permanent einen Überblick über bereits registrierte und eingelöste Gutscheine.

Mit dem neuen Ticketsystem übersetzt die Messe Frankfurt die Idee der Messesfreiheit ins digitale Zeitalter und macht den Zugang zum Markt noch etwas leichter.



Living in Space

„Forget the moon. Let's head to Mars!“

Die Pläne für eine bemannte Mission zum Mars entstanden bereits während des Apollo-Programms der NASA in den 1960er-Jahren. Besonders der Astronaut Buzz Aldrin, der kurz nach Neil Armstrong als zweiter Mensch die Mondoberfläche betrat, machte sich für eine Reise zum Mars stark: „Forget the Moon! Let's head to Mars!“ Zurzeit sind die USA, Europa, Russland, Indien sowie China mit den Planungen für einen bemannten Flug zu unserem Nachbarplaneten beschäftigt, der zwischen 2030 und 2050 stattfinden könnte.

Ein solches Projekt ist eine Rechnung mit sehr vielen Unbekannten, angefangen bei der Frage, ob die Astronauten zurückkehren sollen (Mars to Stay). Aber auch die Auswirkungen der kosmischen Strahlung oder so einfache Umstände wie Langeweile und die damit verbundene psychische Belastung der Crew sind unter diesen extremen Bedingungen noch nie erprobt worden. Ein Flug zum Mars würde 250 Tage dauern, und die Rückkehr wäre erst nach über einem Jahr möglich, wenn sich die beiden Planeten wieder entsprechend angenähert haben. Experten erwarten von einer solchen Mission einen gewaltigen Innovationsschub im Hinblick auf Antriebstechniken, die Entwicklung neuartiger Materialien sowie Medizin und Biologie.

Eine Hose für Major Tom

Die Sonderschau „Living in Space“ auf der Techtextil

Die Festtreibstoff-Booster der Ariane 6 sind aus Carbongarn gefertigt. Gemüse kann in der Schwerelosigkeit mithilfe eines Abstandsgewirks gezüchtet werden. Ganzkörperanzüge für Astronauten können Bewegungen des Trägers in Echtzeit auf ein 3D-Modell übertragen, und Roboterarme werden aus Faserverbundstrukturen hergestellt. Wer bei technischen Textilien im Zusammenhang mit Raumfahrt an Anzüge für Astronauten denkt, liegt also nicht ganz falsch – erfasst die Bedeutung dieser Werkstoffe aber nicht in vollem Umfang. Um die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der neuartigen textilen Materialien anschaulich zu machen, die im Rahmen einer bemannten Marsmission entwickelt werden, veranstaltete die Techtextil in Frankfurt mit Unterstützung der Europäischen Weltraumorganisation ESA und des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) die Sonderschau „Living in Space“. Zu sehen waren dort unter anderem ein originaler Mars Rover und Entwürfe des Stararchitekten Ben van Berkel für eine „Weltraum-Wohnung“.

Eine Reise zum Mars und wieder zurück dauert mehrere Jahre – eine lange Zeit, in der Astronauten nicht nur gesund und fit bleiben müssen, sondern sich auch wohlfühlen wollen. Würde ein Astronaut also seinen Koffer für den Mars packen, würde sich darin möglicherweise ein schimmernder Regenmantel der Modestudentinnen Leyla Yalcin und Sena Isikal aus Düsseldorf befinden. In einer Kooperation mit dem Silberfaden-Hersteller Statex aus Bremen entwickelten die Designerinnen für „Living in Space“ ein Material, das Licht reflektiert, vor elektromagnetischer Strahlung schützt und Körperwärme speichert.

Die Europäische Weltraumorganisation ESA testet die Möglichkeiten smarterer Textilien während Parabelflügen, in denen für wenige Minuten Schwerelosigkeit erzeugt wird. Anwendung finden solche Textilien in den Entwürfen der Studierenden der Modeschule AMD Düsseldorf, die auf der Sonderschau „Living in Space“ während der Techtextil präsentiert wurden.



Langlebigkeit

Das Analoge schlägt zurück

Das papierlose Büro, die Cloud, Daten als Währung, Online-Shopping: Mit der fortschreitenden Digitalisierung wird unsere Umgebung immer virtueller und immaterieller – angeblich. Denn bei vielen Menschen löst die Auflösung der greifbaren Welt eine Sehnsucht nach „echten“ Dingen aus, die sinnlich erlebbar sind. Wurden im Jahr 2006 in Deutschland noch 300.000 Vinyl-Schallplatten verkauft, so ist der Absatz 2016 auf über drei Millionen angestiegen. Notizbücher, Rollfilm-Kameras und Reparaturläden feiern ein Comeback. Aus vermeintlich gewöhnlichen Objekten werden Statussymbole und Luxusprodukte.

Dinge, die man anfassen kann, bekommen eine neue Chance und werden zu einem Ausdruck für verloren geglaubte Qualität, Langlebigkeit und Sorgfalt im Detail. Neuartige Materialien mit besonderen Oberflächen oder Eigenschaften, wie zum Beispiel Verpackungen aus wiederentdeckten Naturprodukten, versprechen haptische Erlebnisse. Nicht zuletzt befeuert der Wunsch nach Authentizität und Nachhaltigkeit das Verlangen nach Dingen, die man versteht.

Haptik

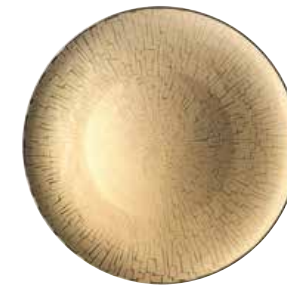
Materialien

Komfort

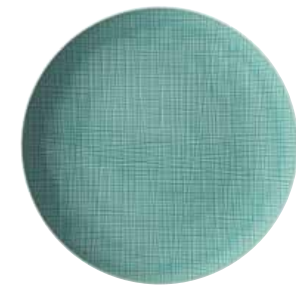
Nachfrage



*The Westin, Elbphilharmonie,
Hamburg*



Hotel und Restaurant Oderberger, Berlin



*Restaurant Ono by Steffen Henssler,
Hamburg*



*TAL1, Holger Stromberg,
München*



*Restaurant Benu, Museum of Modern Art,
San Francisco*



Palazzo Versace, Dubai

Die Special-Interest-Kennzeichnung „HoReCa“ bündelt Hersteller mit außergewöhnlichen Gastronomiekonzepten und maßgeschneiderten Designlösungen. Der Angebotsbereich bietet Besuchern der Ambiente Orientierung bei der Suche nach dem passenden Partner, wie zum Beispiel dem Porzellanhersteller Rosenthal. Seine speziell angefertigten Serien tragen zur Wiedererkennbarkeit einer Vielzahl gehobener Hotels und Restaurants bei.

Porzellan als Signatur

Von Scherbenfarben und Tellerrändern

Porzellan und Besteck standen früher für den Startschuss in einen neuen Lebensabschnitt. Als typisches Hochzeitsgeschenk oder sogenannte „Mitgift“ umfasste die Erstausrüstung an Tellern, Messern, Gabeln, Saucieren, Platztellern, Tassen und Schüsseln nicht selten mehr als 100 einzelne Teile. Das edle Porzellan sollte so wertvoll sein, dass es im Notfall veräußert werden und der Familie die Existenz sichern konnte. Mit dem Wandel der Lebensstile ist diese Tradition ausgestorben. Ein Singlehaushalt kommt mit wenig aus, und eine gute Ausbildung hat sich zur Absicherung von Lebensrisiken als effektiver erwiesen als ein gut gefüllter Geschirrschrank.

Heute sind vermehrt die Betreiber von Kreuzfahrtschiffen, Hotels und Restaurants die großen Abnehmer von gut sortierten Porzellanerien. Mit den Special-Interest-Bereichen „HoReCa“ (HOfelREstaurantCAfé) und „Contract Business“ bietet die Konsumgütermesse Ambiente eine Plattform für die wachsende Nachfrage im Projektgeschäft. Spielt für große Hotelketten vor allen Dingen der Kostenvorteil eines zentralen Einkaufs eine Rolle, so ist das Tafelgeschirr für Hotels und Restaurants im gehobenen Bereich ein Teil der Innenarchitektur. Dabei müssen alle Details wie Farben und Materialien aufeinander abgestimmt sein, um ein geschlossenes und wiedererkennbares Markenbild zu erzeugen.

Das Traditionshaus Rosenthal, Aussteller der Ambiente 2017, stattete das Restaurant des The Westin Hotel Hamburg an der neuen Elbphilharmonie mit Porzellan aus. Wichtig war dabei, dass die Tönung des Porzellans, die sogenannte Scherbenfarbe, mit dem dunkel-warmen Grundton der Inneneinrichtung harmoniert. Deshalb fiel die Wahl auf eine Serie aus Fine Bone China, einem weichen, durchscheinenden, chamoisfarbenen Porzellan, das seit Jahrhunderten als die Krönung der Kunst der Porzellanherstellung gilt.

ambiente

Angebot

Kreativität

Alles ein Kinderspiel

Der Wandel von der Industrie- zur Wissensgesellschaft hat bereits in den 1980er-Jahren einen neuen Wirtschaftszweig hervorgebracht: Zur Kultur- und Kreativwirtschaft werden Autoren, Filmemacher, Musiker, bildende und darstellende Künstler, Architekten, Designer, Spiele-Entwickler und viele andere schöpferische Berufe gezählt. Mit 3,1 Prozent (98,8 Milliarden Euro) übertraf 2016 der Beitrag der Kreativwirtschaft zur wirtschaftlichen Gesamtleistung in Deutschland andere wichtige Branchen wie zum Beispiel die chemische Industrie oder Finanzdienstleister.

Wie aber wird man eigentlich kreativ? Die einfachste Antwort lautet: Gar nicht – man ist es bereits. Jeder Mensch kann schöpferisch tätig sein und in ungewohnten Situationen spontan neue Lösungen hervorbringen. Neugeborene lernen vor allen Dingen durch Fühlen, Anfassen und Tasten. Für Kinder ist Denken und Machen das Gleiche. Spielen, ausprobieren und einfach loslegen, ohne dass sofort ein Sinn erkennbar sein muss, ist der Schlüssel zu überraschenden Ideen.

Musik für Anfänger

Apps und Musikinstrumente verschmelzen auf der Music China zu neuen Lernkonzepten

„Aller Anfang ist schwer ...“, „Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen“, „Was Hänschen nicht lernt ...“ – solche wohlmeinenden Ratschläge für Anfänger gibt es zuhauf. Es stimmt: Übung macht den Meister. Das erfordert aber auch viel Geduld und Disziplin. Ein Musikinstrument zu erlernen bedeutet ständige Wiederholung. Der Begriff des „blutigen Anfängers“, der sich mangels Übung allzu oft mit dem Hammer auf den Daumen schlägt, sagt viel über die Leiden des Lernenden aus.

Kombinationen von Musikinstrumenten und Apps wie „Chordana Play“ von Casio, die auf der Music China vorgestellt wurde, sorgen hier für Abhilfe und unterstützen Anfänger dabei, die ersten Hürden zu nehmen. Ähnlich wie bei dem Computerspiel Tetris aus den 1980er-Jahren sieht der Benutzer auf dem Tablet die Akkorde und Tasten von oben herannahen. Gleichzeitig leuchten auf dem Keyboard die Tasten rot auf, die dazu passend angeschlagen werden sollen. Das spielerische Element – auch Gamification genannt – wird dabei bewusst eingesetzt. Ohne Noten entziffern zu müssen, kann der Benutzer schnell einfache Musikstücke erlernen und sich innerhalb weniger Stunden wie ein kommender Rockstar oder Virtuose fühlen. Kindern und Erwachsenen wird so ein einfacher Weg angeboten, Noten zu lernen und selbst Musik zu machen.

Die App „Chordana Play“ bietet Anfängern Spaß beim Erlernen des Keyboards und wurde auf der Music China der Öffentlichkeit vorgestellt. Die App bildet mit ausgewählten Keyboard-Modellen von Casio ein integriertes System. Ähnlich wie bei einem Computerspiel gibt die App die zu spielenden Akkorde vor, während Leuchttasten auf dem Keyboard das Treffen des richtigen Tones erleichtern.



Wissensgesellschaft

Lernen neu lernen

In der Renaissance gab es noch die Idee des Universalgenies – des „uomo universale“, der es in allen Künsten und Wissensgebieten zur Meisterschaft brachte. So war beispielsweise Leon Battista Alberti im 15. Jahrhundert ein Mann von außergewöhnlichen Fähigkeiten, der unter anderem als herausragender Autor, Mathematiker, Satiriker, Kunsthistoriker, Sportler, Ökonom, Musiker, Astronom und Redner in Erscheinung trat. Lediglich in der Malerei war er eher durchschnittlich begabt, wie ihm Kritiker vorwarfen.

Seitdem hat sich das Wissen in atemberaubender Geschwindigkeit exponentiell vervielfacht. Die Idee des Universalgelehrten ist der des Experten gewichen. Was aber soll man lernen, wenn ständig neues Wissen hinzukommt und altes Wissen ausrangiert wird? An die Stelle eines festgefügtten Bildungskanons treten Flexibilität und die Fähigkeit, das Lernen immer wieder neu zu erlernen.

Das surfende Klassenzimmer

Die Welt des Lernens auf der Frankfurter Buchmesse

„Forscht, wo ihr was zum Forschen findet. Das Unerforschbare läßt unergründet“, ruft der Schüler Johnny Trotz in dem Theaterstück „Das fliegende Klassenzimmer“ nach Erich Kästners gleichnamigem Roman. In dem Stück lernen die Schüler nicht aus Büchern, sondern fliegen mit ihrem Lehrer rund um den Globus, um dort aus erster Hand die Welt der Pyramiden oder die Geschichte des antiken Rom kennenzulernen.

Erich Kästner schrieb seinen Roman 1933. Wie sieht die Welt des Lernens heute aus? Zwölf Prozent aller deutschen Kinder im Alter von sechs bis sieben Jahren besitzen ein Handy. Blickt man auf die Altersstufe der Zehn- bis Elfjährigen, liegt dieser Wert laut der KIM-Studie 2016 in Deutschland bereits bei 71 Prozent. Digitale Medien verdrängen allerdings traditionelle Wissenspeicher wie das Buch nicht. Der Anteil der Kinder, die täglich Bücher lesen, ist zwischen 1998 und 2013 sogar leicht angestiegen. Die Formen und Möglichkeiten, etwas Neues zu lernen, waren noch nie so zahlreich wie heute. Für Kinder und Jugendliche – aber auch für Erwachsene – macht diese neue Unübersichtlichkeit die Sache jedoch nicht einfacher. Auf der Frankfurter Buchmesse trafen sich deshalb Bildungsexperten, Lehrer, Journalisten, Schüler und Mitglieder des Chaos Computer Clubs, um im „World of Learning Lab“ über die Zukunft des Lernens und Themen wie Fake News, Coding oder Adaptives Lernen zu sprechen. Auf dem „Ediathon“ konnten Besucher Wikipedia-Autoren treffen und beim „Hate Speech Bingo“ mit den Bloggern der Berliner Blogfabrik über Kompetenz im digitalen Raum diskutieren.

„Das Fliegen war ein schöner Traum, erfüllen wird er sich wohl kaum“, heißt es am Ende des „Fliegenden Klassenzimmers“. Allerdings war Johnny Trotz nicht auf WhatsApp unterwegs und kannte auch Google Earth, YouTube und Wikipedia noch nicht. Sonst wäre sein Fazit möglicherweise anders ausgefallen.

Die Frankfurter Buchmesse 2017 wurde von Bundeskanzlerin Angela Merkel gemeinsam mit dem französischen Staatspräsidenten Emmanuel Macron eröffnet. Nach dem Besuch des Pavillons des Ehrengastlandes Frankreich druckten beide auf einer Nachbildung der historischen Gutenberg-Pressen die erste Seite der Menschenrechtserklärung von 1789.



Koopetition

Win-Win statt Ellenbogen

Als Charles Darwin seine Evolutionstheorie mit der These „Survival of the fittest“ überschrieb, meinte er damit nicht, dass sich stets der Stärkere durchsetzt. Fit ist vielmehr das Individuum, das sich am besten an seine Umwelt anpassen kann. In der vernetzten Welt von heute ist das derjenige, der Wissen und Fähigkeiten am klügsten teilt und intelligente Kooperationen eingeht. Wirtschaftswissenschaftler haben hierfür den Begriff „Koopetition“ geprägt – eine Mischung aus „Cooperation“ und „Competition“, mit dem Ziel, strategische Vorteile für beide Kooperationspartner zu erzielen. So hat beispielsweise Google die Entwicklung des Konkurrenz-Browsers „Firefox“ mitfinanziert, um die Reichweite der eigenen Suchmaschine zu erhöhen.

Gerade für junge Unternehmen und Start-ups sind strategische Allianzen und Kooperationen mit Mitbewerbern ein sinnvoller Weg, einen Mangel an Ressourcen und Wissen auszugleichen, um nicht an der nächsten Entwicklungsstufe zu scheitern.



Nachwuchsförderung ist die beste Investition in die Zukunft einer Branche. Denn wer heute noch in seinem Atelier kleine Kollektionen entwirft, könnte morgen bereits die Modewelt auf den Kopf stellen. Die Kooperation der Texworld USA mit der Online-Plattform startupfashion.com hilft jungen Designern und Start-ups, ihre ersten Karrierenetzwerke zu knüpfen.

„Niemand ist eine Insel“

Texworld USA und StartUpFashion kooperieren,
um junge Designer zu fördern

Von dem legendären Modedesigner Alexander McQueen wird berichtet, dass seine komplette Abschlusskollektion am Ende seines Modestudiums am Central Saint Martin's College of Art & Design in London von der einflussreichen VOGUE-Stylistin Isabella Blow aufgekauft wurde. Blow wurde so zur Wegbereiterin, Muse und Mentorin des späteren Chefdesigners von Givenchy und Dior. Pierre Cardin verdankte seinen Durchbruch dem berühmten Filmemacher Jean Cocteau, und Paul Smith fand seinen Zugang zur Welt der Mode durch einen Kunststudenten, den er zufällig während eines Krankenhausaufenthalts kennengelernt hatte.

„Niemand ist eine Insel“, schrieb der englische Dichter John Donne bereits im 16. Jahrhundert in einem der schönsten Gedichte der Weltliteratur. Eine steile Karriere oder eine erfolgreiche Unternehmensgründung hat stets viele Mütter und Väter. Wie aber beginnt man ein solches Netzwerk, wenn man ganz am Anfang steht? Die Modedesignerin Nicole Giordano hat die Geschäftsplattform startupfashion.com gegründet, um junge Talente und kleine Labels mit etablierten Unternehmen und Branchenexperten zu verbinden. „Als Organisatoren sind wir uns bewusst, dass unsere Verantwortung weit über die Bereitstellung von Ausstellungsfläche für die Branche hinausgeht“, sagt Jennifer Bacon, Show Director der Texworld USA. Gemeinsam organisieren Giordano und die Messe Frankfurt Inc. Vortrags- und Seminarreihen wie die „Textile Talks“, auf denen die globale Textil- und Beschaffungslandschaft einschließlich nachhaltiger Lösungen und fairer Produktion diskutiert werden. Auf solchen Veranstaltungen werden „nebenbei“ auch Kontakte zu Herstellern, Produzenten und Mitbewerbern geknüpft, um dem eigenen Durchbruch einen Schritt näher zu kommen.

Künstliche Intelligenz Mit Maschinen leben

2016 haben die digitalen Branchenriesen wie Google, Amazon und Facebook 27 Milliarden US-Dollar in Künstliche Intelligenz (KI) investiert. In der „Partnership for Artificial Intelligence“ bündeln diese Unternehmen ihre Kräfte, um gemeinsam die Möglichkeiten für KI auszuloten. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, wie KI unser Leben angenehmer gestalten kann.

Auf der anderen Seite stehen Befürchtungen, dass wir die Kontrolle über die Künstliche Intelligenz verlieren und die negativen gesellschaftlichen Folgen größer als der Nutzen sein könnten. Prominente Denker wie der Sprachwissenschaftler Noam Chomsky und Unternehmer wie Elon Musk warnen vor einem allzu sorglosen Umgang mit diesen neuen Technologien.

Geht man davon aus, dass ein Verzicht auf KI unrealistisch ist, so ist es an der Zeit, dass sich Unternehmen wie auch die Gesellschaft Gedanken darüber machen, wie wir mit Maschinen so zusammenleben können, dass wir alle etwas davon haben.

Mit dem Algorithmus auf Du und Du

Wie Fairconstruction Künstliche Intelligenz sichtbar macht

„Ich habe Sie nicht verstanden. Wenn Sie nach Hamburg wollen, sagen Sie bitte ‚Hamburg‘.“ Bislang waren Konversationen mit Maschinen für Menschen oftmals zäh und von gegenseitigem Unverständnis geprägt. Das soll sich nun ändern. Denn Künstliche Intelligenz sorgt dafür, dass Gespräche mit Algorithmus-basierten Bots in Zukunft angenehmer, produktiver und menschlicher verlaufen.

Wie aber funktioniert das? Der von Fairconstruction, dem Standbauunternehmen der Messe Frankfurt, gemeinsam mit der Agentur Brömmel + Brömmel entwickelte Auftritt des Anbieters für Callcenter-Technologien dtms zeigt, wie aus einer abstrakten Reihe von Nullen und Einsen ein echter Dialog werden kann. „Unser Algorithmus unterscheidet zwischen Standardfragen und komplexen Themen und leitet die Anfragen entsprechend an einen Bot weiter oder einen für den Kundendialog geschulten Mitarbeiter, sodass dieser mehr Zeit für die komplexen Anforderungen einer persönlichen Beratung hat“, so der CEO von dtms, Thomas Lang. Auf der CCW, der Kongressmesse für Kundendialog in Berlin, sollte dieser Prozess, der für gewöhnlich unsichtbar hinter den Kulissen abläuft, auf eine Bühne gestellt werden. Dazu machte das Team von Fairconstruction Künstliche Intelligenz im wahrsten Sinne des Wortes greifbar. Besucher konnten farbige Zylinder auf einer interaktiven Fläche platzieren und so, für alle Umstehenden sichtbar, unterschiedliche Fragen an das System richten. Auf einem großen Bildschirm wurde nun die Wahrscheinlichkeit berechnet, mit der eine passende Antwort bereits im System vorliegen könnte und welche Faktoren in diese Berechnung einfließen.

Der Umgang mit Kunden wird in der Dienstleistungsgesellschaft immer wichtiger, und die Erwartungen an Service, Lösungskompetenz und Einfühlungsvermögen im direkten Kontakt mit einem Unternehmen nehmen stetig zu. Als Generalunternehmer der CCW stellte Fairconstruction nicht nur Algorithmen ins Rampenlicht, sondern setzte die Anbieter so in Szene, dass ein produktiver und nachhaltiger Dialog über Dialoge entstand.

Auf der Messe CCW in Berlin konnten Besucher mithilfe von farbigen Zylindern Fragen stellen und mitverfolgen, wie Menschen und Algorithmen Hand in Hand arbeiten, um Dialoge mit Kunden zu führen.



2017

Das Jahr 2017 war für die Messe Frankfurt von Wachstum geprägt. Sowohl beim Umsatz als auch bei den Aussteller- und Besucherzahlen erreichte die Unternehmensgruppe neue Bestmarken. Der kontinuierliche Ausbau von Veranstaltungsformaten durch konsequente Ausrichtung an langfristigen wirtschaftlichen Trends hat zu dieser positiven Entwicklung maßgeblich beigetragen.

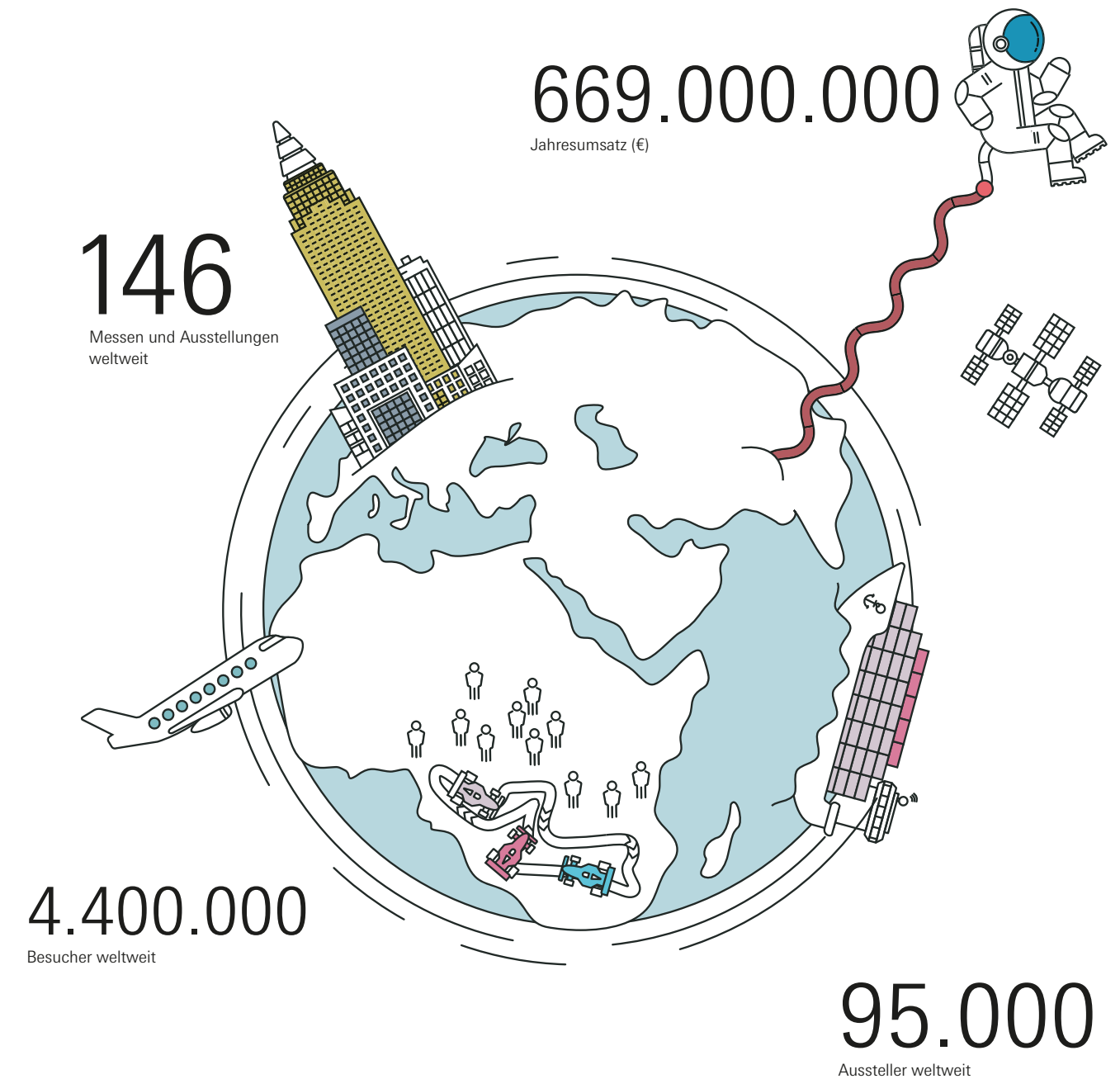
Das Kapitel „Die Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt“ zeigt die Geschäftsfelder und die einzelnen Messen, Ausstellungen, Kongresse, Events und weitere Aktivitäten des Jahres 2017 im Überblick.

Die Unternehmensgruppe

Im Geschäftsjahr 2017 festigte die Messe Frankfurt ihre Marktposition an der internationalen Wettbewerbsspitze. Mit stetigen Investitionen in Veranstaltungen und Produkte, in die Digitalisierung, die Geländeoptimierung und die Geländeauslastung wächst die Unternehmensgruppe nachhaltig. Rund 95.000 Aussteller und 4,4 Millionen Besucher verzeichnete der Veranstalter auf 146 Messen und Ausstellungen weltweit. Das sind neue Bestmarken. Hinzu kamen 243 Kongresse, Gastmessen und Events am Messeplatz Frankfurt.

Die erreichten Kennziffern sind ein Beleg für die wirtschaftlichen Erfolge

der Messe Frankfurt. Der Umsatz des Unternehmens wuchs auf rund 669 Millionen Euro, trotz eines zyklusbedingt schwachen Veranstaltungsjahres. Damit übertrifft das Unternehmen die beiden vorangegangenen Spitzenjahre und überspringt erstmals die 660-Millionen-Euro-Marke.



International führende Industrie- und Experten-Foren befassen sich mit grundlegenden Bereichen unserer technologischen Zukunft. Die rund 70 Technology-Veranstaltungen der Messe Frankfurt erreichen 19.000 Aussteller und 1,1 Millionen Besucher.

Building Technologies: Weltweit 25 Veranstaltungen, darunter die Weltleitmesse ISH und Light + Building, bieten Plattformen für effizientes Gebäudemanagement, Digitalisierung und intelligente Vernetzung, Komfort, Sicherheit und Design.

Environmental Technologies: Mit drei Messen und zwei Kongressformaten mit begleitender Ausstellung bietet die Messe Frankfurt der Industrie weltweit Plattformen, um sich im wachsenden Markt der Umwelttechnik auszutauschen.

Safety, Security & Fire: Im Wachstumsfeld der zivilen Sicherheit gehört die Messe Frankfurt mit zehn Veranstaltungen – in Asien, Deutschland, dem Nahen Osten, Russland, Südamerika und Ostafrika – zu den bedeutendsten Organisatoren weltweit.

Food Technologies: Mit weltweit vier Fachmessen für die Lebensmittelindustrie bietet die Messe Frankfurt Plattformen für die sichere, effiziente und wirtschaftliche Produktion und Verpackung von Lebensmitteln. Mit der IFFA organisiert sie die internationale Leitmesse für die Fleischwirtschaft und ist mit weiteren Fachmessen in Argentinien, China und Russland vertreten.

Textile Care: Auf den Textilpflege-Events der Messe Frankfurt stehen Innovationen der Industrie im Zentrum. Mit der Texcare

International in Frankfurt, der Texcare Asia in Shanghai und verschiedenen Konferenzen besetzt die Messe Frankfurt strategisch wichtige Märkte für die Textilpflege.

Electronics & Automation Technologies: Messen und Kongresse zu industriennahen Technologiethemen sind die Domäne der Mesago Messe Frankfurt. SPS IPC Drives, SMT Hybrid Packaging und PCIM Europe sind die international wichtigsten Foren ihrer Branchen.

Manufacturing Technologies & Components: Mesago und Messe Frankfurt bieten weltweit acht hochspezialisierte Messen und Kongresse an, wie etwa Formnext, Wire & Cable Guangzhou, Zellcheming-Expo und Thermotec. Hygiene- und Reinraumtechnologien für Produktion und Anwendung zeigt die Cleanzone.

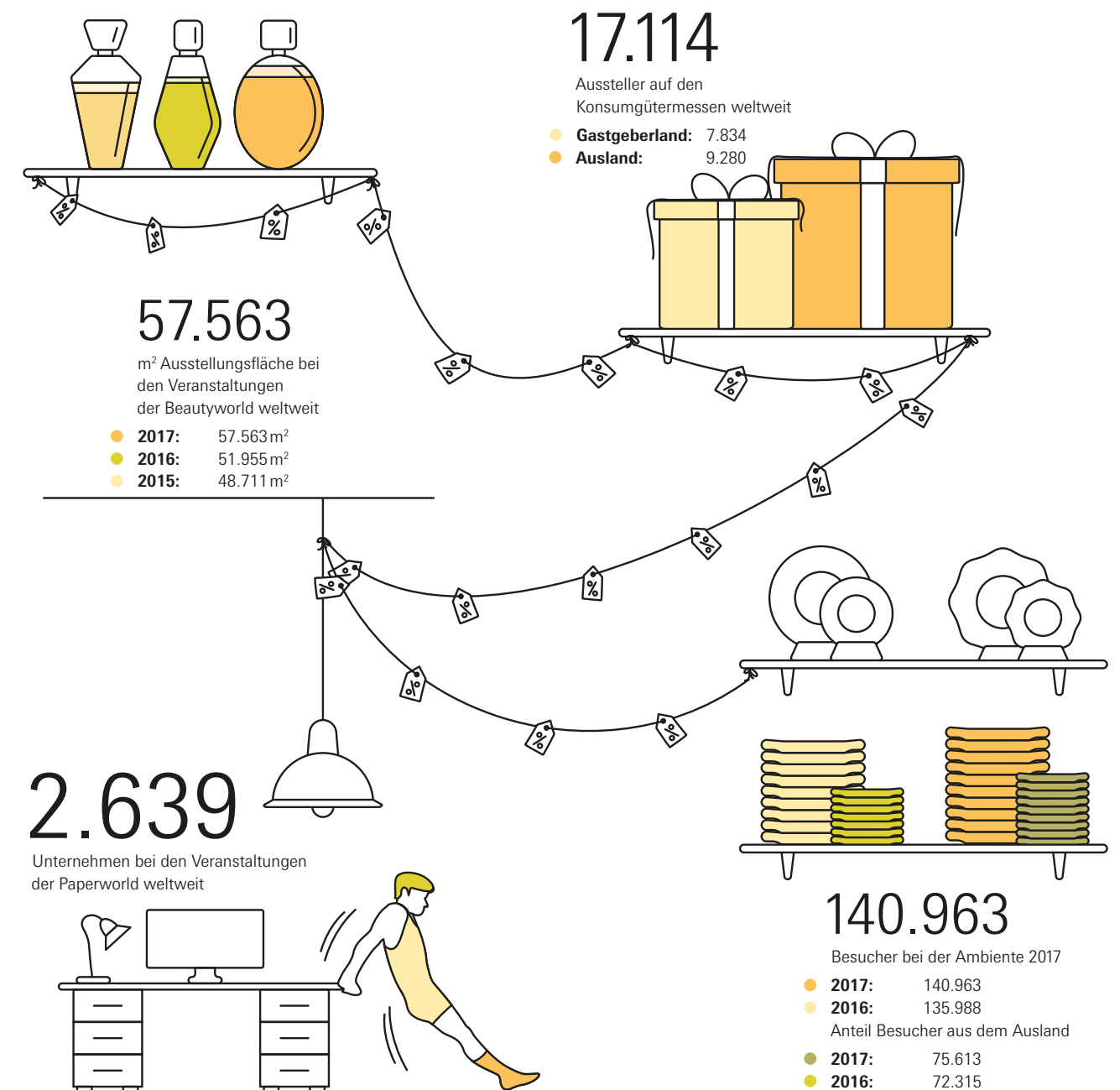
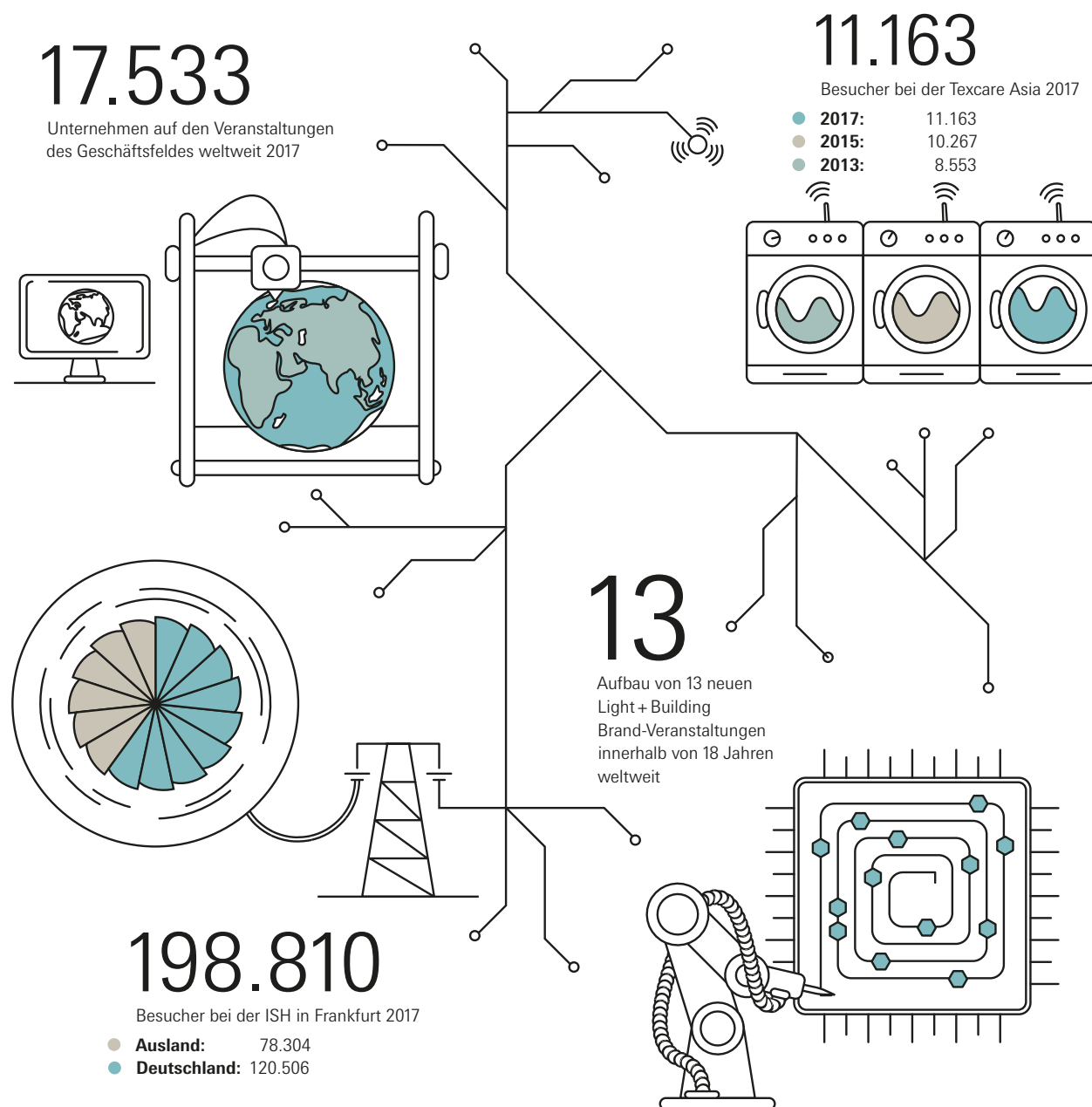
Konsumgüter sind das Herzstück der Messe Frankfurt, und das bereits seit 778 Jahren. Mit den ersten Messen rund um den Römerberg fing alles an: Damals wurden Keramiken, Stoffe, Geschenke, Papeterie, Metall- und Glaswaren, Wohnaccessoires und Dekorationsobjekte mit allen Sinnen entdeckt – Produkte, die noch heute mit großem Erfolg auf dem Frankfurter Messegelände gehandelt werden. Und die eines in unserem täglichen Leben erzeugen: Emotion pur.

Aber auch die stabilsten Märkte verändern sich. Schlagwörter wie Globalisierung, Digitalisierung und Industrie 4.0 definieren

neue Rahmenbedingungen für ganze Branchen und mit ihnen deren globale Handelsstrukturen. Die Messe Frankfurt verfügt über die international führenden Messeformate der Branche und stellt dem Markt genau die Business-Plattformen zur Verfügung, um die Chancen und Herausforderungen für künftige Jahrzehnte anzugehen.

Neben der globalen Konsumgüter-Leitmesse Ambiente jedes Jahr im Februar und der Tendence als führender europäischer Neuheitenplattform für das zweite Halbjahr werden unter dem Ambiente-Brand jährlich vier Veranstaltungen in Tokyo, Shanghai und Neu-Delhi durchgeführt. Mit der

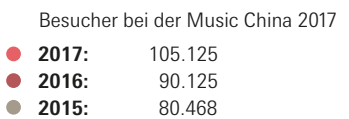
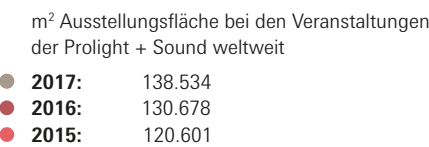
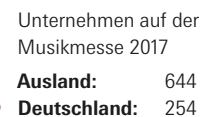
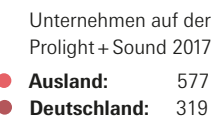
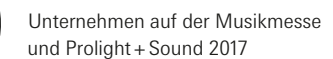
Nordstil bietet die Messe Frankfurt am Standort Hamburg zwei Mal im Jahr dem norddeutschen Einzelhandel die perfekte regionale Orderplattform. Die in ihren Spezialbranchen weltweit führenden Fachmessen Paperworld, Creativeworld und Christmasworld zentrieren den internationalen Konsumgütermarkt in Frankfurt und bieten dabei neue Handelsimpulse mit Themen wie dem Büro der Zukunft oder dem Marktplatz Floradecora mit frischen Blumen und Pflanzen. Und die Kosmetik-Leitmesse Beautyworld schafft erfolgreiche Handelsplätze in den Wachstumsregionen Asien und Mittlerer Osten.



Mit den Messen im Bereich Textile & Textile Technologies sind Aussteller und Besucher immer am Puls der Zeit. Hier werden innovative Ideen geboren und mit globaler Reichweite präsentiert. Die neuesten Trends, die kreativsten Designs und die progressivsten Funktionalitäten stehen im Mittelpunkt. Unsere Plattformen sind Anziehungspunkte für alle Business Professionals der Branche.



Insgesamt ermöglicht die Messe Frankfurt im Geschäftsfeld Entertainment, Media & Creative Industries die Begegnung von rund 6.400 Ausstellerpräsentationen und mehr als 345.000 Besuchern.



Die Megatrends Digitalisierung und Dekarbonisierung verändern die Mobilität und Logistik dramatisch. Die Messe Frankfurt bietet mit neuen Messen, Events und Konferenzen im Geschäftsbereich „Mobility & Logistics“ spannende Plattformen, um diese disruptiven Veränderungen aufzuzeigen und zu diskutieren.

So zum Beispiel mit der Konferenz Connected Mobility auf drei Kontinenten: In den Dialog treten Automobilhersteller, Zulieferer, First Mover im digitalen Business und Start-ups. Bei der ersten Hypermotion im

November 2017 in Frankfurt drehte sich alles um intelligente Systeme und Lösungen für Verkehr, Logistik und digitale Infrastruktur. Damit hat die Messe Frankfurt die erste eigenständige Plattform für die digitale Transformation als übergeordnetes Leitthema etabliert.

Spaß und Action hautnah für Motorsportfans bietet hingegen das Festival of Motoring, ein neues Konzept, das klassische Auto-Shows ablöst und an einer Rennstrecke in Südafrika stattfindet.

Kern des Geschäftsfeldes Mobility & Logistics ist die international renommierte Marke Automechanika, die mit 17 Messen weltweit seit 1971 eine einzigartige Erfolgsgeschichte schreibt. Darüber hinaus baut die Messe Frankfurt ihr Portfolio im Bereich Truck, Bike, Boat weiter aus. Eine neue Fachmesse für Supply Chain und Logistik wurde mit der Scalex in Kenia und Südafrika etabliert.

15.019

Aussteller bei den Veranstaltungen des Geschäftsfeldes im Ausland

2017:	15.019
2016:	13.698
2015:	12.153

13.477

Unternehmen bei den Veranstaltungen der Automechanika weltweit

535.342

Besucher bei den Veranstaltungen des Geschäftsfeldes im Ausland

2017:	535.342
2016:	482.235
2015:	337.640

50.542

Besucher der SA Motoring Experience powered by SA Festival of Motoring

Mit international renommierten Veranstaltungen, innovativen Themen und Formaten in unterschiedlichsten Größen sowie Events aller Kategorien ist die Messe Frankfurt jedes Jahr vielseitiger Gastgeber und Servicepartner für deutlich mehr als 200 Veranstaltungen aus der ganzen Welt.

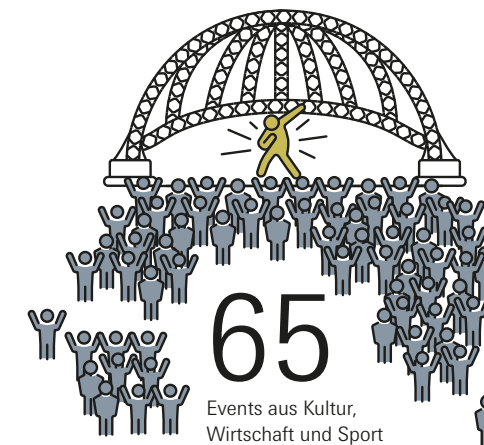
Das Portfolio umfasste 2017 traditionelle Messeformate wie die IAA (Internationale Automobil-Ausstellung) und die CPhI Worldwide (internationale Plattform der pharmazeutischen Industrie) wie auch Themen-Festivals, zum Beispiel die Final Fantasy Convention. Gleichzeitig unge-

brochen stark war 2017 das Interesse an der Kongressdestination Messe Frankfurt. Zu den Kongress- und Tagungs-Highlights zählten der 25th International Congress of the European Association of Endoscopic Surgery (EAES) mit 2.000 Teilnehmern oder der 106. Deutsche Bibliothekartag mit 3.800 Teilnehmern.

Die Festhalle, Frankfurts größte Multifunktionshalle mit Platz für bis zu 15.000 Besucher, stellte auch 2017 ihre Vielseitigkeit unter Beweis. Große Stars wie Bob Dylan oder Sport-Events der Spitzenklasse wie der Mainova Frankfurt Marathon machten

die Festhalle auch im Veranstaltungsjahr 2017 wiederholt zu einem Mittelpunkt der deutschen Event-Industrie. Die besondere Atmosphäre des Traditionsbaus kombiniert mit einem flexiblen und hochmodernen Leistungsangebot wurde zudem in diesem Jahr mit dem PRG Live Entertainment Award in der Kategorie „Halle/Arena des Jahres“ belohnt.

2017 waren insgesamt 243 nationale und internationale Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt zu Gast, darunter 155 Kongresse und Tagungen sowie 65 Events und Konzerte.



155

Kongresse und Tagungen auf dem Frankfurter Messegelände

1.957.390

Besucher bei den Gastveranstaltungen am Messeplatz Frankfurt

2017:	1.957.390
2016:	1.196.834

243

Gastveranstaltungen am Messeplatz Frankfurt

Kongresse und Tagungen:	155
Events:	65
Gastmessen:	23

Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher	
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt	39	12.194	24.714	36.908	1.268.005	1.412.473	659.512	2.071.985
Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt	9	3.403	1.594	4.997	181.369	109.563	32.015	141.578
Veranstaltungen im Ausland	98	34.526	18.461	52.987	1.424.629	1.935.141	290.117	2.225.258
Kongresse, Events und weitere Aktivitäten am Messeplatz Frankfurt	236	–	–	–	–	569.642	–	569.642
Kongresse, Konferenzen und weitere Aktivitäten im Ausland	34	–	–	–	–	10.784	–	10.784
Gesamt	416	50.123	44.769	94.892	2.874.003	4.037.603	981.644	5.019.247

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher	
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
Ambiente		915	3.545	4.460	180.923	65.350	75.613	140.963
Buchmesse ¹		2.419	4.890	7.309	80.000	157.534	128.891	286.425
Christmasworld		229	832	1.061	58.119	17.690	25.543	43.233
Cleanzone		44	19	63	1.230	557	298	855
CPHI		288	2.310	2.598	85.555	7.466	37.408	44.874
Creativeworld		68	271	339	14.061	2.891	5.766	8.657
Food Ingredients		154	649	803	33.175	4.620	14.632	19.252
Formnext powered by TCT		227	243	470	17.373	11.506	9.986	21.492
Heimtextil		322	2.627	2.949	135.943	19.748	48.755	68.503
IAA		590	404	994	168.955	672.632	137.768	810.400
IMEX		392	2.940	3.332	19.283	3.532	5.353	8.885
ISH		893	1.592	2.485	173.371	120.506	78.304	198.810
Musikmesse		254	644	898	21.999	36.134	11.500	47.634
Paperworld		264	1.256	1.520	39.894	11.609	21.949	33.558
Prolight + Sound		319	577	896	40.112	20.418	23.970	44.388
Techtextil		426	1.061	1.487	34.481	12.876	20.794	33.670
Tendence		554	542	1.096	53.064	16.653	3.393	20.046
Texprocess		107	204	311	17.232	4.923	8.795	13.718
Zellcheming-Expo		90	59	149	2.146	1.392	488	1.880
Internationale Fachmessen	19	8.555	24.665	33.220	1.176.916	1.188.037	659.206	1.847.243
Cloud Expo ¹		250	–	250	5.730	6.000	–	6.000
Cosmetica		195	31	226	6.275	14.312	–	14.312
INServFM		119	9	128	3.047	3.975	182	4.157
Hypermotion		102	9	111	2.397	2.549	124	2.673
Sonstige Fachausstellungen	5	945	–	945	22.500	19.400	–	19.400
Fachausstellungen	9	1.611	49	1.660	39.949	46.236	306	46.542
Verkaufsbörsen und Ausstellungen	11	2.028	–	2.028	51.140	178.200	–	178.200
Publikumsausstellungen	11	2.028	–	2.028	51.140	178.200	–	178.200

¹ Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

- Internationale Fachmessen
- Fachausstellungen
- Publikumsausstellungen

Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	19	8.555	24.665	33.220	1.176.916	1.188.037	659.206	1.847.243
■ Fachausstellungen	9	1.611	49	1.660	39.949	46.236	306	46.542
■ Publikumsausstellungen	11	2.028	–	2.028	51.140	178.200	–	178.200
	39	12.194	24.714	36.908	1.268.005	1.412.473	659.512	2.071.985

Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
■ EMV		71	47	118	1.820	2.220	555	2.775
■ Greenshowroom Ethical Fashion Show Berlin Summer		72	100	172	1.683	1.869	439	2.308
■ Greenshowroom Ethical Fashion Show Berlin Winter		88	91	179	1.686	1.796	770	2.566
■ Nordstil (Summer Edition)		625	171	796	30.756	13.921	377	14.298
■ Nordstil (Winter Edition)		811	168	979	36.187	19.634	308	19.942
■ Parken		109	63	172	3.608	1.529	1.366	2.895
■ PCIM Europe (Messe/Kongress)		235	252	487	13.865	6.697	4.677	11.374
■ SMT Hybrid Packaging		273	146	419	13.104	10.761	4.395	15.156
■ SPS IPC Drives		1.119	556	1.675	78.660	51.136	19.128	70.264
	9	3.403	1.594	4.997	181.369	109.563	32.015	141.578

Messen und Ausstellungen in Deutschland 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
■ Internationale Fachmessen	23	10.253	25.666	35.919	1.284.365	1.258.851	687.961	1.946.812
■ Regionale Fachmessen	2	1.436	339	1.775	66.943	33.555	685	34.240
■ Fachausstellungen	12	1.880	303	2.183	46.926	51.430	2.881	54.311
■ Publikumsausstellungen	11	2.028	–	2.028	51.140	178.200	–	178.200
	48	15.597	26.308	41.905	1.449.374	1.522.036	691.527	2.213.563

Kongresse, Events und weitere Aktivitäten 2017

	Zahl der Veranstal- tungen	Aussteller			Nettofläche (in m²)	Besucher		
		Inland	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufläche	Inland	Ausland	Gesamt
Kongresse und Tagungen auf dem Messegelände außerhalb von Messen	155	–	–	–	–	125.702	–	125.702
Events (Konzerte, sportliche, kirchliche, politische und sonstige Veranstaltungen)	65	–	–	–	–	443.940	–	443.940
German Pavilions (Planung und Durchführung von Messebeteiligungen)	16	–	–	–	–	–	–	–
	236	–	–	–	–	569.642	–	569.642

¹ Schätzung durch Messe Frankfurt, unbestätigte Zahlen des Veranstalters

- Internationale Fachmessen
- Fachausstellungen
- Publikumsausstellungen

Technology

	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufäche	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt
Bakery								
Modern Bakery		147	58	205	6.071	14.894	1.122	16.016
	1	147	58	205	6.071	14.894	1.122	16.016
Environment								
Eco Expo Asia		171	164	335	4.507	7.050	6.979	14.029
Waste & Recycling Expo Canada		126	61	187	3.943	1.053	130	1.183
	2	297	225	522	8.450	8.103	7.109	15.212
Expo Ferretera								
Expo Ferretera		310	28	338	6.968	16.590	185	16.775
	1	310	28	338	6.968	16.590	185	16.775
Formnext								
Asiamold		166	3	169	3.216	23.046	1.075	24.121
	1	166	3	169	3.216	23.046	1.075	24.121
Hardware + Tools								
Hardware + Tools Middle East		11	153	164	1.839	2.476	768	3.244
	1	11	153	164	1.839	2.476	768	3.244
IFFA								
Meat Expo China		135	6	141	2.715	31.806	946	32.752
	1	135	6	141	2.715	31.806	946	32.752
Intersec								
Intersec		208	1.100	1.308	32.115	15.806	16.944	32.750
Intersec Saudi Arabia		78	50	128	3.048	5.673	248	5.921
Secutech		268	84	352	9.198	20.016	2.039	22.055
Secutech India		149	21	170	6.850	20.080	1.810	21.890
Secutech Thailand		29	78	107	2.111	7.077	1.249	8.326
Secutech Vietnam		65	104	169	4.165	9.478	126	9.604
	6	797	1.437	2.234	57.487	78.130	22.416	100.546
ISH								
ISH China & CIHE		1.093	196	1.289	56.137	58.039	3.573	61.612
ISH India powered by IPA		47	13	60	1.552	6.006	126	6.132
ISH Shanghai & CIHE		163	25	188	5.231	17.103	862	17.965
	3	1.303	234	1.537	62.920	81.148	4.561	85.709
Light + Building								
BIEL Light + Building Buenos Aires		178	88	266	7.371	27.797	1.082	28.879
Guangzhou International Lighting Exhibition		2.377	236	2.613	96.003	128.746	28.152	156.898
Interlight Moscow powered by Light + Building		248	249	497	9.902	25.014	2.175	27.189
LED Expo Delhi		210	162	372	6.313	12.335	189	12.524
LED Expo Mumbai		125	88	213	3.572	9.002	98	9.100
Light Middle East		52	293	345	6.049	4.179	1.439	5.618
Shanghai Intelligent Building Technology		195	21	216	7.620	26.631	644	27.275
Shanghai International Lighting Fair		228	10	238	4.068	12.000	147	12.147
	8	3.613	1.147	4.760	140.898	245.704	33.926	279.630
PCIM								
PCIM Asia		52	32	84	1.528	4.671	950	5.621
	1	52	32	84	1.528	4.671	950	5.621
SPS								
SIAF – SPS Industrial Automation Fair Guangzhou		422	19	441	12.925	47.501	1.900	49.401
SPS Automation India		37	3	40	1.147	2.102	21	2.123
SPS IPC Drives Italia		354	120	474	29.678	32.120	1.074	33.194
	3	813	142	955	43.750	81.723	2.995	84.718
Texcare								
Texcare Asia		129	40	169	9.208	9.318	1.845	11.163
	1	129	40	169	9.208	9.318	1.845	11.163
Thermotec								
Thermotec		164	26	190	3.630	10.400	653	11.053
	1	164	26	190	3.630	10.400	653	11.053
Wire & Cable								
Wire & Cable Guangzhou		220	–	220	4.698	22.642	–	22.642
	1	220	–	220	4.698	22.642	–	22.642
Technology gesamt	31	8.157	3.531	11.688	353.378	630.651	78.551	709.202

Consumer Goods

	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufäche	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt
Ambiente								
Ambiente India ²		69	2	71	1.017	–	–	–
IFFT / Interior Lifestyle Living		348	124	472	8.365	15.854	800	16.654
Interior Lifestyle China		293	102	395	9.495	22.732	376	23.108
Interior Lifestyle Tokyo		645	142	787	8.706	26.587	986	27.573
	4	1.355	370	1.725	27.583	65.173	2.162	67.335
Beautyworld								
Beautyworld Japan		526	98	624	17.455	69.852	3.182	73.034
Beautyworld Japan Fukuoka		93	–	93	2.107	4.855	31	4.886
Beautyworld Japan West		252	10	262	6.487	20.884	608	21.492
Beautyworld Middle East		201	1.367	1.568	31.514	20.048	21.850	41.898
	4	1.072	1.475	2.547	57.563	115.639	25.671	141.310
Paperworld								
Hong Kong International Stationery Fair		24	231	255	1.785	9.158	11.663	20.821
Paperworld China		508	43	551	7.958	21.295	2.073	23.368
Paperworld Middle East		29	284	313	4.909	3.914	2.529	6.443
	3	561	558	1.119	14.652	34.367	16.265	50.632
Independent – Consumer Goods								
Baby & Stroller China		88	3	91	2.532	4.081	227	4.308
Toy & Hobby China		953	24	977	29.097	46.937	2.611	49.548
	2	1.041	27	1.068	31.629	51.018	2.838	53.856
Independent – Leisure & Entertainment								
Interpets Asia Pacific		339	65	404	6.866	37.425	715	38.140
	1	339	65	404	6.866	37.425	715	38.140
Consumer Goods gesamt	14	4.368	2.495	6.863	138.293	303.622	47.651	351.273

² Ambiente India und Heimtextil India finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.

Textiles & Textile Technologies

	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufäche	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt
Apparel Sourcing								
Apparel Sourcing Paris (Autumn) ³		–	632	632	8.677	–	–	–
Apparel Sourcing Paris (Spring) ⁴		2	268	270	2.925	–	–	–
Apparel Sourcing USA (Summer)		4	248	252	2.889	687	133	820
Apparel Sourcing USA (Winter)		2	107	109	1.179	655	81	736
	4	8	1.255	1.263	15.670	1.342	214	1.556
Boulevard Prêt-à-Sale								
Boulevard Prêt-à-Sale (Spring)		25	4	29	384	125	7	132
	1	25	4	29	384	125	7	132
Heimtextil								
Heimtextil India ²		107	17	124	4.666	7.374	83	7.457
Heimtextil Russia		96	151	247	5.622	16.247	2.009	18.256
	2	203	168	371	10.288	23.621	2.092	25.713
Home Textiles Sourcing								
Home Textiles Sourcing Expo		2	158	160	1.722	458	54	512
	1	2	158	160	1.722	458	54	512
Intertextile (Apparel)								
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Autumn Edition		3.796	742	4.538	113.733	63.655	14.228	77.883
Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition		2.962	379	3.341	69.939	58.643	12.807	71.450
	2	6.758	1.121	7.879	183.672	122.298	27.035	149.333
Intertextile (Home)								
Intertextile Shanghai Home Textiles – Autumn Edition		938	158	1.096	76.850	34.385	4.579	38.964
Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition		193	11	204	10.918	17.360	1.236	18.596
	2	1.131	169	1.300	87.768	51.745	5.815	57.560
Techtextil								
Techtextil India		94	82	176	3.172	5.291	145	5.436
Techtextil North America (Chicago)		92	75	167	2.238	1.610	486	2.096
Techtextil Russia		42	25	67	395	7.209	965	8.174
	3	228	182	410	5.805	14.110	1.596	15.706
Texprocess								
Emitex		75	20	95	1.942	8.045	277	8.322
	1	75	20	95	1.942	8.045	277	8.322
Texworld								
Texworld Paris (Autumn) ³		1	1.035	1.036	18.161	2.676	15.376	18.052
Texworld Paris (Spring) ⁴		1	745	746	13.463	2.613	13.527	16.140
Texworld USA (Summer)		27	491	518	6.653	4.868	1.000	5.868
Texworld USA (Winter)		11	213	224	2.855	3.231	329	3.560
	4	40	2.484	2.524	41.132	13.388	30.232	43.620
Yarn Expo								
Yarn Expo Autumn		395	98	493	11.544	14.304	2.881	17.185
Yarn Expo Spring		311	82	393	10.129	18.208	4.371	22.579
	2	706	180	886	21.673	32.512	7.252	39.764
Independent – Apparel Fabrics & Fashion								
Leatherworld Middle East		8	58	66	684	1.747	533	2.280
	1	8	58	66	684	1.747	533	2.280
Textiles & Textile Technologies gesamt	23	9.184	5.799	14.983	370.740	269.391	75.107	344.498

² Ambiente India und Heimtextil India finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.
³ Texworld Paris (Autumn) und Apparel Sourcing Paris (Autumn) finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.
⁴ Texworld Paris (Spring) und Apparel Sourcing Paris (Spring) finden zum gleichen Zeitpunkt statt, eine genaue Zuordnung der Besucher ist nicht möglich.

Entertainment, Media & Creative Industries

	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufäche	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt
Musikmesse								
Music China		1.768	356	2.124	59.878	100.948	4.177	105.125
NAMM Musikmesse Russia		56	5	61	1.148	34.227	401	34.628
	2	1.824	361	2.185	61.026	135.175	4.578	139.753
Prolight + Sound								
Prolight + Sound Guangzhou		1.210	40	1.250	73.498	70.045	3.941	73.986
Prolight + Sound Middle East		16	13	29	1.302	1.562	594	2.156
Prolight + Sound NAMM Russia		71	18	89	3.196	14.738	1.472	16.210
Prolight + Sound Shanghai		556	18	574	20.426	27.663	1.941	29.604
	4	1.853	89	1.942	98.422	114.008	7.948	121.956
Independent – Creative & Culture								
Media Expo Delhi		155	32	187	5.022	12.578	61	12.639
Media Expo Mumbai		98	22	120	3.066	10.581	14	10.595
	2	253	54	307	8.088	23.159	75	23.234
Entertainment, Media & Creative Industries gesamt	8	3.930	504	4.434	167.536	272.342	12.601	284.943

Mobility & Logistics

	Aussteller			Nettofläche (in m²)		Besucher		
	Zahl der Veranstal- tungen	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt	einschl. Sonder- schaufäche	Gast- geber- land	Ausland	Gesamt
Automechanika								
ACMA Automechanika New Delhi		300	253	553	8.685	14.788	362	15.150
Automechanika Dubai		197	1.758	1.955	36.139	14.528	15.794	30.322
Automechanika Ho Chi Minh City		39	302	341	4.002	6.274	1.745	8.019
Automechanika Istanbul		680	537	1.217	35.587	33.827	10.047	43.874
Automechanika Jeddah		55	80	135	2.953	3.657	328	3.985
Automechanika Johannesburg		160	460	620	10.343	9.462	2.092	11.554
Automechanika Kuala Lumpur		62	184	246	5.467	4.584	1.093	5.677
Automechanika Shanghai		5.258	793	6.051	158.580	96.887	34.041	130.928
INA PAACE Automechanika Mexico City		120	400	520	11.140	20.000	500	20.500
MIMS powered by Automechanika Moscow		334	989	1.323	24.267	22.849	3.116	25.965
Motobike Istanbul		141	8	149	16.939	100.263	3.108	103.371
NACE Automechanika Chicago		241	126	367	9.298	3.235	396	3.631
	12	7.587	5.890	13.477	323.400	330.354	72.622	402.976
Independent Automotive								
Automotive Engineering Show New Delhi		51	3	54	665	3.035	134	3.169
Automotive Engineering Show Chennai		79	0	79	1.419	3.054	15	3.069
CAPAS		501	21	522	10.834	17.074	304	17.378
Comtrans		138	79	217	28.943	19.329	1.210	20.539
Futuroad Expo Johannesburg		15	–	15	5.400	1.227	–	1.227
Johannesburg Boat & Water Show		57	–	57	3.600	7.058	–	7.058
SA Motoring Experience – powered by SA Festival of Motoring		67	–	67	4.700	50.542	–	50.542
	7	908	103	1.011	55.561	101.319	1.663	102.982
Independent – Transport & Logistics								
Arminera		210	51	261	3.639	6.809	557	7.366
Materials Handling Middle East		45	62	107	4.750	2.833	715	3.548
Raillog Korea		137	26	163	7.332	17.820	650	18.470
	3	392	139	531	15.721	27.462	1.922	29.384
Mobility & Logistics gesamt	22	8.887	6.132	15.019	394.682	459.135	76.207	535.342

Konzern-Lagebericht 2017

der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main

I. Grundlagen des Konzerns

Die weltweite Durchführung von Messen und Ausstellungen ist das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt. An rund 50 Standorten in der Welt finden über 140 Veranstaltungen „made by Messe Frankfurt“ statt. Sie werden von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und ihren Tochtergesellschaften im In- und Ausland veranstaltet. Des Weiteren vermarktet der Konzern über die Messe Frankfurt Venue GmbH Ausstellungsflächen an Messe-, Kongress- und Event-Veranstalter und stellt hierzu neben der Infrastruktur zahlreiche Serviceleistungen bereit. Das gemeinsame Dach der Unternehmensgruppe bildet die Messe Frankfurt GmbH, die in ihrer Funktion als Holding neben der Konzernsteuerung und zentralen Unterstützungsfunktionen auch administrative Servicedienstleistungen nicht nur, aber vor allem für die Gesellschaften am Standort Frankfurt am Main erbringt.

Den Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit bilden die am Standort Frankfurt durchgeführten internationalen Leitmessen. Aufgrund ihrer Größe und Internationalität haben diese Messen oft einen dominierenden Charakter für den jeweiligen Wirtschaftszweig und innerhalb der Messewirtschaft. Diese Leitmessen führen das relevante internationale Angebot mit der jeweiligen kontinentalen und weltweiten Nachfrage zusammen und bieten den optimalen Rahmen für die Präsentation von Innovationen. Das macht sie zu Veranstaltungen von größter Bedeutung für die jeweilige Branche.

Aufgrund ihrer thematischen Kernkompetenzen ist es der Messe Frankfurt in den vergangenen Jahrzehnten gelungen, ihre Messethemen auch global auszubauen. Dabei ist es das Ziel des Unternehmens, für seine Kunden ein verlässlicher, international agierender Marktpartner zu sein. Um dieses Ziel zu erreichen, kann die Messe Frankfurt auf 22 ausländische Tochtergesellschaften/Gemeinschaftsunternehmen sowie fünf Niederlassungen zurückgreifen, eine wesentliche davon in Dubai. Darüber hinaus verfügt sie über ein sehr leistungsstarkes internationales Vertriebsnetz, das von der Messe Frankfurt Exhibition GmbH gesteuert wird. Es umfasst neben den ausländischen Tochtergesellschaften 66 Sales Partner, die in 188 Ländern aktiv sind.

Die Geschäftstätigkeit der ausländischen Tochtergesellschaften besteht – neben einer Vertriebsfunktion für die konzerneigenen Messen – in der Durchführung von Messen aus dem Markenportfolio der Unternehmensgruppe in eigener wirtschaftlicher Verantwortung. Daneben gewinnt im Zuge der immer stärkeren internationalen Verflechtung der Wirtschaft auch das Vermarkten von medialen und digitalen Dienstleistungen an Bedeutung.

Im Berichtsjahr wurde eine neue Gesellschaft in China erworben und im laufenden Jahr in Großbritannien, um das Markenportfolio weiter auszubauen.

Neben der Messe Frankfurt Exhibition GmbH nutzen zahlreiche Gast- und Kongressveranstalter das Frankfurter Messegelände für ihre Messen, Kongresse und Events. Sie attestieren sowohl der Stadt als auch der Messe Frankfurt dank ihrer zentralen Lage sowie der sich ständig verbessernden Infrastruktur und Anbindung eine hohe Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit.

II. Wirtschaftsbericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2017 gekennzeichnet durch ein kräftiges Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im Jahr 2017 um 2,2 Prozent höher als im Vorjahr. Die deutsche Wirtschaft ist damit das achte Jahr in Folge gewachsen. Im Vergleich zu den Vorjahren konnte das Tempo nochmals erhöht werden. Im Jahr 2016 war das BIP bereits deutlich um 1,9 Prozent und 2015 um 1,7 Prozent gestiegen. Eine längerfristige Betrachtung zeigt, dass das deutsche Wirtschaftswachstum im Jahr 2017 fast einen Prozentpunkt über dem Durchschnittswert der letzten zehn Jahre von +1,3 Prozent lag.¹

Maßgeblich beigetragen zur Entwicklung im Jahr 2017 hat die deutsche Industrie, die im Vergleich zu den anderen Wirtschaftsbereichen mit überdurchschnittlichen Raten expandierte. Damit konnte der Aufschwung, der bislang weitgehend vom Konsum und von der Bauwirtschaft getragen wurde, auf eine breitere Basis gestellt werden. Während binnenwirtschaftliche Kräfte mit Ausnahme des staatlichen Konsums weitgehend unvermindert wirkten, verstärkten sich die Impulse aus dem Ausland. Davon profitierten die exportorientierten deutschen Unternehmen, die sowohl ihre Beschäftigung als auch ihren Kapitalstock ausweiteten.²

Die Weltwirtschaft befindet sich seit 2010 in einem Aufschwung, der mittlerweile die meisten Volkswirtschaften erfasst hat. Im Sommerhalbjahr 2017 ist das Expansions tempo merklich gestiegen und das reale Bruttoinlandsprodukt der Welt legte im zweiten und dritten Quartal mit Raten von jeweils 0,9 Prozent im Vergleich zum Vorquartal zu. Wesentlicher Treiber des Aufschwungs ist die Industrieproduktion sowohl in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften als auch in den Schwellenländern. Nach einer ausgeprägten Schwächephase in den Jahren 2015 und 2016 beschleunigte sie sich bis zum Frühsommer 2017 deutlich und weitet sich seitdem mit weitgehend unverändert hohen Zuwachsraten aus. Im selben Zeitraum gewann der weltweite Warenhandel an Dynamik. Vor allem die Schwellenländer trugen zur Belebung bei; aber auch in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften nahm der internationale Warenaustausch bis zuletzt beschleunigt zu. Mit der Erholung der Industrieproduktion und dem Welthandel belebte sich auch die weltweite Investitionstätigkeit.²

Zur Beschleunigung der konjunkturellen Dynamik dürfte beigetragen haben, dass eine Vielzahl von Risiken im Verlauf des Jahres an Bedeutung verloren haben. So ist der seit Langem befürchtete Wachstumseinbruch in China weiterhin ausgeblieben und die inländische Nachfrage erwies sich als robust. Auch die Umsetzung tiefgreifender wirtschaftspolitischer Maßnahmen in den USA scheiterte bislang aus unterschiedlichen Gründen. Das Brexit-Votum führte zwar zu einer Verlangsamung der konjunkturellen Entwicklung im Großbritannien; das Abgleiten in eine Rezession oder ein Übergriff auf wichtige britische Handelspartner blieb aber bisher aus. In den Parlamentswahlen in den Niederlanden, Frankreich und Deutschland haben die europakritischen Parteien weniger an Stimmen gewonnen als befürchtet, sodass die Europäische Union nicht an politischer Stabilität verloren hat. All dies führte dazu, dass sich die Erwartungen von Unternehmen und Haushalten stärker aufgehellt haben als ursprünglich angenommen und sich die weltkonjunkturelle Dynamik verfestigen konnte.²

Der Welthandel wird die sehr hohe Dynamik nicht ganz halten können. Darauf deutet die Abschwächung wichtiger Frühindikatoren des internationalen Warenverkehrs hin. Dennoch bleibt der Weltwarenhandel weiterhin ein wichtiger Treiber der internationalen Konjunktur. Nach Schätzungen des ifo Instituts zeigt der internationale Warenaustausch insgesamt im Jahr 2017 ein Wachstum von 4,4 Prozent und im Jahr 2018 von 4,2 Prozent. Damit nimmt der Welthandel mehr als doppelt so stark zu wie in den Jahren 2012 bis 2016.³

Situation der Messewirtschaft

Passend zum guten Wirtschaftswachstum stehen bei Ausstellern und Besuchern aus aller Welt die Messen in Deutschland weiter hoch im Kurs. Auf den 157 internationalen und nationalen Veranstaltungen des Jahres 2017 (Vorjahr: 186) wurden rund 175.000 Aussteller (Vorjahr: rund 191.000) gezählt, die 6,2 Mio. Quadratmeter Standfläche (Vorjahr: 7,1 Mio.) gebucht haben. Die Besucherzahl ging leicht auf 9,5 Mio. zurück, bedingt durch geringere Besucherzahlen bei Automobilmessen (Vorjahr: 10,5 Mio.). Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen ergaben sich bei den Ausstellern und bei den Quadratmetern Steigerungen um 2,5 Prozent bzw. 2,0 Prozent. Das ergaben vorläufige Berechnungen des AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft.⁴

¹ Statistisches Bundesamt / Destatis: Pressemitteilung vom 11. Januar 2018 – 11/18, „Deutsche Wirtschaft wächst auch im Jahr 2017 kräftig“

² ifo Institut: ifo Konjunkturprognose 2017–2019, Kurzfassung vom 14. Dezember 2017

³ ifo Konjunkturbericht 4/2017 erstellt für die Messe Frankfurt GmbH

⁴ www.AUMA.de: Pressemitteilung vom 22. Januar 2018, „Deutsche Messen 2017: Mehr Aussteller und Standfläche“

Wachstumstreiber auf der Ausstellerseite waren, wie schon in den letzten Jahren, Unternehmen aus dem Ausland: Sie legten um 5 Prozent zu. Grund dafür war unter anderem die gute Konjunktur in Deutschland, die auch die Chancen verbessert, nach Deutschland zu exportieren. Ein wichtiges Signal ist aber vor allem, dass sich die Zahl der deutschen Aussteller stabilisiert hat, nachdem es in den letzten Jahren leichte Rückgänge der Beteiligungen gegeben hatte. Auf der Besucherseite stieg die Zahl ausländischer Teilnehmer in einer Größenordnung von 4 Prozent – auch dies ein Spiegelbild der Attraktivität der deutschen Messen und der globalisierten Märkte.⁵

Geschäftsverlauf

Im Berichtsjahr veranstaltete die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 146 Messen und Ausstellungen

Leistungskennziffern – Messen und Ausstellungen 2017

	Zahl der Veranstaltungen	Aussteller	Nettofläche* (in Tsd. m ²)	Besucher (in Tsd.)
Messen und Ausstellungen				
– am Messeplatz Frankfurt am Main	39	36.908	1.268	2.072
– an anderen Standorten im Inland	9	4.997	181	142
Deutschland	48	41.905	1.449	2.214
Ausland	98	52.987	1.425	2.225
Gesamt Messen und Ausstellungen	146	94.892	2.874	4.439
Weitere Veranstaltungen	270	0	0	580
Gesamtaktivitäten	416	94.892	2.874	5.019

* einschließlich Sonderschaufläche

Auf dem konzerneigenen Messegelände in Frankfurt fanden 39 Messen und Fachausstellungen statt, darunter 13 Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH und drei der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart. Zu diesen 16 konzerneigenen Veranstaltungen in Frankfurt kamen 18.423 Aussteller (Vorjahr: 22.505) und 684.237 Besucher (Vorjahr: 862.923). 795.392 Quadratmeter (Vorjahr: 978.795) wurden zu diesen Messen in Frankfurt vermietet. Die Summe der Messekennziffern der Mehrjahresveranstaltungen im Berichtsjahr 2017 (ISH, Textextil und Texpocess) ist geringer als die Summe der Kennziffern der Automechanika und Light + Building, die im Vorjahr stattfanden. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen ergibt sich, dass die Messe Frankfurt Exhibition

(Vorjahr: 134). Insgesamt wurden 94.892 Aussteller (Vorjahr: rund 90.900) und 4.438.821 Besucher (Vorjahr: rund 3,5 Mio.) registriert; 2.874.003 Quadratmeter Nettofläche (Vorjahr: 2,6 Mio. Quadratmeter) wurden belegt. Am Standort Frankfurt am Main wurden darüber hinaus 220 Kongresse, Events und weitere Aktivitäten (Vorjahr: 233) mit 569.642 Besuchern (Vorjahr: 624 Tsd.) sowie weltweit 16 German Pavilions durchgeführt. Insgesamt wurden 34 Kongresse, Konferenzen und weitere Aktivitäten im Ausland durchgeführt, die zusammen 10.784 Teilnehmer registrierten. Damit besuchten im Berichtsjahr insgesamt 5.019.247 Menschen (Vorjahr: 4,2 Mio.) die Veranstaltungen der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt.

GmbH auf ihren Messen bei den Ausstellern, Besuchern und auch bei der vermieteten Nettofläche stabile Zahlen vorweisen kann.

Darüber hinaus ist es trotz der nicht einfachen Marktsituation (neue Konkurrenzveranstaltung in Stuttgart ab Frühjahr 2016 und EuroMold in München) der MESAGO Messe Frankfurt GmbH gelungen, die Veranstaltung Formnext weiter zu festigen. Die Veranstaltung zielt auf den wachsenden Markt der additiven Technologien ab. Diese reichen vom (Rapid-)Prototyping über moderne Produktentwicklung und -herstellung bis zur Integration in den Werkzeug- und Formenbau und der Etablierung des 3D-Drucks als innovative Fertigungstechnologie. Zur dritten Auflage

kamen 470 Aussteller (+53 Prozent) und rund 21.500 Fachbesucher (+60 Prozent) aus aller Welt. Auch die 407 Konferenzteilnehmer und die zahlreich vertretene nationale und internationale Fachpresse sind ein Beleg für den positiven Trend.

Die Qualität der konzerneigenen Veranstaltungen zeigte sich auch in ihrem Internationalitätsgrad: 73,2 Prozent Auslandsbeteiligung bei den Ausstellern und 49,0 Prozent bei den Besuchern der internationalen Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt am Heimatstandort zeugen von herausragender Marktdurchdringung. Diese garantiert höchsten Kundennutzen auf Angebots- und Nachfrageseite. Mit diesen Internationalitätswerten belegt die Messe Frankfurt den Spitzenplatz im Wettbewerbsumfeld: Die durchschnittlichen Internationalitätsgrade für Veranstaltungen in Deutschland beziffert der AUMA vorläufig mit 60 Prozent auf Ausstellerseite bzw. 30 Prozent bei den Besuchern.⁶

Im Hinblick auf Gastveranstaltungen zählt das Berichtsjahr zu den stärkeren Jahren, da die großen Veranstaltungen IAA Pkw sowie CPhI turnusgemäß stattgefunden haben. 23 Gastmessen (Vorjahr: 26), darunter fünf Fachausstellungen und elf Publikumsausstellungen, ergänzten das Veranstaltungsportfolio am Messeplatz Frankfurt. Zu diesen Veranstaltungen kamen 18.485 Aussteller (Vorjahr: 15.421) und 1.387.748 Besucher (Vorjahr: 572.814). Dazu wurden 773.917 Brutto-Quadratmeter (Vorjahr: 414.698) vermietet. Einen festen Platz im Frankfurter Veranstaltungskalender nahm die jährliche Frankfurter Buchmesse ein. Das neue Messekonzept wurde durch eine stabile Ausstellerbeteiligung und leicht gestiegene Besucherzahlen bestätigt. Auch die nach vier Jahren wieder in Frankfurt durchgeführte CPhI kann auf steigende Messekennzahlen verweisen und erzielte bei den Besuchern sogar eine deutliche Steigerung von 32 Prozent. Der gesamte Anstieg der Besucherzahlen ist insbesondere aber auch auf die Publikumswirksamkeit der IAA Pkw zurückzuführen, die 810.400 Besucher registrierte. Nicht zuletzt wurde das Veranstaltungsportfolio durch die jährliche Cosmetica Frankfurt sowie die Mehrjahresveranstaltungen Food Ingredients, die Cloud Expo sowie die IMEX abgerundet.

An anderen deutschen Messeplätzen führten die Messe Frankfurt Exhibition GmbH und die MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, neun (Vorjahr: acht) Veranstaltungen durch. In Berlin veranstaltete die Messe Frankfurt Exhibition GmbH jeweils im Frühjahr und Herbst den

Greenshowroom und die Ethical Fashion Show. In Hamburg wurde die Nordstil ebenfalls im Frühjahr und im Herbst durchgeführt. Die SPS IPC Drives, PCIM Europe, SMT Hybrid Packaging (alle Nürnberg), die EMV (Stuttgart) sowie die PARKEN (Wiesbaden) gehören zum Portfolio der MESAGO Messe Frankfurt GmbH. Zu diesen Veranstaltungen in Deutschland außerhalb Frankfurts kamen 4.997 Aussteller (Vorjahr: über 4.700) und 141.578 Besucher (Vorjahr: rund 130.000). Die vermietete Nettofläche betrug insgesamt 181.369 Quadratmeter (Vorjahr: rund 176.000). Des Weiteren wurde eine Vielzahl von Kongressen in Verbindung mit den einzelnen Messen veranstaltet.

Das Auslandsgeschäft trug im Berichtsjahr erneut einen wesentlichen Anteil zum Geschäftserfolg der Messe Frankfurt bei: Auf 98 Veranstaltungen (Vorjahr: 84) zeigten 52.987 Aussteller (Vorjahr: 48.219) 2.225.258 Besuchern (Vorjahr: 1.966.492) auf 1.424.629 Quadratmetern (Vorjahr: 1.267.096) ihr Leistungsspektrum. Damit stellten die Auslandsmessen auch 2017 ihre Bedeutung für die Unternehmensgruppe unter Beweis. Regionaler Schwerpunkt des Auslandsgeschäfts war nach wie vor Asien mit 54 Veranstaltungen im Berichtsjahr, von denen allein 29 auf China entfielen. Eine weitere attraktive Veranstaltungsregion war für die Messe Frankfurt der Wirtschaftsraum EMEA (Europe, Middle East, Africa), in dem 30 Messen durchgeführt wurden. Auf dem amerikanischen Kontinent veranstalteten die Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Berichtsjahr 14 Messen.

Im Zuge der Optimierung ihres Produktspektrums hat die Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Berichtsjahr ihr Portfolio im Ausland erweitert. Insgesamt zehn neue Veranstaltungen öffneten 2017 erstmals ihre Tore: jeweils eine in den Vereinigten Arabischen Emiraten (Dubai), Vietnam, Argentinien und den USA sowie jeweils zwei Veranstaltungen in Südafrika, China (Guangzhou) und Indien. Das Portfolio wird abgerundet durch 34 Kongresse, Konferenzen und weitere Aktivitäten, die insgesamt von 10.784 Besuchern frequentiert wurden.

Neben der Konzeption und Durchführung von Eigenveranstaltungen wurden 16 German Pavilions auf Auslandsmessen organisiert. Dabei handelt es sich um Messebeteiligungen, die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie durchgeführt wurden. Sie erleichtern kleinen und mittleren Unternehmen den Markteintritt im jeweiligen Land.

⁵ www.AUMA.de: Pressemitteilung vom 22. Januar 2018, „Deutsche Messen 2017: Mehr Aussteller und Standfläche“

⁶ www.AUMA.de: Pressemitteilung vom 22. Januar 2018, „Deutsche Messen 2017: Mehr Aussteller und Standfläche“

Kongresse, Events und Festhallenveranstaltungen
Neben Messen und Ausstellungen betreute die Messe Frankfurt Venue GmbH 155 Kongresse und Tagungen (Vorjahr: 163). Die Teilnehmerzahl ging mit 125.702 gegenüber dem Vorjahr (132.250) etwas zurück. 101 (Vorjahr: 102) dieser Kongresse und Tagungen mit rund 53.300 Teilnehmern wurden im Kongresshaus Kap Europa durchgeführt.

Zu den 65 Events (Vorjahr: 70), die vor allem in der traditionsreichen Festhalle stattfanden, kamen 443.940 Gäste (Vorjahr: rund 492.000 Gäste). Neben Firmen-Events gehörten hierzu Konzerte, Sportveranstaltungen und Shows. Die Highlights im sportlichen Bereich waren der Mainova Frankfurt Marathon mit dem Zieleinlauf in der Festhalle und das Internationale Festhallenreitturnier mit begleitender Ausstellung. Musikalische Höhepunkte boten die Konzerte internationaler Stars wie Andrea Berg, Iron Maiden, Die Toten Hosen, Depeche Mode, Yello, James Blunt, Tim Bendzko, Xavier Naidoo, Fanta 4 sowie die „Night of the Proms“. Im Showbereich glänzten der mehrtägige Klassiker „Holiday on Ice“, „Apassionata“, „Harry Potter und der Stein der Weisen“ sowie das „Feuerwerk der Turnkunst“.

Geländeentwicklung
Im Zuge der Umsetzung des Masterplans im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Messestandorts und der Infrastruktur wurde im Berichtsjahr der Bau der Messehalle 12 weitergeführt. Der Rohbau und die Gebäudehülle wurden weitgehend fertiggestellt, sodass die Bauarbeiten auch während der Wintermonate fortgeführt werden konnten. Das Gebäude soll durch die ARGE „Neubau Messehalle 12“ bis Mitte 2018 fertiggestellt werden. Ziel dabei ist, eine weitere Erhöhung der Umschlagshäufigkeit sowie eine verbesserte wirtschaftliche Nutzung durch Parallelbespielbarkeit der Hallen und Flächen im Ost- und Westgelände am Standort Frankfurt zu erreichen. Nach Fertigstellung der Halle 12 ist ein Abriss der Halle 5 realisierbar, die in den nächsten Jahren ersetzt werden soll. Die Planungen hierfür sind in vollem Gange. Für eine besuchergerechte Anbindung der Halle 12 wird die Via Mobile erweitert, sodass auch im Westgelände ein Rundlauf für die Besucher ermöglicht wird. Der zweite Schritt hierzu, die Verbindung des Südfoyers der Halle 8 bis zum geplanten Anschluss an die Halle 12 sowie die Vorbereitungen zum Anschluss an das Portalhaus am Eingang West, wurde im Berichtsjahr komplett durchgeführt.

Des Weiteren sollen mittelfristig an der Europaallee neben einem neuen Südeingang ein Bürogebäude und ein Hotel entstehen. Hierzu befindet sich die Messe Frankfurt in Verhandlungen mit einem Projektentwickler.

Servicemanagement
Die Rundum-Erneuerung des Ticketing- und Kassensystems wurde erfolgreich abgeschlossen. Damit sind Hard- und Software an den rund 80 Kassen auf dem Messegelände in Frankfurt auf dem neuesten Stand. Die Online-Systeme unterstützen die Besucher und Aussteller bei ihrer Registrierung, bei der Erstellung und der Verwaltung ihrer Tickets so, wie es von modernen Internet-Applikationen erwartet werden kann. Mit einem einzigen Login greifen die Nutzer auf eine Vielzahl von personalisierten Online-Anwendungen zu. Selbst den Zugang zum kostenfreien WLAN auf dem Messegelände erhalten die Messteilnehmer über ihr persönliches Nutzerkonto.

Organisationsentwicklung
Im Berichtsjahr wurde das Effizienzprogramm fortgesetzt. Zielsetzung ist, sukzessive die Arbeitsorganisation in allen Bereichen der Messe Frankfurt zu analysieren und zu optimieren, indem die wahrgenommenen Aufgaben, die Zuständigkeiten und die notwendigen Kapazitäten untersucht werden. Die ermittelten Effizienzpotenziale sollen für andere Aufgaben bzw. den Aufbau neuer Geschäftssegmente genutzt werden. Die Erfassung und Modellierung der Geschäftsprozesse wurden systematisch fortgesetzt und dienen bereichsbezogen sowie bereichsübergreifend als Optimierungs-Tool.

Darüber hinaus wurden, abgeleitet von der Unternehmensvision, strategische Unternehmensziele erarbeitet.

Personal
Am 31. Dezember 2017 waren in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt GmbH weltweit 2.440 aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 133 mehr als zum Jahresende 2016. Davon entfallen 57 auf das Inland und 76 auf das Ausland.

Die Steigerung der Mitarbeiterzahlen ist im Inland vor allem den steigenden Vertriebs- und Marketingaktivitäten sowie der Implementierung neuer Veranstaltungen geschuldet. Dadurch konnten unter anderem die Aussteller- und Besucherzahlen in den meisten Veranstaltungen gesteigert und Umsatzzuwächse erzielt werden.

Im Ausland sorgt der nach wie vor erfreuliche Veranstaltungszuwachs in allen marktseitigen Belangen für einen Mehrbedarf an Mitarbeiterkapazitäten. Die Arbeitsmarktsituation sowie die demografische Entwicklung erschwer-

ten jedoch den Zugriff auf neue Mitarbeiter, sodass das Unternehmen weiterhin die Steigerung der Mitarbeiterzahlen durch Effizienzgewinne eingrenzen möchte.

Entwicklung der Mitarbeiteranzahl¹

	2015	2016	2017
Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt	300	300	308
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	304	308	324
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	232	233	234
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	83	82	86
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ²	121	129	142
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	259	269	284
Summe Inland	1.299	1.321	1.378
Messe Frankfurt France S. A. S., Paris, Frankreich	19	21	23
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand, Italien	38	39	42
Messe Frankfurt Istanbul L. S., Istanbul, Türkei	16	18	18
O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau, Russland ³	44	46	58
Messe Frankfurt Middle East GmbH, Frankfurt/Dubai, VAE	122	138	145
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, China	4	4	4
Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong, China ²	474	484	507
Messe Frankfurt Japan Ltd., Tokyo, Japan	34	33	34
Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul, Südkorea	11	11	11
Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai, Indien	88	94	114
Messe Frankfurt Inc., Atlanta, USA	36	40	40
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico City, Mexiko	7	8	6
Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires, Argentinien	39	37	40
Messe Frankfurt South Africa (Pty) Ltd., Johannesburg, Südafrika	13	13	20
Summe Ausland	945	986	1.062
	2.244	2.307	2.440
Mitarbeiteranstieg		63	133

¹ inkl. Auszubildende und Geschäftsführer (jeweils zum 31. Dezember)
² Teilkonzern
³ inkl. anteilig O. O. O. ITEMF EXPO, Moskau

Learning & Development
Das Schulungsmanagement der Messe Frankfurt hat ein erfolgreiches erstes Jahr in der neuen Struktur hinter sich. Mit einem deutlichen Zuwachs an firmeninternen Schulungsprogrammen und Schulungsthemen, die zentral durch die Abteilung Learning & Development in Zusammenarbeit mit den Fachbereichen aufgesetzt und abgewickelt wurden, wurde viel in die Qualifizierung von Mitarbeitern investiert. Ein besonderes Augenmerk wurde

dabei auf die Kompetenzentwicklung in IT-, System- und Prozessthemen gelegt; auch Vertriebs- und Marketingkommunikation waren 2017 wichtige Qualifizierungsschwerpunkte.

Das Team Ausbildung hat im zweiten Halbjahr 2017 ein Strategiekonzept zum Ausbildungsmarketing der Messe Frankfurt vorgelegt. Zur Sicherung der Ausbildungszahlen und des Nachwuchses und damit als Beitrag zur Generatio-

nenproblematik sind verstärkte Employer-Branding-Aktivitäten in die Marke Ausbildung Messe Frankfurt notwendig. Erste Social-Media-Aktivitäten sind bereits umgesetzt, weitere Employer-Branding-Elemente sind in Erarbeitung.

Die Begleitung von Organisationsveränderungen hatte auch 2017 einen hohen Stellenwert im Portfolio der neuen Abteilung, so beispielsweise die Neuausrichtung des Finance-Bereichs.

Dank an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Insgesamt gelang es den Beschäftigten der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt hervorragend, sich der wachsenden Geschäftstätigkeit und den damit verbundenen Anforderungen zu stellen. Flexibilität und Einsatzbereitschaft sowie die gezeigte Kompetenz waren auch 2017 erneut vorbildlich. Die Geschäftsführung bedankt sich daher ausdrücklich bei der Belegschaft für ihr Engagement und das dadurch erzielte positive Unternehmensergebnis.

III. Lage

Ertragslage

Der positive Geschäftsverlauf spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung des Konzerns wider. Mit 669,1Mio. € wurde im Jahr 2017 der höchste Umsatz erzielt und damit das bisherige Spitzenjahr 2015 (646,7 Mio. €) um 22,4 Mio. € bzw. 3,5 Prozent übertroffen.

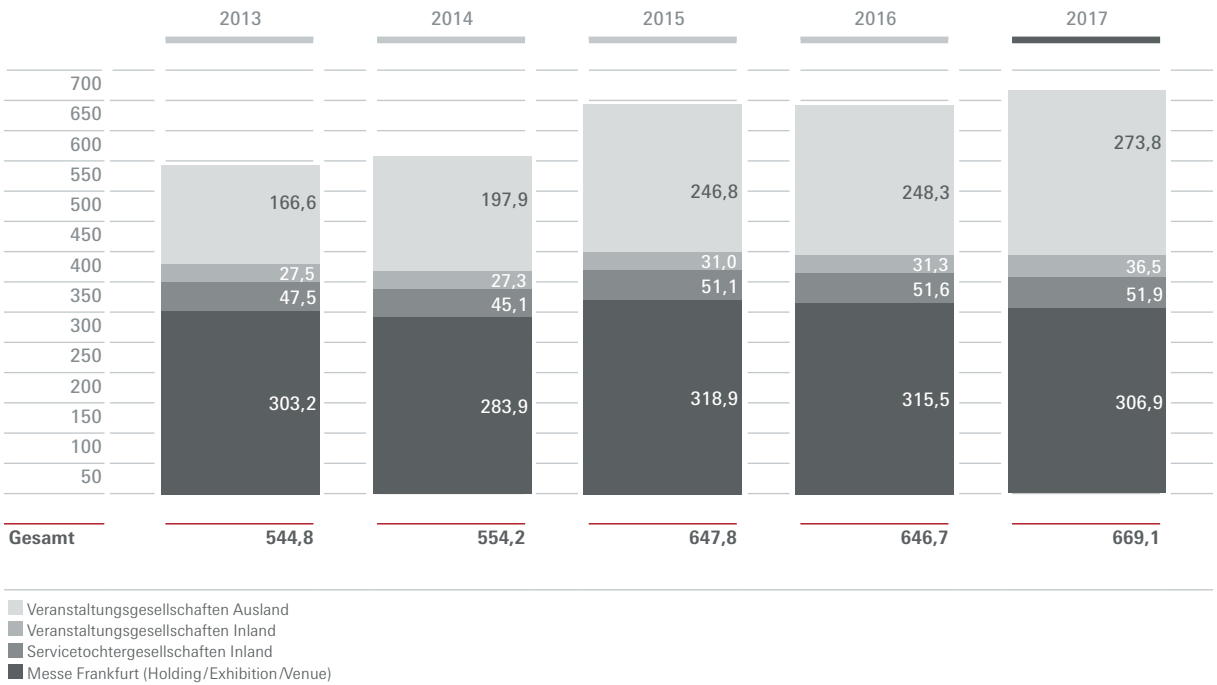
Im Inland ist der Umsatz um 3,2 Mio. € bzw. 0,8Prozent auf 395,2 Mio. € (Vorjahr: 398,4 Mio. €) zurückgegangen und hatte einen Anteil von 59,1Prozent am Konzern-Umsatz (Vorjahr: 61,6Prozent). Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH erzielt mit 195,0 Mio. € einen Umsatz, der turnusbedingt mit –39,1Mio. € unter dem Vorjahr liegt. Die Messe Frankfurt Medien und Service GmbH liegt mit 20,2 Mio. € um –2,6Mio. € ebenfalls unter dem Vorjahr. Hintergrund für diese Entwicklung ist der Turnus der großen Mehrjahresveranstaltungen am Messeplatz Frankfurt. Bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH fanden 2017 die Zweijahresveranstaltungen ISH, Techtextil und Texprocess statt, die hinsichtlich ihrer Leistungskennziffern unter den im Berichtsjahr 2016 durchgeführten Zweijahresveranstaltungen Automechanika und Light + Building liegen. Zusätzlich wurden im Berichtsjahr 2016 noch die IFFA und die Texcare International, die einen Drei- bzw. Vierjahresturnus haben,

durchgeführt. Diese turnusbedingte Entwicklung konnte auch nicht durch die Mehrerlöse der anderen inländischen Gesellschaften kompensiert werden. Die Messe Frankfurt Venue GmbH hat mit 111,9 Mio. € und die Accente Gastronomie Service GmbH mit 31,6 Mio. € turnusbedingt 30,5 Mio. € bzw. 2,8Mio. € mehr Erlöst. Im Jahr 2017 wurden bei der Messe Frankfurt Venue GmbH im Gegensatz zu 2016 die umsatz- und ergebnisstarken Gastveranstaltungen IAA Pkw (Zweijahresturnus) und CPhI durchgeführt.

Am Standort Frankfurt am Main wurde somit ein konsolidierter Umsatz von 358,7 Mio. € generiert, der rund 53,6 Prozent des Konzern-Umsatzes entspricht (zum Vergleich: 2016: 367,1 Mio. €; 2015: 370,0 Mio. €).

Auch die MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart liegt mit einem Umsatz in Höhe von 36,5 Mio. € um 5,2 Mio. € über dem Vorjahr. Der Umsatzanstieg ist bei einer weiterhin positiven Entwicklung der SPS IPC Drives, Internationale Fachmesse für elektrische Automatisierung, insbesondere auf die Formnext zurückzuführen sowie auf die im Zweijahresrhythmus durchgeführten Veranstaltungen PARKEN und EPA.

Umsatzentwicklung des Konzerns in Mio. €



Die ausländischen Tochtergesellschaften haben mit konsolidiert 273,8 Mio. € den Umsatz um 25,6 Mio. € bzw. 10,3 Prozent gesteigert. Der Anteil am Konzern-Umsatz beläuft sich auf 40,9Prozent (Vorjahr: 38,4Prozent). Hierfür waren insbesondere die Mehrumsätze der Tochtergesellschaften in Dubai (+2,0 Mio. €), Frankreich (+3,3 Mio. €) und Argentinien (+16,0 Mio. €) sowie der russischen Gesellschaften (+4,4 Mio. €) ursächlich.

Gegenüber 2015, das vom Veranstaltungsturnus im Inland besser vergleichbar ist, ergibt sich ein ähnliches Bild: Konzernweit wurden 21,3 Mio. € bzw. 3,3 Prozent mehr Erlöst. Dabei fielen die Inlandsumsätze um 5,8 Mio. € bzw. 1,4 Prozent niedriger und die Umsätze im Ausland um 27,1 Mio. € bzw. 10,9 Prozent höher aus.

Im Hinblick auf den für das Geschäftsjahr prognostizierten Konzern-Umsatz ist es gelungen, den Zielwert von rund

653 Mio. € mit 16 Mio. € zu übertreffen. Dabei kamen mehrere Entwicklungen zum Tragen. Zunächst führte insbesondere der Zuschlag für zwei ungeplante Durchführungsaufträge (unter anderem für die Welthandelsorganisation) bei der Tochtergesellschaft in Argentinien zu ungeplanten Mehrumsätzen. Dieser schlägt sich als Sondereffekt einmalig im Berichtszeitraum 2017 nieder. Darüber hinaus ergab sich ein positiver Währungseffekt von 7,8 Mio. €. Weiterhin konnten einige ausländische Gesellschaften wie zum Beispiel in Frankreich und Italien ihren Planumsatz übertreffen. Des Weiteren trug ein verbessertes Kongress- und Event-Geschäft zu einer Umsatzsteigerung bei. Gegenläufig fiel währungskursbereinigt der Umsatz in der Türkei geringer aus. Auch einige neue und etablierte Eigenveranstaltungen in Frankfurt konnten ihren Planumsatz nicht erreichen. Des Weiteren wurden die für 2017 pauschal geplanten Umsatzzuwächse aus Akquisitionen nicht vollumfänglich realisiert.

Umsatzentwicklung des Konzerns (konsolidiert)

	Mio. €			Veränderungen in % zu ⁴	
	2015	2016	2017	2016	2015
Inland					
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt	199,7	234,1	195,0	– 16,7	– 2,4
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt	119,2	81,4	111,9	37,5	– 6,1
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ¹	31,0	31,3	36,5	16,6	17,7
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt	19,3	22,8	20,2	– 11,4	4,7
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt	31,8	28,8	31,6	9,7	– 0,6
Summe Inland	401,0	398,4	395,2	– 0,8	– 1,4
Ausland					
Messe Frankfurt France S. A. S., Paris	20,6	22,6	25,9	14,6	25,7
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand	6,9	6,8	8,5	25,0	23,2
Messe Frankfurt Istanbul L. S., Istanbul	2,4	2,8	2,5	– 10,7	4,2
O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau ²	8,1	6,9	11,3	63,8	39,5
Messe Frankfurt Middle East GmbH, Frankfurt/Dubai	33,7	36,4	38,4	5,5	13,9
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong ¹	149,0	154,9	153,5	– 0,9	3,0
Messe Frankfurt Inc., Atlanta ³	9,6	10,2	8,9	– 12,7	– 7,3
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico City	0,1	0,2	0,2	0,0	++
Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires	15,1	5,9	21,9	++	45,0
South African Shows Messe Frankfurt (Pty) Ltd., Johannesburg	1,3	1,6	2,8	75,0	++
Summe Ausland	246,8	248,3	273,9	10,3	11,0
Konzern- Umsatz	647,8	646,7	669,1	3,5	3,3

¹ Teilkonzern
² inkl. ITEMF Expo A.O., Moskau
³ inkl. PAACE Automechanika Mexico LLC, Atlanta
⁴ Abweichungen über 100% werden mit ++ bzw. -- dargestellt

Beim Ergebnis gelang es dem Konzernverbund nicht, den Vorjahreswert zu übertreffen. Mit 59,9 Mio. € lag das Ergebnis vor Steuern um –13,7 Mio. € bzw. –18,6 Prozent

unter dem des Vorjahres (73,6 Mio. €). Gegenüber dem besser vergleichbaren Jahr 2015 wurden +3,5 Mio. € mehr erwirtschaftet.

Ergebnisentwicklung

	Tsd. €			Veränderungen in % zu	
	2015	2016	2017	2016	2015
Ergebnis vor Steuern	56.395	73.552	59.902	– 18,6	6,2
Ertragsteuern	13.599	19.465	15.114	– 22,4	11,1
sonstige Steuern	4.566	4.283	4.278	– 0,1	– 6,3
Konzern-Jahresüberschuss	38.230	49.804	40.510	– 18,7	6,0

Die sonstigen betrieblichen Erträge (17,4 Mio. €; Vorjahr: 13,4 Mio. €) beinhalten neben dem laufenden Ertrag aus der jährlichen Auflösung des Sonderpostens zum Finanzierungsbeitrag (2,2 Mio. €) im Wesentlichen Erträge aus Kursdifferenzen (7,7 Mio. €; Vorjahr: 4,2 Mio. €), der Auflösung von Rückstellungen (3,0 Mio. €; Vorjahr: 2,8 Mio. €) sowie Erträge aus wertberichtigten Forderungen (1,2 Mio. €).

Den Erlösen stehen betriebliche Aufwendungen von insgesamt 624,7 Mio. € (Vorjahr: 583,8 Mio. €) gegenüber. Sie sind damit um 40,9 Mio. € bzw. 7 Prozent höher ausgefallen als im Vorjahr. Den höchsten Anteil bei den Aufwendungen haben die veranstaltungsbezogenen Aufwendungen mit 342,1 Mio. € nach 307,3 Mio. € im Jahr 2016. Dies entspricht einer Aufwandsquote im Verhältnis zum Umsatz von 51,1Prozent nach 47,5Prozent im Vorjahr. Die veranstaltungsbezogenen Leistungen stellen im Wesentlichen variable Kosten dar und beinhalten sämtliche Aufwendungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit den Veranstaltungen stehen. Neben den Kosten für Besucherwerbung, Pressearbeit, Vertriebsprovisionen und Marketing gehören dazu alle Kosten für Dienstleistungen (zum Beispiel Hostessendienste) sowie Hallenmieten und die Instandsetzung des Geländes in Frankfurt am Main. Der überproportionale Anstieg im Vergleich zur Entwicklung der Umsatzerlöse ergibt sich insbesondere durch die ungeplanten Zusatzaufträge bei der Tochtergesellschaft in Argentinien und den Ausbau des Geschäftsfeldes Automotive sowie Ausgaben für neue Vermarktungskonzepte zur Stabilisierung der laufenden Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt Exhibition GmbH.

Der Personalaufwand summiert sich im Jahr 2017 auf 158,8 Mio. €. Die Erhöhung der durchschnittlichen Anzahl der Mitarbeiter (+70) sowie Gehaltsanpassungen und Auswirkungen der tariflichen Steigerungen am Standort Frankfurt am Main führten zu einem Anstieg der Aufwendungen um 6,4 Mio. € bzw. 4,2 Prozent. Aufgrund der künftigen Geschäftsausweitung ist die Personalkostenquote von 23,6Prozent im Vorjahr auf 23,7 Prozent im Berichtsjahr angestiegen. Die Abschreibungen hingegen sind mit 50,6 Mio. € um 1,6 Mio. € geringer ausgefallen. Sonstige betriebliche Aufwendungen wurden in Höhe von 73,2 Mio. € verbucht und liegen damit um 1,3 Mio. € über dem Vorjahr. Diese Position beinhaltet alle Aufwendungen, die nicht direkt mit den Veranstaltungen in Zusammenhang stehen, zum Beispiel Bürokosten, Leiharbeitskräfte, Aufwendungen aus Kursdifferenzen sowie Beratung und Unternehmensmarketing. Der Anstieg resultiert insbesondere aus höheren Aufwendungen aus Kursdifferenzen sowie gestiegenen Verwaltungs- und Bürokosten.

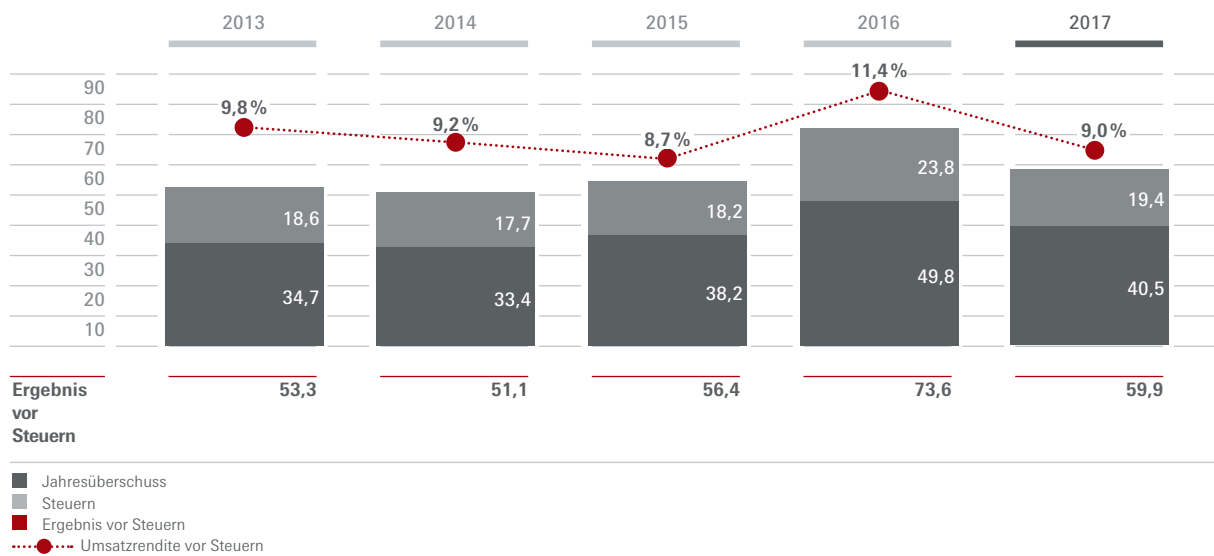
Das Finanz- bzw. Zinsergebnis liegt mit –2,0 Mio. € über Vorjahresniveau (–3,0 Mio. €). Obwohl sich die Zinserträge mit 1,3 Mio. € um 1,6 Mio. € verringerten, haben sich niedrigere Zinsaufwendungen in Höhe von 3,3 Mio. € (Vorjahr: 5,9 Mio. €) positiv auf das Finanz- bzw. Zinsergebnis ausgewirkt.

Nach Abzug der Ertragsteuern (15,1 Mio. €) und der sonstigen Steuern (4,3 Mio. €) ergibt sich ein Konzern-Jahresüberschuss von 40,5 Mio. €, der mit 9,3 Mio. € unter dem des Vorjahres (49,8 Mio. €) und mit 2,3 Mio. € über dem aus 2015 (38,2 Mio. €) liegt.

Die hieraus resultierende Umsatzrendite vor Steuern beträgt 9,0 Prozent nach 11,4 Prozent im Vorjahr. Im Verhältnis zum Eigenkapital zu Beginn des Geschäftsjahres (505,8 Mio. €)

errechnet sich eine Vorsteuerrendite von 11,8 Prozent (Vorjahr: 15,5 Prozent).

Konzern-Ergebnis vor Steuern (in Mio. €) und Umsatzrendite



Im Vergleich zur Planung wurde das Ergebnis vor Ertragsteuern um rd. 1,4 Mio. € unterschritten. Ursächlich hierfür war der geplante, aber nicht realisierte Teilverkauf eines Grundstücks. Der fehlende Ergebnisbeitrag konnte weitestgehend kompensiert werden. Der ungeplante Umsatz aus den Durchführungsveranstaltungen führte analog zu höheren veranstaltungsbezogenen Aufwendungen. Im sonstigen betrieblichen Aufwand hingegen konnten Reduzierungen der Planwerte erreicht werden. Neben geringfügig niedrigeren Personalkosten wurden vor allem die geplanten Aufwendungen für Marketing und IT unterschritten. Gegenläufig zur Planung musste für voraussichtliche Verluste für Veranstaltungen des Folgejahres eine höhere Vorsorge (+2,0 Mio. €) getroffen werden und es hat sich ein negativer Saldo aus Kursgewinnen und -verlusten ergeben

(–1,0 Mio. €). Ein weiterer ergebnisbelastender Effekt resultierte aus dem Finanzergebnis. Das weiterhin andauernde niedrige Zinsniveau führte entgegen der Planung zu einem erhöhten Aufzinsungsbedarf von –2,0 Mio. € für Instandhaltungs- und Bauerneuerungsrückstellungen.

Insgesamt fiel der Jahresüberschuss mit 40,5 Mio. € um 2,8 Mio. € niedriger als geplant aus.

Die operative Ergebnisentwicklung spiegelt sich in der Ergebniskennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation) wider. Diese beträgt im Berichtsjahr 108,2 Mio. € nach 124,5 Mio. € im Vorjahr. Bezogen auf den Umsatz resultiert hieraus eine EBITDA-Marge des Geschäftsjahres von 16,2 Prozent (Vorjahr: 19,2 Prozent).

EBITDA-Entwicklung

	Tsd. €			Veränderungen in Tsd. € zu	
	2015	2016	2017	2016	2015
Konzern-Jahresüberschuss	38.230	49.804	40.510	–9.294	2.280
Ertragsteuern	13.599	19.465	15.114	–4.351	1.515
zuzüglich Finanzergebnis	1.926	2.978	2.000	–978	74
Abschreibungen	55.516	52.215	50.618	–1.597	–4.898
Konzern-EBITDA	109.271	124.462	108.242	–16.220	–1.029
EBITDA-Marge	16,9%	19,2%	16,2%		

Im Folgenden werden die Ergebnisse vor Konsolidierung der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Gesellschaften bzw. Teilkonzerne erläutert.

Das Stammhaus, Messe Frankfurt GmbH, weist einen Jahresüberschuss von 28,4 Mio. € aus nach 46,9 Mio. € im Vorjahr. Diese Entwicklung ist trotz geringerer betrieblicher Aufwendungen insbesondere auf ein niedrigeres Finanzergebnis (–24,3 Mio. €) zurückzuführen. Das Finanzergebnis beträgt 34,9 Mio. € nach 59,2 Mio. € im Vorjahr. Neben einem um 1,5 Mio. € verringerten Zinsergebnis haben sich die Erträge aus Gewinnabführung und Ertragsteuerumlage um 22,8 Mio. € reduziert. Diese Entwicklung resultiert aus den Ergebnisabführungsverträgen mit den Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Exhibition GmbH und Messe Frankfurt Venue GmbH. Dabei führte die Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Berichtsjahr mit 15,3 Mio. € (Vorjahr: 35,4 Mio. €) einen um 20,1 Mio. € niedrigeren Gewinn und die Messe Frankfurt Venue GmbH mit 13,1 Mio. € (Vorjahr: 10,7 Mio. €) ein um 2,4 Mio. € höheres Ergebnis ab. Die vereinnahmte Ertragsteuerumlage ist im Berichtsjahr mit 5,4 Mio. € (Vorjahr: 10,6 Mio. €) deutlich gesunken.

Die Messe Frankfurt Exhibition GmbH erzielte ein Ergebnis vor Ertragsteuern und Ergebnisabführung von 15,3 Mio. € (Vorjahr: 41,6 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere dadurch begründet, dass 2017 die umsatzstarken Zweijahresveranstaltungen Automechanika und Light + Building sowie die IFFA und Texcare International, die einen Drei- bzw. Vierjahresturnus haben, nicht stattfanden. Die stattdessen durchgeführten Mehrjahresveranstaltungen ISH, Tectextil und Texprocess (alle im Zweijahresturnus) weisen in Summe einen niedrigeren Umsatz aus. Dies führte zu einem Umsatz vor Konsolidie-

rung in Höhe von 234,7 Mio. €, der um 41,4 Mio. € unter dem des Vorjahres liegt.

Trotz turnusbedingt niedrigerer veranstaltungsbezogener Aufwendungen (–18,8 Mio. €), gesunkenen sonstigen betrieblichen Aufwendungen (–0,3 Mio. €) in Verbindung mit den rückläufigen Abschreibungen (–1,7 Mio. €) sowie den Steigerungen der Personalkosten (+1,4 Mio. €) ergibt sich ein negatives Betriebsergebnis von –11,7 Mio. € (Vorjahr: 11,8 Mio. €). Auch das Finanzergebnis hat sich mit 27,1 Mio. € (Vorjahr: 29,9 Mio. €) insbesondere aufgrund niedriger Beteiligungserträge der Tochtergesellschaften in China, Dubai und Stuttgart um 2,8 Mio. € verringert.

Für die Messe Frankfurt Venue GmbH war das Geschäftsjahr 2017 ergebnisstärker, da turnusbedingt die große Gastveranstaltung IAA Pkw sowie die CPhI stattgefunden haben. Mit insgesamt 205,5 Mio. € wurde nach den Spitzenumsätzen (vor Konsolidierung) der Jahre 2015 (210,8 Mio. €) und 2013 (201,5 Mio. €) der zweithöchste Umsatz in der Geschichte der Gesellschaft erzielt. Die Umsätze mit der Schwestergesellschaft, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, fielen dagegen – ebenfalls turnusbedingt – gegenüber dem Vorjahr deutlich niedriger aus. Die Aufwendungen betrugen 192,3 Mio. € nach 187,0 Mio. € im Vorjahr. Wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung hatten die um 4,4 Mio. € bzw. 4,6 Prozent auf 98,5 Mio. € erhöhten veranstaltungsbezogenen Aufwendungen. Die Erhöhung ist hauptsächlich auf die unterschiedlichen Kostenstrukturen des Veranstaltungsmix zurückzuführen. Neben dem Veranstaltungsturnus wirken sich vor allem höhere Instandhaltungs- und Bauerneuerungsrückstellungen aufwandserhöhend aus. Die Personalkosten sind aufgrund der tariflichen Steigerungen um 0,4 Mio. € bzw. 2,2 Prozent

auf 20,9 Mio. € angestiegen. Gleiches gilt für die sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die im Wesentlichen Verwaltungsumlagen der Messe Frankfurt GmbH, Raumnebenkosten sowie Miet- und Pachtaufwendungen enthalten. Sie betragen 39,8 Mio. € und haben sich um 0,7 Mio. € gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht. Die Abschreibungen sind mit 33,1 Mio. € (Vorjahr: 33,4 Mio. €) etwa auf Vorjahresniveau.

Das Finanzergebnis fällt mit 4,4 Mio. € um 1,3 Mio. € geringer aus als im Vorjahr. Dies ist insbesondere auf niedrigere Beteiligungserträge der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH und der Accente Gastronomie Service GmbH in Höhe von 8,4 Mio. € (Vorjahr: 12,1 Mio. €) zurückzuführen. Gegenläufig hat sich das Zinsergebnis nach –6,4 Mio. € auf –4,0 Mio. € verbessert. Dies begründet sich insbesondere mit einer niedrigeren Aufzinsung von Instandhaltungs- und Bauerneuerungsrückstellungen und durch im Vorjahr erfasste Bankzinsen.

Hieraus resultiert ein Ergebnis vor Steuern von 21,6 Mio. € nach 18,1 Mio. € im Vorjahr. Unter Berücksichtigung der Ertragsteuerumlage in Höhe von 5,4 Mio. € und der sonstigen Steuern (3,1 Mio. €) verbleibt ein Ergebnis vor Gewinnabführung in Höhe von 13,1 Mio. € (Vorjahr: 10,7 Mio. €).

Die Ergebnisse der in- und ausländischen Gesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH haben eine differenzierte Entwicklung genommen. Insgesamt summieren sich die ausländischen Jahresergebnisse im Berichtsjahr vor Konsolidierung auf 36,3 Mio. € nach 25,0 Mio. € im Vorjahr. Wesentlichen Anteil daran hat der asiatische Teilkonzern, der 19,8 Mio. € nach 15,1 Mio. € im Jahr 2017 erwirtschaftet hat. Weitere nennenswerte Gewinnanteile erwirtschafteten die Messe Frankfurt Middle East GmbH mit ihrer Betriebsstätte in Dubai mit 4,6 Mio. € (Vorjahr: 4,9 Mio. €), die Tochtergesellschaft in Argentinien mit 1,7 Mio. € (Vorjahr: 0,4 Mio. €), die Tochtergesellschaft in Frankreich mit 2,8 Mio. € (Vorjahr: 2,5 Mio. €), die Tochtergesellschaft in Italien mit 1,2 Mio. € (Vorjahr: 1,1 Mio. €) sowie die russischen Gesellschaften mit 2,9 Mio. € (Vorjahr: 0,9 Mio. €).

Aber auch die inländische MESAGO Messe Frankfurt GmbH in Stuttgart trug mit einem Ergebnis vor Steuern und einer Gewinnabführung von 5,5 Mio. € (Vorjahr: 6,7 Mio. €) einen wesentlichen Anteil zum Konzernerfolg bei.

Vermögens- und Finanzlage

Das Anlagevermögen des Konzerns Messe Frankfurt ist im Wesentlichen geprägt durch die Grundstücke und Gebäude

sowie die Messerechte und Firmenwerte. Im Berichtsjahr wurden Investitionen in Höhe von rund 125,4 Mio. € vorgenommen (Vorjahr: 101,6 Mio. €). Davon entfielen 21,3 Mio. € auf immaterielle Vermögensgegenstände, insbesondere für Softwarelizenzen und Messerechte, sowie für aufgedeckte stille Reserven im Rahmen der Erstkonsolidierung der neuen Gesellschaft in Peking. Darüber hinaus wurden 103,9 Mio. € in Sachanlagen investiert, die hauptsächlich die Kosten für die neue Halle 12 sowie die Erweiterung der Via Mobile betreffen. 7,6 Mio. € entfallen auf Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Die restlichen Zugänge betreffen kleinere Infrastrukturmaßnahmen. Das im Vorjahr prognostizierte Investitionsvolumen in Höhe von 150,0 Mio. € wurde aufgrund des Baufortschritts der neuen Halle 12 nicht ganz erreicht. Zum Jahresende 2017 wird unter Berücksichtigung der Abschreibungen (50,6 Mio. €) und der Anlagenabgänge ein Anlagevermögen von 708,6 Mio. € (Vorjahr: 636,3 Mio. €) bilanziert, was einem Anteil von rund 70 Prozent an der Bilanzsumme (1.013,9 Mio. €) entspricht.

Das Umlaufvermögen ist um 51,8 Mio. € auf 300,7 Mio. € gestiegen. Dabei haben sich insbesondere die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 25,5 Mio. €, der Bestand an Kassen- und Bankguthaben um 23,2 Mio. € und die Wertpapiere um 3,2 Mio. € erhöht.

Auf der Passivseite wird für das Eigenkapital aufgrund des im Geschäftsjahr erzielten Jahresüberschusses (40,5 Mio. €), der erfolgten Ausschüttungen (17,8 Mio. €, davon 13,0 Mio. € an die Gesellschafter der Messe Frankfurt GmbH) und der Veränderungen des Minderheitskapitals (+2,1 Mio. €) ein Wert von 526,7 Mio. € bilanziert, der um 20,9 Mio. € über dem Vorjahr (505,8 Mio. €) liegt. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von rund 52 Prozent (Vorjahr: rund 57 Prozent) und führt zu einer Anlagendeckung 1. Grades von rund 74 Prozent (Vorjahr: rund 79 Prozent). In Verbindung mit dem eigenkapitalnahen Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (14,7 Mio. €) sowie dem ebenfalls überwiegend langfristig zur Verfügung stehenden Anteil des passiven Rechnungsabgrenzungspostens von 17,6 Mio. €, den mittel- und langfristigen Rückstellungen (41,3 Mio. €) sowie den mittel- und langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten von 79,2 Mio. € erhöht sich die Anlagendeckung 2. Grades auf 95 Prozent (Vorjahr: 90 Prozent).

Die Rückstellungen haben sich mit 109,3 Mio. € gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Mio. € erhöht. Sie umfassen neben den einzeln ausgewiesenen Pensions- bzw. Steuerrückstellungen (+0,1 Mio. € bzw. –5,1 Mio. € zum Vorjahr) insbesondere

Rückstellungen für unterlassene Instandsetzungsmaßnahmen und Bauerneuerungsverpflichtungen (+4,5 Mio. € zum Vorjahr), ausstehende Rechnungen (–1,7 Mio. € zum Vorjahr), für Ansprüche der Belegschaft (–0,8 Mio. € zum Vorjahr) sowie drohende Verluste für Veranstaltungen des Folgejahres (+1,1 Mio. € zum Vorjahr). Die sonstigen Rückstellungen betragen insgesamt 77,7 Mio. € (+6,1 Mio. € zum Vorjahr).

Die Verbindlichkeiten des Konzerns summieren sich auf 333,6 Mio. € (Vorjahr: 227,8 Mio. €). Dies entspricht einem Anteil von rund 33 Prozent an der Bilanzsumme und führt – im Verhältnis zum Eigenkapital – zu einem Verschuldungsgrad von rund 63 Prozent nach rund 45 Prozent im Vorjahr. Im Laufe des Jahres 2017 wurde zur Finanzierung der neuen Halle 12 ein Bankdarlehen mit festem Zinssatz und einer Laufzeit von zehn Jahren in Höhe von insgesamt

90,0 Mio. € aufgenommen, das im Folgejahr mit 10,8 Mio. € zu tilgen ist. Des Weiteren sind die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stichtagsbedingt um 9,0 Mio. € und die sonstigen Verbindlichkeiten um 9,8 Mio. € höher ausgefallen. Andererseits haben sich die von Ausstellern erhaltenen Anzahlungen für die Messen des ersten Quartals 2018 um 3,0 Mio. € gegenüber dem Vorjahr verringert.

Finanzierung

Der Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (106,2 Mio. €) konnte aus dem positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit (64,5 Mio. €) sowie durch den Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit (72,0 Mio. €) vollständig gedeckt werden. Aufgrund der Cashflows ergibt sich für den Finanzmittelfonds am Ende der Periode mit 169,0 Mio. € ein um 30,3 Mio. € höherer Wert.

Entwicklung des Finanzmittelfonds (in Mio. €)

	2015	2016	2017
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	165,7	164,7	138,7
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	110,3	121,1	64,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	–80,6	–68,5	–106,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–30,5	–78,6	72,0
Zahlungswirksame Veränderungen	–0,8	–26,0	30,3
Konsolidierungsbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	–0,2	0,0	0,0
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	164,7	138,7	169,0

Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf und zur Lage der Gesellschaft

Aufgrund der guten Ertragslage sowie der geordneten Finanzlage ist die Geschäftsführung mit dem Geschäftsjahr 2017 sehr zufrieden.

IV. Prognose-, Chancen- und Risikobericht

Gestützt von der Binnennachfrage und den Exporten wird sich im kommenden Jahr der Aufschwung in Deutschland fortsetzen. Die gute Stimmung in der deutschen Wirtschaft zeigt sich auch in den Ergebnissen des ifo Konjunkturtests. Aufgrund steigender Beschäftigung, höherer Effektivlöhne und zunehmender Transfereinkommen wird der private Konsum weiter expandieren. Schwächer als bisher wird hingegen der öffentliche Konsum wachsen. Hierbei schlägt sich die deutlich verringerte Fluchtmigration nieder. Angesichts des weiter zunehmenden Auslastungsgrads werden zudem die Unternehmensinvestitionen zulegen. Darüber hinaus führt die große weltwirtschaftliche Dynamik zu einem deutlichen Exportwachstum. Für das Jahr 2018 ist mit einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland von 2,6Prozent zu rechnen.⁷

Das anziehende Wachstum der Weltwirtschaft sorgt, auch nach Einschätzung der deutschen Außenhandelskammern, für einen positiven Ausblick bei deutschen Unternehmen. Die aktuelle Geschäftslage und die Erwartungen der deutschen Unternehmen und Mitgliedsfirmen der Auslandshandelskammern bleiben auf hohem Niveau. Der Aufschwung weltweit steht auf vielen Säulen – die Stabilität ist jedoch risikobehaftet. So entwickelt sich die Konjunktur in vielen Ländern nur schleppend. Politische Krisen und Unsicherheiten über die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen gefährden oder verhindern eine insgesamt bessere Entwicklung.⁸ Auch das Team von Deutsche Bank Research erwartet, dass das Konjunkturmomentum 2018 anhalten wird. In den USA könnte die sich abzeichnende Steuerreform insbesondere den Investitionen einen kräftigen Schub geben und das BIP-Wachstum trotz erwarteter Zinsanhebungen durch die Fed beschleunigen. Die Erholung der Schwellenländer dürfte sich, ungeachtet einer Verlangsamung in China, weiter fortsetzen.⁹ Die konjunkturellen Frühindikatoren bleiben für den Euroraum übereinstimmend positiv. Konsumenten- und Unternehmensvertrauen setzen ihren Aufwärtstrend fort. Verbesserungen der Lage am Arbeitsmarkt und bei den Kreditvergabebedingungen dürften die Inlandsnachfrage weiter anregen, und der positive Ausblick der Weltwirtschaft sollte für eine steigende Exportnachfrage sorgen.⁷

Die Brexit-Verhandlungen, die fragile Situation im Bankensektor einzelner EU-Mitgliedstaaten und langfristig stei-

gende Zinssätze stellen potenzielle Abwärtsrisiken dar, vor allem für die EU. Ein „harter Brexit“ hätte vor allem für Großbritannien, aber auch für die EU deutlich negative wirtschaftliche Effekte. Die Probleme im europäischen und insbesondere im italienischen Bankensektor sind nach wie vor vorhanden, wenn auch in geringerem Umfang als noch vor einem halben Jahr. Ein weiteres Risiko für die Weltwirtschaft stellt die Entwicklung in China dar. Dort hat sich die Verschuldung im Unternehmenssektor in den vergangenen Jahren massiv ausgeweitet und befindet sich jetzt auf einem im internationalen Vergleich sehr hohen Niveau. Dadurch erhöht sich das Finanzstabilitätsrisiko in China, und es besteht die Gefahr eines krisenhaften Einbruchs.⁷

Unabhängig von potenziellen Risiken in der Weltwirtschaft rechnet der AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft für das Jahr 2018 bei den 178 geplanten Messen erneut mit leicht wachsenden Ausstellerzahlen und mit wieder zulegenden Besucherzahlen im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen. Eine tendenziell optimistische Stimmung in der Branche ergab auch eine Umfrage des AUMA bei den Messeveranstaltern im Rahmen der Verbandsumfrage des Instituts der Deutschen Wirtschaft im Dezember 2017. Danach erwartet eine deutliche Mehrheit der deutschen Messegesellschaften 2018 einen höheren Umsatz.¹⁰ Einige Messeveranstalter erwarten zwar ein etwas schlechteres Geschäftsergebnis, die Gründe liegen aber ausschließlich in einem turnusgemäß schwächeren Messeprogramm. Generell ist die Akzeptanz des Instruments Messe im In- und Ausland weiterhin hoch. Da in Deutschland über die Hälfte der Aussteller aus dem Ausland kommt, profitieren die deutschen Messen in erheblichem Umfang von Kunden aus aller Welt.¹¹ Dies belegt auch die Untersuchung für den AUMA-Messetrend: Über ein Viertel der deutschen ausstellenden Unternehmen will in den Jahren 2018 und 2019 mehr Geld in Messebeteiligungen im In- und Ausland investieren. 57 Prozent planen gleich hohe und nur 14 Prozent geringere Aufwendungen. Im Durchschnitt wollen die Firmen ihre Messe-Etats für die nächsten zwei Jahre um 4 Prozent steigern, verglichen mit 2016/2017. Gegenwärtig investieren die deutschen ausstellenden Unternehmen 48 Prozent ihrer B2B-Marketing-Etats in Messen, vor zehn Jahren waren es rund 40 Prozent.¹²

Auch die internationale Messewirtschaft setzt die positive Entwicklung des vergangenen Jahres im Jahr 2018 fort. In Amerika, Europa, Asien und dem Nahen Osten rechnet eine große Mehrheit der Unternehmen mit steigenden Umsätzen. In Südafrika liegt die Rate etwas niedriger, aber auch hier erwartet über die Hälfte der Messeunternehmen ein positives Geschäft. Dennoch werden auch Herausforderungen gesehen. Für ein Viertel steht die Wirtschaftslage des Heimatmarktes im Fokus, fast genauso viele richten ihr besonderes Augenmerk auf den Wettbewerb innerhalb der Messebranche. Aber auch die weltweite Wirtschaftsentwicklung ist weiterhin ein Thema. Dem wollen die Messeunternehmen nicht nur mit Neugeschäft innerhalb des bestehenden Geschäfts begegnen, sondern auch mit neuen Geschäftsmodellen wie anderen Veranstaltungsformaten, dem Digital-Geschäft und Marketing-Dienstleistungen. Ein Drittel der Firmen rechnet damit, in fünf Jahren 5–10 Prozent des Umsatzes mit neuen Geschäftsmodellen zu erwirtschaften, ein weiteres Drittel geht sogar von 10–25 Prozent aus. In zehn Jahren wird der Anteil neuer Geschäftsmodelle einen noch größeren Anteil haben und bedeutend zum Umsatz beitragen.¹³

Markt-, Branchen- und Veranstaltungsrisiken
Vor dem Hintergrund dieser Konjunktur- und Branchenerwartungen sieht die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt grundsätzlich weitere Wachstumspotenziale sowohl im Inland als auch im Ausland, insbesondere in folgenden Handlungsfeldern:

- Steigerung der Auslastung am Standort Frankfurt
- Weitere Internationalisierung der Messemarken durch Ausrollen in definierte Märkte
- Erweiterung der Marktanteile an Serviceleistungen sowohl im Bereich der Hardware (Standbau, Catering, Advertising) als auch zunehmend im Bereich digitaler Dienstleistungen

Die Geschäftstätigkeit der Messe Frankfurt ist jedoch auch abhängig von der allgemeinen Konjunktur und den Entwicklungen der jeweiligen Branchen, für die Veranstaltungen etabliert sind oder neu aufgebaut werden sollen. Die Messe Frankfurt versucht, durch Kundenentwicklungsstrategien die Veranstalter, Aussteller und Besucher möglichst langfristig an das Unternehmen zu binden. Die weiter zunehmende Globalisierung und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts erfordern dabei optimierte, weltweit koordinierte Systeme zur Kundenansprache und -betreuung.

Neben dem allgemeinen Risiko, das sich aus konjunkturellen Schwankungen ergibt, prüft die Messe Frankfurt andererseits auch deren Chancen, um so zum Beispiel durch Zukäufe oder Kooperationen weiter zu wachsen und ihre Ertragskraft zu stärken. Zur Steuerung dieser Projekte und der damit verbundenen Risiken wurden organisatorische und personelle Maßnahmen eingeleitet, um eine erfolgreiche Implementierung der neuen Veranstaltungen bzw. Geschäftsfelder im In- und Ausland sicherzustellen.

Im Hinblick auf eine weitere Internationalisierung des Veranstaltungsgeschäfts verfolgt die Messe Frankfurt zwei Richtungen: zum einen die weitere Steigerung der Internationalität ihrer Leitmessens in Frankfurt, zum anderen – neben der ständigen Weiterentwicklung der etablierten Produkte – den weiteren Ausbau des Messegeschäfts im Ausland. Im Geschäftsjahr 2018 sind außerhalb Deutschlands zehn neue Veranstaltungen geplant. Davon gehen fünf im Mittleren Osten, drei in Asien sowie zwei in Amerika an den Start.

Die konjunkturellen Probleme in wichtigen Veranstaltungsbranchen, verbunden mit strukturellen Schwierigkeiten wie der fortschreitenden Konzentration im Handel, stellen für Marken wie die Tendence oder die Musikmesse weltweit eine ernste Herausforderung dar. Viele Unternehmen dieser Branchen sind entweder vom Markt verschwunden oder reduzieren bzw. streichen ihre Messebeteiligungen.

Durch Neukonzeptionen, Arrondierungen und verstärkte Akquisitionsbemühungen sollen diese Entwicklungen kompensiert werden. Im Herbst 2017 hatte die Hypermotion, eine Fachmesse mit begleitenden Kongressen zu intelligenten Systemen und Lösungen für Verkehr, Mobilität, Logistik und digitaler Infrastruktur, ihren erfolgreichen Erstaufttritt in Frankfurt. Des Weiteren konnte sich die Messe Frankfurt Venue GmbH aufgrund ihres Standorts Frankfurt am Main als fester Partner der Gastveranstaltung CPhI behaupten. Die CPhI, die im Rahmen ihres „Wanderzyklus“ durch Europa normalerweise erst wieder in vier Jahren in Frankfurt Station machen würde, wird schon 2019 wieder ihre Tore in Frankfurt öffnen.

Veränderungen in einzelnen Branchen oder Ortswechsel von Veranstaltungen bieten Möglichkeiten für eigene Neu- bzw. Weiterentwicklungen bestehender Konzepte.

⁷ ifo institut: ifo Konjunkturbericht 4/2017 erstellt für die Messe Frankfurt GmbH
⁸ Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (Hrsg.): AHK World Business Outlook, November 2017
⁹ Deutsche Bank Research: Ausblick Deutschland vom 14. Dezember 2017
¹⁰ www.AUMA.de: Pressemitteilung vom 22. Januar 2018, „Deutsche Messen 2017: Mehr Aussteller und Standfläche“
¹¹ Institut der deutschen Wirtschaft Köln: Anlage zur Pressemitteilung vom 27. Dezember 2017
¹² www.AUMA.de: Pressemitteilung vom 8. Januar 2018, „Aussteller investieren mehr in Qualität der Messeauftritte“

¹³ UFI The Global Association of the Exhibition Industry: 20th Global Exhibition Barometer, Januar 2018

Risiken im Ausland

Die Messe Frankfurt veranstaltet grundsätzlich keine Messen in akut unsicheren Regionen, dennoch besteht in manchen Regionen ein Risiko durch politische Konflikte oder terroristische Aktivitäten. Für die Veranstaltungen der Tochtergesellschaften in Dubai und in der Türkei können sich aufgrund der möglichen politischen Entwicklungen im Nahen und Mittleren Osten Schwierigkeiten bei der Aussteller- und Besuchergewinnung sowie neuen Messeprojekten ergeben. Auch die Situation der Tochtergesellschaft in Russland ist noch geprägt von der unsicheren weiteren politischen und wirtschaftlichen Entwicklung.

Auch in den Boom-Regionen wie China kommt es inzwischen zu Marktkonsolidierungen und Fusionen, die zu einem Rückgang der Ausstellerzahlen in den jeweiligen Branchen führen können.

Der Messemarkt in Europa ist weitgehend gesättigt. Zudem ist die Wirtschaftslage in einigen Regionen außerhalb Europas nach wie vor volatil, wovon auch einige Tochtergesellschaften betroffen sind (Russland, Argentinien, Mittlerer Osten). Daher ist die Gefahr immanent, in diesen Ländern Veranstaltungen und damit Marktanteile zu verlieren. Hinzu kommen teilweise schwer planbare politische Entscheidungen mit mittelbaren Auswirkungen auf das Messegeschäft in einzelnen Ländern.

Ebenso könnte sich die veränderte politische Lage in den USA negativ auf die Aktivitäten der Tochtergesellschaften in den USA und Mexiko auswirken.

Die Messe Frankfurt und ihre Tochtergesellschaften setzen diesen allgemeinen politischen Risiken ihre Qualitätsstandards und das internationale Vertriebsnetz entgegen, die es trotzdem ermöglichen sollen, deutlich internationaler ausgerichtete Messen von hoher Qualität anzubieten.

Für die Tochtergesellschaften besteht ein weiteres Risiko darin, dass sie über kein eigenes Gelände verfügen und somit von den lokalen Messeinfrastrukturen und Messeplatzbetreibern abhängig sind. Andererseits sind die Tochtergesellschaften so auch flexibel und können auf regionale Veränderungen der Märkte und Branchen mit einem Wechsel des Veranstaltungsorts reagieren. Herausforderungen bestehen darin, geeignete Zeitslots sowie ausreichende Hallenflächen in der gewünschten Qualität zu akzeptablen Konditionen zu finden. Zusätzlich ergeben sich Risiken aus gestiegenen Sicherheitsanforderungen an

die Veranstalter von Messen sowie Unwägbarkeiten beim Wechsel an neue Veranstaltungsorte.

Weitere Risiken ergeben sich bei Veranstaltungen, die zusammen mit einem Partner organisiert oder vermarktet werden. Trotz umfassender Prüfungen im Vorfeld von Kooperationen kann es zu nicht vorhersehbaren Fehleinschätzungen kommen.

Einige Tochtergesellschaften verfügen über ein relativ kleines, oft auf wenige Themen fokussiertes Veranstaltungsportfolio. Daraus ergibt sich eine größere Abhängigkeit von einzelnen Veranstaltungen und Branchen. Diesem Risiko wird mit dem weiteren Rollout von Brand-Veranstaltungen, der Neuentwicklung von Messethemen und zusätzlichen Services begegnet.

Tochtergesellschaften mit ergänzenden Geschäftsfeldern wie Website-Business oder Verlagsgeschäft tragen zur weiteren Diversifizierung der Risiken dieser Segmente bei.

Tochtergesellschaften, die stark vom Vertrieb einzelner Veranstaltungen abhängen, haben grundsätzlich ein höheres Risiko als Tochtergesellschaften mit einem breiten Veranstaltungsportfolio oder Tochtergesellschaften mit einem ergänzenden breiten Serviceangebot.

Gelände- und Baurisiken

Die laufende Modernisierung des Geländes in Frankfurt ist Voraussetzung zur Erfüllung der steigenden Kundenbedürfnisse. Risiken können sich durch zusätzlich notwendige Bau- und Instandhaltungsmaßnahmen ergeben, die erst im Rahmen von Sanierungsarbeiten erkannt werden oder aufgrund von Sicherheitsbestimmungen kurzfristig ungeplant umgesetzt werden müssen.

Großprojekte wie zum Beispiel der Neubau der Halle 12 bergen aufgrund der Langfristigkeit der Vorhaben Risiken durch nicht vorhersehbare Entwicklungen bei den Kostenstrukturen.

Dem Risiko, dass durch Katastrophen oder Krisen Veranstaltungen oder das Messegelände bedroht werden, wird durch entsprechende Versicherungen und Sicherheitsmaßnahmen wie konzernweit abgestimmte Notfallpläne und Kommunikationsmaßnahmen sowie mithilfe des Operation & Security Center begegnet.

Administrative Risiken

Grundsätzlich verfolgt die Gesellschaft bei Finanzierungen im Hinblick auf Zinsrisiken eine konservative Strategie. Zinsänderungsrisiken, die sich negativ auf das Ergebnis auswirken, sollen weitestgehend vermieden werden. Je nach Marktlage werden jedoch sich bietende Chancen genutzt, um Zinsaufwendungen zu reduzieren oder gering zu halten. Der Einsatz von Derivaten ist grundsätzlich nur mit Grundgeschäftsbezug gestattet.

Ergebnisschwankungen durch Fremdwährungsrisiken sollen nach Möglichkeit reduziert werden. Der Abschluss von Devisen-Derivaten ist an Grundgeschäfte bzw. verbindliche Planannahmen gebunden. Sie werden vor allem bei Ausschüttungen ausländischer Tochtergesellschaften und bei internen Geldanlagen vorgenommen. Zum Bilanzstichtag bestanden im Konzern fünf Währungsicherungen.

Dem Liquiditäts- und dem Ausfallrisiko von Forderungen beugt die Gesellschaft dadurch vor, dass sie ihre Leistungen im Vorfeld der Veranstaltungen fakturiert und fällig stellt. Darüber hinaus verfügt die Gesellschaft über ein adäquates Debitorenmanagement und ein effektives Mahnwesen. Darüber hinaus läuft am Standort Frankfurt während der laufenden Messen ein Inkasso für alle offenen Forderungen aus Vorveranstaltungen bzw. fakturierten, aber noch nicht beglichenen Leistungen. Forderungsausfälle sind daher nur in Ausnahmefällen zu verzeichnen.

Durch die zunehmende Globalisierung der Unternehmensgruppe und die wachsende Bedeutung des Auslandsgeschäfts stellen die Etablierung und Optimierung von weltweit koordinierten Systemen und Strukturen eine stetige Herausforderung dar. Steigende Anforderungen aus den Bereichen Governance und Datenschutz können vor allem bei gleichzeitig wachsender Internationalisierung zu erhöhtem Aufwand führen, um die gesetzlichen Vorgaben und Regelungen zu erfüllen.

Weitere Risiken

Darüber hinaus werden keine den Bestand oder die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft gefährdenden Risiken gesehen.

Risikomanagementsystem

Die Chancen und Risiken des Konzerns Messe Frankfurt sowie die Maßnahmen zur Risikosteuerung werden in einem konzernweit einheitlichen und durchgängigen

Risikomanagementsystem zusammengefasst. In dieses sind auch die Tochtergesellschaften eingebunden. Es wurden Frühwarnsignale definiert, mit deren Hilfe Risiken der künftigen Entwicklung rechtzeitig erkannt werden können. Dazu gehören beispielsweise Branchenentwicklungen, Konkurrenzaktivitäten sowie Aussteller- und Besucherentwicklung.

Im Risikomanagementhandbuch sind vor allem die Risikogrundsätze, der Risikomanagementprozess sowie die Dokumentation und Überwachung des Risikomanagementsystems festgelegt. Das Risikomanagement ist als kontinuierlicher Prozess gestaltet und wird regelmäßig auf Angemessenheit überprüft und bei Bedarf optimiert.

2017 wurde ein neues Risikomanagement-Tool ausgewählt und implementiert, um den Risikomanagementprozess effektiver zu unterstützen. Das Tool wird ab 2018 produktiv eingesetzt werden.

Gesamtaussage

Aufgrund der konjunkturellen Rahmenbedingungen und des weiterhin hohen Stellenwerts von Messen und Ausstellungen im Rahmen des Marketings der Aussteller sieht sich die Geschäftsführung der Messe Frankfurt GmbH gut gerüstet, um die sich bietenden Chancen nutzen und die Risiken bewältigen zu können.

Prognose

Die Unternehmensgruppe erwartet für 2018 erneut ein positives Geschäftsjahr. Anlass hierzu geben das starke Interesse und die stabile Nachfrage nach den großen Messen im Frühjahr 2018 im In- und Ausland und der damit verbundene Flächenbedarf. Der Turnus der Veranstaltungen am Standort Frankfurt führt dazu, dass im anstehenden Geschäftsjahr zwar keine besucherstarke IAA Pkw stattfindet, dafür aber wieder die große GastveranstaltungACHEMA und weitere neue Gastveranstaltungen sowie die beiden großen Eigenveranstaltungen Automechanika und Light+ Building. Entsprechend wird für Frankfurt mit einem moderaten Anstieg bei den Aussteller- und Besucherzahlen gerechnet. Währungskursbereinigt wird auch im Ausland, unter anderem aufgrund zwei neuer Standorte in China und Großbritannien, eine positive Geschäftsentwicklung erwartet.

Für 2018 sind im Konzern Investitionen von rund 95 Mio. € geplant. Davon entfallen rund 75 Mio. € auf die Messe Frankfurt Venue GmbH. Sie umfassen vor allem die

weiteren Baukosten zur Errichtung der Halle 12. Die Finanzierung dieser Maßnahme soll durch konzerninterne Darlehen bzw. den Cash Pool der Messe Frankfurt GmbH sichergestellt werden. Hierzu wird sich die Messe Frankfurt GmbH ihrerseits durch ein KfW-Darlehen (insgesamt 130 Mio. €) refinanzieren. Zum 31. Dezember 2017 wurden 90 Mio. € des KfW-Darlehens abgerufen.

Für das Jahr 2018 rechnet die Unternehmensgruppe mit einem moderaten Umsatzwachstum von rund 2 Prozent. Im Hinblick auf den Jahresüberschuss wird daher und aufgrund des geplanten Teilverkaufs eines Grundstücks trotz eines Kostenanstiegs bei den veranstaltungsbezogenen Aufwendungen sowie den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ein Betrag von größer 50 Mio. € erwartet.

Frankfurt am Main, den 16. April 2018

Wolfgang Marzin Detlef Braun Uwe Behm

Konzern-Abschluss 2017

Konzern-Bilanz der Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main, zum 31. Dezember 2017

Aktiva

	Anhang	Stand 31.12.2016 Tsd. €	Stand 31.12.2017 €	Stand 31.12.2017 €
A. Anlagevermögen	(1)			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		41.818	48.604.773,22	
II. Sachanlagen		594.481	659.872.691,71	
III. Finanzanlagen		20	92.146,49	
		636.319		708.569.611,42
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte	(2)			
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe		407	464.392,14	
2. Unfertige Leistungen		419	475.883,10	
3. Waren		621	702.304,65	
4. geleistete Anzahlungen auf Vorräte		890	180,00	
		2.337		1.642.759,89
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3)	15.280	40.763.952,76	
2. sonstige Vermögensgegenstände	(4)	40.924	41.559.455,53	
		56.204		82.323.408,29
III. Wertpapiere	(5)	26.804		30.003.296,43
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	(6)	163.543		186.762.631,64
		248.888		300.732.096,25
C. Rechnungsabgrenzungsposten	(7)	2.276		4.553.044,18
D. Aktive latente Steuern	(8)	71		27.056,44
		887.554		1.013.881.808,29

Passiva

	Anhang	Stand 31.12.2016 Tsd. €	Stand 31.12.2017 €	Stand 31.12.2017 €
A. Konzern-Eigenkapital	(9)			
I. Gezeichnetes Kapital		180.000	180.000.000,00	
II. Kapitalrücklage		112.149	112.148.640,00	
III. Gewinnrücklagen				
1. andere Gewinnrücklagen		83.596	83.659.913,97	
IV. Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung		-38	-4.832.699,56	
V. Gewinnvortrag		77.054	110.376.285,08	
VI. Konzern-Gewinn		46.387	36.603.834,27	
VII. Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter		6.606	8.733.020,18	
		505.754		526.688.993,94
B. Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung	(10)	1.221		969.224,81
C. Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen	(11)	18.969		16.821.200,00
D. Rückstellungen				
I. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		10.973	11.075.145,31	
II. Steuerrückstellungen		25.579	20.490.970,34	
III. sonstige Rückstellungen	(12)	71.648	77.730.507,12	
		108.200		109.296.622,77
E. Verbindlichkeiten	(13)			
I. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		0	90.000.000,00	
II. erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		202.142	199.117.545,72	
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		20.120	29.108.065,05	
IV. sonstige Verbindlichkeiten		5.575	15.415.769,27	
		227.837		333.641.380,04
F. Rechnungsabgrenzungsposten	(14)	21.854		19.740.506,75
G. Passive latente Steuern	(15)	3.719		6.723.879,98
		887.554		1.013.881.808,29

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr
vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017

Konzern-Gewinn

	Anhang	2016 Tsd. €	2016 Tsd. €	2017 €	2017 €
1. Umsatzerlöse	(18)	646.698		669.131.189,48	
2. Erhöhung oder Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen	(19)	206		57.098,25	
3. sonstige betriebliche Erträge	(20)	13.444		17.411.938,94	
			660.347		686.600.226,67
4. veranstaltungsbezogene Aufwendungen	(21)	307.267		342.071.048,53	
5. Personalaufwand	(22)	152.422		158.833.524,45	
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	(23)	52.215		50.618.126,63	
7. sonstige betriebliche Aufwendungen	(24)	71.912		73.175.654,59	
			583.816		624.698.354,20
8. Finanzergebnis	(25)		-2.978		-2.000.257,20
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(26)		19.465		15.114.377,54
10. Ergebnis nach Steuern			54.086		44.787.237,73
11. sonstige Steuern	(27)		4.283		4.277.604,93
12. Konzern-Jahresüberschuss			49.803		40.509.632,80
13. auf andere Gesellschafter entfallender Gewinn			-3.603		-3.905.798,53
14. auf andere Gesellschafter entfallender Verlust			186		0,00
15. Konzern-Gewinn			46.387		36.603.834,27

Konzern-Anhang

der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017

Allgemeine Angaben

Die Muttergesellschaft Messe Frankfurt GmbH, Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main, hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und wird beim Amtsgericht Frankfurt am Main unter der Handelsregisternummer HRB 6640 geführt.

Der Konzern-Abschluss der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, wurde gemäß den §§ 290 ff. HGB aufgestellt.

Um die Klarheit der Darstellung im Konzern-Abschluss zu verbessern, sind einzelne Posten der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung zusammengefasst und daher in diesem Anhang gesondert aufgegliedert und erläutert. Aus dem gleichen Grund werden die Angaben zur Mitzugehörigkeit zu anderen Posten und Davon-Vermerke ebenfalls an dieser Stelle gemacht.

Konsolidierungskreis

In den Konzern-Abschluss sind neben der Messe Frankfurt GmbH als Mutterunternehmen die Tochtergesellschaften

- Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt am Main (FFM)
- Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, FFM
- Accente Gastronomie Service GmbH, FFM
- Messe Frankfurt Exhibition GmbH, FFM
- Messe Frankfurt Middle East GmbH, FFM
- MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart
- Messe Frankfurt France S.A.S., Paris/Frankreich
- Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand/Italien
- Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul/Türkei
- O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland
- Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China
- Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China
- Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai/China
- Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China
- Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China
- Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China
- Messe Frankfurt New Era Advertising (Shenzhen) Co. Ltd., Shenzhen/China
- Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Beijing/China
- Messe Frankfurt Japan Ltd., Tokyo/Japan (vormals Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokyo/Japan)
- Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien
- Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul/Südkorea
- Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA
- Messe Frankfurt México S. de R.L. de C.V., Mexico City/Mexiko
- Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo/Brasilien
- Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires/Argentinien
- South African Shows Messe Frankfurt (Pty) Ltd., Johannesburg/Südafrika

einbezogen, bei denen die Messe Frankfurt GmbH aufgrund der Mehrheit der Stimmrechte unmittelbar oder mittelbar einen beherrschenden Einfluss ausüben kann.

Zum 20. Dezember 2017 wurden von der Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong/China, 70 Prozent der Anteile an der Gesellschaft Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Beijing/China, erworben.

Die Gesellschaften MESAGO Messemanagement GmbH, Stuttgart, und Mesago PCIM GmbH, Stuttgart, wurden rückwirkend zum 1. Januar 2017 auf die MESAGO Messe Frankfurt GmbH verschmolzen.

Bei der Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China, ergibt sich der beherrschende Einfluss aufgrund eines ausschlaggebenden Stimmrechts bei 50 Prozent Anteilsbesitz.

Für Anteile anderer Gesellschafter am bilanziellen Eigenkapital wird ein „Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter“ im Eigenkapital des Konzerns ausgewiesen. Des Weiteren werden folgende, gemeinsam mit Konzern-Fremden geführte Unternehmen entsprechend der Beteiligung quotaal in den Konzern-Abschluss einbezogen:

- SMT/ASIC/Hybrid MESAGO Messe & Kongreß GmbH & Co. oHG, Nürnberg (75 Prozent)
- PAACE Automechanika Mexico LLC, Atlanta/USA (50 Prozent)
- O.O.O. ITEMF Expo, Moskau/Russland (vormals ITEMF Expo A. O.) (50 Prozent)

Konsolidierungsgrundsätze und Währungsumrechnung
Stichtag des Konzern-Abschlusses ist der 31. Dezember 2017. Mit Ausnahme der Gesellschaft Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien, die ihren Abschluss auf den 31. März eines jeden Jahres erstellt und in Form eines Zwischenabschlusses zum 31. Dezember 2017 in den Konzern-Abschluss einbezogen wurde, haben alle einbezogenen Tochtergesellschaften den Stichtag 31. Dezember 2017.

Die Kapitalkonsolidierung der einbezogenen Unternehmen erfolgt nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungswerte der Beteiligungen mit dem anteiligen Eigenkapital zum Zeitpunkt des Erwerbs, wenn der Erwerbsvorgang in einem Geschäftsjahr erfolgte, das vor dem 1. Januar 2010 begonnen hat. Ab dem Jahr 2010 findet die Neubewertungsmethode Anwendung.

Anteilszerwerbe oder Anteilsverkäufe ohne Einfluss auf den beherrschenden Einfluss werden als Eigenkapitaltransaktion berücksichtigt.

Für Gemeinschaftsunternehmen erfolgen sämtliche Konsolidierungsschritte entsprechend der Beteiligungsquote gemäß § 310 HGB. Insgesamt resultieren 2.079 Tsd. € kurzfristige Vermögensgegenstände, 1.320 Tsd. € langfristige Vermögensgegenstände und 1.514 Tsd. € kurzfristige Schulden, 4.647 Tsd. € Aufwendungen und 6.009 Tsd. € Erträge aus Anteilen an Gemeinschaftsunternehmen. Es gibt keine nicht bilanzierten finanziellen Verpflichtungen. Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Aufwendungen und Erträge zwischen den einbezogenen Unternehmen werden gegeneinander aufgerechnet. Rückstellungen für konzerninterne Vorgänge sowie Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen und Leistungen werden eliminiert.

Die Umrechnung der in fremder Währung aufgestellten Abschlüsse der in den Konzern-Abschluss einbezogenen Tochterunternehmen erfolgt gemäß § 308a HGB. Dabei werden alle Bilanzposten der einbezogenen ausländischen Konzern-Unternehmen mit Ausnahme des Eigenkapitals (gezeichnetes Kapital, Rücklagen, Ergebnisvortrag), das zu historischen Kursen umgerechnet wird, mit dem jeweiligen Devisenkassamittelkurs des Abschlussstichtags in Euro umgerechnet. Die aus der Veränderung der Devisenkurse zum Vorjahr entstehenden Differenzen aus der Umrechnung des Eigenkapitals werden erfolgsneutral in den Posten Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung eingestellt.

Die Aufwendungen und Erträge eines Geschäftsjahres werden mit dem Durchschnittskurs umgerechnet. Die jeweiligen Jahresergebnisse der umgerechneten Gewinn- und Verlustrechnungen werden in die Konzern-Bilanz übernommen und die Differenzen erfolgsneutral in den Posten Eigenkapitaldifferenz aus Fremdwährungsumrechnung eingestellt.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnungen

Für die Aufstellung des Konzern-Abschlusses sind die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden maßgebend.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten bilanziert und werden, sofern sie der Abnutzung unterliegen, entsprechend ihrer Nutzungsdauer um planmäßige lineare Abschreibungen vermindert. Bei voraussichtlich dauernder Wertminderung erfolgt der Ansatz mit dem niedrigeren beizulegenden Wert am Abschlussstichtag. Bei Wegfall der Gründe, die zu einer voraussichtlich dauerhaften Wertminderung geführt haben, erfolgt eine entsprechende Wertaufholung.

Für die sich aus der Kapitalkonsolidierung ergebenden Geschäfts- oder Firmenwerte wurde zum Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung eine voraussichtliche Nutzungsdauer von bis zu 15 Jahren insbesondere im Hinblick auf die kontinuierliche Entwicklung und den Fortbestand der aus dem Erwerb des Firmenwerts resultierenden Geschäfts- und Kundenbeziehungen festgelegt. Der Firmenwert wird über die Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Ein sich nach § 301 Abs. 3 HGB aus der Kapitalkonsolidierung ergebender, auf der Passivseite auszuweisender Unterschiedsbetrag wird gesondert als Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung nach dem Eigenkapital ausgewiesen.

Das Sachanlagevermögen wird zu Anschaffungskosten bilanziert und wird vermindert um nutzungsbedingte Abschreibungen und gegebenenfalls außerplanmäßige Abschreibungen. Die nutzungsbedingten Abschreibungen werden nach unveränderten Grundsätzen linear durchgeführt. Im Fall der technischen Ertüchtigung bereits abgeschriebener Hallen wurde eine Nutzungsdauer von zehn Jahren zugrunde gelegt.

Neuzugänge für das Sachanlagevermögen und immaterielle Vermögensgegenstände werden im Jahr des Zugangs zeitanteilig abgeschrieben.

Geringwertige Anlagegüter bis zu einem Netto-Einzelwert von 150 € sind im Jahr des Zugangs als Aufwand erfasst worden. Anlagegüter mit einem Netto-Einzelwert von mehr als 150 € bis 410 € werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben; ihr Abgang wird unterstellt.

Bei den Finanzanlagen werden die Anteilsrechte zu Anschaffungskosten bzw. bei voraussichtlich dauernder Wertminderung zu niedrigeren beizulegenden Werten angesetzt. Bei Wegfall der Gründe, die zu einer voraussichtlich dauerhaften Wertminderung geführt haben, erfolgt eine entsprechende Wertaufholung.

Das Vorratsvermögen wird zu Anschaffungskosten oder zu niedrigeren Tagespreisen am Bilanzstichtag angesetzt.

Die Forderungen werden am Bilanzstichtag zum Nennwert bewertet. Erkennbaren Einzelrisiken wird durch Wertberichtigung Rechnung getragen.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind grundsätzlich zum Nennwert bilanziert.

Wertpapiere werden mit den Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren beizulegenden Wert unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken bewertet.

Die flüssigen Mittel werden mit ihrem Nennwert bilanziert.

Die aktiven Rechnungsabgrenzungsposten betreffen Ausgaben vor dem Bilanzstichtag, die Aufwand für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Zur Ermittlung des neu bewerteten Eigenkapitals wird der Marktwert der erworbenen Vermögensgegenstände herangezogen. Die dadurch aufzudeckenden stillen Reserven betreffen im Wesentlichen Messerechte. Weiterhin werden anzusetzende stille Lasten von den, sofern vorhanden, aufgedeckten stillen Reserven abgezogen. Die Ermittlung des Marktwertes erfolgt anhand anerkannter Ertragswertmethoden.

Der Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen wurde im Geschäftsjahr 2000 gebildet und enthält einen von der Stadt Frankfurt am Main im Zusammenhang mit dem Bau des Rebstock-Parkhauses gezahlten Finanzierungsbeitrag. Die ertragswirksame Auflösung des Sonderpostens erfolgt korrespondierend zur Abschreibung des zugehörigen Anlagevermögens über eine Nutzungsdauer von 25 Jahren. In Anwendung des in Art. 67 Abs. 3 EGHGB eingeräumten Wahlrechts wurde der Sonderposten mit Rücklageanteil nach § 247 Abs. 3 und § 273 HGB in der bis zum 28. Mai 2009 geltenden Fassung auch für Abschlüsse ab 2010 beibehalten.

Grundsätzlich werden Rückstellungen in der Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrags (das heißt einschließlich zukünftiger Kosten- und Preissteigerungen) gebildet. Sie berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen sowie drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden abgezinst.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen für ehemalige Geschäftsführer und ihre Hinterbliebenen werden nach der Projected Unit Credit Method (PUC-Methode) unter Verwendung der „Richttafeln Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wird pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Geschäftsjahre gemäß dem Gesetz zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie und zur Änderung handelsrechtlicher Vorschriften vom 11. März 2016 bei Anwendung der Vereinfachungsregel nach § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB mit einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 3,68 Prozent (im Vorjahr: 3,24 Prozent) verwendet. Der Unterschiedsbetrag im Sinne von § 253 Abs. 6 Satz 1 HGB zwischen der Bewertung der Pensionsrückstellung mit dem 10-Jahres-Durchschnittszinssatz und dem 7-Jahres-Durchschnittszinssatz beträgt zum Bilanzstichtag 624 Tsd. € (Vorjahr: 552 Tsd. €). Der Unterschiedsbetrag ist nach § 253 Abs. 6 Satz 2 HGB ausschüttungsgesperrt. Erwartete Rentensteigerungen werden mit 2,0 Prozent (Vorjahr 2,0 Prozent) berücksichtigt.

Bei der Accente Gastronomie Service GmbH werden die Rückstellungen für Pensionen nach dem Teilwertverfahren unter Verwendung der „Richttafeln Klaus Heubeck 2005 G“ ermittelt. Für die Abzinsung wurde pauschal der durchschnittliche Marktzinssatz der vergangenen zehn Geschäftsjahre gemäß dem Gesetz zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie und zur Änderung handelsrechtlicher Vorschriften vom 11. März 2016 bei Anwendung der Vereinfachungsregel nach § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB mit einer restlichen Laufzeit von 15 Jahren von 3,68 Prozent (Vorjahr: 3,24 Prozent) verwendet. Der Unterschiedsbetrag im Sinne von § 253 Abs. 6 Satz 1 HGB zwischen der Bewertung der Pensionsrückstellungen mit dem 10-Jahres-Durchschnittszinssatz und dem 7-Jahres-Durchschnittszinssatz beträgt zum Bilanzstichtag 176 Tsd. € (Vorjahr: 151 Tsd. €). Der Unterschiedsbetrag ist nach § 253 Abs. 6 Satz 2 HGB ausschüttungsgesperrt. Erwartete Gehaltssteigerungen werden mit 2,5 Prozent (Vorjahr: 2,5 Prozent) und erwartete Rentensteigerungen mit 2,0 Prozent (Vorjahr:

2,0 Prozent) berücksichtigt. Die Fluktuation wird pauschal mit 1,8 Prozent (Vorjahr: 1,8 Prozent) berücksichtigt.

Für einige Mitarbeiter des Konzerns Messe Frankfurt bestehen Vereinbarungen auf Entgeltumwandlung im Sinne von § 1a Abs. 2 BetrAVG. Die Höhe der Versorgungsleistung bemisst sich nach § 253 Abs. 1 Satz 3 HGB nach dem beizulegenden Zeitwert der hierfür abgeschlossenen Rückdeckungsversicherung. Der Zeitwert der Rückdeckungsversicherung mit einem Wert (fortgeführte Anschaffungskosten) von 1.236 Tsd. € (Vorjahr: 1.242 Tsd. €) wird mit dem Erfüllungsbetrag der Schuld verrechnet.

Die Steuerrückstellungen beinhalten die das Geschäftsjahr betreffenden, noch nicht veranlagten Steuern.

Die Rückstellung für Altersteilzeit wird entsprechend den Grundsätzen des IDW RS HFA 3 und den Regelungen des HGB unter Anwendung eines Zinsfußes nach § 253 Abs. 2 Satz 2 HGB von 2,80 Prozent (Vorjahr: 3,24 Prozent) bewertet. Die künftigen Gehaltssteigerungen werden durch eine Gehaltsdynamik in Höhe von 2,0 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) berücksichtigt. Hinsichtlich der Sozialabgaben wird unter Berücksichtigung der Beitragsbemessungsgrenzen für die Renten- und Arbeitslosenversicherung (West) und der Kranken- und Pflegeversicherung ein Beitragssatz von 19,075 Prozent (Vorjahr: 19,125 Prozent) zugrunde gelegt. Bei der Bewertung der Rückstellung für Altersteilzeit für Potenziale wurde eine Eintrittswahrscheinlichkeit von 50 Prozent (Vorjahr: 100 Prozent) angesetzt.

Die Bewertung der in den sonstigen Rückstellungen ausgewiesenen Jubiläumsleistungen erfolgt nach der Projected Unit Credit Method. Der Rückstellungsbetrag gemäß dieser Methodik ist definiert als der versicherungsmathematische Barwert der bis zum Bilanzstichtag zeitanteilig erdienten Jubiläumsleistungen. Der Rechnungszinssatz beträgt 3,68 Prozent (Vorjahr: 3,24 Prozent). Des Weiteren werden die bei der Auszahlung des Jubiläumsgeldes anfallenden Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung pauschal mit 14,5 Prozent (Vorjahr: 14,5 Prozent) der Jubiläumsgeldzahlungen angesetzt.

Die Rückstellung für Aufbewahrungsverpflichtungen wird auf Vollkostenbasis – mit einem Abschlag von 20,0 Prozent für freiwillig aufbewahrte Unterlagen – ermittelt. Es werden eine Teuerungsrate von 2,0 Prozent (Vorjahr: 2,0 Prozent) und eine durchschnittliche Aufbewahrungsdauer (Multi-

plikator) von 4,5 Jahren zugrunde gelegt. Die Abzinsung erfolgt über 4,5 Jahre mit dem Abzinsungssatz der Deutschen Bundesbank in Höhe von 1,66 Prozent (Vorjahr: 2,06 Prozent).

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen unter anderem mögliche Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern. Dabei wurde das Beibehaltungswahlrecht nach Art. 67 EGHGB in Anspruch genommen.

Die Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag bilanziert.

Im Konzern Messe Frankfurt werden derivative Finanzinstrumente grundsätzlich nur zur Absicherung von Risiken aus einem entsprechenden Grundgeschäft abgeschlossen. Die Grundgeschäfte können dabei auch konzerninterne Geschäfte betreffen. Sofern die Voraussetzungen von § 254 HGB erfüllt sind, werden Bewertungseinheiten gebildet und entsprechend § 254 Satz 1 HGB die §§ 249 Abs. 1, 252 Abs. 1 Nr. 3 und 4, 253 Abs. 1 Satz 1 und 256a HGB in diesen Fällen nicht angewendet.

Die passiven Rechnungsabgrenzungsposten betreffen Einnahmen vor dem Bilanzstichtag, die Ertrag für eine bestimmte Zeit nach diesem Tag darstellen.

Auf fremde Währung lautende Vermögensgegenstände und Verbindlichkeiten werden grundsätzlich mit dem Devisenkassamittelkurs zum Abschlussstichtag umgerechnet. Bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr werden das Imparitäts- und das Realisationsprinzip (§ 252 Abs. 1 Nr. 4 HGB) und das Anschaffungskostenprinzip (§ 253 Satz 1 HGB) beachtet.

Angefallene Kosten der Presse-, Werbungs- und Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen der Folgejahre werden konzerneinheitlich im Berichtsjahr als Aufwand erfasst.

Für die Ermittlung latenter Steuern nach § 274 Abs. 1 HGB aufgrund von temporären Differenzen zwischen den handelsrechtlichen Wertansätzen der Bilanzposten und ihren steuerlichen Wertansätzen oder aufgrund steuerlicher Verlustvorträge werden die Beträge der sich ergebenden Steuerbe- und -entlastungen mit dem Steuersatz im Zeitpunkt des voraussichtlichen Abbaus der Differenzen in Höhe von grundsätzlich 31,9 Prozent wie im Vorjahr bewertet und nicht abgezinst.

Zum 31. Dezember 2017 ergeben sich künftige Steuerentlastungen in Form von steuerlichen Mehrabschreibungen. Daneben ergeben sich künftige Steuerbelastungen aufgrund von Bilanzierungs- und Bewertungsunterschieden im Wesentlichen bei den passiven Rechnungsabgrenzungsposten sowie den entgeltlich erworbenen Konzessionen und gewerblichen Schutzrechten. Darüber hinaus ergeben sich weitere passive latente Steuern bei den Grundstücken und Gebäuden sowie den Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Aktive und passive Steuerlatenzen werden verrechnet. Die Aktivierung der nach Verrechnung verbleibenden latenten Steuern pro Gesellschaft unterbleibt in Ausübung des dafür bestehenden Ansatzwahlrechts.

Die nach § 306 HGB ermittelten latenten Steuern sind in der Bilanz unsaldiert dargestellt, der zugrunde gelegte Steuersatz beträgt, soweit die Umkehr der temporären Differenz im Inland zu erwarten ist, 31,9 Prozent. Im Ausland werden die jeweiligen Steuersätze der Landesgesellschaften zugrunde gelegt.

Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
Bei der Bewertung der Rückstellung für Altersteilzeit wurde im Berichtsjahr aufgrund von Erfahrungswerten für potenzielle Inanspruchnahmen eine Eintrittswahrscheinlichkeit in Höhe von 50 Prozent (Vorjahr: 100 Prozent) angesetzt. Die Rückstellung ist daher um 128 Tsd.€ niedriger angesetzt worden.

Erläuterungen zur Konzern-Bilanz

(Werte in Tsd. €, wenn nicht anders angegeben)

(1) Anlagevermögen

Die Aufgliederung der in der Bilanz zusammengefassten Posten des Anlagevermögens und ihre Entwicklung im Jahr 2017 sind im Anlagenspiegel in der Anlage I zum Konzern-Anhang dargestellt. Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes zum 31. Dezember 2017 wurde dem Konzern-Anhang in der Anlage II beigelegt.

Die geleisteten Anzahlungen und Anlagen im Bau im Sachanlagevermögen betreffen insbesondere die im Bau befindliche Halle 12.

Die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Anlagenklasse gliedert sich wie folgt:

Im Geschäftsjahr wurden aus dem Anteilserwerb der Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Shenzhen/China, in der Position „Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten“ ein konsolidierungsbedingter Zugang in Höhe von 15,2 Mio. € erfasst.

Anlageklassen	Nutzungsdauer
Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	3–5 Jahre
Geschäfts- oder Firmenwerte	bis zu 15 Jahre
Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	10–40 Jahre
Technische Anlagen und Maschinen	5–10 Jahre
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–15 Jahre

(2) Vorräte

Es handelt sich im Wesentlichen um Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe, abrechenbare Vorleistungen für Veranstaltungen der Folgejahre sowie Waren.

(3) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr sind in dieser Position nicht enthalten.

(4) sonstige Vermögensgegenstände

Position	Gesamt		davon mehr als ein Jahr	
	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2017
Steuern	17.556	15.547	2.036	685
Geleistete Anzahlungen	5.736	15.684	612	514
Sonstiges	17.632	10.328	890	326
	40.924	41.559	3.538	1.525

Bei den Steuern handelt es sich vornehmlich um Ertragsteuer-Vorauszahlungen und Forderungen aus Umsatzsteuer in Höhe von 6.304 Tsd. € (Vorjahr: 5.036 Tsd. €).

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind Forderungen gegen die Gesellschafterin Stadt Frankfurt am Main in Höhe von 402 Tsd. € (Vorjahr: 875 Tsd. €) enthalten.

(5) Wertpapiere

Bei den Wertpapieren handelt es sich um Anleihen, Namensschuldverschreibungen und Commercial Papers.

(6) Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks

Position	31.12.2016	31.12.2017
Schecks und Kassenbestand	623	1.490
Guthaben bei Kreditinstituten	162.920	185.273
	163.543	186.763

Unter den Guthaben bei Kreditinstituten werden Festgelder in Höhe von 68.149 Tsd. € (Vorjahr: 72.289 Tsd. €) ausgewiesen.

(7) Rechnungsabgrenzungsposten

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält insbesondere Ausgaben für die Übernahme anteiliger Investitionen für ein integriertes Verkehrsleitsystem auf der Bundesautobahn, welches der Messe Frankfurt durch den Bund über einen Zeitraum von 15 Jahren zur Verfügung gestellt wird. Die Ausgaben werden über diesen Zeitraum der Nutzung abgegrenzt.

(8) Aktive latente Steuern

Die aktiven latenten Steuern werden aufgrund von Konsolidierungsvorgängen nach § 306 HGB gebildet und beinhalten insbesondere latente Steuern aus der Eliminierung der Abschreibung von Messerechten.

(9) Eigenkapital

Die Aufgliederung des Eigenkapitals einschließlich der Anteile fremder Gesellschafter ist als Bestandteil des Konzern-Abschlusses beigelegt. Bei der Muttergesellschaft stehen 248,9 Mio. € zur Ausschüttung zur Verfügung. Von diesem potenziellen Ausschüttungsbetrag unterliegen 0,6 Mio. € einer Ausschüttungssperre.

Bei dem Erwerb von 70 Prozent der Anteile an der Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Beijing/China, entstanden Minderheitenanteile in Höhe von 3.315 Tsd. €.

(10) Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung

Der sich 2015 nach § 301 Abs. 3 HGB aus dem Erwerb der restlichen Anteile an der Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China, ergebende, passivisch auszuweisende Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung in Höhe von 1,5 Mio. € wird nach DRS 4.41 a) planmäßig über die gewichtete durchschnittliche Nutzungsdauer von fünf Jahren der erworbenen bzw. durch die Anwendung der Neubewertungsmethode aufgedeckten Vermögensgegenstände ertragswirksam vereinnahmt.

Der sich nach § 301 Abs. 3 HGB aus dem Erwerb der 70-Prozent-Anteile an der Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd. Beijing/China, ergebende, passivisch auszuweisende Unterschiedsbetrag aus der Kapitalkonsolidierung in Höhe von 0,3 Mio. € wird nach DRS 23.145 planmäßig über die gewichtete durchschnittliche Nutzungsdauer von fünf Jahren der erworbenen bzw. durch die Anwendung der Neubewertungsmethode aufgedeckten Vermögensgegenstände ertragswirksam vereinnahmt.

Zum Bilanzstichtag beträgt der Unterschiedsbetrag aus beiden Positionen 969 Tsd. € (Vorjahr: 1.221 Tsd. €).

(11) Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen

Der Sonderposten betrifft einen von der Stadt Frankfurt am Main im Zusammenhang mit dem Messeparkhaus am Rebstockgelände gezahlten Finanzierungsbeitrag. Die ertragswirksame Auflösung des Sonderpostens erfolgt korrespondierend mit der Abschreibung des Parkhauses über eine Nutzungsdauer von 25 Jahren.

(12) sonstige Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen vertragliche Instandsetzungs- und Bauerneuerungsverpflichtungen, Ansprüche der Belegschaft, drohende Verluste aus schwebenden Geschäften, ausstehende Eingangsrechnungen sowie mögliche Ansprüche von Handelsvertretern.

(13) Verbindlichkeiten

Position	bis zu einem Jahr		mehr als ein Jahr		mehr als fünf Jahre	
	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2017
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	0	10.833	0	57.778	0	21.389
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	202.115	199.117	27	1	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19.662	29.035	458	73	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	5.357	15.293	218	123	0	0
– davon aus Steuern	(2.490)	(3.671)	(89)	(0)	(0)	(0)
– davon im Rahmen sozialer Sicherheit	(392)	(497)	(0)	(0)	(0)	(0)
	227.134	254.278	703	57.975	0	21.389

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betreffen ein im Berichtsjahr bei Konsortialbanken aufgenommenes Darlehen von maximal 130.000 Tsd. €, von dem zum Bilanzstichtag 90.000 Tsd. € gezogen wurden. Das Darlehen hat eine Laufzeit bis 2027 und dient der Baufinanzierung der Halle 12 auf dem Frankfurter Messegelände. Das Darlehen ist im Folgejahr mit 10.833 Tsd. € zu tilgen. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind durch eine erstrangige Buchgrundschuld und die Abtretung der Rechte und Ansprüche aus der im Zusammenhang mit dem Beleihungsobjekt bestehenden Sachversicherung

(insbesondere Feuer) besichert. Zudem besteht eine „Ownership Clause“, bei der der Kreditgeber bei Änderung der Gesellschaftsverhältnisse seine Zustimmung geben muss.

Die Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, hat im Juli 2017 zwei Beträge in Höhe von 7 Mio. HKD und 40 Mio. HKD sowie im November 2017 einen Betrag in Höhe von 20 Mio. HKD bei der Messe Frankfurt GmbH zur Geldanlage bis August 2018, bis April 2018 sowie bis Mai 2018 hinterlegt. Des Weiteren haben die Messe Frankfurt

(H.K.) Ltd., Hongkong, sowie die Messe Frankfurt Middle East GmbH, Niederlassung Dubai, Beträge in Höhe von 6 Mio. USD sowie 10 Mio. USD im Juli und im Dezember 2017 als Geldanlage bis Januar bzw. März 2018 hinterlegt. Zur Absicherung des Währungsrisikos aus diesen Grundgeschäften hat die Messe Frankfurt GmbH in den entsprechenden Monaten jeweils einen Foreign-Exchange-Swap über die jeweiligen Beträge mit Laufzeiten entsprechend den Geldanlagen abgeschlossen (Micro Hedge).

Da sich die gegenläufigen Wertänderungen der Zahlungsströme aus den Grundgeschäften und den Devisentermingeschäften ausgleichen, hat die Messe Frankfurt GmbH diese jeweils zu Bewertungseinheiten zusammengefasst und entsprechend § 254 HGB im Zeitraum der Laufzeiten auf die Anwendung von § 249 Abs. 1, § 252 Abs. 1 Nr. 3 und 4, § 253 Abs. 1 Satz 1 und § 256 a HGB verzichtet (Einführungsmethode). Ohne diese Absicherungen wären die Verbindlichkeiten gegenüber der Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, zum Bilanzstichtag entsprechend der Kursentwicklung um 3 Tsd. €, um 147 Tsd. € und um 19 Tsd. € niedriger, gegenüber der Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong, um 96 Tsd. € niedriger und gegenüber der Messe Frankfurt Middle East GmbH, Niederlassung Dubai, um 55 Tsd. € niedriger zu bewerten gewesen. Aufgrund der Konsolidierung der Grundgeschäfte und der negativen Marktwerte der derivativen Finanzinstrumente (320 Tsd. €) wurde zum Bilanzstichtag eine Drohverlustrückstellung in derselben Höhe erfasst.

In den Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind Verbindlichkeiten gegenüber der Gesellschafterin Stadt Frankfurt am Main in Höhe von 3 Tsd. € (Vorjahr: 16 Tsd. €) enthalten.

(14) Rechnungsabgrenzungsposten
Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält insbesondere in den Jahren 1988 und 1992 sowie 1996 für jeweils 31 und 35 sowie 99 Jahre im Voraus erhaltene Einmalzahlungen für zwei Erbbaurechte sowie eine Zahlung für ein eingeräumtes Mitnutzungsrecht an Gebäudeteilen, die passivisch abgegrenzt wurden. Die drei Teilbeträge des Rechnungsabgrenzungspostens werden über die genannten Laufzeiten linear aufgelöst.

(15) Passive latente Steuern
Die passiven latenten Steuern werden im Wesentlichen aufgrund der Aufdeckung von stillen Reserven im Rahmen der Anwendung der Neubewertungsmethode bei der Kapitalkonsolidierung und aufgrund von temporären Differenzen aus der Bewertung von Grundstücken gebildet.

(16) sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse
Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen insgesamt 214.721 Tsd. € (Vorjahr: 155.091 Tsd. €). Sie setzen sich im Wesentlichen aus dem Bestellobligo für Investitionen, den Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen, den Verpflichtungen für den Erwerb weiterer Unternehmensanteile sowie den Erbbauzinsen für drei Erbbaurechtsverträge zusammen.

(17) Treuhandverhältnisse
Es werden Treuhandkonten für Veranstaltungen von Gastveranstaltern und für die Stiftung Frankfurter Musikpreis verwaltet. Zum Jahresende beträgt der Kontenstand der Treuhandkonten 35 Tsd. €.

Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

(Werte in Tsd. €, wenn nicht anders angegeben)

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert.

(18) Umsatzerlöse

nach Leistungsarten	2016	2017
Standmieten	391.685	391.020
Hallen-, Gelände- und sonstige Mieten	28.849	43.615
Eintrittserlöse und Teilnehmergebühren	12.104	11.433
Serviceleistungen und sonstige Einnahmen	214.060	223.063
	646.698	669.131

nach Regionen	2016	2017
Deutschland	398.360	395.328
Europa ohne Deutschland	39.173	48.105
Asien	191.266	191.946
Amerika	16.321	30.919
Afrika	1.578	2.833
	646.698	669.131

(19) Erhöhung oder Verminderung des Bestands an unfertigen Leistungen
Es handelt sich im Geschäftsjahr 2017 um Bestandserhöhungen von aktivierten Leistungen für Veranstaltungen des Folgejahres.

(20) sonstige betriebliche Erträge
Der Posten enthält im Wesentlichen periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (2.995 Tsd. €; Vorjahr: 2.773 Tsd. €), periodenfremde Erträge aus Vorjahren (1.492 Tsd. €; Vorjahr: 897 Tsd. €) und aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen (1.288 Tsd. €; Vorjahr: 1.069 Tsd. €) sowie Erträge aus Kursdifferenzen (7.663 Tsd. €; Vorjahr: 4.221 Tsd. €) und Erträge aus der zeitanteiligen Auflösung des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (wie im Vorjahr 2.147 Tsd. €). Des Weiteren beinhaltet der Posten eine Zuschreibung auf Markenrechte in Höhe von 714 Tsd. €.

(21) veranstaltungsbezogene Aufwendungen

Position	2016	2017
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für Waren	7.330	8.721
Aufwendungen für bezogene Leistungen	299.937	333.350
	307.267	342.071

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen bestehen im Wesentlichen aus Aufwendungen für Hallen- und Geländemieten, Hallenausrüstung, Instandhaltung des Messe-landes und Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit.

Sie enthalten periodenfremde Aufwendungen zur Unterhal-tung von Anlagen und Inventar in Höhe von 904 Tsd. €.

(22) Personalaufwand /Mitarbeiter

Position	2016	2017
Löhne und Gehälter	126.782	131.315
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	25.640	27.518
– davon für Altersversorgung	(6.656)	(7.441)
	152.422	158.833

Position	2016	2017
Bereichsleiter	37	43
Angestellte	1.950	2.048
Lohnempfänger	219	230
	2.206	2.321

In der angegebenen Anzahl der Mitarbeiter sind 14 Mit-arbeiter der nach § 310 HGB nur quotat einbezogenen Unternehmen enthalten (quotat: sieben).

(23) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegen-stände des Anlagevermögens und Sachanlagen
Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegen-stände betreffen im Wesentlichen Rechte und Lizenzen sowie Firmenwerte. Darüber hinaus sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 1.049 Tsd. € auf Markenrechte angefallen.

(24) sonstige betriebliche Aufwendungen
Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 73.176 Tsd. € beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Raummieten und Bürokosten, Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten und Aufwendungen für Werbung und Wertberichtigungen auf Forderungen. Mit 7.033 Tsd. € (Vorjahr: 5.521 Tsd. €) sind Aufwendungen aus Währungs-umrechnungen sowie periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 182 Tsd. € (Vorjahr: 884 Tsd. €) enthalten.

(25) Finanzergebnis

	2016	2017
Erträge aus Beteiligungen	2	3
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.965	1.322
– davon aus Abzinsung	(226)	(0)
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	5.945	3.325
– davon aus Aufzinsung	(3.160)	(2.903)
	–2.978	–2.000

Bei den Zinsaufwendungen handelt es sich im Wesent-lichen um Aufzinsungen von Rückstellungen.

(26) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

	2016	2017
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	20.506	15.668
Latente Steuern	–1.041	–554
	19.465	15.114

(27) sonstige Steuern

	2016	2017
Sonstige Steuern	4.283	4.278
	4.283	4.278

Bei den sonstigen Steuern handelt es sich im Wesentlichen um Grundsteuern.

Überleitungsrechnung der Steuern

	2016	2017
Ergebnis vor Ertragsteuern (Handelsbilanz)	69.270	55.624
Erwarteter Ertragsteueraufwand (Konzern-Steuersatz 31,9 %; Vorjahr 31,9 %)	22.114	17.758
Auswirkungen von Steuersatzänderungen	4	133
Steuerfreie Erträge / gewerbesteuerliche Kürzungen	-2.340	-2.217
Nicht abziehbare Betriebsausgaben / gewerbesteuerliche Hinzurechnungen inkl. § 8 Nr. 1 GewStG	2.960	2.170
Im Geschäftsjahr erfasste Steuern aus Vorjahren	-3.848	-697
Effekte aus abweichenden Steuersätzen	-1.819	-4.006
Effekte aus Konsolidierungen	-463	574
Auswirkungen von Ansatzwahlrechten aus § 274 Abs. 1 HGB	2.728	1.452
Sonstige Auswirkungen	129	-53
Ausgewiesener Ertragsteueraufwand	19.465	15.114
Effektiver Konzern-Steuersatz (%)	28,1	27,2

Nachtragsbericht

Nach Ablauf des Geschäftsjahres 2017 sind bis zur Aufstellung des Konzern-Abschlusses und des Konzern-Lageberichts keine Vorgänge von besonderer Bedeutung für die Lage des Konzerns eingetreten, mit Ausnahme des Erwerbs einer Gesellschaft in Großbritannien. Der Erwerb wird sich geringfügig auf die Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft auswirken.

Sonstige Angaben

Ergebnisverwendungsvorschlag

Den Gesellschaftern wird vorgeschlagen, aus dem Jahresabschluss des Mutterunternehmens für das Geschäftsjahr 2017 anteilmäßig 13 Mio. € auszuschütten und den verbleibenden Betrag auf neue Rechnung vorzutragen.

Angaben zur Kapitalflussrechnung

Der Finanzmittelfonds der Kapitalflussrechnung enthält Kassenbestände, laufende Bankguthaben sowie Festgelder mit einer Laufzeit von weniger als drei Monaten.

Die Abweichung des Finanzmittelfonds zu den in der Konzern-Bilanz ausgewiesenen flüssigen Mitteln in Höhe von 186.763 Tsd. € (Vorjahr: 163.543 Tsd. €) beträgt 17.695 Tsd. € (Vorjahr: 24.807 Tsd. €) und resultiert aus Termingeldeinlagen, die bei Erwerb eine Restlaufzeit von mehr als drei Monaten hatten.

Der Finanzmittelfonds beinhaltet 1.264 Tsd. €, die aus quotäl einbezogenen Unternehmen stammen. Sie unterliegen keinen Verfügungsbeschränkungen.

Die zahlungsunwirksamen Erträge resultieren im Wesentlichen aus der Auflösung des passiven Rechnungsabgrenzungspostens für Erbbaurechte in Höhe von 2.099 Tsd. €, der Auflösung des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag in Höhe von 2.147 Tsd. € sowie Differenzen aus der Fremdwährungsumrechnung.

Für den Erwerb der 70-Prozent-Anteile an der Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Beijing/China, wurden insgesamt 7.199 Tsd. € aufgewendet.

An die Unternehmenseigner wurden im Geschäftsjahr 13.000 Tsd. € und an Minderheitsgesellschafter 4.773 Tsd. € ausgeschüttet.

Angaben zum Konzern-Eigenkapitalsspiegel

Es bestehen zum Stichtag 31. Dezember 2017 ausschüttungsgesperrte Teile des erwirtschafteten Konzern-Eigenkapitals in Höhe von 800 Tsd. €.

Abschlussprüferhonorar

Das für das Geschäftsjahr vereinbarte Honorar für die Jahres- und Konzern-Abschlussprüfung, soweit sie durch die Mazars GmbH & Co. KG erbracht wurde, beträgt 330 Tsd. €. Des Weiteren wurden sonstige Leistungen in Höhe von 133 Tsd. € durch die Mazars GmbH & Co. KG in Rechnung gestellt.

Bezüge der Organe des Mutterunternehmens

Die Vergütung der Geschäftsführungsmitglieder setzt sich aus einer fixen und einer variablen Vergütung zusammen. Die fixe Vergütung besteht aus einem festen Jahresgehalt und einer garantierten Abschlussvergütung. Zum Zwecke der Alterssicherung leistet die Gesellschaft Beitragsaufwendungen an Versicherungen. Zusätzlich erhalten die einzelnen Geschäftsführungsmitglieder Sachleistungen,

die individuell versteuert werden. Diese umfassen im Wesentlichen Dienstwagen sowie marktübliche Versicherungsleistungen für Dienstreisen.

Die Bezüge der Geschäftsführung im Geschäftsjahr 2017 gehen aus nachfolgender Übersicht hervor:

	Fixe Vergütung		Variable Vergütung	Alterssicherung	Sachleistungen	Gesamt
	Festes Jahresgehalt	Garantierte Abschlussvergütung				
Wolfgang Marzin	308	60	127	70	14	579
Uwe Behm	274	60	129	70	15	548
Detlef Braun	267	60	129	70	11	537
Gesamt						1.664

Für das Geschäftsjahr 2017 wurden jeweils pro Geschäftsführer Rückstellungen für variable Vergütungen in Höhe von 132 Tsd. € gebildet. Diese berücksichtigen Komponenten mit langfristiger Anreizwirkung und leiten sich neben finanziellen Zielen des Konzerns auch aus sozioökonomischen Zielen für den Standort Frankfurt ab.

An frühere Geschäftsführer und Hinterbliebene wurden 856 Tsd. € (Vorjahr: 838 Tsd. €) Versorgungsbezüge und Ruhegelder sowie Übergangsgelder und Entschädigungen gezahlt. Für die genannten Personengruppen wurden Pensionsrückstellungen zum 31. Dezember 2017 in Höhe von insgesamt 8.468 Tsd. € (Vorjahr: 8.514 Tsd. €) gebildet.

Den Geschäftsführern wurden Leistungen für den Fall einer vorzeitigen Abberufung durch die Gesellschafterversammlung ohne Vorliegen eines wichtigen Grundes zugesagt. Mit den Geschäftsführern wurde des Weiteren ein zweijähriges Wettbewerbsverbot für den Fall der Beendigung der Tätigkeit vereinbart, wofür eine Karenzentschädigung vorgesehen ist.

Die an die Mitglieder des Aufsichtsrats gezahlte Vergütung und Aufwandsentschädigung betrug insgesamt 53 Tsd. € (Vorjahr: 32 Tsd. €).

Geschäftsführung des Mutterunternehmens

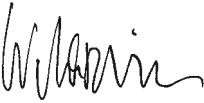
Zu Geschäftsführern waren bestellt:

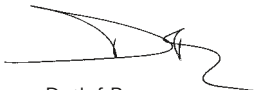
Wolfgang Marzin, Betriebswirt HWF (Vorsitzender der Geschäftsführung)

Uwe Behm, Diplom-Ingenieur/Diplom-Wirtschaftsingenieur (FH)

Detlef Braun, Diplom-Betriebswirt

Frankfurt am Main, den 16. April 2018


Wolfgang Marzin


Detlef Braun


Uwe Behm

Anlage I zum Konzern-Anhang

Entwicklung des Anlagevermögens

		Anschaffungskosten in Tsd. €					Kumulierte Abschreibungen in Tsd. €								Buchwerte in Tsd. €		
		Stand 1.1.2017	Zugänge	Abgänge	Um- buchungen	Währungs- differenzen	Stand 31.12.2017	Stand 1.1.2017	Zugänge Konsolidie- rungskreis	Zugänge	Abgänge	Zuschrei- bungen	Umgliede- rungen	Währungs- differenzen	Stand 31.12.2017	Stand 31.12.2016	Stand 31.12.2017
I.	Immaterielle Vermögensgegenstände																
1.	entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	139.097	21.341	11.520	224	-3.671	145.471	113.110	0	9.595	11.457	714	5	-2.546	107.983	25.987	37.488
2.	Geschäfts- oder Firmenwert	74.255	0	0	0	-1.758	72.497	58.423	0	3.968	0	0	0	-1.011	61.380	15.831	11.117
		213.352	21.341	11.520	224	-5.429	217.968	171.533	0	13.563	11.457	714	5	-3.557	169.363	41.818	48.605
II.	Sachanlagen																
1.	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1.252.130	410	80	0	-235	1.252.225	795.023	0	25.840	22	0	0	-110	820.731	457.108	431.494
2.	Technische Anlagen und Maschinen	110.319	40	4.345	21	0	106.035	90.297	0	4.238	4.345	0	0	0	90.190	20.022	15.845
3.	andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	114.446	7.634	4.208	419	-519	117.781	94.247	0	6.977	4.144	0	-5	-378	96.707	20.199	21.074
4.	geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	97.152	95.860	888	-664	0	191.460	0	0	0	0	0	0	0	0	97.152	191.460
		1.574.047	103.944	9.521	-224	-754	1.667.501	979.567	0	37.055	8.511	0	-5	-488	1.007.628	594.481	659.873
III.	Finanzanlagen																
	Beteiligungen	20	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	20	20
	geleistete Anzahlungen	0	72	0	0	0	72	0	0	0	0	0	0	0	0	0	72
		20	72	0	0	0	92	0	0	0	0	0	0	0	0	20	92
	Gesamt	1.787.419	125.357	21.041	0	-6.183	1.885.561	1.151.100	0	50.618	19.968	714	0	-4.045	1.176.991	636.319	708.570

Anlage II zum Konzern-Anhang

Zusammenstellung der Anteile an verbundenen Unternehmen

Verbundene Unternehmen

	Eigenkapital in Tsd. €	Ergebnis in Tsd. €	*)	Anteil
Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt am Main ^{1 21}	402.862	13.084	17 18	100%
Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt am Main ^{2 21}	3.503	1.707	17 18	100%
Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main ^{2 21}	260	3.990	17 18	100%
Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main ^{1 21}	46.637	15.277	17 18	100%
Messe Frankfurt Middle East GmbH, Frankfurt am Main ^{3 21}	4.848	4.648		100%
MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart ^{3 19 21}	2.862	2.933	17 18	100%
MESAGO Messemanagement GmbH, Stuttgart ⁴	0	0		0%
SMT/ASIC/Hybrid MESAGO Messe & Kongreß GmbH & Co. oHG, Nürnberg ^{5 19 21}	113	154	17	75%
Mesago PCIM GmbH, Stuttgart ⁴	0	0		0%
Messe Frankfurt France S. A. S., Paris/Frankreich ^{3 20}	2.977	2.766		100%
Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand/Italien ^{3 20}	1.331	1.161		100%
Messe Frankfurt Istanbul L. S., Istanbul/Türkei ^{3 20}	2.176	1.025		100%
O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland ^{3 20}	4.465	1.664		100%
O. O. O. ITEMF Expo, Moskau/Russland ^{20 22}	1.309	2.377		50%
Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China ^{3 19 20}	79.215	19.383		100%
Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China ^{6 19 20}	11.167	8.710		100%
Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Shanghai/China ^{7 19 20}	3.492	2.235		100%
Guangzhou Guangya Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China ^{8 19 20}	9.120	7.048		50%
Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co. Ltd., Guangzhou/China ^{9 19 20}	1.961	1.651		55%
Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China ^{10 19 20}	-678	-1.690		100%
Messe Frankfurt New Era Advertising (Shenzhen) Co. Ltd., Shenzhen/China ^{12 19 20}	848	63		100%
Messe Frankfurt Traders-Link (Beijing) Co. Ltd., Beijing/China ^{11 19 20}	-320	0		70%
Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokyo/Japan ^{6 19 20}	3.115	2.729		100%
Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien ^{6 19 20}	7.877	1.292		100%
Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul/Südkorea ^{13 19 20}	1.317	463		80%
Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA ^{3 20}	-744	-732		100%
PAACE Automechanika Mexico LLC, Georgia/USA ^{14 20}	-11	185		50%
Messe Frankfurt México S. de R. L. de C. V., Mexico-City/Mexiko ^{3 20}	350	-233		100%
Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo/Brasilien ^{3 20}	-370	-29		100%
Indexport Messe Frankfurt S. A., Buenos Aires/Argentinien ^{15 20}	1.733	1.682		85%
Messe Frankfurt South Africa (Pty) Ltd., Johannesburg/Südafrika ^{16 20}	533	137		78%

*) Das Eigenkapital wurde je nach Posten zu historischen Kursen oder zu den entsprechenden Durchschnittskursen, die Aufwendungen und Erträge mit Durchschnittskursen umgerechnet.

¹ 100%ige Tochter der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main.

² 100%ige Tochter der Messe Frankfurt Venue GmbH, Frankfurt am Main.

³ 100%ige Tochter der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main.

⁴ Die Gesellschaft wurde per 1.1.2017 mit der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, verschmolzen.

⁵ 75%ige Tochter der MESAGO Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart.

⁶ 100%ige Tochter der Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China.

⁷ 100%ige Tochter der Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China.

⁸ 50%ige Tochter der Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China.

⁹ 55%ige Tochter der Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China.

¹⁰ 100%ige Tochter der Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China.
Die Gesellschaft hat eine Niederlassung in Taiwan.

¹¹ 70%ige Tochter der Messe Frankfurt (H. K.) Ltd., Hongkong/China.

¹² 100%ige Tochter der Messe Frankfurt New Era Business Media Ltd., Hongkong/China.

¹³ 80%ige Tochter der Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China.

¹⁴ Die Gesellschaft ist ein Joint Venture zwischen der Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA, und den amerikanischen Kooperationspartnern zur Durchführung der PAACE Automechanika Mexico.

¹⁵ 85%ige Tochter der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main.

¹⁶ 78%ige Tochter der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main.

¹⁷ Vor Gewinnabführung bzw. Verlustübernahme.

¹⁸ Nach Ertragsteuerumlage.

¹⁹ Hierbei handelt es sich um die Einzelgesellschaften der entsprechenden
Teilkonzerne.

²⁰ Das Eigenkapital und das Ergebnis wurden aus dem HB II Reporting
Package entnommen.

²¹ Hierbei handelt es sich um die Daten des geprüften Einzelabschlusses.

²² 50%ige Tochter der O. O. O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland.

Konzern-Kapitalflussrechnung der Messe Frankfurt GmbH

	2016 in Tsd. €	2017 in Tsd. €
Konzern-Jahresüberschuss	49.804	40.510
Abschreibungen (+) auf Gegenstände des Anlagevermögens	52.215	49.904
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	10.844	-3.101
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) und Erträge (-)	-5.374	-8.012
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte	-1.174	694
Zunahme (-) / Abnahme (+) der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-8.209	-26.815
Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	14.763	6.553
Ertrag (-) / Aufwand (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	293	1.025
Zinsaufwendungen (+) / Zinserträge (-)	46	2.003
Sonstige Beteiligungserträge (-)	-1	-2
Erhaltene (+) / gezahlte (-) Zinsen	1.946	1.093
Ertragsteueraufwand (+) / Ertragsteuerertrag (-)	19.465	15.114
Ertragsteuerzahlungen	-13.478	-14.431
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	121.140	64.535
Immaterielle Vermögensgegenstände/Sachanlagen		
- Investitionen	-101.615	-110.199
- Einnahmen aus Anlagenabgängen	273	47
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-584	0
Saldo aus Ein- (+) und Auszahlungen (-) aufgrund von Finanzmittelanlagen (Wertpapiere des Umlaufvermögens)	32.760	3.913
Erhaltene Zinsen (+)	633	9
Erhaltene Dividenden (+)	1	3
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-68.532	-106.227
Auszahlungen (-) an Unternehmenseigner und Minderheitsgesellschafter	-18.327	-17.773
Auszahlungen (-) aus der Tilgung von Bankdarlehen	-57.642	0
Einzahlungen (+) aus der Aufnahme von Bankdarlehen	0	90.000
Gezahlte Zinsen (-)	-2.625	-202
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-78.594	72.025
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-25.986	30.333
Konsolidierungsbedingte Änderung des Finanzmittelfonds	0	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	164.721	138.735
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	138.735	169.068

Konzern-Eigenkapitalspiegel der Messe Frankfurt GmbH

	Eigenkapital des Mutterunternehmens in Tsd. €							Summe
	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen	Summe	Eigenkapital- differenz aus Fremd- währungs- umrechnung	Gewinn- vortrag	Konzern- Jahres- überschuss (Anteil Mutterunter- nehmen)	
Stand 31.12.2016	180.000	112.149	83.596	195.745	-38	123.441	0	499.148
Einziehung von Anteilen	0	0	0	0	0	0	0	0
Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln	0	0	0	0	0	0	0	0
Einforderung/Einzahlung bisher nicht einge- forderter Einlagen	0	0	0	0	0	0	0	0
Einstellung in Rücklagen	0	0	64	64	0	-64	0	0
Gezahlte Dividenden	0	0	0	0	0	-13.000	0	-13.000
Währungsumrechnung	0	0	0	0	-4.796	0	0	-4.796
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0	0	0
Neubewertungsrücklage Minderheiten	0	0	0	0	0	0	0	0
Änderungen des Konsolidierungskreises	0	0	0	0	0	0	0	0
Konzern-Jahresüberschuss	0	0	0	0	0	0	36.604	36.604
Stand 31.12.2017	180.000	112.149	83.660	195.809	-4.834	110.377	36.604	517.956

Nicht beherrschende Anteile in Tsd. €			Konzern-Eigenkapital in Tsd. €	
vor Eigenkapital- differenz aus Fremdwährungs- umrechnung	darauf entfallende Eigenkapital- differenz aus Fremdwährungs- umrechnung	darauf entfallender Gewinn	Summe	Summe
5.751	855	0	6.606	505.754
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
0	0	0	0	0
-4.773	0	0	-4.773	-17.773
0	-321	0	-321	-5.117
0	0	0	0	0
3.411	0	0	3.411	3.411
-96	0	0	-96	-96
0	0	3.906	3.906	40.510
4.293	534	3.906	8.733	526.689

Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

Peter Feldmann

(Vorsitzender)
Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt
am Main, Frankfurt am Main

Tarek Al-Wazir

(1. stellvertr. Vorsitzender)
Hessischer Minister für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und
Landesentwicklung, Wiesbaden

Wolfgang Dimmer

(2. stellvertr. Vorsitzender)
Vorsitzender des Betriebsrats
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Jörn Apfelstädt

Vorsitzender des Betriebsrats
Accente Gastronomie Service
GmbH, Frankfurt am Main

Uwe Becker

Bürgermeister und Stadtkämmerer
der Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main

Peter Beuth

Hessischer Minister des Innern
und für Sport, Wiesbaden

Britta Böcher

Betriebsratsmitglied der
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Bernd Ehinger

Präsident der Handwerkskammer
Frankfurt-Rhein-Main,
Frankfurt am Main

Markus Frank

Stadtrat der Stadt Frankfurt
am Main, Frankfurt am Main

**Dr. Christine Hohmann-
Dennhardt**

(bis 31.05.2017)
Mitglied des Vorstands
Volkswagen AG (bis 31.01.2017),
Wolfsburg

Mike Josef

Stadtrat der Stadt Frankfurt
am Main, Frankfurt am Main

Jetta Katharina Junk

IT-Spezialistin Messe Frankfurt
GmbH, Frankfurt am Main

Alexander Kaiser

Senior Projektleiter MESAGO
Messe Frankfurt GmbH,
Stuttgart

Andreas Pipperek

Abteilungsleiter Project Research
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Dr. Lutz Raettig

Vorsitzender des Aufsichtsrats
der Morgan Stanley Bank AG,
Frankfurt am Main

Heinrich Riethmüller

Vorsteher des Börsenvereins des
Deutschen Buchhandels e.V.,
Frankfurt am Main

Christiane Rüdiger

Abteilungsleiterin
Applikationsmanagement
Messe Frankfurt GmbH,
Frankfurt am Main

Dr. Thomas Schäfer

Hessischer Minister der
Finanzen, Wiesbaden

Manuel Stock

Stadtverordneter der
Stadt Frankfurt am Main,
Frankfurt am Main

Dr. Jens Thiemer

(ab 01.06.2017)
Vice President Marketing Mercedes-
Benz Cars der Daimler AG,
Frankfurt am Main

Prof. Dr. Martin Viessmann

Geschäftsführer der Viessmann Werke
GmbH & Co. KG, Allendorf

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Konzernanhang, Kapitalflussrechnung und Eigenkapitalspiegel – und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den gesetzlichen Vorschriften, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Frankfurt am Main, den 7. Mai 2018
Mazars GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft

Jörg Maas	Marco Bergmann
Wirtschaftsprüfer	Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH hat sich durch regelmäßige schriftliche und mündliche Berichte der Geschäftsführung über die Entwicklung und Lage der Gesellschaft unterrichtet und von der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugt.

Sitzungen des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat tagte im Geschäftsjahr 2017 in zwei ordentlichen Sitzungen.

Tätigkeit des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich mit der laufenden Geschäftsentwicklung und der Unternehmensplanung befasst. Schwerpunkte der Beratungen und der Beschlussfassungen waren die Unternehmensstrategie, die laufende Geschäftsentwicklung national und international sowie die wirtschaftliche Lage des Unternehmens.

Neben der Regelberichterstattung waren folgende Themen Gegenstand eingehender Beratungen und – soweit erforderlich – Beschlussfassungen:

- Im März 2017 wurden Unregelmäßigkeiten in der Finanzbuchhaltung in der Niederlassung in Dubai der Messe Frankfurt Middle East GmbH bekannt. Der Aufsichtsrat hat sich in seinen Sitzungen eingehend mit der Klärung des Sachverhalts und den zu ergreifenden Maßnahmen befasst. Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsrat auch außerhalb seiner Sitzungen schriftlich über den Stand der Aufklärung und der Umsetzung der ergriffenen Maßnahmen berichten lassen.
- Der Aufsichtsrat hat sich mit der Projektentwicklung (Bebauung und Veräußerung eines Teilgrundstücks) eines im Eigentum der Messe Frankfurt befindlichen Grundstücks an der Europa-Allee befasst und seine Beschlussempfehlung an die Gesellschafter ausgesprochen.
- Der Aufsichtsrat hat den Erwerb von 70 Prozent der Gesellschaftsanteile an einer neu zu gründenden Gesellschaft zur Durchführung der Veranstaltung Auto Maintenance & Repair, Beijing, durch die Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong, sowie den Erwerb von 100 Prozent der Anteile an der Forest Exhibitions Ltd., Birmingham, durch die Messe Frankfurt Exhibition erörtert und seine Beschlussempfehlung an die Gesellschafter ausgesprochen.
- Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat dem Erwerb von 100 Prozent der Vermögenswerte der Middle East Cleaning Technology Week (MECTW) durch die Messe Frankfurt sowie dem Abschluss eines Contractual Joint Venture zwischen der Messe Frankfurt Middle East GmbH und dem ursprünglichen Eigentümer zugestimmt.
- Weiterhin hat der Aufsichtsrat sich mit dem Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst sowie mit der Anwendung der Grundsätze nach § 4 Hessisches Gleichberechtigungsgesetz bei der Personalwirtschaft (§ 2 Abs. 3 HGIG) befasst.

Arbeit der Ausschüsse

Die Tätigkeit des Aufsichtsrats wurde durch die Vorbereitung und Unterstützung der Ausschüsse erleichtert. Die Ausschussvorsitzenden haben dem Aufsichtsrat regelmäßig über die Arbeit der betreffenden Ausschüsse berichtet. Die Ausschüsse empfehlen dem Aufsichtsrat Beschlussfassungen zu Entscheidungen, die von erheblicher finanzieller oder strategischer Relevanz sind. Der Ausschuss für Beteiligungen trat im Geschäftsjahr 2017 dreimal zusammen. Er befasste

sich in seinen Sitzungen detailliert mit Geschäftsvorfällen, der wirtschaftlichen Lage sowie den Jahresabschlüssen der Tochtergesellschaften und Beteiligungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Darüber hinaus wurden die oben genannten Unregelmäßigkeiten in der Finanzbuchhaltung der Messe Frankfurt Middle East, Dubai Branch, die Anteilerwerbe an der neuen Gesellschaft in Beijing sowie der Forest Exhibitions Ltd. und der Erwerb von 100 Prozent der Vermögenswerte der MECTW und der Abschluss des Contractual Joint Venture erörtert.

Der Finanz- und Prüfungsausschuss tagte im Geschäftsjahr 2017 in zwei ordentlichen Sitzungen. Er befasste sich mit Geschäftsvorfällen und der wirtschaftlichen Entwicklung der Messe Frankfurt Venue GmbH und ihren Tochtergesellschaften, der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns Messe Frankfurt. Hinsichtlich der vorgenannten Gesellschaften hat der Finanz- und Prüfungsausschuss die Jahresabschlüsse und den Konzernabschluss sowie die Lageberichte der Gesellschaften und des Konzerns erörtert. Darüber hinaus hat sich der Ausschuss ebenfalls mit den vorgenannten Unregelmäßigkeiten in der Finanzbuchhaltung der Messe Frankfurt Middle East, Dubai Branch, befasst.

Der Bauausschuss hat im Geschäftsjahr 2017 einmal getagt. Er hat in seiner Sitzung ausführlich aktuelle Projekte der Geländeentwicklung, insbesondere den Neubau der Halle 12 und die Bebauung auf dem Grundstück Baufeld 42a, diskutiert.

Auftreten von Interessenskonflikten

Dem Aufsichtsrat ist nicht bekannt, dass im Geschäftsjahr Interessenskonflikte einzelner Aufsichtsratsmitglieder aufgetreten sind.

Jahres- und Konzern-Abschluss

Der Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH sowie der Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2017 wurden von der Mazars GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Prüfungsauftrag wurde gemäß Beschluss der Gesellschafter Stadt Frankfurt am Main und Land Hessen vom 7. und 30. August 2017 durch den Aufsichtsratsvorsitzenden erteilt.

Der Jahresabschluss, der Konzern-Abschluss sowie die Lageberichte wurden nach den Regelungen des HGB für große Kapitalgesellschaften aufgestellt und vom Abschlussprüfer geprüft. Der Finanz- und Prüfungsausschuss hat die Jahresabschlüsse der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns, die Lageberichte sowie die Prüfungsberichte in seiner Sitzung am 11. Juni 2018 in Anwesenheit der Abschlussprüfer erörtert und dem Aufsichtsrat empfohlen, die Abschlüsse zu billigen. Der Vorsitzende des Finanz- und Prüfungsausschusses berichtete dem Aufsichtsrat hierüber in der Sitzung am 18. Juni 2018 und erläuterte die Empfehlung des Finanz- und Prüfungsausschusses. Der Aufsichtsrat hat den Einzelabschluss, den Konzern-Abschluss und die Lageberichte seinerseits in seiner Sitzung am 18. Juni 2018 in Anwesenheit des Abschlussprüfers, der über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtete, behandelt.

Des Weiteren wurden die Berichte der Mazars GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft über die Prüfung der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung und der wirtschaftlichen Verhältnisse nach § 53 HGrG für das Jahr 2017 durch den Finanz- und Prüfungsausschuss und den Aufsichtsrat zur Kenntnis genommen. Der Abschlussprüfer hat festgestellt, dass ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes Risikomanagementsystem besteht, das es ermöglicht, den Fortbestand der Gesellschaft gefährdende Entwicklungen frühzeitig zu erkennen.

Wie vom Finanz- und Prüfungsausschuss empfohlen, hat der Aufsichtsrat dem Ergebnis der Prüfung der Abschlüsse zugestimmt und der Gesellschafterversammlung empfohlen, den Jahresabschluss der Messe Frankfurt GmbH zum 31. Dezember 2017 und den Konzern-Abschluss zum 31. Dezember 2017 festzustellen sowie den Bericht der Geschäftsführung zur Lage der Messe Frankfurt GmbH und des Konzerns über das Geschäftsjahr 2017 entgegenzunehmen und zu billigen.

Personalia

Mit Beschluss der Gesellschafter vom 5. und 12. Mai 2017 wurde Frau Dr. Christine Hohmann-Dennhardt aus dem Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH mit Wirkung zum 31. Mai 2017 abberufen und Herr Dr. Jens Thiemer mit Wirkung zum 1. Juni 2017 in den Aufsichtsrat berufen.

Der Aufsichtsrat dankt der Geschäftsführung für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die geleistete Arbeit und ihren Beitrag zu einem erfolgreichen Geschäftsjahr 2017.

Frankfurt am Main, den 18. Juni 2018
Für den Aufsichtsrat

Peter Feldmann
Vorsitzender

Chefredaktion

Sarah Stanzel
Jörg Seyffart

Redaktion

Markus Quint (CvD)
Julia Gewehr
Nadine Philipp
Anne-Kathrin Salajka
Gabriele Wehr

V. i. S. d. P.

Iris Jeglitza-Moshage

Fotografie und Illustration

Pietro Sutura Photography (S. 2/3)
Doro Spiro (S. 9)
Deutsche Bahn AG (S. 11)
Crazy J Photography (S. 13)
Salt & Silver (S. 17)
Lea Moser Fotografie (S. 19)
sarahvanbelle.be (S. 21)
Jens Liebchen (S. 25)
European Space Agency ESA,
Lift Off (S. 27)
Rosenthal GmbH (S. 29)
Jochen Günther Fotografie (S. 31)
KEYSTONE/Peter Klaunzer (S. 33)
Doro Spiro (S. 35)
dtms GmbH (S. 37)

Lektorat

Kirsten Skacel
Katharina Theml

Konzeption, Text, Gestaltung
und Illustration

one/one Berlin / Bremen / Amsterdam

Print-Produktion

Messe Frankfurt Medien
und Service GmbH
Publishing Services

Druck

Schleunungsdruck GmbH
Eltertstraße 27
97828 Marktheidenfeld

Papier

Umschlag: Algro Design Duo, 360 g/m²
Inhalt: Arctic the Volume 150 g/m²

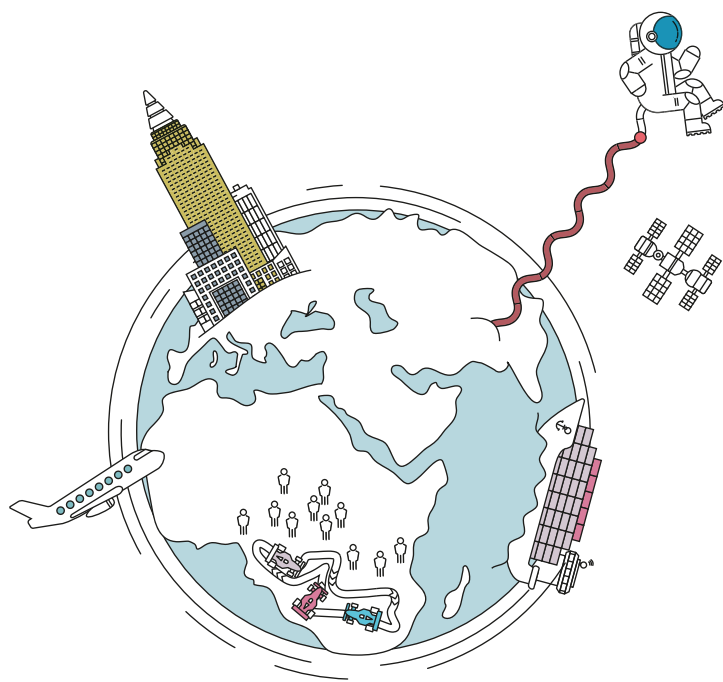
Auflage

4.000 in zwei Auflagen
(Deutsch und Englisch)

Redaktionsanschrift

Messe Frankfurt GmbH
Corporate Communications
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
Telefon + 49 69 75 75 - 66 75
Telefax + 49 69 75 75 - 9 66 75
corporate.communications@
messefrankfurt.com





Messe Frankfurt GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

Telefon + 49 69 75 75 - 0

Telefax + 49 69 75 75 - 64 33

info@messefrankfurt.com

www.messefrankfurt.com