

We make markets. Worldwide.

## Konzern Messe Frankfurt auf einen Blick

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

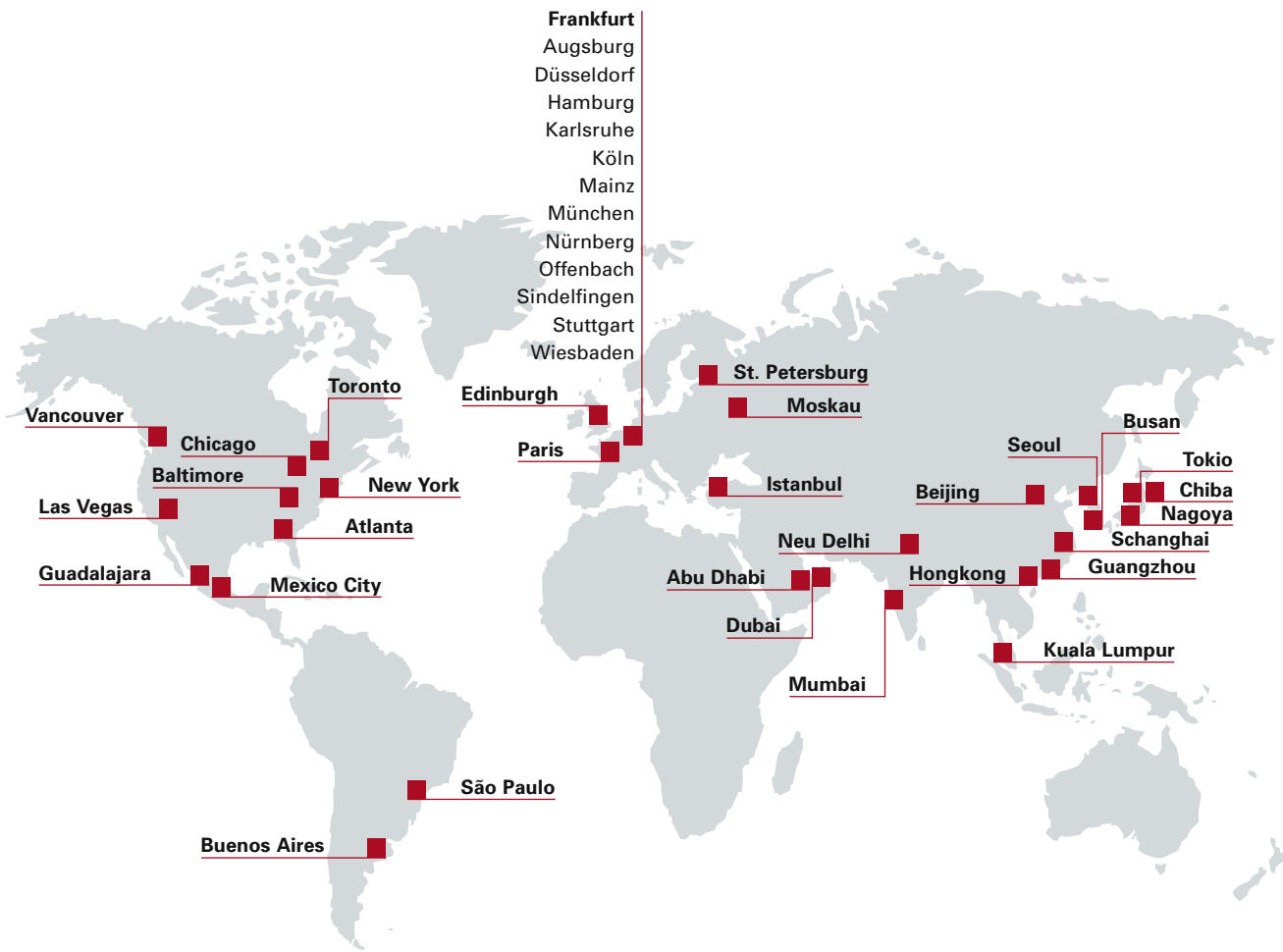
| in Mio. €                            | 2000       | 2001       | 2002         | 2003         | 2004         |
|--------------------------------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Umsatzerlöse                         | 311        | 318        | 335          | 353          | 364          |
| Personalaufwand                      | 45         | 52         | 58           | 69           | 70           |
| Abschreibungen                       | 30         | 45         | 47           | 47           | 62           |
| Ergebnis vor Ertragsteuern           | 46         | 40         | 32           | 23           | 33           |
| Umsatzrendite vor Ertragsteuern in % | 15         | 13         | 10           | 7            | 9            |
| <b>Jahresüberschuss</b>              | <b>22</b>  | <b>28</b>  | <b>22</b>    | <b>10</b>    | <b>19</b>    |
| <b>Cashflow</b>                      | <b>52</b>  | <b>65</b>  | <b>67</b>    | <b>53</b>    | <b>78</b>    |
| Anlagenzugänge                       | 188        | 138        | 43           | 40           | 34           |
| <b>Eigenkapital</b>                  | <b>283</b> | <b>299</b> | <b>312</b>   | <b>315</b>   | <b>320</b>   |
| <b>Bilanzsumme</b>                   | <b>691</b> | <b>701</b> | <b>789</b>   | <b>706</b>   | <b>732</b>   |
| <b>Mitarbeiter (jeweils 31.12.)</b>  | <b>851</b> | <b>984</b> | <b>1.144</b> | <b>1.213</b> | <b>1.227</b> |

Gesellschafter: Stadt Frankfurt (60 %), Land Hessen (40 %)

Gezeichnetes Kapital: Stadt Frankfurt 108 Mio. €, Land Hessen 72 Mio. €

|   | 2000      | 2001      | 2002      | 2003      | 2004      |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Grunddaten</b>                         |           |           |           |           |           |
| Grundfläche (m <sup>2</sup> )             | 475.000   | 475.000   | 475.000   | 475.000   | 475.000   |
| Verfügbare Hallenfläche (m <sup>2</sup> ) | 289.931   | 324.023   | 324.041   | 324.225   | 324.277   |
| Verfügbare Freifläche (m <sup>2</sup> )   | 75.762    | 89.408    | 83.163    | 83.163    | 83.163    |
| Anzahl der Hallen                         | 10        | 10        | 10        | 10        | 10        |
| <b>Inlandsmessen</b>                      |           |           |           |           |           |
| Anzahl der Messen und Ausstellungen       | 46        | 38        | 51        | 52        | 50        |
| Aussteller (insgesamt)                    | 43.088    | 36.089    | 39.777    | 45.220    | 42.231    |
| Aussteller (Inland)                       | 20.529    | 16.985    | 17.240    | 19.619    | 17.031    |
| Aussteller (Ausland)                      | 22.559    | 19.104    | 22.537    | 25.601    | 25.200    |
| Besucher                                  | 1.680.255 | 2.185.817 | 1.609.107 | 2.713.619 | 1.586.766 |
| Nettofläche (m <sup>2</sup> )             | 1.612.502 | 1.443.596 | 1.428.555 | 1.616.859 | 1.417.486 |
| <b>Auslandsmessen</b>                     |           |           |           |           |           |
| Anzahl der Messen                         | 43        | 48        | 45        | 60        | 59        |
| Aussteller                                | 7.136     | 7.412     | 9.812     | 13.345    | 15.486    |
| Besucher                                  | 609.532   | 584.085   | 803.527   | 760.746   | 750.330   |
| Nettofläche (m <sup>2</sup> )             | 176.264   | 196.041   | 217.993   | 293.572   | 322.736   |

# Messestandorte weltweit





Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt, eine der führenden Messegesellschaften der Welt, veranstaltet über 100 Messen weltweit und ist einer der wenigen Global Players im Messengeschäft. Die Grundlagen ihres Erfolges sind ein Portfolio marktführender Veranstaltungen, das drittgrößte Messegelände der Welt und ein weit verzweigtes internationales Netz an Tochtergesellschaften, Niederlassungen und Auslandsvertretungen.



## Inhaltsübersicht

|  |  |
|--|--|
|  | <b>Editorial der Geschäftsführung</b>                    |
|  | 4 Strukturen für den Erfolg von morgen                   |
| <b>Planen</b>                          | <b>Erfolg über das Jahr hinaus</b>                       |
|  | 9 Positive Bilanz 2004                                   |
|  | 11 Vier Wege zu mehr Wachstum                            |
| <b>Gestalten</b>                       | <b>Raum für Dynamik und Fortschritt</b>                  |
|  | 17 Konsumgütermessen in Führungsrolle                    |
|  | 22 Textilmessen – Stoff für Hightech, Heim und Fashion   |
|  | 26 Technikkonferenzen mit Begeisterungspotenzial         |
|  | 32 Mehr Gastmessen kommen nach Frankfurt                 |
|  | 34 Mehr Firmenevents in der Festhalle                    |
|  | 35 Messe Frankfurt steigert Kongressgeschäft             |
|  | 36 Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2004            |
| <b>Handeln</b>                         | <b>Wachstum durch Motivation und Engagement</b>          |
|  | 47 Erfolgsfaktor Personalpolitik                         |
| <b>Lagebericht und Jahresabschluss</b> | <b>Lagebericht des Konzerns Messe Frankfurt GmbH</b>     |
|  | 53 I. Geschäftsverlauf                                   |
|  | 63 II. Darstellung der Lage                              |
|  | 73 III. Risikomanagement                                 |
|  | 74 IV. Ausblick  |
|  | <b>Jahresabschluss des Konzerns Messe Frankfurt GmbH</b> |
|  | 76 Konzern-Bilanz  |
|  | 78 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung                   |
|  | 79 Konzernanhang   |
|  | 94 <b>Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers</b>       |
|  | 96 <b>Bericht des Aufsichtsrats</b>                      |
|  | 97 <b>Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH</b>          |
| <b>Weitere Informationen</b>           | 99 Messen 2004   |
|  | Messen 2005  |
|  | Kontaktinformationen, Impressum                          |



## Editorial der Geschäftsführung – Strukturen für den Erfolg von morgen



Michael von Zitzewitz,  
Vorsitzender der Geschäftsführung

Die Messe Frankfurt hat ihre Position auch im Jahr 2004 gut behauptet, trotz anhaltender Konjunkturschwäche und Konsumzurückhaltung. Dies mag zum Teil am Welthandel gelegen haben, der mit neun Prozent den dritthöchsten Anstieg in den vergangenen zehn Jahren verzeichnete, was sich auf das stark international geprägte Geschäft der Messe Frankfurt günstig auswirkte.

Die Eckdaten unserer Veranstaltungen blieben im Vergleich zu ihren Vorgängerinnen stabil. Einige Messen wie Paperworld, Beautyworld und Texcare konnten sogar ein wieder zunehmendes Interesse deutscher Aussteller verbuchen, andere wie Christmasworld und Prolight + Sound erzielten zweistellige Zuwachsraten auf der Besucherseite. Hier kam vor allem die Internationalität der Frankfurter Messen zum Tragen.

Auch mit dem Auslandsgeschäft können wir zufrieden sein: Mehr Unternehmen als je zuvor beteiligten sich an unseren rund 60 Messen außerhalb Deutschlands. Über die Hälfte dieser Veranstaltungen spielte sich in Asien ab, 14 davon allein in China, im momentan wohl dynamischsten Markt der Erde. Asien wird auch in Zukunft eine Kernregion unserer Auslandsaktivitäten bleiben, darüber werden wir aber weitere vielversprechende Märkte nicht aus dem Auge verlieren. Für 2005 können

wir zwei neue Konsumgüter- bzw. Textilmessen in dem attraktiven, aber schwierigen US-amerikanischen Markt ankündigen – ein erfolgversprechender Start ins Jahr, auf dem wir mit Bedacht weiter aufbauen wollen.

Mit der neuen Konzernstruktur, die 2004 vollendet wurde, haben wir die Weichen für die Zukunft gestellt. Die Aufteilung in eine Betriebsgesellschaft (Messe Frankfurt Exhibition) und eine Besitzgesellschaft (Messe Frankfurt Venue) unter dem Dach einer Holding hat uns Transparenz und Freiraum geschaffen, die die Grundlage für weiteres Wachstum darstellen. Kontinuierliche zielorientierte Internationalisierung, strategische Partnerschaften, neue Messen im In- und Ausland sowie neue Geschäftsfelder sind die vier Wachstumspfade, auf die wir uns in den kommenden Jahren konzentrieren wollen.

Damit die neuen Strukturen ihre volle Wirkung entfalten können, müssen sie mit Leben gefüllt werden, und zwar von den Menschen, die sich in diesen Strukturen bewegen und täglich im unmittelbaren Kontakt mit unseren Kunden stehen. Diese Menschen, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sind im besten Sinne des Wortes das den Kunden und Partnern zugewandte Gesicht der Messe Frankfurt.



Dr. Michael Peters, Geschäftsführer

Parallel zum Ausbau unseres Geschäfts im In- und Ausland muss daher eine interne Weiterentwicklung unseres Unternehmens erfolgen. Ebenso wie wir unsere Messen permanent auf den Prüfstand stellen, sie hinterfragen, optimieren und den Märkten der Zukunft anpassen, müssen wir mit den internen Strukturen und Abläufen und unserem Verhalten verfahren. Vor allem wollen wir das umfangreiche Know-how, das auf allen Ebenen unseres Unternehmens vorhanden ist, verstärkt nutzen – zum Wohl unserer Kunden. Im Herbst 2004 haben wir mit einer Reihe von Workshops für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen spannenden und sehr dynamischen Prozess in Gang gesetzt, als dessen Ziel wir –



Detlef Braun, Geschäftsführer

analog zum Prinzip des lebenslangen Lernens des Einzelnen – die Messe Frankfurt als eine permanent lernende Organisation sehen.

Gleichzeitig haben wir 2004 mit der Modernisierung des Frankfurter Messegeländes begonnen. Der Erwerb einer rund 100.000 Quadratmeter großen Erweiterungsfläche machte den Weg frei für die Neugestaltung des westlichen Areals. 2005 wurde mit den Arbeiten an der Verkehrsinfrastruktur begonnen, die Mitte 2007, pünktlich zur IAA, abgeschlossen sein sollen.

Auf dem neuen Geländeteil werden je nach Planungsvariante zwei bis drei neue Hallen entstehen. Sie sollen insbesondere die Modernisierung



Uwe Behm, Generalbevollmächtigter

von in die Jahre gekommenen Hallen ermöglichen. Eine Vergrößerung der Ausstellungsfläche steht nicht zur Diskussion, zumal die deutsche bzw. europäische Messewirtschaft schon heute durch massive Überkapazitäten belastet wird.

Die Modernisierung des Messeplatzes wird den Standort Frankfurt noch attraktiver und wettbewerbsfähiger machen. Sie bildet das Fundament dafür, dass wir auch in Zukunft ertragreich wachsen und unsere Position auf dem Weltmarkt weiter ausbauen können. Vor allem die Kompetenz und die Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns sicher, dass wir unsere Ziele erreichen werden.





Die Messe Frankfurt gestaltet bereits heute die Grundlagen für die Messen von morgen. Die Zukunft beginnt in der Gegenwart – in Frankfurt und an mehr als 40 Standorten rund um die Welt. Damit schafft das Unternehmen auch für kommende Generationen nachhaltige Werte. Von ihrer starken Position auf dem internationalen Messemarkt profitieren Aussteller und Besucher ebenso wie Stadt und Land sowie die Mitarbeiter der Messe Frankfurt. Verantwortlich geplantes Wachstum ist eine Investition in die Zukunft.



# Planen



Die Messe Frankfurt kann auf ein gutes Messejahr zurückblicken. Gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften und Niederlassungen in aller Welt hat sie Umsatz und Ergebnis gesteigert und ihre Position in der internationalen Messewirtschaft behauptet. Mit ihrer neuen Konzernstruktur und den Investitionen in die Infrastruktur ihres Heimatstandortes Frankfurt am Main bereitet die Messe Frankfurt schon heute die Bühne für die Inszenierungen von morgen.

## Erfolg über das Jahr hinaus

### Positive Bilanz 2004

**109 Messen und Ausstellungen weltweit, 237 Kongresse, Tagungen und Events, über 57.700 Aussteller und knapp 2,9 Millionen Besucher – das ist die Veranstaltungsbilanz der Messe Frankfurt und ihrer in- und ausländischen Töchter im Jahr 2004. Der Konzernumsatz erreichte mit 364,5 Millionen Euro eine neue Rekordmarke; das Ergebnis vor Steuern stieg im Vergleich zum Vorjahr um knapp 44 Prozent auf 33,5 Millionen Euro. Obwohl das konjunkturelle Umfeld alles andere als ermutigend war, hat sich die Messe Frankfurt im Geschäftsjahr 2004 gut behauptet.**

Am Messeplatz Frankfurt fanden 41 Messen statt, davon 16 Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, vier der Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH sowie eine der Mesago Messe Frankfurt GmbH. Diese 21 konzerneigenen Messen verzeichneten über 26.000 Aussteller. Mehr als 17.600 von ihnen kamen aus dem Ausland und vermochten den leichten Rückgang der inländischen Aussteller auszugleichen. Die Internationalität erreichte mit 68 Prozent auf der Aussteller- und 35 Prozent auf der Besucherseite einen neuen Höchststand. Insgesamt 973.000 Besucher kamen zu den konzerneigenen Veranstaltungen in Frankfurt, 18 Prozent mehr als 2003. Die vermietete

Nettofläche lag mit rund 1,1 Millionen Quadratmetern mehr als 18 Prozent über dem Vorjahresstand. 20 Gastveranstaltungen, darunter die erfolgreichen Klassiker Buchmesse und EuroMold, standen auf dem Frankfurter Veranstaltungskalender. Auch wenn der Publikumsmagnet IAA turnusbedingt fehlte, schlugen die Gastmessen mit insgesamt 13.300 Ausstellern und über 530.000 Besuchern zu Buche.

Das Kongressjahr 2004 war mit 136 Veranstaltungen und 108.000 Besuchern – neben dem Kirchentagsjahr 2001 – das veranstaltungs- und umsatzstärkste Jahr seit der Eröffnung des Congress Centers 1997. Weitere über 419.000 Besucher kamen zu den 58 Kultur- und Sportveranstaltungen, Firmenpräsentationen und Galaabenden in die Frankfurter Festhalle.

Die deutschen Veranstaltungstöchter, Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden, und Mesago Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, veranstalteten im Berichtsjahr insgesamt 14 Messen mit 3.300 Ausstellern und über 130.000 Besuchern. Fünf dieser Messen fanden 2004 am Messeplatz Frankfurt statt, die übrigen an verschiedenen deutschen Messeplätzen.

## Vier Wege zu mehr Wachstum



### Elf neue Messen im Ausland

Das Auslandsgeschäft entwickelte sich außerordentlich erfreulich. Insgesamt fanden 2004 in zwölf Ländern Europas, Asiens und Amerikas 59 Messen statt, darunter elf neue Veranstaltungen. Am stärksten ist die Messe Frankfurt traditionell in Asien vertreten: Insgesamt fanden dort 33 Messen statt, davon allein 14 in China und Hongkong. Rund 15.500 Unternehmen beteiligten sich an den Auslandsmessen – 16 Prozent mehr als im Vorjahr; die vermietete Fläche wuchs um rund zehn Prozent auf 322.700 Quadratmeter, obwohl 2003 eine Messe mehr stattgefunden hatte. Über 750.000 Besucher wurden gezählt.

Zwar wird Asien auch in Zukunft Schwerpunkt der Auslandsstrategie bleiben, jedoch werden andere interessante Märkte darüber nicht vernachlässigt. 2005 wird die Messe Frankfurt zwei neue Messen auf den amerikanischen Markt bringen: die Interior Lifestyle USA mit den Marken Ambiente und Heimtextil und die Paperworld USA. Beide Veranstaltungen werden in Las Vegas stattfinden.

### Kräftiges Plus bei Umsatz und Ergebnis

Mit rund 364,5 Millionen Euro (2003: 353,3 Millionen Euro) erreichte der Umsatz des Konzerns ein neues historisches Hoch. Dazu trug mit 20 Prozent das Auslandsgeschäft bei, das mit 73,7 Millionen Euro um etwa 31 Prozent gegenüber 2003 zulegen konnte. Die wesentlichen Umsatzträger waren die Tochtergesellschaften in Hongkong/China (22,1 Millionen Euro), Paris (10,6 Millionen Euro), Atlanta (7,8 Millionen Euro) sowie Tokio (6,4 Millionen Euro).

Das Konzernergebnis vor Steuern lag mit 33,5 Millionen Euro um fast 44 Prozent über dem des Vorjahres (23 Millionen Euro). Ursache hierfür waren neben der Steigerung des Umsatzes um 11,2 Millionen Euro und sonstiger betrieblicher Erträge (+6,4 Millionen Euro) Einsparungen bei allgemeinen Verwaltungsaufwendungen (-6,4 Millionen Euro) sowie nahezu konstant gehaltene Aufwendungen für Veranstaltungen und Personal. Mit über 95 Millionen Euro hat die Ergebniskennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) einen neuen Höchstwert erreicht (2003: 71,2 Millionen Euro).

**Ertragreiches Wachstum steht für die Messe Frankfurt auch in Zukunft im Vordergrund ihrer strategischen Überlegungen. Sie hat durch systematische Prüfung aller Optionen vier Wege identifiziert, die ihr ein solches Wachstum ermöglichen werden.**

#### ■ Internationalisierung

Die Internationalisierung in Wachstumsregionen ist ein Weg, den die Messe Frankfurt frühzeitig eingeschlagen und seither erfolgreich beschritten hat. Dabei kommen zwei Aspekte zum Tragen: Erstens sichert die weltweite Vertriebsorganisation durch Aussteller-Akquisition und Besucherwerbung das Geschäft am Messeplatz Frankfurt. Nicht umsonst hat Frankfurt den höchsten Internationalitätsgrad bei Ausstellern und Besuchern. Zweitens generieren in erfolgversprechende Märkte exportierte Messen eigenes Wachstum. Auf diese Weise hat sich das Auslandsgeschäft der Messe Frankfurt seit 1999 auf 74 Millionen Euro in 2004 verdreifacht.

#### ■ Partnerschaften

Europa ist nach wie vor der Messekontinent Nummer eins in der Welt; allerdings ist es ein hochentwickelter und ausgereifter Markt. Um hier erfolgreich zu sein, sind „Alleingang-Strategien“ nicht unbedingt sinnvoll. Wachstum kann und muss nicht immer aus eigener



Kraft kommen. Mit ihrer neuen Organisationsform hat sich die Messe Frankfurt neue Perspektiven eröffnet, denn die gewonnene Flexibilität gibt ihr Handlungsspielraum für mögliche Partnerschaften und Allianzen. Der 2003 eingeleitete Prozess der Konzernumstrukturierung wurde im Herbst 2004 abgeschlossen: Analog zur Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, die für das Frankfurter Messengelände, dessen Vermietung, Bau, Infrastruktur und für Dienstleistungen verantwortlich ist, wurde die Betriebsgesellschaft Messe Frankfurt Exhibition GmbH ausgliedert. In deren Verantwortung liegen nun sämtliche Eigenveranstaltungen im In- und Ausland sowie die in- und ausländischen Veranstaltungstochter. Unter dem Dach einer gemeinsamen Holding, der Messe Frankfurt GmbH, sind somit zwei eigenständige Unternehmen





mit eigenen Kernkompetenzen entstanden. In den kommenden Jahren gilt es, die Möglichkeiten zu sondieren, die dieses neue Modell – auf Veranstaltungs- wie auch auf Unternehmensebene – bietet.

■ **Innovationen**

Neue Produkte sind das Geschäft von morgen und die Basis für zukünftiges Wachstum. Neue Messen erfolgreich in den Markt zu bringen ist in der heutigen Zeit allerdings sehr schwierig – zumindest im weitgehend gesättigten deutschen bzw. europäischen Veranstaltungsmarkt. Trotzdem gibt es noch ausbaufähige Themen, beispielsweise innovative Werkstoffe und Technologien, wie sie die Material Vision zeigt. Auch ein neuer Blickwinkel auf eine bekannte Branche kann zu einer neuen Messe führen: So entsteht 2005 die Collectione, eine Konsumgütermesse, die nicht an Produkten und

Branchen, sondern an den Besucher-Zielgruppen – den Großvertriebsformen des Handels – ausgerichtet ist. 2005 wird die Messe Frankfurt acht neue Messen – vier am Messeplatz Frankfurt und vier im Ausland – auf den Markt bringen.

■ **Diversifizierung**

Schon heute vermarktet die Messe Frankfurt über ihre Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Medien und Service GmbH (MFS) messe-nahe Zusatzprodukte an Aussteller. Neben Werbemedien werden Messestände angeboten, Verlagsprodukte wie Messepublikationen und seit 2004 auch Kataloge. In Zukunft sollen diese Aktivitäten ausgebaut werden. Geplant ist beispielsweise ein umfassendes Seminarangebot für Aussteller unter dem Leitbild „von Profis für Profis“. Daneben sind Informationsveranstaltungen zu spezifischen Märkten geplant, wie beispielsweise der Japan-Tag. So wird das in langen Jahren gewonnene Know-how der Messe Frankfurt genutzt, um den Kunden einen erweiterten Service anzubieten.

■ **Standortmodernisierung schafft Wettbewerbsvorteil**

Kein Flächenwachstum, aber eine deutliche Qualitätsverbesserung strebt die Messe Frankfurt bei der Modernisierung ihres Messegeländes an. Nach dem Geländezukauf im

Westen des Messeplatzes im August 2004 werden in Zukunft neue Hallen entstehen, die sukzessive ältere Gebäude ersetzen sollen. Insgesamt wird sich durch den geplanten Neubau die Gesamthallenfläche nicht verändern. Die erste Bauphase beginnt mit der Halle 11 voraussichtlich 2006; mit der Fertigstellung wird 2009 gerechnet. Ab 2005 werden die ersten Straßenbau-Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur in Angriff genommen.

■ **Angenehmen Aufenthalt! – Die neuen Services der Messe Frankfurt**

2004 wurden zu den Messen Paperworld, Ambiente und Tendence Lifestyle erstmals Sonderzüge eingesetzt, bei der Beautyworld wurden Besuchergruppen mit Charterbussen zur Messe gebracht. Die Rundum-Sorglos-Pakete beinhalten zu einem günstigen Komplettpreis Fahrt, Eintrittskarte und Katalog sowie die Organisation der Reise inklusive Begleitung vom Bahnhof zum Messegelände.

Nach dem „Hotelguide Rhein-Main“, dessen zweite Auflage 2004 erschien, sowie der Zusammenarbeit mit der Tourismus + Congress GmbH als Zimmervermittlung und Travel2Fairs als Komplettreiseanbieter hat die Messe Frankfurt damit den konsequenten nächsten Schritt getan. Die neuen Dienstleistungen zielen darauf ab, Ausstellern und Besuchern

in Zukunft die Reise zur Messe und den Aufenthalt in Frankfurt noch angenehmer und unkomplizierter zu gestalten.

Ein weiterer Schritt in diese Richtung ist die Einführung des Online-Tickets. Bequem und zum ermäßigten Preis kann der Besucher seine Eintrittskarte online bestellen und selbst ausdrucken. Das spart kostbare Zeit beim Messebesuch und außerdem Geld, denn im Vorverkauf sind Karten günstiger als im Kassenverkauf.

Mit modernster Datentechnik stellt die Messe Frankfurt sicher, dass aktuelle Information überall auf dem gesamten Gelände verfügbar ist: W-LAN (Wireless Local Area Network) ermöglicht Ausstellern und Besuchern in allen Hallen und auf dem Freigelände den Zugang zum Internet.

Der „PDA-Messe-Guide“ ist ein digitales Informationspaket, das zu jeder Messe eine komplette Ausstellerübersicht samt Geländeplan enthält, aktuelle Veranstaltungshinweise anzeigt und die Möglichkeit bietet, eigene Routen über die Messe zusammenzustellen. Es gibt den PDA-Messe-Guide kostenfrei zum Download im Internet oder an speziellen Daten-Tankstellen während der Veranstaltung.



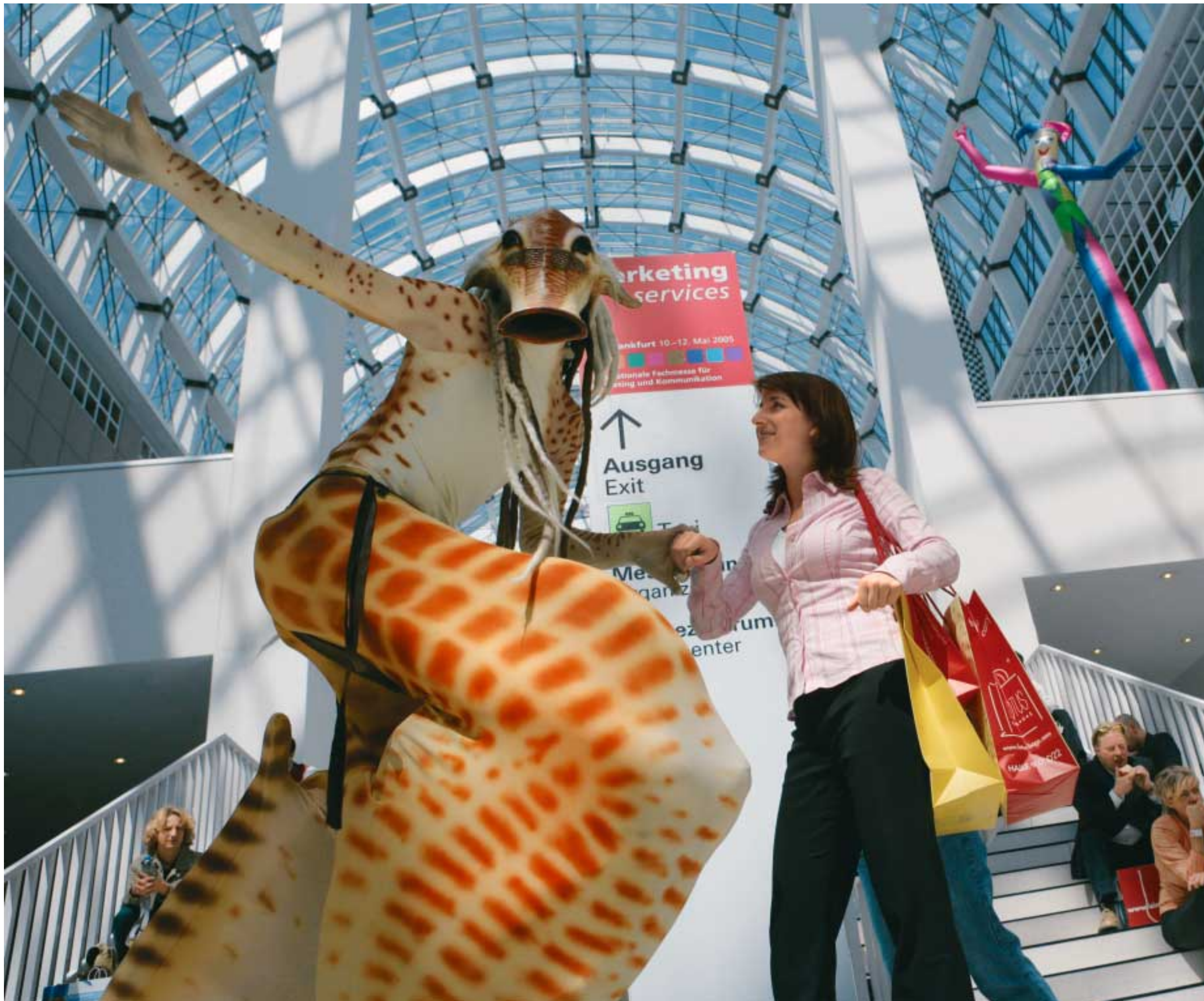
■ **Neue Services in 2005**

Ab Sommer 2005: Personalisierte Badges für alle Messebesucher bieten die Möglichkeit, Ausstellern digitale Visitenkarten zu übergeben.

Eröffnung eines neuen Business Centers im Service Center des Torhauses. Hier werden alle Business-Dienstleistungen, z.B. Übersetzungen, Copy-/Printshop, PC-Support, an zentraler Stelle angeboten.

Organisierte Stadttouren durch Frankfurt zu kulturellen Highlights, den berühmtesten Hochhäusern oder nach Sachsenhausen zum Äppelwoi – so klingt der Messetag mit Frankfurter Impressionen harmonisch aus.





Als Partner ihrer Aussteller, Besucher und Veranstalter ist die Messe Frankfurt offen für die Vielfalt der Welt. Auf ihrem Messengelände bietet sie Raum für Gestaltung und Darstellung. Gelungene Inszenierungen und gute Kontakte bilden die Grundlagen für wirtschaftlichen Erfolg. Sie helfen neue Märkte kennen zu lernen und Innovationen den Durchbruch zu verschaffen. Was unser Leben heute bereichert, war gestern einmal ein neues Ausstellungsstück auf der Messe. Die über zwei Millionen Gäste aus aller Welt, die jedes Jahr nach Frankfurt zur Messe reisen, erwartet ein gastfreundlicher Empfang in einer internationalen Metropole. Wir bringen Menschen zusammen und helfen Ideen zu gestalten.



# Gestalten



Der Konzern Messe Frankfurt hat mit seinen in- und ausländischen Töchtern 2004 weltweit 109 Messen und Ausstellungen veranstaltet. Am Messeplatz Frankfurt fanden insgesamt 41 Veranstaltungen statt, darunter 16 Eigenveranstaltungen. Hier gab es im Vergleich zum Vorjahr ein Plus bei Ausstellern, Besuchern und Ausstellungsfläche.

## Raum für Dynamik und Fortschritt Konsumgütermessen in Führungsrolle

**Die Messe Frankfurt hat traditionell die weltweit größten Messen für Konsumgüter. Rund 600.000 Fachbesucher kommen jährlich rund um den Globus zu den sechs großen Marken Ambiente, Tendence Lifestyle, Paperworld, Christmasworld, Beautyworld und Musikmesse.**

Die Ambiente ist die internationale Leitmesse für das Ordergeschäft zu Jahresbeginn und holt jährlich rund 140.000 Fachbesucher aus aller Welt an den Main. Sie war 2004 mit über 190.000 Quadratmetern Nettogröße die flächenmäßig größte Eigenveranstaltung aller Zeiten auf dem Frankfurter Messegelände. Zwei neue Produktbereiche wurden eingeführt – Outdoor mit Produkten für das Leben im Garten, auf Terrasse und Balkon sowie Elektrokleingeräte.

Die Tendence Lifestyle in Frankfurt, zweitgrößte Konsumgütermesse der Welt und Nummer eins für die Herbst-Winter-Saison und das Weihnachtsgeschäft, hat sich am Markt mit ihrem neuen Konzept durchsetzen können. Über 3.700 Aussteller und mehr als 91.000 Fachbesucher bestätigten 2004 den Veranstaltern, dass sie mit der neuen Ausrichtung nach Lebenswelten den richtigen Weg eingeschlagen haben.

Doch nicht allein die Größe bestimmt die Führungsrolle von Ambiente und Tendence Lifestyle, sondern vor allem die Qualität der ausstellenden Unternehmen und der Fachbesucher. Tausende neuer Produkte werden in den Hallen präsentiert und internationale Hersteller von Glas, Porzellan, Keramik, Möbeln, Geschenkartikeln, Küchenzubehör und Wohnaccessoires öffnen sich den Händlern aus aller Welt. Insbesondere mittelständische Unternehmen sind der kreative Motor der Konsumgüterindustrie. Und gerade sie profitieren von der Ambiente als Plattform für den Kontakt zu ausländischen Abnehmern, da ihnen oft internationale Vertriebskanäle fehlen. Fünf Ambiente-Messen im Ausland helfen beim Erschließen neuer Märkte:

- unter der Dachmarke Interior Lifestyle – zusammen mit Heimtextil Japan und Home Design Japan – die Ambiente Japan in Tokio,
- die Ambiente Rossija im Verbund mit der Christmasworld Rossija und Heimtextil Rossija in Moskau,
- 2004 erstmals die Ambiente Buenos Aires in Argentinien mit zwei Terminen im Kalenderjahr und in Korea die Seoul International Consumer Goods Fair
- für 2005 ist in Las Vegas die Interior Lifestyle USA mit Ambiente USA und Heimtextil USA geplant.

■ **Neue Spezialmesse für Konsumgüter**  
Die Collectione wird 2005 als erste Konsumgütermesse in Frankfurt speziell für das großvolumig einkaufende Marktsegment veranstaltet. Das Angebot umfasst die Bereiche „Table, Kitchen & Houseware“, „Interiors & Decoration“, „Gifts & Season“ sowie „Garden & Accessories“. Zum frühestmöglichen Termin des Jahres lädt sie vom 12. bis 15. Juni die Facheinkäufer aus allen Großvertriebsformen des Handels nach Frankfurt ein, damit diese hier die Kollektionen für die Frühjahrs- und Sommersaison des darauf folgenden Jahres ordern können. Die Collectione bereichert damit das Frankfurter Konsumgütermessen-Angebot um eine neue Veranstaltung, die speziell auf die Bedürfnisse dieser besonders kaufkräftigen Besucherzielgruppe zugeschnitten ist.





### Paperworld wächst weiter

Mit einem neuen Rekord hat die Paperworld 2004 in Frankfurt am Main das erfolgreiche Vorjahr nochmals übertreffen können. Knapp 69.000 Fachbesucher aus 115 Ländern sorgten für volle Terminkalender bei den über 2.500 Ausstellern. Über die Hälfte der Besucher kam aus dem Ausland. Insbesondere der Bereich Paperworld Imaging, zum zweiten Mal mit noch stärkerer Präsenz der Drucker- und Druckerzubehör-Industrie vertreten, fand hohe Anerkennung. Die Leitmesse der Papier-, Büro- und Schreibwarenbranche (PBS) glänzte durch konkrete Geschäftsabschlüsse und als Kontaktforum.

### Ab 2005 zweimal in China

Im Ausland konzentriert sich der Paperworld-Brand auf China. Mit über 3.000 Papier-, Büro- und

Schreibwarenherstellern ist China weltweit der führende Produzent und Exporteur dieser Sparte. Im November 2005 wird die Messe Frankfurt daher als zweite Veranstaltung auf diesem Sektor in Schanghai die Paperworld China ins Leben rufen. Die seit vier Jahren veranstaltete Hong Kong Stationery Fair hat 2004 ein Besucherplus von über sieben Prozent auf über 12.300 erreicht. Schwerpunkt der Messe sind Schulbedarf und Lizenzthemen rund um die Zielgruppe Kind.

Das Hauptgewicht der Paperworld China liegt bei Bürobedarf und Büroautomatisierung, dem am stärksten boomenden Segment der PBS-Branche. Dazu zählen Drucker und die entsprechenden Supplies, Computer und das Multimedia-Equipment. Der Messestandort Schanghai ist ideal, denn hier befindet sich einer der größten Warenumschatzplätze Chinas.

#### ■ Erste Paperworld in den USA

Als erste Messe in den Vereinigten Staaten, die den gesamten PBS-Markt abdeckt, wird die Paperworld USA – World of School, Home and Office Products – vom 9. bis 11. November 2005 in Las Vegas stattfinden. Die Messe Frankfurt hat mit zwei starken Partnern den Wunsch europäischer Herstellerverbände verwirklicht, eine internationale PBS-Plattform für den amerikanischen Kontinent zu schaffen. Gemeinsam mit der School, Home & Office Products Association (SHOPA) und dem spanischen Industrieverband Propaper bündelt die Messe Frankfurt internationale Messeerfahrung und Branchen-Know-how für ein Angebot, das speziell auf den US-amerikanischen Markt zugeschnitten ist.

### Trendsetter für Feste

Das konkurrenzlose Profil der Christmasworld als „Messe der Feste“ ist in Frankfurt am Main 2004 mit einem Rekord belohnt worden. Rund 25 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr wurden gezählt – bei den ausländischen Besuchern gab es sogar eine Steigerung um über 50 Prozent. Die Fachmesse für Dekorations- und Festschmuck gewinnt an Bedeutung als internationale Ideen- und Marketingplattform mit Trends der kommenden Festsaison. Im Ausland ist die Christmasworld seit 2000 in Moskau erfolgreich als Einzelveranstaltung aufgetreten. Von 2004 an wird sie nun im Verbund mit der Heimtextil Rossija und der Ambiente Rossija veranstaltet.

### Schönheitsmessen weltweit

Bewährtes bleibt: Die Beautyworld findet seit Januar 2005 wieder im Verbund mit Paperworld und Christmasworld statt. Die Absicht, die Fachmesse für Parfümerie-, Drogerie-, Kosmetik- und Friseurfachhandel im März mit drei weiteren verwandten Fachveranstaltungen zu kombinieren, wurde nach einer gemeinsamen Durchführung 2004 zugunsten des frühen Ordertermins für die Schönheitsbranche im Januar aufgegeben.



Die Auslands-Brands der Beautyworld haben im vergangenen Jahr bei Ausstellern, Besuchern und Nettofläche kräftig zugelegt. Die Beautyworld Japan in Tokio hat die Ausstellerzahl sogar um 72 Prozent auf 565 gesteigert und die Beautyworld Middle East Gulf Beauty in Dubai um 44 Prozent auf 393. Mit der Cosmesur Beautyworld Buenos Aires ist der Brand 2004 auch in Südamerika heimisch geworden. Sie ist nach der Ambiente Buenos Aires die zweite Konsumgütermesse, mit der die Messe Frankfurt ihr Engagement in Argentinien ausweitet.



#### Bühne für Musikinstrumente und Medientechnik

Die Welt des Musizierens und der Inszenierung mit Audio-, Licht- und Bühnentechnik zeigen die internationale Musikmesse und Prolight + Sound in Frankfurt am Main. Sie sind der international größte Messe-Treffpunkt für Musikinstrumente, Noten und Zubehör sowie für Licht-, Ton-, Bühnen- und Veranstaltungstechnik. Gemeinsam bilden die Musikmesse und die Technikkonferenz Prolight + Sound für die Fachbesucher optimale Synergien und steigern so den Nutzen des Messebesuchs. Die 92.000 Fachbesucher beider Leitmesen nutzten 2004 ihren Messebesuch zu mehr Geschäftsabschlüssen als im Vorjahr.

Die Musikmesse hat als Leitmesse der Musikinstrumentenindustrie auf 110.000 Quadratmetern mit Partnern aus Kultur und Bildungspolitik eine Bühne für das Business geboten und zugleich das alle Menschen verbindende Kulturgut Musik in seiner emotionalen Wirkung dargestellt. Mit über 200 Live-Konzerten, Preisverleihungen und Sonderveranstaltungen betonte die Messe Frankfurt ihr Engagement, das Musizieren zu fördern. Die Internationalität bei Ausstellern und Besuchern ist weiter gewachsen – rund 67 Prozent der ausstellenden Unternehmen kamen aus dem Ausland.

Die Prolight + Sound konnte mit rund 27.000 Besuchern ein Plus von rund 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr

verbuchen und erreichte damit das höchste Ergebnis ihres zehnjährigen Bestehens. Neue Technologien wie die integrierte Medientechnik, die bisher voneinander unabhängige Licht- und Tonsysteme zentral steuert, sorgen für neues Wachstum in der Branche. Diese Thematik war auch auf dem dreitägigen Congress für audiovisuelle Installationssysteme (CAVIS) ein Schwerpunkt.

#### Erfolg im Reich der Mitte

Der internationale Markt nimmt für die Hersteller von Musikinstrumenten weiter an Bedeutung zu. Die Music China hat 2004 im Shanghai New International Expo Centre zum zweiten Mal gezeigt, dass der chinesische Markt für Musikinstrumente sehr spannend ist. Parallel zur Music China findet wie in Frankfurt die Schwestermesse Prolight + Sound Shanghai statt.

Die Music China hat auf insgesamt 34.000 Quadratmetern nahezu jeden Instrumententyp mit komplettem Zubehör vorgeführt. Die ausländischen Aussteller nannten drei Hauptgründe für ihre Teilnahme: ihre Marken und Produkte in China bekannter zu machen, Direktverkäufe zu tätigen und sich einen persönlichen

Eindruck vom chinesischen Markt zu verschaffen. Der Music China ist es gelungen, sich als Messe für den gesamten chinesischen Markt zu positionieren. Die Mehrheit der 25.000 Fachbesucher kam aus allen Provinzen Chinas nach Schanghai.

#### Führungsrolle weltweit ausgebaut

Die Konsumgütermessen bewältigen im vierten Jahr in Folge die Anforderungen eines stagnierenden Marktes. Über 420.000 Fachbesucher haben die sechs großen Konsumgüter-Märkte in Frankfurt am Main versammelt und noch einmal rund 170.000 auf den Messeplätzen im Ausland. Die über 17.800 ausstellenden Unternehmen auf den Frankfurter Konsumgütermessen in aller Welt repräsentierten das gesamte internationale Angebot ihrer Branchen. Damit nimmt die Messe Frankfurt eine herausragende Stellung auf dem internationalen Messemarkt ein. Es zeugt von Gestaltungskraft und der engen Partnerschaft mit Industrie und Handel, dass die Frankfurter Konsumgütermessen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ihre Führungsrolle weltweit behaupten und mit neuen Konzepten, neuen Ideen und stabilen Beteiligungszahlen weiter ausbauen konnten.



■ **Art Frankfurt lockt mehr Besucher**  
Die 16. Ausgabe der Art Frankfurt hat 2004 trotz verkürzter Messedauer mit über 28.000 Besuchern deutlich mehr Kunstinteressierte an den Main gelockt als im Vorjahr. Von den 155 Ausstellern wurde übereinstimmend die gestiegene Professionalität der Besucher gelobt, die sich insbesondere in guten Geschäften bemerkbar machte. Die wichtigste Messe für junge Kunst in Europa besticht durch ihr unverwechselbares, zukunftsweisendes Profil. Große Beachtung fand die vierte Ausgabe der nicht-kommerziellen Ausstellungsreihe Curator's Choice, die 2004 den Fokus auf Afrika gerichtet hatte. Den mit 13.000 Euro dotierten Art-Frankfurt-Preis erhielt das Schweizer Fri-Art-Centre d'Art Contemporain in Fribourg. Die Art Frankfurt unterstützt mit dem Preis Kunstvereine als Impulsgeber und Orte intensiver Auseinandersetzung mit der Gegenwartskunst.



## Textilmessen – Stoff für Hightech, Heim und Fashion



**Die Messe Frankfurt ist weltweit der größte Veranstalter von Textilmessen. Drei starke Marken bilden internationale Foren für Industrie und Handel: Heimtextil, Interstoff und Tectextil. Unter diesen Namen veranstaltet die Messe Frankfurt weltweit insgesamt rund 20 Textilmessen.**

Die klare Nomenklatur der drei textilen Segmente – Wohn- und Objekttextilien, Bekleidungsstoffe sowie technische Textilien und Vliesstoffe – gibt den Ausstellern die Sicherheit, im richtigen Verbund ihre Produkte zu präsentieren. Die Fachbesucher aus aller Welt wiederum können sich darauf verlassen, dass sie auf den Messen der Heimtextil, Interstoff und Tectextil die jeweiligen Branchen international repräsentiert vorfinden. Die Messe Frankfurt nutzt ihre engen Kontakte zur Textilindustrie und platziert ihre Messen in den Märkten, in die ihre Kunden gewinnbringend investieren wollen. Die Marken der Messe Frankfurt stehen in Westeuropa, Russland, Nord- und Südamerika, China und Japan auf den internationalen Messeplätzen für Qualität und Know-how bei internationalen Textilmessen.

### Die Erste im Jahr

Die Heimtextil in Frankfurt am Main ist die internationale Leitmesse für Wohn- und Objekttextilien. Was so

nüchtern klingt, bedeutet nicht weniger als das weltweite Angebot von Stoffen, Tapeten und Bodenbelägen für die Raumgestaltung und das gemütlich ausgestattete Zuhause. Der Heimtextil-Brand hat in Japan, China, Russland und Indien Fachmessen für Wohn- und Objekttextilien fest etabliert und hilft so, neue, zukunftsversprechende Märkte zu erschließen. In Frankfurt am Main ist es der Heimtextil zu Jahresbeginn 2004 gelungen, der Branche den dringend benötigten Optimismus für das neue Geschäftsjahr zu verleihen. Als erste Messe im Jahr setzt sie die Wohntrends und stimuliert die Branche. Zentrales Thema waren neue Impulse für den Handel, um die Kaufzurückhaltung der Kunden zu überwinden. Die größte internationale Textilmesse weltweit hat 2004 mit rund 99.000 Besuchern und über 3.000 Ausstellern erneut ihre Stärke und Bedeutung bewiesen. Rund 82 Prozent der Aussteller und über die Hälfte der Besucher kamen aus dem Ausland. Nach dem harten Jahr 2003 sahen viele Aussteller Licht am Ende des Tunnels, insbesondere wenn Unternehmer auf neue Ideen und neue Gewebe gesetzt und sich Nischenmärkte erobert hatten.

Mit dem europäischen Bettenforum Bed & More gibt die Messe Frankfurt der Bettenbranche neuen Schub. Der Kongress Ende Juni zeigte dem

Handel Wege aus der Marktmisere. Die anhaltend schwierige Situation der Bettenbranche, ausgelöst durch Kaufunlust auf der einen Seite und die zunehmende Macht der Discounter auf der anderen, sollte nach Ansicht von Marketing-Professor Volker Trommsdorf von der Technischen Universität Berlin dazu führen, die Kooperationsbereitschaft von Handel und Industrie zu wecken, um neue Chancen wahrzunehmen. 2005 wird Bed & More mit Fachsymposien auch während der Heimtextil präsent sein.

### Aus eins werden zwei

Drei der vier Auslands-Messen der Heimtextil veranstaltet die Messe Frankfurt in Asien: die Heimtextil Japan unter dem Dach der Interior Lifestyle, die Heimtextil India und die Intertextile Shanghai Home Textiles. In China hat sich das neue Konzept der Intertextile Shanghai vom Start weg bewährt. Seit 1995 als gemeinsame Messe für Heim- und Bekleidungstextilien veranstaltet, ging sie 2004 mit zwei Versionen auf den



Markt: als Intertextile Shanghai Home Textiles und als Intertextile Shanghai Apparel Fabrics. Beide Messen zusammen waren schon bei der Premiere doppelt so groß wie die alte Muttermesse. Das Frankfurter Prinzip – Wachstum durch Segmentierung – hat sich erneut als Erfolgsrezept bewährt. Beide Produktgruppen haben nun genügend Raum, sich weiter dynamisch zu entwickeln. Außerdem berücksichtigen die neuen Termine die unterschiedlichen Ordnungsrhythmen für Bekleidungs- und Heimtextilien.

### ■ Innovationspreis „Textil und Objekt“

Der neue Innovationspreis „Textil und Objekt“ der Fachzeitschrift „Architektur Innenarchitektur Technischer Ausbau“ (AIT) ist auf der Heimtextil 2004 erstmals verliehen worden. Die Jury aus namhaften Architekten und Innenarchitekten hatte 45 Produkte für die Ausstattung großer Objekte zu bewerten. Die Ausrüstung von Krankenhäusern, Hotels oder Flugzeugen mit Objekttextilien stellt besondere Anforderungen. An erster Stelle stehen Brandschutzbestimmungen, die schwer entflammable Stoffe für Teppiche und Vorhänge vorschreiben. Als höchste Auszeichnung ging der „Innovationspreis Textil und Objekt“ an die Schmitz-Werke GmbH für deren neue Stoffgeneration mit Katalysator-Effekt und an die AS Creation Tapeten AG für deren Tapete mit 3D-Optik, die luftdurchlässig, schalldämmend und schwer entflammbar ist.

### ■ Heimtextil goes City

Der Heimtextil-Sunday verabschiedet sich und macht „Heimtextil goes City“ Platz. Der Sonntag für das Publikum hatte seit seiner Einführung 2002 immer mehr Endverbraucher auf die Heimtextil gezogen. Der Reiz war, das zu erleben, was es noch in keinem Schaufenster zu bewundern gab. Von 2005 an wird die Heimtextil nun in die Stadt hineingetragen. „Heimtextil goes City“ öffnete die Türen zu 20 Raumausstattern in Frankfurt am Main. Die Besucher ließen sich von neuen Wohnideen inspirieren, entdeckten die Geheimnisse von Feng-Shui oder nahmen Tipps und Tricks zum Tapezieren mit nach Hause.





#### ■ Neue Textilmessen in Russland

In einem exklusiven Rahmen hat die Messe Frankfurt vom 22. bis 25. September 2004 in Moskau in den Hallen des neuen Ausstellungszentrums Crocus Expo im Nordwesten Moskaus ein erfolgreiches Debüt präsentiert: Erstmals hat sie als alleiniger Veranstalter Heimtextil Rossija, Ambiente Rossija und Christmasworld Rossija veranstaltet. Der neue Messeverbund mit den seit 1999 in Moskau etablierten Messen Heimtextil und Ambiente zeigte den Fachbesuchern ein vollständiges Angebot für modernes Wohnen und Innendesign. Insbesondere in Moskau wächst der Bedarf an hochwertigen Konsumgütern.

Als erste internationale Fachmesse für Bekleidungsstoffe in Moskau wird vom 7. bis 9. September 2005 die Interstoff Rossija den Interstoff-Brand bereichern. Der Bedarf an Bekleidungsstoffen übersteigt in Russland das inländische Angebot. Somit bieten sich ausländischen Herstellern enorme Exportchancen auf dem russischen Markt.

Bewegung hat es auch bei der Heimtextil India gegeben. Sie ist 2004 von Neu-Delhi in die Textil-Metropole Mumbai umgezogen. Indien ist nach den USA und China drittgrößter Baumwollproduzent der Welt. Tausende kleiner Betriebe produzieren vom Garn bis zur Kollektion Textilien aller Art. Das Bruttoinlandsprodukt Indiens ist 2004 um rund 6,5 Prozent gewachsen. Insbesondere die urbanen Ober- und Mittelschichten verfügen über steigende Einkommen. In diesem wirtschaftlichen Umfeld wird die Bedeutung der Heimtextil India in den kommenden Jahren weiter zunehmen.

#### Stoff für Modeträume

Auf der Texworld in Paris wird seit acht Jahren der Stoff für modische Träume gehandelt. Die Fachmesse für Bekleidungsstoffe und Fashion

ist, mit jeweils einer Veranstaltung im Frühjahr und im Herbst, seit der Übernahme durch die Messe Frankfurt 2002 mit wachsendem Erfolg der Treffpunkt der internationalen Bekleidungsindustrie.

Über ihr internationales Netz von Tochtergesellschaften offeriert die Messe Frankfurt unter dem Markennamen Interstoff weltweit Messen für Bekleidungstextilien. Sie hat sich frühzeitig dort positioniert, wo die Produktionsstätten für Textilien und Bekleidung stehen – in Asien, insbesondere in Hongkong. Mit der Interstoff Asia begann hier 1987 das Frankfurter Auslandsengagement. Der Ort war richtig gewählt. Hierher kommen die europäischen und amerikanischen Bekleidungsunternehmen. Nach 18 Jahren hat sich die Interstoff Asia zu einem Schaufenster für neue Stoffe von 400 überwiegend asiatischen Produzenten entwickelt. Durch die Abschaffung der Textilexportquoten ab 1. Januar 2005, die das Multifaserabkommen seit 1974 weltweit regelte, wird die Position Hongkongs weiter gestärkt. Parallel zur Interstoff Asia Spring 2004 hatte die neue Source It Premiere. Die Fachmesse für Produzenten von Textilien und Bekleidung, Fasern und Garnen sowie Spezialmaschinen macht die Interstoff Asia zur Bezugsquelle für Textilerzeugnisse und -dienstleistungen unter einem Dach.

#### Großer Markt, regional verschieden

China ist der führende Exporteur von Textilien und Kleidung weltweit, Letzteres mit einer Wachstumsrate von rund neun Prozent jährlich. So groß der chinesische Textilmarkt ist, so regional unterschiedlich ist er zugleich. Deshalb hat die Messe Frankfurt zusätzlich zur seit 1995 existierenden Intertextile Shanghai vor vier Jahren die Intertextile Beijing im Norden Chinas ins Leben gerufen. Der Großteil der über 16.300 Facheinkäufer kommt aus der Umgebung der chinesischen Hauptstadt: Als Vorstufe für die Textilindustrie sehen sie in der Messe mittlerweile ihre regional wichtigste Veranstaltung für die Beschaffung von Fasern und Stoffen aller Art. 2004 kam zum ersten Mal die Yarn Expo hinzu, die die neusten Fasern und Garne vorstellt.

#### Technische Textilien im Rampenlicht

Technische Textilien erobern immer neue Anwendungsbereiche. Ob im Bauwesen oder Fahrzeugbau – sie finden Anwendung in Domänen, die man nicht sofort mit „Stoff“ assoziiert. In Frankfurt stehen sie im Rampenlicht und stellen ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten unter Beweis. Als internationale Leitmesse ist die Techtexil in Frankfurt mit über 1.000 Ausstellern alle zwei Jahre der Sam-

melpunkt der neusten Entwicklungen auf diesem innovativen Sektor. Die Techtexil wird 2005 erstmals gemeinsam mit der Avantex veranstaltet, dem internationalen Forum für innovative Bekleidungstextilien. Hier wird die vollständige Prozesskette von der Forschung bis zur Textilveredelung gezeigt, zusätzlich steht Bekleidung mit integrierter Hochtechnologie im Mittelpunkt. Beide Messen werden von Symposien mit jeweils rund 60 Vorträgen begleitet. Das gesamte Spektrum der technischen Textilien und die Kombination aus Messe und Symposien machen Frankfurt zum weltweit führenden Kontaktforum für Forschung und Anwendung.

Der Bedarf an technischen Textilien nimmt weltweit zu und so ist der Techtexil-Brand mittlerweile auf drei Kontinenten fest etabliert. Er hat die Aussteller 2004 mit zur Cinte Techtexil nach China und zur Techtexil North America genommen. 2005 öffnen dann die Techtexil South America in São Paulo und die Techtexil Rossija in Moskau erneut ihre Tore.

Die Brands der Frankfurter Textilmessen bieten Industrie und Handel von der traditionellen Textilherstellung und -verarbeitung bis hin zu modernen Hightech-Textilien Messen in allen Sparten der Textilwirtschaft.



## Technikmessen mit Begeisterungspotenzial



Die fünf Marken der Frankfurter Technikmessen sind weltweite Leitmesse. Schwerpunkte bilden die Sektoren Architektur mit ISH und Light + Building sowie Automobil mit der Automechanika. Alle drei Jahre versammelt die IFFA die Fleischwirtschaft in Frankfurt und alle vier Jahre holt die Texcare den Weltmarkt moderner Textilpflege an den Main.

Die Automechanika hat 2004 in Frankfurt am Main ein hervorragendes Ergebnis erzielt: über 163.000 Besucher – plus zwei Prozent – und rund 4.500 Aussteller, das sind drei Prozent mehr im Vergleich zur Vorveranstaltung 2002. Die Doppelstrategie der Messe Frankfurt, die Automechanika einerseits im Inland zu stärken und andererseits weiter zu internationalisieren, hat sich als erfolgreich erwiesen. Denn das Charakteristische dieser Veranstaltung ist ihre Stärke als international führende Teile- und Zubehörmesse und zugleich wichtigste Messe für die Werkstattbetreiber in Deutschland.

Die Automechanika erlebte teilweise erhebliche Zuwächse bei Ausstellern und Besuchern aus Europa, USA und Asien. Diese Messe ist Weltmarktführerin ihrer Branche und das darin noch enthaltene Potenzial wird die Messe

Frankfurt mit deutschen und internationalen Partnern nutzen, um ihre Position weltweit weiter auszubauen.

### Erfolgreich rund um den Globus

Die Kombination der Automechanika mit den Kongressen der Automechanika Academy zu aktuellen Themen der Branche ist ein erfolgreiches Programm. In Frankfurt begleiteten das Original Equipment Forum und das Aftermarket Forum die Messe und informierten über Trends und Innovationen in der Automobilwirtschaft, neue Technologien und Wachstumsmärkte. Themen waren die neue Gruppenfreistellungs-Verordnung (GVO), die Beziehung zwischen Automobilherstellern und Händlern sowie die Auswirkungen der EU-Osterweiterung.

Die Automechanika zählt zu den Brands der Messe Frankfurt mit der größten internationalen Verbreitung. Acht Messen in Russland, der Türkei, China, Malaysia, Argentinien, Mexiko und den Vereinigten Arabischen Emiraten bieten Ausstellern auf die spezifischen Marktanforderungen abgestimmte Messen und hohe Qualitätsstandards. Mittelständischen Unternehmen eröffnen sie Chancen in neuen Wachstumsmärkten und damit zu vergleichsweise niedrigen



Kosten Zugang zu den Weltmärkten. Den internationalen Marktführern helfen sie ihre Position zu stärken – die großen Automobilhersteller nutzen die Automechanika gezielt, um in Wachstumsmärkten ihre Services vorzustellen. Zu den fünf Auslandsmessen der Automechanika kamen 2004 rund 1.760 Aussteller und 141.000 Besucher.

### Auf drei Messeplätzen in Asien

In Asien ist die Automechanika auf drei bedeutenden Messeplätzen in China und Malaysia präsent: in Beijing, in Schanghai und in Kuala Lumpur. Die Automechanika Shanghai, die 2004 zusätzlich zur Automechanika China in Beijing gestartet wurde, hat sich als wertvolle Investition erwiesen. Die Finanz- und Handelsmetropole Schanghai ist zugleich wichtigster Standort für die Automobilproduktion und Zulieferindustrie in China. Damit



eröffnet sich für Automobilhersteller und Zulieferer die Option, je nach regionalen Schwerpunkten in ungeraden Jahren im Norden die Automechanika China zu wählen und in den geraden im Süden die Automechanika Shanghai.

### Automobile für den russischen Markt

Auf der Auto + Automechanika St. Petersburg stellen die großen Automobilhersteller ihre neusten Modelle dem russischen Markt vor – Volkswagen präsentierte 2004 das New Beetle Cabrio. Zugleich zeigt die Messe das klassische Portfolio der Automechanika – Teile, Zubehör sowie Werkstatt- und Tankstellenausrüstung. Mit dem Wachstum des Automobilbestandes in Russland hält auch die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Ersatzteilen und Werkstattausrüstungen an. Große Aufmerksamkeit zog vor

■ **Marktführer in Mittel- und Südamerika**  
PAACE Automechanika Mexico und Automechanika Argentina sind die wichtigsten Handelsplattformen der internationalen Automobilindustrie in Mittel- und Südamerika. Die PAACE Automechanika Mexico konnte die Zahl der Besucher 2004 um rund 30 Prozent steigern. Die Zusammenarbeit mit wichtigen Wirtschaftsverbänden und Partnern macht den Erfolg dieser Messe aus. Die Messe Frankfurt hat in den vergangenen Jahren ihr Engagement in Mittel- und Südamerika kontinuierlich erweitert.

Auch und gerade während der wirtschaftlich angespannten Situation in Argentinien wurde die Präsenz in diesem wichtigen Markt aufrechterhalten. Diese Ausdauer wird jetzt belohnt: Die Automechanika Argentina hat im Vergleich zur Vorveranstaltung 2002 gewaltig zugelegt:

- 32.000 Besucher (plus 50 Prozent)
- 411 Aussteller (plus 47 Prozent)
- 12.800 Quadratmeter Nettogröße (plus 100 Prozent)

**automechanika**

■ **Automechanika Gulf auf Erfolgskurs**  
In einem besonders exklusiven Marktumfeld hat sich die Automechanika Gulf in den Vereinigten Arabischen Emiraten mit der zweiten Veranstaltung als führende Aftermarket-Messe im Mittleren Osten etabliert. Die Zahl der Aussteller wurde auf 289 mehr als verdoppelt. Rund 5.500 Fachbesucher kamen in die Messemetropole Dubai, sechs Prozent mehr als zur Premiere im Vorjahr.





diesem Hintergrund die Automechanika Academy auf sich, die als Leitthema „Fragen der Entwicklung der russischen Automobilindustrie“ erörterte.

#### Neues in Architektur und Technik

Der Bereich Architektur und Technik hat in Frankfurt durch die internationalen Leitmessen Light + Building und ISH eine exponierte Position erhalten. Im jährlichen Wechsel präsentieren die Messen den neusten Stand der Gebäudetechnik. In den ungeraden Jahren zeigt die ISH Gebäude- und Energietechnik, die Erlebniswelt Bad sowie Klima- und Lüftungstechnik. In geraden Jahren macht die Light + Building Frankfurt zum Mittelpunkt der Industrie für Licht, Elektrotechnik, Gebäudeautomation und architekturrelevante Systeme.

light+building

Die Light + Building hat 2004 mit einem Besucherplus von sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr weiter zugelegt. Insgesamt kamen zur dritten Light + Building 116.000 Fachbesucher, davon über 28 Prozent aus dem Ausland. Die Zufriedenheit der Besucher mit der Messe stieg auf 96 Prozent. Mit dem Verbund aus Licht, Elektrotechnik und Gebäudeautomation ist die Messe das weltweit führende Innovationsforum für gebäudetechnische Lösungen mit anspruchsvollem Design.

Die Light + Building kann zu Recht als „Weltlichtmesse“ bezeichnet werden, da sie im Bereich Licht nahezu das gesamte Spektrum abdeckt. Sie ist die einzige Messe der Welt, die das internationale Angebot an Leuchten und Lampen strukturiert und übersichtlich präsentiert.

ISH

Für das deutsche Handwerk ist die Light + Building die wichtigste Informationsplattform und spricht zudem verstärkt Architekten und Planer an. Im Rahmen des neuen Konzepts „Architekturrelevante Systeme“ zeigte die Light + Building 2004 verstärkt Aufzüge, Sonnenschutzanlagen, Fassadentechnik und Tageslichtsysteme. Damit wird die Messe immer interessanter für Architekten und Planer – 2004 kamen rund 20.000 zur Light + Building.

#### Größte Lichtmesse in Asien

Die beiden starken Marken Light + Building und ISH tragen das Messekonzept Architektur und Technik in strategisch bedeutsame Märkte. Der Industrie für Licht und Elektrotechnik stehen im Ausland mittlerweile in drei Ländern erfolgreiche Auslandsmessen der Messe Frankfurt für ihre Präsentationen zur Verfügung: in den Vereinigten Arabischen Emiraten die Lightstyle Gulf Light in Dubai, in



Argentinien die BIEL Light + Building in Buenos Aires und in Asien die Guangzhou International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China in Guangzhou – die größte Lichtmesse des Kontinents. Sie zeigte 2004 auf 55.000 Quadratmetern die weltweit größte Auswahl chinesischer Beleuchtungsprodukte. In diesem Jahr wurde die Messe erstmals gemeinsam von Guangya Exhibition & Trade Co. und der Messe

#### ■ Luminale trägt das Licht nach Frankfurt

Die Luminale trägt das Licht der Light + Building in die Stadt Frankfurt und die Rhein-Main-Region hinein. Das Licht-Kultur-Spektakel hat mit 92 Licht-Kreationen und rund 120 Führungen, Vorträgen, Empfängen und Partys parallel zur Light + Building Frankfurt nach Einbruch der Dunkelheit in eine Metropole der Lichtkunst verwandelt. Spaziergänger erlebten auf abendlichen Rundgängen durch die Stadt die Fassade des Römers in sattes Rot getaucht oder die sonst weiße Front des Kaufhofs an der Hauptwache von Projektionen erleuchtet, die das Innenleben des Kaufhauses zeigten. Eine Schifffahrtslinie auf dem Main entlang der Route der Industriekultur nach Rüsselsheim stellte die Verbindung zu den dort stattfindenden Licht-Installationen dar. Internationale Künstler und Lichtgestalter nutzten die Luminale als Lichtlabor, um die gestalterischen Möglichkeiten im Umgang mit Licht zu erproben, und schufen einzigartige Kunstprojekte im öffentlichen Raum.





Frankfurt veranstaltet. Entsprechend dem Portfolio der Light + Building in Frankfurt wurde der Bereich Gebäudetechnik erfolgreich einbezogen und damit das Konzept der Frankfurter Leitmesse übernommen.

#### Moderne Technik für die USA

Die ISH bietet mit drei Messen der Sanitär- und Heizungsindustrie Präsentationsplattformen im Ausland: die ISH Kitchen + Bathroom Gulf in Dubai, die ISH China in Beijing und die ISH North America in Boston. In den Vereinigten Staaten steigerte die ISH North America mit der dritten Veranstaltung die Besucherzahl um 14 Prozent auf rund 13.500. Großes Interesse erzeugten die Sonderschauen mit innovativer Heiz- und Gebäudetechnologie aus Europa. Besonders

positiv bewertet wurde der vollständige Branchenquerschnitt der Messe und die hohe Qualität der Fachbesucher.

#### Plattform für Chinas Bauboom

Für chinesische Planer, Architekten, Ausstatter, Ingenieure und Bauunternehmer auf der Suche nach neusten Produkten aus den Bereichen Sanitär, Heizung und Klima ist die ISH China mittlerweile zur wichtigen Beschaffungsplattform geworden. Die 2004 ausgestellten Produkte zeigten die gesamte Bandbreite an Heiz-, Wasseranlagentechnik und Klimaausstattungen – Technologien, die angesichts der boomenden Bautätigkeit in China eine immer größere Bedeutung gewinnen. Das Potenzial dieser Messe ist noch nicht ausgeschöpft, sodass hier mit weiterem Wachstum gerechnet wird.

#### Texcare und IFFA begeistern

Alle drei Jahre erweitern IFFA/IFFA-Delicat – internationale Fachmesse für die Fleischwirtschaft – und alle vier Jahre Texcare International – Weltmarkt moderner Textilpflege – das Spektrum der Technikmessen in Frankfurt. Die IFFA hat 2004 die neusten Entwicklungen der Industrie gezeigt und über 56.000 Fach-

besucher erreicht, sieben Prozent mehr als bei der Vorveranstaltung. Die Hersteller entwickeln ihre Neuheiten gezielt zum Messetermin hin. Die Fachbesucher wissen das und warten mit ihren Investitionsentscheidungen, bis sie die weltweit wichtigste Messe für Maschinen und Anlagen der kompletten Prozesskette vom Schlachten, Zerlegen, Verarbeiten bis hin zum Verpacken und Verkaufen der Ware besucht haben.

In Argentinien nutzt die Messe Frankfurt ihre mit der IFFA erworbenen Erfahrungen auf dem Sektor Fleischwirtschaft, um in Buenos Aires die Tecno Fidta weiter auszubauen. Bereits heute zählt die Fachmesse für Lebensmittel-Technik, -Zusatzstoffe und -Rohstoffe mit über 13.300 Fachbesuchern zu den bedeutendsten Messen für den Nahrungsmittelmarkt in Südamerika.

Zur Texcare International 2004 in Frankfurt am Main kam fast jeder zweite Fachbesucher aus dem Ausland. Damit ist der ohnehin schon hohe Internationalitätsgrad der Messe weiter gestiegen und liegt jetzt bei 45 Prozent. Alle Besucher gaben der Messe und den dort gezeigten Produkten Bestnoten und bewerteten die Texcare International nahezu einhellig als vollen Erfolg. Die hohe



Zufriedenheit der über 250 Aussteller hatte vor allem auch damit zu tun, dass die Texcare als Messe der Entscheider gilt – über 77 Prozent der Fachbesucher sind Unternehmensinhaber oder gehören dem Top-Management an.

Die Texcare Asia wird 2005 zum ersten Mal auf dem chinesischen Festland stattfinden, nachdem sie zuvor in Singapur und Hongkong veranstaltet wurde. Die Zahl gewerblicher Wäschereien und chemischer Reinigungen in China nimmt ständig zu und verbunden damit die Nachfrage nach qualitativ hochwertiger Ausstattung.

#### ■ Lifetime mit neuem Konzept

Doppelkonzept für die Lifetime: Von 2005 an thematisiert sie als Kongress die Sparten Spa und Wellness auf der ISH – Internationale Fachmesse Gebäude- und Energietechnik, Erlebniswelt Bad, Klima- und Lüftungstechnik. In den geraden Jahren wird sie als eigenständige internationale Fachmesse für Spa und Wellness veranstaltet.

## Mehr Gastmessen kommen nach Frankfurt



**Gastveranstaltungen genießen am Messeplatz Frankfurt schon immer einen hohen Stellenwert. Weltbekannte Messen wie die Frankfurter Buchmesse und die alle zwei Jahre veranstaltete Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) haben in Frankfurt genauso ihren festen Platz wie die AACHEMA und die EuroMold.**

Die Gastmessen prägen in hohem Maße das Messejahr in Frankfurt am Main. Jedes Jahr lädt die Frankfurter Buchmesse die literarische Welt nach Frankfurt ein und alle zwei Jahre macht die IAA Frankfurt zur Automobil-Metropole. Tritt dann noch die weltgrößte Fachmesse für chemische Technik, die AACHEMA, hinzu, entstehen Spitzenwerte wie 2003 mit 1,9 Millionen Besuchern. Die Messe Frankfurt wird in den kommenden Jahren die Akquisition hochwertiger Gastveranstaltungen noch offensiver betreiben, um die Kapazitäten des Messegeländes weiter auszulasten.

2004 kamen rund 530.000 Besucher und 13.300 Aussteller zu den 20 Gastmessen in Frankfurt. Die AACHEMA und die IAA fehlten turnusgemäß im Messekalendar, sodass entsprechend weniger Besucher auf dem Frankfurter Messegelände gezählt wurden. Spezialmessen aus den Bereichen Architektur, Banking,

Maschinenbau, IT-Software, Mode, Touristik und Design belegten rund 417.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche.

### **Themenvielfalt und kontinuierliches Wachstum**

Die Frankfurter Buchmesse zog mit dem Ehrengast „Arabische Welt“ internationale Aufmerksamkeit auf sich. Lesungen, Diskussionsrunden und begleitende Events trugen die Messe über das Messegelände hinaus in Stadt und Land. Die Frankfurter Buchmesse hatte sich 2004 stärker als Fachmesse positioniert, was ihre große Anziehungskraft beim Publikum aber nicht minderte.

Die Demat GmbH hat seit elf Jahren ein kontinuierliches Wachstum mit der von ihr veranstalteten EuroMold in Frankfurt am Main erzielen können. Die Fachmesse für Werkzeug- und Formenbau, Design und Produktentwicklung wird seit 2002 um die parallel veranstaltete Turntec ergänzt, die als Internationale Fachmesse für Drehteile, Dreh- und Frästechnik erfolgreich am Markt ist. Als dritte Veranstaltung am Messeplatz Frankfurt startete die Demat GmbH im Februar 2005 erfolgreich die Extruma. Die Internationale Fachmesse für Extrusionstechnik hat als kleine

Spezialveranstaltung ihren Platz gefunden und der Extrusionsbranche erstmals eine Präsentationsplattform gegeben.

Nach ihrem sehr erfolgreichen Start 2003 hat die IMEX entgegen dem allgemeinen Wirtschaftstrend ihr Wachstum fortgesetzt. Die Top-Veranstaltung der Branche für Kongresse, Events und den Incentive-Reisemarkt hat die Zahl der Aussteller um 15 Prozent auf 2.500 anheben können, die der Besucher um elf Prozent auf 6.200 und wuchs in der Fläche um 68 Prozent auf 17.800 Quadratmeter. 2005 wurde das stetige Wachstum nach dem Umzug von der Halle 3 in die Halle 8 fortgesetzt, wo die IMEX auf einer Hallenebene optimale Voraussetzungen für die weitere Expansion erhält.

### **Neue Wege der Kooperation**

Die Messe Frankfurt versteht sich als Partner der Gastveranstalter und das gemeinsame Ziel ist der Erfolg der Veranstaltung. Die persönliche Betreuung und langfristige Geschäftsbeziehungen bilden die Grundlage für die Zusammenarbeit. Die Mitarbeiter der Messe Frankfurt stellen bei der Messeplanung die Erfahrungen mit den eigenen Fachmessen den Gastveranstaltern zur Verfügung. Zusammen mit dem umfangreichen



Dienstleistungsangebot der Messe Frankfurt und dem multifunktionalen, zentral gelegenen Messegelände entstehen so optimale Voraussetzungen für Veranstaltungen jeder Größenordnung.

Neue Wege der Kooperation wurden 2004 mit der ACS beschritten, einer Gastmesse, die erstmals gemeinsam mit einer Eigenveranstaltung der Messe Frankfurt, der Light + Building, stattgefunden hat. Die Fachmesse für Computersysteme im Bauwesen nutzte mit ihrer Thematik wertvolle Synergien zur internationalen Leitmesse für Architektur und Technik. Die 2004 neu am Messeplatz eingeführten Gastmessen export21, Messe für exportorientierte Unternehmen, und das IT-Sparkassenforum haben sich erfolgreich etablieren können.



## Mehr Firmenevents in der Festhalle



**Spitzenkonzerte mit großem Zulauf und mehr Firmenveranstaltungen haben die Besucherzahlen 2004 in der Festhalle nach oben klettern lassen. Mit der Festhalle als Mittelpunkt bietet das Frankfurter Messegelände beste Voraussetzungen für Konzerte, Sportveranstaltungen und Firmenevents.**

Gemessen an 2002, dem vom Veranstaltungsturnus passenden Vergleichsjahr, stieg die Zahl der Veranstaltungen um elf auf 58 und die Besucherzahl um 50 Prozent auf 419.000. Berühmte Tourneen wie Holiday on Ice und Stars wie Sting, Sarah Brightman und Phil Collins zogen tausende Fans in die Festhalle. Ein Höhepunkt unter den Sportveranstaltungen war auch 2004 der Frankfurter Stadtmarathon mit



seinem einzigartigen Zieleinlauf in die Festhalle. Ihr Engagement für diese hochkarätige Sportveranstaltung unterstreicht die Messe Frankfurt als Titelsponsor für weitere drei Jahre und mit der neuen Wortmarke „Messe Frankfurt Marathon“.

Namhafte Unternehmen wie Fiat, Deutsche Vermögensberatung Aktiengesellschaft (DVAG), IVECO, AXA-Versicherungen und Fraport haben das Frankfurter Messegelände für unterschiedliche Unternehmens-events gewählt. Rewe veranstaltete seine Firmenpräsentation „Happy-Family“ und der Reiseveranstalter Thomas Cook war mit seiner Premiere Reisesommer zum elften Mal Gast auf dem Messegelände. Seit 2002 hat sich das Geschäft mit Firmenveranstaltungen beinahe verdoppelt und es soll in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Mit Festhalle, Forum und Congress Center, die einzeln genutzt und bei Bedarf mit den nah beieinander liegenden Hallen 1, 3, 4, 5 und 6 sowie dem Freigelände kombiniert werden können, bietet die Messe Frankfurt ideale Räumlichkeiten für Events, Produktpräsentationen, Roadshows oder Kick-off-Veranstaltungen jeder Größenordnung.

## Messe Frankfurt steigert Kongressgeschäft

**Die Zahl der Kongresse und Tagungen im Congress Center Messe Frankfurt ist 2004 um mehr als ein Viertel gestiegen. Zu den Veranstaltungen kamen rund 29.000 Teilnehmer mehr als im Vorjahr. Der Internationalitätsgrad erreichte über 20 Prozent.**

Mit 136 Veranstaltungen und 108.000 Teilnehmern war 2004 das veranstaltungstärkste Kongressjahr seit der Eröffnung des Congress Centers Messe Frankfurt. Das sind 28 Veranstaltungen mehr als im Vorjahr. Dementsprechend stieg die Teilnehmerzahl um über 28.700, was einem Wachstum um 36 Prozent entspricht. Rund ein Drittel der Veranstaltungen war mehrtägig und der Internationalitätsgrad wuchs mit 28 englisch- beziehungsweise mehrsprachigen Veranstaltungen auf 20 Prozent.

Schwerpunkte bildeten Kongresse und Ausstellungen aus den Bereichen Medizin und Wissenschaft, Bankwesen und Finanzwirtschaft sowie der IT-Branche. Zu den teilnehmerstarken Höhepunkten zählten der Deutsche Sparkassentag mit 3.500 Teilnehmern, der Vertreter aller Sparkassen Deutschlands in Frankfurt versammelte; ebenso die Interpharm inklusive Ausstellung mit 4.200 Teil-



nehmern und der Deutsche Schmerztag mit rund 2.000 Teilnehmern.

Die flexible Kombination von Congress Center, Festhalle und Forum in Verbindung mit den angrenzenden Messehallen 1, 3 und 5 bietet wesentliche Vorteile für die Kunden und machen die Messe Frankfurt mit den hervorragenden internationalen Verkehrsverbindungen zur Top-Kongressdestination.



### ■ Messe Frankfurt organisiert Weltklimagipfel

Die Messe Frankfurt hat 2004 zum ersten Mal auf internationaler Ebene einen Groß-Kongress organisiert. Von der argentinischen Regierung wurde die Tochtergesellschaft Indexport Messe Frankfurt S. A. mit der Durchführung der zehnten Weltklimakonferenz in Buenos Aires beauftragt. Zu den insgesamt 5.000 Teilnehmern zählten die Abgeordneten aus den 189 Unterzeichnerstaaten der UN-Klimarahmenkonvention.

Indexport Messe Frankfurt S. A. organisierte alle notwendigen Einrichtungen, koordinierte die Dienstleister und war für die technische Bereitstellung der kompletten Infrastruktur verantwortlich.





## Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2004

## Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt 2004

| Veranstaltung                       | Zahl der Veranstaltungen | Aussteller |         |        | Nettofläche<br>einschl. Sonder-schaufläche | Besucher |         |           |
|-------------------------------------|--------------------------|------------|---------|--------|--|----------|---------|-----------|
|                                     |                          | Inland     | Ausland | Gesamt |  | Inland   | Ausland | Gesamt    |
| ■ Ambiente                          |                          | 1.500      | 3.132   | 4.632  | 193.410                                    | 91.109   | 52.412  | 143.521   |
| ■ Art Frankfurt *)                  |                          | 119        | 36      | 155    | 7.597                                      | 28.100   |         | 28.100    |
| ■ Automechanika                     |                          | 999        | 3.465   | 4.464  | 163.870                                    | 101.922  | 61.415  | 163.337   |
| ■ Beauty Week **)                   |                          |            |         |        |  | 20.018   | 3.347   | 23.365    |
| ■ Beautyworld **)                   |                          | 203        | 361     | 564    | 16.109                                     |          |         |           |
| ■ Buchmesse                         |                          | 2.809      | 3.882   | 6.691  | 91.195                                     | 216.491  | 53.922  | 270.413   |
| ■ Christmasworld                    |                          | 304        | 703     | 1.007  | 49.552                                     | 16.204   | 13.872  | 30.076    |
| ■ Cosmetics **)                     |                          | 127        | 9       | 136    | 3.845                                      |          |         |           |
| ■ EuroMold                          |                          | 1.040      | 463     | 1.503  | 39.617                                     | 47.861   | 11.081  | 58.942    |
| ■ European Banking & Insurance Fair |                          | 212        | 57      | 269    | 5.906                                      | 6.693    | 435     | 7.128     |
| ■ FUR & FASHION FRANKFURT           |                          | 81         | 53      | 134    | 5.218                                      | 4.391    | 3.585   | 7.976     |
| ■ Heimtextil                        |                          | 563        | 2.507   | 3.070  | 160.539                                    | 48.748   | 50.055  | 98.803    |
| ■ IFFA/IFFA Delicat                 |                          | 432        | 426     | 858    | 57.358                                     | 34.381   | 22.074  | 56.455    |
| ■ Imex                              |                          | 384        | 2.143   | 2.527  | 17.794                                     | 3.023    | 3.198   | 6.221     |
| ■ Lifetime **)                      |                          | 117        | 21      | 138    | 4.325                                      |          |         |           |
| ■ Light + Building ***)             |                          | 819        | 1.101   | 1.920  | 112.985                                    | 84.064   | 31.997  | 116.061   |
| ■ Media-Tech Expo                   |                          | 36         | 139     | 175    | 5.909                                      | 1.281    | 2.634   | 3.915     |
| ■ Musikmesse                        |                          | 484        | 976     | 1.460  | 53.667                                     | 46.893   | 18.335  | 65.228    |
| ■ OPTATEC                           |                          | 260        | 174     | 434    | 7.083                                      | 4.144    | 1.302   | 5.446     |
| ■ Paperworld                        |                          | 615        | 1.899   | 2.514  | 93.849                                     | 32.628   | 36.268  | 68.896    |
| ■ Passione **)                      |                          | 102        | 59      | 161    | 2.846                                      |          |         |           |
| ■ Pro Sign                          |                          | 132        | 71      | 203    | 5.311                                      | 5.851    | 952     | 6.803     |
| ■ Prolight + Sound                  |                          | 232        | 398     | 630    | 24.696                                     | 17.708   | 9.027   | 26.735    |
| ■ Tendence Lifestyle                |                          | 1.502      | 2.212   | 3.714  | 132.179                                    | 67.463   | 23.675  | 91.138    |
| ■ Texcare International - IWC       |                          | 94         | 158     | 252    | 17.589                                     | 7.176    | 6.155   | 13.331    |
| ■ Turntec                           |                          | 272        | 81      | 353    | 5.873                                      | 10.077   | 4.743   | 14.820    |
| ■ Internationale Fachmessen         | 25                       | 13.438     | 24.526  | 37.964 | 1.278.322                                  | 896.226  | 410.484 | 1.306.710 |

- Internationale Fachmessen
- Fachausstellungen
- Publikumsausstellungen

| Veranstaltung                      | Zahl der Veranstaltungen | Aussteller |         |        | Nettofläche<br>einschl. Sonder-schaufläche | Besucher |         |         |
|------------------------------------|--------------------------|------------|---------|--------|--|----------|---------|---------|
|                                    |                          | Inland     | Ausland | Gesamt |  | Inland   | Ausland | Gesamt  |
| ■ ACS                              |                          | 167        | 7       | 174    | 3.785                                      | 5.000    |         | 5.000   |
| ■ export21                         |                          | 62         | 16      | 78     | 1.215                                      | 1.056    | 52      | 1.108   |
| ■ ITeG                             |                          | 144        | 3       | 147    | 3.116                                      | 2.283    | 71      | 2.354   |
| ■ IT-Sparkassenforum               |                          | 78         |         | 78     | 4.000                                      | 4.400    |         | 4.400   |
| ■ LinuxWorld Conference & Expo     |                          | 132        | 17      | 149    | 2.673                                      | 13.858   | 729     | 14.587  |
| ■ Public Design ***)               |                          | 32         | 7       | 39     | 858  |          |         |         |
| ■ Sonstige Fachausstellungen       | 3                        | 444        |         | 444    | 13.224                                     | 14.800   |         | 14.800  |
| ■ Fachausstellungen                | 9                        | 1.059      | 50      | 1.109  | 28.871                                     | 41.397   | 852     | 42.249  |
| ■ Marathon Mall ****)              |                          | 77         | 3       | 80     | 2.001                                      | 35.000   |         | 35.000  |
| ■ Verkaufsbörsen und Ausstellungen | 6                        | 485        |         | 485    | 38.999                                     | 120.950  |         | 120.950 |
| ■ Publikumsausstellungen           | 7                        | 562        | 3       | 565    | 41.000                                     | 155.950  |         | 155.950 |

## Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt 2004

|                             |    |        |        |        |           |           |         |           |
|-----------------------------|----|--------|--------|--------|-----------|-----------|---------|-----------|
| ■ Internationale Fachmessen | 25 | 13.438 | 24.526 | 37.964 | 1.278.322 | 896.226   | 410.484 | 1.306.710 |
| ■ Fachausstellungen         | 9  | 1.059  | 50     | 1.109  | 28.871    | 41.397    | 852     | 42.249    |
| ■ Publikumsausstellungen    | 7  | 562    | 3      | 565    | 41.000    | 155.950   |         | 155.950   |
|                             | 41 | 15.059 | 24.579 | 39.638 | 1.348.193 | 1.093.573 | 411.336 | 1.504.909 |

\*) Besucher der Art Frankfurt einschließlich Vernissage sowie weiterer kostenloser Eintritte

\*\*\*) Die Beautyworld, Lifetime, Cosmetics und Passione fanden parallel statt. Besucher insgesamt siehe Beauty Week

\*\*\*\*) Die Besucherzahlen der Fachausstellung Public Design sind in denen der Light + Building enthalten.

\*\*\*\*\*) kostenloser Eintritt für Besucher und Teilnehmer des Frankfurt Marathon

## Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt 2004

| Veranstaltung          | Aussteller                       |        |         | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher |        |         |        |
|------------------------|----------------------------------|--------|---------|--|----------|--------|---------|--------|
|                        | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Inland | Ausland |  | Gesamt   | Inland | Ausland | Gesamt |
| ■ EMV                  |                                  | 71     | 62      | 133  | 1.371    | 2.897  | 724     | 3.621  |
| ■ FACILITY MANAGEMENT  |                                  | 74     | 2       | 76   | 678      | 1.994  | 16      | 2.010  |
| ■ Gerontologica        |                                  | 13     |         | 13   | 64       | 328    |         | 328    |
| ■ handarbeit & hobby   |                                  | 88     | 92      | 180  | 7.318    | 6.049  | 1.758   | 7.807  |
| ■ Licensing Forum      |                                  | 23     | 2       | 25   | 659      | 491    | 221     | 712    |
| ■ Marketing Services   |                                  | 306    | 27      | 333  | 5.647    | 6.012  | 872     | 6.884  |
| ■ PCIM                 |                                  | 83     | 67      | 150  | 4.010    | 3.786  | 1.473   | 5.259  |
| ■ SMT/HYBRID/PACKAGING |                                  | 436    | 217     | 653  | 12.654   | 16.624 | 6.790   | 23.414 |
| ■ SPS/IPC/DRIVES       |                                  | 878    | 152     | 1.030  | 36.892   | 28.940 | 2.882   | 31.822 |
|                        | 9                                | 1.972  | 621     | 2.593  | 69.293   | 67.121 | 14.736  | 81.857 |

## Messen und Ausstellungen in Deutschland 2004

| Veranstaltung               | Aussteller                       |        |         | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher  |           |         |           |
|-----------------------------|----------------------------------|--------|---------|--|-----------|-----------|---------|-----------|
|                             | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Inland | Ausland |  | Gesamt    | Inland    | Ausland | Gesamt    |
| ■ Internationale Fachmessen | 31                               | 15.300 | 25.143  | 40.443   | 1.346.214 | 960.534   | 424.983 | 1.385.517 |
| ■ Fachausstellungen         | 12                               | 1.169  | 54      | 1.223  | 30.272    | 44.210    | 1.089   | 45.299    |
| ■ Publikumsausstellungen    | 7                                | 562    | 3       | 565  | 41.000    | 155.950   |         | 155.950   |
|                             | 50                               | 17.031 | 25.200  | 42.231   | 1.417.486 | 1.160.694 | 426.072 | 1.586.766 |

- Internationale Fachmessen
- Fachausstellungen
- Publikumsausstellungen

## Veranstaltungen im Ausland 2004

| Veranstaltung                           | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Aussteller         |         |        | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher           |         |         |
|---|----------------------------------|--------------------|---------|--------|--|--------------------|---------|---------|
|   |                                  | Gastgeber-<br>land | Ausland | Gesamt |  | Gastgeber-<br>land | Ausland | Gesamt  |
| <b>Konsumgütermessen</b>                |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| <b>Ambiente</b>                         |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| Ambiente Buenos Aires Frühjahr          |                                  | 162                | 18      | 180    | 4.301  | 11.014             | 144     | 11.158  |
| Ambiente Buenos Aires Herbst            |                                  | 134                | 2       | 136    | 4.002  | 13.887             | 138     | 14.025  |
| Ambiente Japan *)                       |                                  | 52                 | 245     | 297    | 4.195  |                    |         |         |
| Ambiente Rossija **)                    |                                  | 29                 | 84      | 113    | 2.157  |                    |         |         |
|   | 4                                | 377                | 349     | 726    | 14.655   | 24.901             | 282     | 25.183  |
| <b>Paperworld</b>                       |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| Hong Kong International Stationery Fair |                                  | 86                 | 135     | 221    | 2.304  | 6.039              | 6.282   | 12.321  |
|   | 1                                | 86                 | 135     | 221    | 2.304  | 6.039              | 6.282   | 12.321  |
| <b>Christmasworld</b>                   |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| Christmasworld Rossija **)              |                                  | 8                  | 7       | 15     | 429  |                    |         |         |
|   | 1                                | 8                  | 7       | 15     | 429  |                    |         |         |
| <b>Beautyworld</b>                      |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| Beautyworld Japan                       |                                  | 332                | 233     | 565    | 8.367  | 41.490             | 1.910   | 43.400  |
| Beautyworld Middle East Gulf Beauty     |                                  | 43                 | 350     | 393    | 4.745  | 4.136              | 3.000   | 7.136   |
| Cosmesur Beautyworld Buenos Aires       |                                  | 142                |         | 142    | 4.454  | 31.842             | 303     | 32.145  |
|   | 3                                | 517                | 583     | 1.100  | 17.566   | 77.468             | 5.213   | 82.681  |
| <b>Musikmesse</b>                       |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| Music China                             |                                  | 454                | 169     | 623    | 15.480   | 23.150             | 2.006   | 25.156  |
|   | 1                                | 454                | 169     | 623    | 15.480   | 23.150             | 2.006   | 25.156  |
| <b>Weitere Konsumgütermessen</b>        |                                  |                    |         |        |  |                    |         |         |
| H&H Housewares & Hometech Middle East   |                                  | 44                 | 120     | 164    | 2.323  | 4.200              | 2.343   | 6.543   |
| Passage Asia **)                        |                                  |                    | 109     | 109    | 1.185  |                    |         |         |
| Seoul International Consumer Goods Fair |                                  | 126                | 51      | 177    | 2.295  | 3.876              | 499     | 4.375   |
| Style Asia                              |                                  | 29                 | 191     | 220    | 2.583  | 7.841              | 118     | 7.959   |
| Toy Fair Middle East                    |                                  | 50                 | 113     | 163    | 1.568  | 2.600              | 1.774   | 4.374   |
|   | 5                                | 249                | 584     | 833    | 9.954  | 18.517             | 4.734   | 23.251  |
| <b>Konsumgütermessen gesamt</b>         | 15                               | 1.691              | 1.827   | 3.518  | 60.388   | 150.075            | 18.517  | 168.592 |

\*) Besucher siehe Heimtextil Japan

\*\*) Besucher siehe Heimtextil Rossija



| Textilmessen  | Aussteller    |                          |               |              | Nettofläche    | Besucher       |                             |                |         |
|---|---------------|--------------------------|---------------|--------------|----------------|----------------|-----------------------------|----------------|---------|
|   | Veranstaltung | Zahl der Veranstaltungen | Gastgeberland | Ausland      |                | Gesamt         | einschl. Sonder-schaufläche | Gastgeberland  | Ausland |
| <b>Heimtextil</b>                                     |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Heimtextil India                                      |               |                          | 169           | 13           | 182            | 4.852          | 6.327                       | 3.925          | 10.252  |
| Heimtextil Japan *)                                   |               |                          | 17            | 96           | 113            | 2.256          | 19.769                      | 570            | 20.339  |
| Heimtextil Rossija **)                                |               |                          | 27            | 132          | 159            | 3.258          | 11.622                      | 678            | 12.300  |
| Home Design Japan ***)                                |               |                          | 107           | 1            | 108            | 2.318          |                             |                |         |
| Intertextile Shanghai Home Textiles                   |               |                          | 308           | 73           | 381            | 23.093         | 16.554                      | 2.850          | 19.404  |
|   | <b>5</b>      | <b>628</b>               | <b>315</b>    | <b>943</b>   | <b>35.777</b>  | <b>54.272</b>  | <b>8.023</b>                | <b>62.295</b>  |         |
| <b>Interstoff</b>                                     |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Interstoff Asia Autumn                                |               |                          | 72            | 250          | 322            | 3.990          | 7.744                       | 2.999          | 10.743  |
| Interstoff Asia Spring ****)                          |               |                          | 50            | 356          | 406            | 4.727          | 6.998                       | 3.205          | 10.203  |
| Intertextile Beijing Apparel Fabrics                  |               |                          | 338           | 205          | 543            | 8.235          | 13.881                      | 2.453          | 16.334  |
| Intertextile Shanghai Apparel Fabrics and Accessories |               |                          | 662           | 547          | 1.209          | 21.229         | 32.513                      | 10.391         | 42.904  |
| Shenzhen Intertextile Pavilion                        |               |                          | 60            | 10           | 70             | 867            | 3.480                       | 244            | 3.724   |
| Texworld Frühjahr                                     |               |                          | 3             | 626          | 629            | 11.736         | 2.179                       | 13.994         | 16.173  |
| Texworld Herbst                                       |               |                          | 3             | 648          | 651            | 12.404         | 2.740                       | 14.565         | 17.305  |
| Yarn Expo   |               |                          | 87            | 41           | 128            | 1.320          | 7.217                       | 308            | 7.525   |
|   | <b>8</b>      | <b>1.275</b>             | <b>2.683</b>  | <b>3.958</b> | <b>64.508</b>  | <b>76.752</b>  | <b>48.159</b>               | <b>124.911</b> |         |
| <b>Intima</b>   |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Intima America Frühjahr                               |               |                          | 49            | 29           | 78             | 970            | 1.822                       | 276            | 2.098   |
| Intima America Sommer                                 |               |                          | 49            | 29           | 78             | 970            | 1.822                       | 276            | 2.098   |
| Intima Japan  |               |                          | 16            | 25           | 41             | 378            | 2.790                       | 197            | 2.987   |
| Intimate Apparel Salon (Herbst), NY +)                |               |                          | 47            | 19           | 66             | 247            | 490                         | 35             | 525     |
|   | <b>4</b>      | <b>161</b>               | <b>102</b>    | <b>263</b>   | <b>2.565</b>   | <b>6.924</b>   | <b>784</b>                  | <b>7.708</b>   |         |
| <b>Techtextil</b>                                     |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Cinte Techtextil China                                |               |                          | 151           | 149          | 300            | 3.571          | 5.357                       | 1.158          | 6.515   |
| Techtextil North America                              |               |                          | 155           | 133          | 288            | 4.562          | 3.019                       | 844            | 3.863   |
|   | <b>2</b>      | <b>306</b>               | <b>282</b>    | <b>588</b>   | <b>8.133</b>   | <b>8.376</b>   | <b>2.002</b>                | <b>10.378</b>  |         |
| <b>Textilmessen gesamt</b>                            | <b>19</b>     | <b>2.370</b>             | <b>3.382</b>  | <b>5.752</b> | <b>110.983</b> | <b>146.324</b> | <b>58.968</b>               | <b>205.292</b> |         |

\*) Besucher und Sonderschaufläche einschließlich Ambiente Japan und Home Design Japan

\*\*) Besucher einschließlich Ambiente Rossija, Christmasworld Rossija und Passage Asia

\*\*\*) Besucher siehe Heimtextil Japan

| Technische Messen                   | Aussteller    |                          |               |              | Nettofläche    | Besucher       |                             |                |         |
|-------------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|--------------|----------------|----------------|-----------------------------|----------------|---------|
|                                     | Veranstaltung | Zahl der Veranstaltungen | Gastgeberland | Ausland      |                | Gesamt         | einschl. Sonder-schaufläche | Gastgeberland  | Ausland |
| <b>IFFA</b>                         |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Tecno Fidta                         |               |                          | 256           | 9            | 265            | 6.457          | 12.768                      | 588            | 13.356  |
|                                     | <b>1</b>      | <b>256</b>               | <b>9</b>      | <b>265</b>   | <b>6.457</b>   | <b>12.768</b>  | <b>588</b>                  | <b>13.356</b>  |         |
| <b>Prolight + Sound</b>             |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Prolight + Sound Shanghai           |               |                          | 96            | 34           | 130            | 3.765          | 8.502                       | 600            | 9.102   |
|                                     | <b>1</b>      | <b>96</b>                | <b>34</b>     | <b>130</b>   | <b>3.765</b>   | <b>8.502</b>   | <b>600</b>                  | <b>9.102</b>   |         |
| <b>Architektur + Technik</b>        |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| <b>ISH</b>                          |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| ISH China                           |               |                          | 171           | 76           | 247            | 5.900          | 13.121                      | 987            | 14.108  |
| ISH Kitchen + Bathroom Gulf         |               |                          | 19            | 44           | 63             | 1.017          | 1.500                       | 1.239          | 2.739   |
| ISH North America                   |               |                          | 422           | 115          | 537            | 8.807          | 12.291                      | 1.165          | 13.456  |
|                                     | <b>3</b>      | <b>612</b>               | <b>235</b>    | <b>847</b>   | <b>15.724</b>  | <b>26.912</b>  | <b>3.391</b>                | <b>30.303</b>  |         |
| <b>Light + Building</b>             |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Guangzhou Int. Lighting Exhibition  |               |                          | 745           | 172          | 917            | 23.400         | 31.768                      | 3.727          | 35.495  |
| Lightstyle Gulf Light               |               |                          | 15            | 46           | 61             | 771            | 1.165                       | 1.200          | 2.365   |
|                                     | <b>2</b>      | <b>760</b>               | <b>218</b>    | <b>978</b>   | <b>24.171</b>  | <b>32.933</b>  | <b>4.927</b>                | <b>37.860</b>  |         |
|                                     | <b>5</b>      | <b>1.372</b>             | <b>453</b>    | <b>1.825</b> | <b>39.895</b>  | <b>59.845</b>  | <b>8.318</b>                | <b>68.163</b>  |         |
| <b>Automobil + Technik</b>          |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| <b>Automechanika</b>                |               |                          |               |              |                |                |                             |                |         |
| Auto + Automechanika St. Petersburg |               |                          | 282           | 82           | 364            | 7.716          | 74.788                      | 3.568          | 78.356  |
| Automechanika Argentina             |               |                          | 364           | 47           | 411            | 12.784         | 29.665                      | 2.756          | 32.421  |
| Automechanika Gulf                  |               |                          | 41            | 248          | 289            | 4.814          | 3.400                       | 2.092          | 5.492   |
| Automechanika Shanghai              |               |                          | 110           | 125          | 235            | 4.073          | 7.768                       | 1.370          | 9.138   |
| Expo Transporte                     |               |                          | 213           | 52           | 265            | 19.858         | 23.881                      | 722            | 24.603  |
| PAACE Automechanika Mexico          |               |                          | 161           | 302          | 463            | 6.077          | 13.676                      | 1.826          | 15.502  |
|                                     | <b>6</b>      | <b>1.171</b>             | <b>856</b>    | <b>2.027</b> | <b>55.322</b>  | <b>153.178</b> | <b>12.334</b>               | <b>165.512</b> |         |
| <b>Technische Messen gesamt</b>     | <b>13</b>     | <b>2.895</b>             | <b>1.352</b>  | <b>4.247</b> | <b>105.439</b> | <b>234.293</b> | <b>21.840</b>               | <b>256.133</b> |         |

\*\*\*\*) einschließlich Source it

+) einschließlich der Intima America Herbst

| Veranstaltung   | Aussteller                       |                    |              |               | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher           |                |                |
|---|----------------------------------|--------------------|--------------|---------------|--|--------------------|----------------|----------------|
|   | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Gastgeber-<br>land | Ausland      | Gesamt        |  | Gastgeber-<br>land | Ausland        | Gesamt         |
| Garden, Landscaping & Outdoor Living                  |                                  | 11                 | 40           | 51            | 685  | 1.000              | 1.054          | 2.054          |
| Hardware & Tools Middle East                          |                                  | 30                 | 114          | 144           | 1.870  | 3.000              | 2.290          | 5.290          |
| Micromachine  |                                  | 195                | 10           | 205           | 1.127  | 8.132              | 81             | 8.213          |
| ABF Franchising Show                                  |                                  | 154                | 9            | 163           | 5.349  | 10.856             | 33             | 10.889         |
| Canadian Waste Recycling/Public Works Expo            |                                  | 173                | 50           | 223           | 4.546  | 2.695              | 235            | 2.930          |
| COMDEX  |                                  | 315                | 74           | 389           | 12.428   | 45.593             | 256            | 45.849         |
| EMT   |                                  | 138                | 23           | 161           | 4.562  | 4.200              | 80             | 4.280          |
| Expo Forestal   |                                  | 173                | 13           | 186           | 6.858  | 14.895             | 105            | 15.000         |
| Fehab   |                                  | 92                 | 3            | 95            | 3.967  | 13.704             | 18             | 13.722         |
| Intersec  |                                  | 44                 | 160          | 204           | 3.179  | 2.626              | 2.500          | 5.126          |
| Open Network Automation System Expo                   |                                  | 65                 | 1            | 66            | 182  | 2.387              | 7              | 2.394          |
| Seguriexpo Buenos Aires                               |                                  | 74                 | 8            | 82            | 1.173  | 4.402              | 164            | 4.566          |
| <b>Weitere Messethemen im Ausland gesamt</b>          | <b>12</b>                        | <b>1.464</b>       | <b>505</b>   | <b>1.969</b>  | <b>45.926</b>                                    | <b>113.490</b>     | <b>6.823</b>   | <b>120.313</b> |
| <b>Veranstaltungen der Messe Frankfurt im Ausland</b> | <b>59</b>                        | <b>8.420</b>       | <b>7.066</b> | <b>15.486</b> | <b>322.736</b>                                   | <b>644.182</b>     | <b>106.148</b> | <b>750.330</b> |

## Kongresse, Events und weitere Aktivitäten 2004

| Veranstaltung  | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Aussteller |         |        | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher       |         |                |
|--|----------------------------------|------------|---------|--------|--|----------------|---------|----------------|
|  |                                  | Inland     | Ausland | Gesamt |  | Inland         | Ausland | Gesamt         |
| Kongresse und Tagungen auf dem Messegelände außerhalb von Messen                   | 136                              |            |         |        |  | 108.000        |         | 108.000        |
| Kongresse und Events (betreut durch „Conventure“)*                                 | 12                               |            |         |        |  | 7.500          |         | 7.500          |
| Events (Konzerte, sportliche, kirchliche, politische und sonstige Veranstaltungen) | 58                               |            |         |        |  | 419.114        |         | 419.114        |
| German Pavilions (Planung und Durchführung von Messebeteiligungen)                 | 12                               |            |         |        |  |                |         |                |
| Akademie Messe Frankfurt   | 19                               |            |         |        |  | 240            |         | 240            |
|  | <b>237</b>                       |            |         |        |  | <b>534.854</b> |         | <b>534.854</b> |

\*) Insgesamt beläuft sich die Zahl der Teilnehmer auf ca. 9.500, davon wurden bei den Eigenveranstaltungen schon ca. 2.000 gezählt.

## Gesamtaktivitäten der Messe Frankfurt 2004

| Veranstaltung  | Zahl der<br>Veranstal-<br>tungen | Aussteller                |               |               | Nettofläche<br>einschl.<br>Sonder-<br>schaufäche | Besucher                  |                |                  |
|--|----------------------------------|---------------------------|---------------|---------------|--|---------------------------|----------------|------------------|
|  |                                  | Inland/Gast-<br>geberland | Ausland       | Gesamt        |  | Inland/Gast-<br>geberland | Ausland        | Gesamt           |
| Messen und Ausstellungen am Messeplatz Frankfurt                             | 41                               | 15.059                    | 24.579        | 39.638        | 1.348.193  | 1.093.573                 | 411.336        | 1.504.909        |
| Messen und Ausstellungen in Deutschland außerhalb des Messeplatzes Frankfurt | 9                                | 1.972                     | 621           | 2.593         | 69.293   | 67.121                    | 14.736         | 81.857           |
| Veranstaltungen im Ausland   | 59                               | 8.420                     | 7.066         | 15.486        | 322.736  | 644.182                   | 106.148        | 750.330          |
| Kongresse, Events und weitere Aktivitäten                                    | 237                              |                           |               |               |  | 534.854                   |                | 534.854          |
|  | <b>346</b>                       | <b>25.451</b>             | <b>32.266</b> | <b>57.717</b> | <b>1.740.222</b>                                 | <b>2.339.730</b>          | <b>532.220</b> | <b>2.871.950</b> |





Jede Messe ist ein neuer Anfang. Zu ihrem Gelingen arbeiten viele Menschen Hand in Hand, um den größten Erfolg zu erzielen. Sie vereint hohe Qualifikation, Know-how und lebenslanges Lernen. Der Arbeitsplatz Messe Frankfurt bietet ein reiches Spektrum an Entwicklungsmöglichkeiten. Und nicht nur die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens wissen das zu schätzen, sondern ebenso tausende Dienstleister, Handwerker und Zulieferer, die durch unsere Messen Aufträge erhalten. Wir handeln und schaffen Werte für viele.



# Handeln



Die hohe Qualifikation und das Know-how der weltweit 1.227 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Messe Frankfurt. Die permanente Investition in die Weiterbildung ist ein Gewinn für den gesamten Konzern. Hierdurch sammelt das Unternehmen zusätzliches Wissen, erhöht zugleich die Bindung des Personals und schafft sich langfristig einen Wettbewerbsvorteil als attraktiver Arbeitgeber.

## Wachstum durch Motivation und Engagement Erfolgsfaktor Personalpolitik

**Erfolg und Wachstum der Messe Frankfurt sind eng verbunden mit dem Know-how und der Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter des Konzerns. Die Messe Frankfurt ist ein attraktiver Arbeitsplatz – nicht nur am Heimatstandort Frankfurt am Main. Jungen Menschen bietet das Unternehmen mit seinen diversen Ausbildungsprogrammen Zukunftsperspektiven.**

Nach sechs Jahren intensiven Wachstums, in denen sich die Zahl der Mitarbeiter weltweit fast verdoppelt hat, verfolgt das Unternehmen seit 2004 einen Kurs der Konsolidierung im Inland, verbunden mit moderatem Wachstum in den expansiven Märkten. Für die Messe Frankfurt haben zum Stichtag 31.12.2004 insgesamt 1.227 Menschen gearbeitet, davon 272 im Ausland. Das sind insgesamt 14 mehr als im Vorjahr. Zusätzliche Stellen sind 2004 vor allem durch den Ausbau des Auslandsgeschäfts in Argentinien, China und den Vereinigten Arabischen Emiraten geschaffen worden.

### Qualifizierten Nachwuchs gewinnen

Die Messe Frankfurt bekennt sich zu ihrer gesamtwirtschaftlichen Verantwortung, jungen Menschen eine berufliche Perspektive zu geben. Deshalb wurde die Zahl der Auszubildenden in Deutschland 2004 weiter von 19 auf 22 erhöht. Neu hinzugekommen

ist 2004 die Ausbildung zum Pressereferenten über ein zweijähriges Volontariat. Ausbildungsplätze gibt es bei der Messe Frankfurt – selbstverständlich gleichermaßen für Frauen wie Männer – in den Berufen Bürokaufmann, Veranstaltungskaufmann, Fachinformatiker, Energieelektroniker sowie zum Diplombetriebswirt (BA) an der Berufsakademie Ravensburg.

Die Messe Frankfurt verbindet mit der Berufsakademie seit acht Jahren eine enge Kooperation. Dieser praxisorientierte und auf drei Jahre angelegte Studiengang mit dem Schwerpunkt „Messe- und Kongressmanagement“ eröffnet dem Unternehmen die Chance, qualifizierten Führungsnachwuchs zu gewinnen und an sich zu binden.

### Wissen vernetzen und erweitern

Um das im Unternehmen vorhandene Wissen der Mitarbeiter intensiver zur Geltung zu bringen, zu vernetzen und zu erweitern hat die Messe Frankfurt 2004 in der Personalentwicklung als Schwerpunkt themenorientierte Workshops für Mitarbeiter und ein Management-Entwicklungszentrum angeboten. Diese Instrumente dienen zum einen der Förderung des internen Dialogs zwischen Führungskräften und Mitarbeitern, zum anderen der qualifizierten Weiterbildung der Führungskräfte, um Potenziale zu ermitteln und zu entwickeln. Damit wird parallel zu den





aufgabenspezifischen Weiterbildungsmaßnahmen für alle Mitarbeiter der Messe Frankfurt eine zusätzliche Qualifikationsmöglichkeit geschaffen. Das interne Weiterbildungsprogramm „Fit for Fair“ bietet Kurse für Fremdsprachen, Informationstechnologie sowie alles zum Themenbereich „Umgang mit Kunden“. Darüber hinaus werden Marketing-, Projektmanagement- und BWL-Seminare zur Aktualisierung des Fachwissens angeboten. Die Messe Frankfurt unterstützt auch berufsbegleitende Maßnahmen wie Zusatzausbildungen mit Prüfungen vor der IHK oder Studiengänge an der Verwaltungsakademie (VWA).

Insgesamt wurde das Weiterbildungsprogramm für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Messe Frankfurt auch 2004 mit einem Budget von rund einer Million Euro fortgeführt. Mit engagierten, motivierten, flexiblen und qualifizierten Mitarbeitern ist das Unternehmen auf einem guten Weg, seine Wachstumsziele in der Zukunft zu erreichen.

### Gut geschnürtes Leistungspaket

Das umfangreiche Angebot an betrieblichen und sozialen Leistungen der Messe Frankfurt wurde auch 2004 – gegen den allgemeinen Trend – unverändert beibehalten:

- Im Rahmen des Tarifvertrages erhalten die Arbeitnehmer Weihnachts- und Urlaubsgeld.
- Zusätzlich beteiligt die Messe Frankfurt die Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens – 2004 betrug der Bonus 86 Prozent eines Monatsgehältes.
- Die betriebliche Altersversorgung der Arbeitnehmer leistet die Messe Frankfurt über einen überwiegend arbeitgeberfinanzierten Beitrag an die Zusatzversorgungskasse der Stadt Frankfurt.
- Darüber hinaus bietet das Unternehmen Angebote zur Entgeltumwandlung, um die private Altersvorsorge zu fördern.
- Das Unternehmen gewährt Zuschüsse für die Fahrten zum Arbeitsplatz mit öffentlichen Verkehrsmitteln und für vermögenswirksame Leistungen.
- Die Möglichkeit für ein zinsloses Darlehen und Beihilfen zu bestimmten medizinischen Maßnahmen und bei persönlichen Anlässen runden das Leistungspaket ab.

### Flexible Arbeitszeiten und Gesundheitsmanagement

Das flexible Arbeitszeitsystem der Messe Frankfurt ohne feste Kernarbeitszeiten schafft optimale Bedingungen für Service und Kundenbetreuung, wie sie insbesondere in einem weltweit agierenden Unternehmen unerlässlich sind. Zugleich ist es ein wertvoller Beitrag, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unterstützen – bei einem Frauenanteil von 62 Prozent und einer Teilzeitquote von zwölf Prozent im Unternehmen ein wichtiger Faktor. Neu eingeführt wurde 2004 die Telearbeit.

Gesunde, abwechslungsreiche Ernährung gehört zu den wichtigsten Voraussetzungen für eine gesunde Lebensweise. Die Messe Frankfurt bietet ihren Mitarbeitern im Betriebsrestaurant „Intermezzo“ täglich Frühstück, Snacks und ein durch das Unternehmen bezuschusstes Mittagessen mit drei zur Auswahl stehenden Menüs inklusive einer wohl sortierten Salatbar. Seit Februar 2005 steht den Mitarbeitern im neuen Büro- und Wirtschaftsgebäude Dependance die „Cucina“ als zweites Restaurant alternativ zur Verfügung. Das Team der Tochtergesellschaft Accente Gastronomie Service GmbH

gestaltet in beiden Restaurants professionell und auf hohem Niveau die Mahlzeiten.

Neben ausgewogener Ernährung ist regelmäßige Bewegung wichtig für die Gesundheit. Daher gehört zum Gesundheitsmanagement der Messe Frankfurt die Förderung sportlicher Aktivitäten der Mitarbeiter. In den neun Betriebssportgruppen – Chase Corporate Challenge, Messe Frankfurt Marathon, Fußball, Golf, Kegeln, Tauchen, Triathlon, Volleyball und Outdoor Sports – sind über 200 Mitarbeiter aktiv. Zum Gesundheitsmanagement gehören auch die wöchentliche Sprechstunde des Betriebsarztes, regelmäßige Impfprogramme, Informationsveranstaltungen zur Suchtprävention und eine intensive Ersthelferausbildung.

Die permanente Investition in die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Messe Frankfurt ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den gesamten Konzern. Hierdurch gewinnt das Unternehmen zusätzliches Know-how, erhöht zugleich die Bindung des Personals und schafft sich langfristig einen Wettbewerbsvorteil als attraktiver Arbeitgeber.





Die Messe Frankfurt hat ihren Umsatz im Ausland in den vergangenen fünf Jahren auf rund 74 Millionen Euro nahezu verdreifacht. Diese Entwicklung spiegelt den Erfolg der strategischen Ausrichtung des Unternehmens wider: Wachstum im Ausland zur Stärkung des Konzerns und des Messestandorts Frankfurt. Wir investieren in den kommenden zehn Jahren große Summen in innovative Veranstaltungen und die Modernisierung unseres Messegeländes. Damit werden wir weiter qualitativ wachsen – um die führende Position unseres Unternehmens zu behaupten und kontinuierlich auszubauen.



# Lagebericht und Jahresabschluss



Ertragreiches Wachstum ist für die Messe Frankfurt ein vorrangiges Ziel. Der Umsatz stieg 2004 auf 364,5 Millionen Euro, im Ausland wuchs er um 31 Prozent auf rund 74 Millionen Euro. Auch in Zukunft setzt die Messe Frankfurt in erster Linie auf Wachstum im Ausland, insbesondere in Asien. Hiervon profitieren auch die Messen am Heimatstandort Frankfurt am Main. Bereits heute hat Frankfurt den höchsten Internationalitätsgrad bei Ausstellern und Besuchern.

## Lagebericht des Konzerns Messe Frankfurt GmbH 2004

### I. Geschäftsverlauf

#### Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2004 entwickelte sich die Weltwirtschaft laut ifo Konjunkturbericht so kräftig wie seit 1976 nicht mehr. Das reale Bruttoinlandsprodukt stieg – nach 3,9 Prozent im Jahr 2003 – um rund fünf Prozent. Wachstumsträger waren in erster Linie China (BIP +9,5 Prozent), Russland (+6,8 Prozent) und die Schwellenländer Ostasiens (+ 5,4 Prozent) sowie deren sprunghaft gestiegener Handel untereinander. Im Verlauf des Jahres ließ die weltwirtschaftliche Dynamik allerdings nach. Grund dafür war vor allem der bis in den Herbst andauernde Anstieg des Ölpreises. In Japan und den westeuropäischen Wirtschaften wirkte sich darüber hinaus die Abwertung des US-Dollars dämpfend auf den Export aus. Der kräftige Aufwärtstrend der amerikanischen Wirtschaft verlor im Jahresverlauf an Schwung; dennoch lag das Wachstum im Jahresdurchschnitt bei 4,4 Prozent. In den EU-Staaten betrug das Wirtschaftswachstum trotz anfänglicher vom Export getragener Dynamik nur 2,3 Prozent, im Euro-Raum – bedingt vor allem durch die Aufwertung des Euro und die Verteuerung des Rohöls – allerdings nur 1,8 Prozent. In den neuen Beitrittsländern stieg das Bruttoinlandsprodukt um 4,7 Prozent.

Obwohl in Deutschland der Export geradezu boomte und um 8,2 Prozent zulegte, hatte die deutsche Wirtschaft am weltweiten ökonomischen Aufschwung mit 1,7 Prozent Wachstum nur geringen Anteil. Die wirtschaftliche Belebung der beiden ersten Quartale 2004 setzte sich im zweiten Halbjahr nicht fort. Das lag zum einen daran, dass auch die deutschen Importe um nahezu sechs Prozent stiegen, zum anderen daran, dass Wachstumsimpulse aus privaten Investitionen und aus dem privaten Konsum ausblieben. Nach einer Nullrunde in 2003 ging der private Konsum im Berichtsjahr um 0,3 Prozent weiter zurück.

Der für die Messewirtschaft wichtige Indikator des Welthandels stieg im Berichtsjahr um 9 Prozent; das bedeutete die drittgrößte Steigerung innerhalb der letzten zehn Jahre. Den höchsten realen Zuwachs aller Weltregionen verzeichnete Asien mit 14,5 Prozent. In der Rangliste der Exportnationen belegte erstmals China nach Deutschland und den USA den dritten Platz vor Japan.

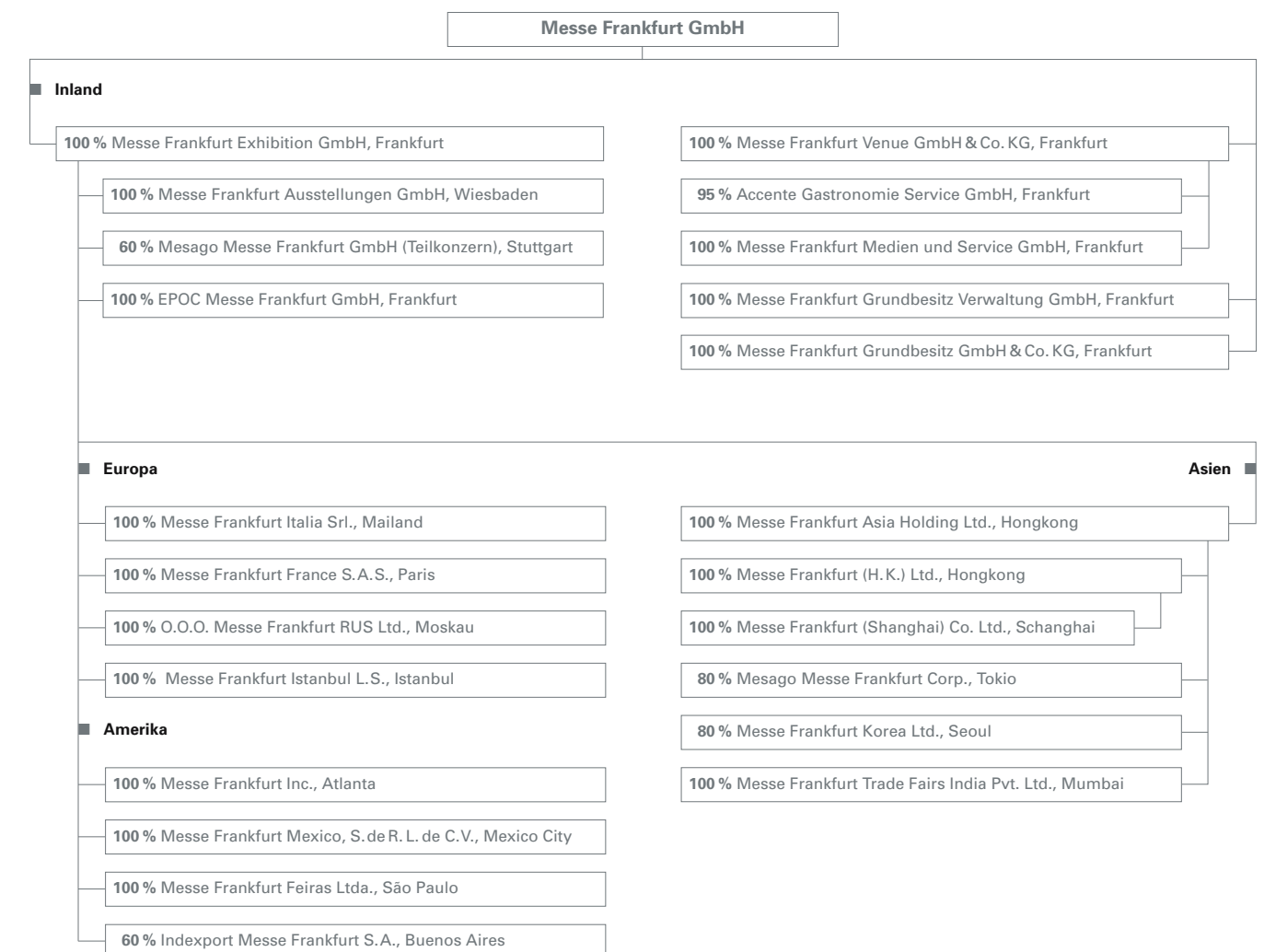
### Situation der Messewirtschaft

Anhaltende Konjunkturschwäche und Strukturprobleme haben auch in der deutschen Messewirtschaft sichtbare Spuren hinterlassen. Nachfragerückgänge, Fusionen und nicht zuletzt Insolvenzen bei mittelständischen Unternehmen verringern das Potenzial speziell auf der Ausstellerseite. Der Rückgang an deutschen Ausstellern sowie an vermieteter Fläche hat sich 2004 fortgesetzt, scheint jedoch abzuflachen. Nach Schätzungen des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft (AUMA) e. V., Berlin, ging im Jahr 2004 die Zahl der an den 154 überregionalen Messen in Deutschland beteiligten Ausstellerfirmen im Vergleich zu den Vorveranstaltungen um ein Prozent auf 167.000 zurück. Der Rückgang der deutschen Aussteller um 4,7 Prozent auf 79.000 konnte durch das Plus von 2,3 Prozent an ausländischen Firmen auf 88.000 nicht ausgeglichen werden. Die Besucherzahlen gingen um 1,5 Prozent auf knapp 9,7 Millionen zurück; die vermietete Fläche reduzierte sich, gemessen an den Vorveranstaltungen, um drei Prozent auf 6,6 Millionen Quadratmeter.

Diesen Rückgängen stehen sowohl in Deutschland als auch im europäischen Ausland wachsende Überkapazitäten an Hallenfläche gegenüber und führen zu einer scherenartigen Negativentwicklung: Die vermietete Fläche geht zurück – allein in den vergangenen vier Jahren in Deutschland um acht Prozent –, aber die Hallenkapazitäten haben im gleichen Zeitraum um acht Prozent zugenommen. Neue Messegelände, die derzeit vor allem in Deutschland, Italien und Spanien gebaut werden, verschärfen diese Entwicklung, denn auf dem europäischen und insbesondere dem deutschen Messemarkt entstehen somit massive Überkapazitäten, denen auf absehbare Zeit kein Bedarf gegenübersteht.

Die zunehmend schwierige Situation auf dem europäischen Messemarkt schlägt sich in einem verschärften Wettbewerb nieder und wirkt sich auf die Entwicklung der Messeunternehmen aus.

### Unternehmensgruppe Messe Frankfurt





### Ziele und Strategien der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt

Ertragreiches Wachstum ist für die Messe Frankfurt ein vorrangiges Ziel. Nur als wirtschaftlich starkes Unternehmen ist sie ein guter und verlässlicher Partner für ihre Kunden, ihre Gesellschafter und ihre Mitarbeiter. Insbesondere die geplanten Investitionen der Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG zur Modernisierung des Frankfurter Messegeländes müssen finanziert werden. Die Messe Frankfurt hat vier Wege identifiziert, mittels derer sie in den kommenden Jahren dieses Wachstum erreichen will:

- **Internationalisierung** – ein Weg, den die Messe Frankfurt bereits Mitte der Achtzigerjahre eingeschlagen und seither erfolgreich beschritten hat. Sie setzt auch in Zukunft auf Wachstum im Ausland, insbesondere in Asien. Aber auch die Inlandsmessen profitieren von der weltweiten Vertriebsorganisation der Messe Frankfurt. Nicht umsonst hat Frankfurt den höchsten Internationalitätsgrad bei Ausstellern und Besuchern und konnte durch den starken Zustrom aus dem Ausland Rückgänge aus dem Inland kompensieren.
- **Partnerschaften** – Wachstum muss und kann nicht immer aus eigener Kraft generiert werden. Mit ihrer neuen Konzernstruktur hat die Messe Frankfurt ihren Handlungsspielraum für Kooperationen und Allianzen mit externen Partnern im In- und Ausland erweitert.
- **Innovationen** – neue Messen sind das Geschäft von morgen und die Basis für zukünftiges Wachstum. Darüber hinaus müssen nicht nur neue Messen entwickelt, sondern auch bereits bestehende Veranstaltungen permanent weiterentwickelt werden.
- **Diversifizierung** – ein Wachstumspfad, der weit in die Zukunft reicht. Dahinter stehen Überlegungen der Messe Frankfurt, angrenzende Bereiche des Messegeschäfts zu besetzen und ertragreich auszubauen. Mit der Service-Tochter Messe Frankfurt Medien und Service GmbH hat sie sich bereits im Verlagsgeschäft und im Standbau engagiert.

### Neue Strukturen im In- und Ausland

2003 hatte die Messe Frankfurt den Prozess der Konzernumstrukturierung mit der Ausgliederung des Geschäftsbereichs Venue auf die Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG – die für das Frankfurter Messegelände, dessen Vermarktung, Bau, Infrastruktur und für Serviceleistungen verantwortliche Besitzgesellschaft – eingeleitet. Im Herbst 2004 wurde die neue Struktur vollendet: Rückwirkend zum 1. Januar wurde auch der Geschäftsbereich Exhibition auf die Betriebsgesellschaft Messe Frankfurt Exhibition GmbH ausgegliedert, in deren Verantwortung sämtliche Eigenveranstaltungen im In- und Ausland, alle ausländischen Tochtergesellschaften sowie die deutschen Veranstaltungstöchter Mesago Messe Frankfurt GmbH und Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH fallen. Unter dem Dach einer gemeinsamen Holding, der Messe Frankfurt GmbH, sind somit zwei eigenständige Unternehmen mit eigenen Kernkompetenzen entstanden. Mit dieser neuen Organisationsform hat die Messe Frankfurt nicht nur mehr Transparenz geschaffen, sondern sich auch neue Perspektiven eröffnet, denn die so gewonnene Flexibilität macht sie attraktiver für mögliche Partnerschaften und Allianzen.

Ende 2004 verfügte die Messe Frankfurt im Ausland über 20 Tochtergesellschaften und Niederlassungen sowie 49 Auslandsvertretungen, die für 151 Länder tätig sind. Die asiatischen Tochtergesellschaften in Tokio, Mumbai und Seoul wurden zusätzlich zu den Gesellschaften in Schanghai und Hongkong der 2003 gegründeten Messe Frankfurt Asia Holding Ltd. mit Sitz in Hongkong unterstellt. Die Tochtergesellschaft in Singapur wurde wie geplant geschlossen; die Messe Frankfurt ist dort allerdings weiterhin mit einer Auslandsrepräsentanz vertreten.

In Brasilien erwarb die Messe Frankfurt do Brasil die restlichen 50 Prozent Anteile an der Guazzelli Messe Frankfurt Ltda. Die beiden Unternehmen wurden zu der neuen Gesellschaft Messe Frankfurt Feiras Ltda. verschmolzen. Von dieser Konsolidierung verspricht sich die Messe Frankfurt unter anderem eine bessere Nutzung aller administrativen Synergien und damit eine spürbare Kostenreduzierung sowie höhere Marktakzeptanz durch die einheitliche Außenwirkung. Des Weiteren wurden die Anteile der Messe Frankfurt Exhibition GmbH an der Mesago Messe Frankfurt Corp. in Japan um 20 Prozent auf 80 Prozent aufgestockt.

### Leistungskennziffern

#### Messen und Ausstellungen

Der Konzern Messe Frankfurt hat 2004 weltweit 109 Messen und Ausstellungen durchgeführt, zu denen 57.700 Aussteller und 2,3 Millionen Besucher kamen und 1,7 Millionen Quadratmeter Nettofläche vermietet wurden. Hinzu kamen 237 Kongresse und Events mit rund 535.000 Besuchern am Messeplatz Frankfurt.

#### Gesamtaktivitäten 2004 der Messe Frankfurt

|                                 | Veranstaltungen | Aussteller | Nettofläche*<br>(in Tsd. m <sup>2</sup> ) | Besucher<br>(in Tsd.) |
|---------------------------------|-----------------|------------|---|-----------------------|
| Messen und Ausstellungen        |                 |            |   |                       |
| am Messeplatz Frankfurt         | 41              | 39.638     | 1.348                                     | 1.505                 |
| an anderen Standorten im Inland | 9               | 2.593      | 69  | 82                    |
| Gesamt Deutschland              | 50              | 42.231     | 1.417                                     | 1.587                 |
| im Ausland                      | 59              | 15.486     | 323                                       | 750                   |
| Gesamt Messen und Ausstellungen | 109             | 57.717     | 1.740                                     | 2.337                 |
| Weitere Veranstaltungen         | 237             |            |   | 535                   |
| Gesamtaktivitäten               | 346             | 57.717     | 1.740                                     | 2.872                 |

\* einschließlich Sonderschauffläche

Am Messeplatz Frankfurt fanden 41 Messen statt, darunter 16 Veranstaltungen der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, vier der Tochtergesellschaft Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH sowie eine Veranstaltung der Mesago Messe Frankfurt GmbH. Diese 21 konzerneigenen Veranstaltungen verzeichneten über 26.000 Aussteller; gegenüber dem Vorjahr bedeutete das ein Plus von 16 Prozent. Rund 973.000 Besucher, d. h. 18 Prozent mehr als 2003, wurden bei diesen Veranstaltungen registriert. Die vermietete Nettofläche lag mit knapp 1,1 Millionen Quadratmetern 18 Prozent über dem Vorjahresstand. Gemessen am Jahr 2002, das aufgrund des Veranstaltungsturnus besser mit 2004 vergleichbar ist, lagen die drei Eckwerte – Aussteller, Besucher, vermietete Nettofläche – etwa auf gleicher Höhe.

Die unverändert schwierige Konjunkturlage in Deutschland führte bei einigen Messen zu einem Rückgang inländischer Aussteller und Besucher. Dank der starken Internationalität der Frankfurter Leitmessen konnte dieser aber relativ gut kompensiert werden. Der Internationalitätsgrad auf der Ausstellerseite erreichte (nach 63 Prozent im Jahr 2003) mit 68 Prozent ein historisches Hoch.

Auf den deutschen Messeplätzen wurde ein Durchschnitt von 53 Prozent ausländischer Aussteller erreicht. Die Messe Frankfurt konnte somit ihren Internationalitätsvorsprung weiter ausbauen.

Das gilt auch für die Besucherseite: 2004 kamen 35 Prozent der Messebesucher aus dem Ausland nach Frankfurt, vier Prozentpunkte mehr als 2003. Damit wurde ebenfalls eine neue Rekordmarke erreicht, die noch deutlicher als bisher über dem Durchschnitt in Deutschland (23 Prozent) liegt.

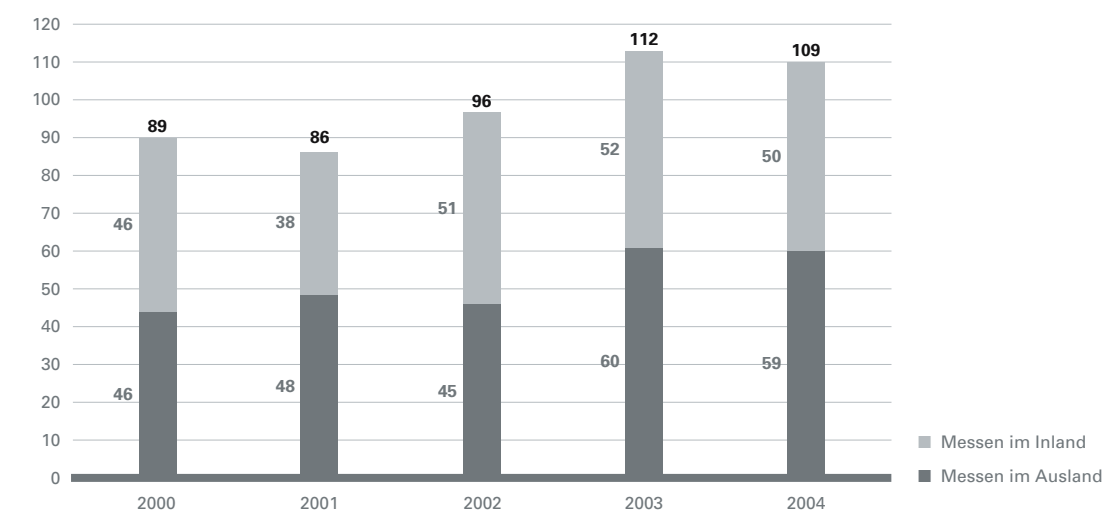
Den Gastveranstaltungen kommt in Frankfurt von jeher eine hohe Bedeutung zu. Die größten und bekanntesten von ihnen – die Buchmesse, die Internationale Automobil-Ausstellung IAA-Pkw und die ACHEMA – sind internationale Leitmesse ihrer Branchen, zum Teil darüber hinaus auch medienwirksame Publikumsmagnete. Die Messe Frankfurt wird die Akquisition hochwertiger Gastveranstaltungen in Zukunft noch offensiver angehen, nicht zuletzt um die Auslastung des Messegeländes dauerhaft weiter zu verbessern.

2004 fanden turnusbedingt weniger Gastveranstaltungen statt, da die IAA und die ACHEMA im Kalender fehlten. Insgesamt gab es 20 Gastmessen am Messeplatz Frankfurt, darunter die erfolgreichen Klassiker Buchmesse und EuroMold. Das Spektrum der Gastveranstaltungen umfasste eine große thematische Bandbreite von Architektur über Banking und Maschinenbau bis zur Touristik. Mit insgesamt rund 13.300 Ausstellern und über 530.000 Besuchern leisteten die Gastveranstaltungen einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg der Messe Frankfurt.

Durch weitere neun Veranstaltungen der Messe Frankfurt Ausstellungen und Mesago Messe Frankfurt an unterschiedlichen Messeplätzen in Deutschland ergibt sich im Inland eine Gesamtzahl von 50 Messen mit rund 42.000 Ausstellern und 1,6 Millionen Besuchern.

Das Auslandsgeschäft entwickelte sich im Berichtsjahr sehr positiv. Die Messe Frankfurt startete elf neue Veranstaltungen, davon allein fünf in China, je zwei in Argentinien und Dubai sowie je eine neue Messe in Korea und Moskau. Insgesamt wurden 59 Messen von den Tochtergesellschaften im Ausland veranstaltet. Auf Ausstellerseite wurde mit fast 15.500 Unternehmen ein Plus von rund 2.100 Ausstellern gegenüber dem Vorjahr erzielt, obwohl 2003 eine Messe mehr stattgefunden hatte. Rund 750.000 Besucher wurden gezählt, etwa 1,4 Prozent weniger als 2003.

#### Anzahl Messen im In- und Ausland



#### Kongresse, Events und Festhallen-Veranstaltungen

Mit 136 Veranstaltungen und 108.000 Besuchern war das Kongressjahr 2004 – nach dem Kirchentagsjahr 2001 – das veranstaltungstärkste Jahr seit der Eröffnung des Congress Centers 1997. Die Schwerpunktthemen bildeten Veranstaltungen aus dem IT-, Banken- und Finanzbereich sowie aus Medizin und Wissenschaft, so beispielsweise der Deutsche Sparkassentag mit 3.500 Teilnehmern, die Interpharm mit 4.200 Teilnehmern und der Deutsche Schmerztag mit rund 2.000 Besuchern.

Insbesondere in der Festhalle fanden in einem Mix aus Tradition und Moderne 58 Veranstaltungen und Galaabende mit über 419.000 Besuchern und vielen internationalen Stars statt. Besondere Glanzlichter waren neben dem alljährlichen Ball des Sports die Auftritte von Sting, Sarah Brightman und Phil Collins sowie der Messe Frankfurt Marathon.



## II. Darstellung der Lage

### Standortmodernisierung

Als erster Schritt zur Modernisierung des Frankfurter Messegeländes wurde zum Jahresende 2004 das neue Wirtschafts- und Bürogebäude „Dependance“ fertig gestellt. Das Gebäude mit einer Bruttogeschossfläche von ca. 17.000 Quadratmetern wurde – wie die benachbarte Halle 3 – von dem britischen Architekten Nicholas Grimshaw entworfen und bietet Platz für rund 300 Mitarbeiter der Messe-Tochter Accente Gastronomie Service GmbH und der Messe Frankfurt selbst. Kernstück des Accente-Hauptquartiers ist eine neue Großküche mit modernster Ausstattung. Sie ermöglicht es Accente, täglich bis zu 3.000 Essen für die 25 Restaurants auf dem Gelände, 14.000 belegte Brötchen für die Mini-Pic-Stände in den Hallen und weitere 3.000 Mahlzeiten für den Catering-Service zuzubereiten. Damit ist die Gastronomietochter in der Lage, nicht nur die Messekunden gastronomisch noch besser zu versorgen, sondern auch außerhalb des Frankfurter Messegeschäfts Wachstum zu generieren.

Mit dem Abschluss eines Kaufvertrages für das westliche Teilstück des ehemaligen Güterbahnhofs im August 2004 hat die Messe Frankfurt den Weg für umfangreiche Neubaumaßnahmen frei gemacht. Ziel ist es dabei nicht, zusätzliche Hallenkapazitäten zu schaffen, sondern den Messeplatz Frankfurt moderner und noch attraktiver zu machen. Zug um Zug werden ab 2006 zwei bis drei neue Hallen entstehen, die es ermöglichen, in die Jahre gekommene Gebäude wie die Hallen 5 und 6 zu modernisieren, ohne dass der Messebetrieb mehr als nötig beeinträchtigt wird.

### Umsatzerlöse

Das erfolgreiche Jahr 2004 des Konzerns spiegelt sich auch in der Umsatzentwicklung wider. Mit rund 364,5 Mio. € erreichte der Konzernumsatz eine neue Höchstmarke in der Geschichte des Unternehmens. Die Steigerung gegenüber dem Vorjahr betrug rund 11,2 Mio. € bzw. 3,2 Prozent. Gegenüber dem Jahr 2002, das aufgrund seiner Veranstaltungsstruktur besser vergleichbar ist, bedeutet dies sogar eine Erhöhung um 29,7 Mio. € bzw. 8,9 Prozent.

Der größte Anteil des Umsatzes der Unternehmensgruppe wurde vor Konsolidierung von der Muttergesellschaft, Messe Frankfurt GmbH, der Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG sowie der Messe Frankfurt Exhibition GmbH erwirtschaftet. Durch die Ausgliederung des operativen Geschäfts auf die jeweiligen Gesellschaften sind die Umsätze des Stammhauses von 195,5 Mio. € in 2002 auf 34,5 Mio. € in 2004 zurückgegangen. Die verbliebenen Umsätze resultieren aus der Bereitstellung der zentralen Verwaltungsdienstleistungen für die Tochtergesellschaften in Frankfurt und sind auch der wesentliche Grund für den Anstieg der Innenumsätze auf 190,8 Mio. € im Konzern. Im Gegenzug weisen die Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG Umsatzerlöse von 150,0 Mio. € (Vorjahr 165,2 Mio. €) und die Messe Frankfurt Exhibition GmbH von 213,3 Mio. € aus. Die im Vergleich zum Vorjahr verminderten Umsätze bei der Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG sind insbesondere dadurch begründet, dass die großen Gastveranstaltungen IAA undACHEMA turnusgemäß im Berichtsjahr nicht stattgefunden haben.

## Umsatzentwicklung 2002–2004

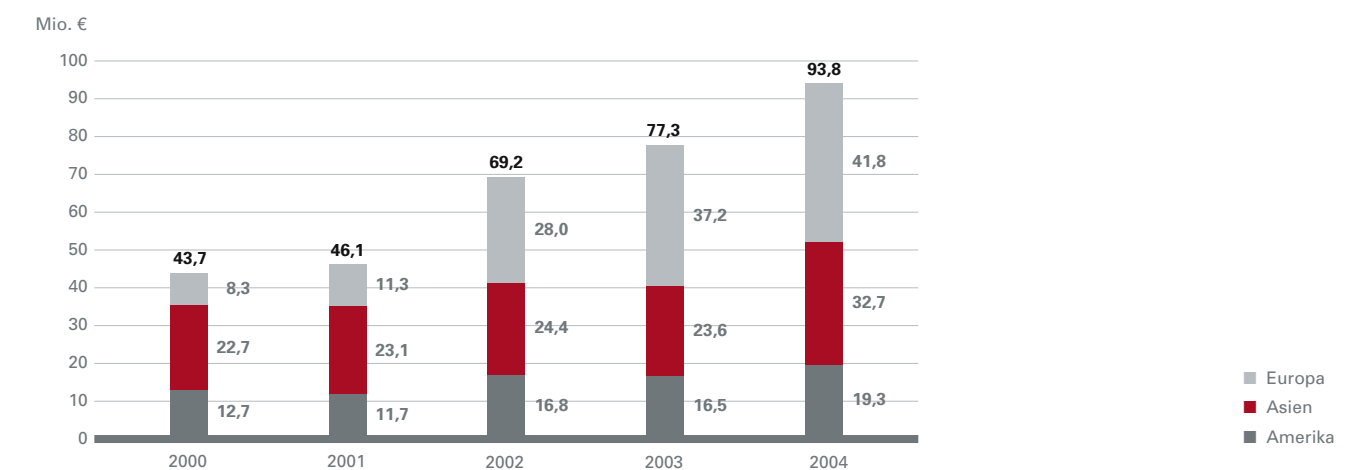
| Inland  | 2002         | 2003         | 2004         | Veränderungen zu |            |
|---|--------------|--------------|--------------|------------------|------------|
|   | Mio. €       | Mio. €       |              | 2003             | 2002       |
|   |              |              | Mio. €       | in %             | in %       |
| Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt                                   | 256,8        | 195,5        | 34,5         | -82,4            | -86,6      |
| Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt                        |              |              | 213,3        | ++               | ++         |
| Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, Frankfurt                    |              | 165,2        | 150,0        | -9,2             | ++         |
| Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden                     | 5,9          | 8,9          | 6,1          | -31,5            | 3,4        |
| Mesago Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart <sup>1)</sup>              | 12,8         | 12,2         | 14,1         | 15,6             | 10,2       |
| Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt                | 22,4         | 25,9         | 27,9         | 7,7              | 24,6       |
| Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt                       | 19,3         | 24,7         | 22,4         | -9,3             | 16,1       |
| Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG, Frankfurt              | 12,7         | 13,1         | 13,4         | 2,3              | 5,5        |
| <b>Ausland</b>  |              |              |              |                  |            |
| Messe Frankfurt France S.A.S., Paris                              | 6,2          | 9,5          | 10,6         | 11,6             | 71,0       |
| Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand                              | 2,2          | 2,3          | 2,5          | 8,7              | 13,6       |
| Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul                           | 0,6          | 1,0          | 1,0          | 0,0              | 66,7       |
| O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau                                | 0,3          | 0,9          | 2,3          | ++               | ++         |
| EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/Dubai                        |              | 2,4          | 5,2          | ++               | ++         |
| Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong <sup>1)</sup>         |              | 14,4         | 32,7         | ++               | ++         |
| Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong <sup>2)</sup>               | 15,5         |              |              | --               | --         |
| Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Schanghai <sup>2)</sup>      | 0,5          |              |              | --               | --         |
| Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio <sup>2)</sup>                 | 5,3          | 5,2          |              | --               | --         |
| Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul <sup>2)</sup>                   | 0,8          | 1,4          |              | --               | --         |
| Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai <sup>2)</sup> | 2,2          | 2,2          |              | --               | --         |
| Messe Frankfurt Singapore Pte. Ltd., Singapur                     | 0,1          | 0,4          |              | --               | --         |
| Messe Frankfurt Inc., Atlanta                                     | 11,4         | 9,5          | 7,8          | -17,9            | -31,6      |
| Messe Frankfurt Mexico S. de R. L. de C.V., Mexico City           | 3,4          | 3,4          | 3,5          | 2,9              | 2,9        |
| Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo <sup>3)</sup>             | 2,0          | 2,5          | 2,8          | 12,0             | 40,0       |
| Indexport Messe Frankfurt S.A., Buenos Aires                      |              | 1,1          | 5,2          | ++               | ++         |
| Innenumsätze  | -45,6        | -148,4       | -190,8       | 28,6             | ++         |
| <b>Konzern-Umsatz</b>   | <b>334,8</b> | <b>353,3</b> | <b>364,5</b> | <b>3,2</b>       | <b>8,9</b> |

<sup>1)</sup> Teilkonzern<sup>2)</sup> ab 2003 bzw. 2004 im Teilkonzern Messe Frankfurt Asia Holding Ltd.<sup>3)</sup> bis 2003 Teilkonzern Messe Frankfurt do Brasil

Die seit drei Jahren zum Konsolidierungskreis gehörende Mesago Messe Frankfurt GmbH trug mit 14,1 Mio. € (+1,9 Mio. €) und die Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH mit 6,1 Mio. € (-2,8 Mio. €) zum Konzernumsatz bei. Die Service-Gesellschaft Messe Frankfurt Medien und Service GmbH hat trotz einer geringeren Veranstaltungszahl mit 27,9 Mio. € einen neuen Spitzenwert beim Umsatz erzielt. Hierbei wirkte sich insbesondere das im Vorjahr übernommene Kataloggeschäft positiv aus. Die Accente Gastronomie Service GmbH verzeichnete mit 22,4 Mio. € veranstaltungsbedingt einen Rückgang zum Vorjahr; gegenüber dem besseren Vergleichsjahr 2002 konnte jedoch eine weitere Steigerung um 3,1 Mio. € erreicht werden.

Auch im Ausland entwickelte sich das Geschäft sehr erfreulich. Mit insgesamt 73,7 Mio. € lag der Umsatz der Auslandstöchter um 17,4 Mio. € bzw. 31,0 Prozent über dem Vorjahr. Dieser Anstieg ist insbesondere durch die positive Entwicklung des Messegeschäfts in China (+8,4 Mio. €), Argentinien (+4,1 Mio. €) sowie in Dubai (+2,9 Mio. €) begründet. Bei der argentinischen Gesellschaft wirkte sich vor allem die erfolgreiche Durchführung der Weltklimakonferenz positiv aus. Die wesentlichen Umsatzträger waren die Tochtergesellschaften in Hongkong/China (22,1 Mio. €), Paris (10,6 Mio. €), Atlanta (7,8 Mio. €) sowie Tokio (6,4 Mio. €). Der Anteil der Auslandstöchter am Konzernumsatz betrug rund 20 Prozent nach 16 Prozent im Vorjahr.

## Umsatzentwicklung der Veranstaltungstochtergesellschaften im In- und Ausland





## Ergebnis

Für den Konzern wurde mit 33,5 Mio. € ein Ergebnis vor Ertragsteuern erzielt, das 10,2 Mio. € bzw. 43,8 Prozent über dem Vorjahr liegt. Ursächlich hierfür waren neben den Steigerungen bei den Umsatzerlösen (+11,2 Mio. €) und sonstigen betrieblichen Erträgen (+6,4 Mio. €) Einsparungen insbesondere im Bereich Beratung und allgemeine Verwaltungsaufwendungen (–6,4 Mio. €) sowie nahezu konstant gehaltene Aufwendungen für Veranstaltungen und Personal. Lediglich die Abschreibungen lagen signifikant um 15,2 Mio. € über dem Vorjahr und führten zu einem Gesamtaufwand von 348,2 Mio. € (Vorjahr 339,3 Mio. €). Beim Finanzergebnis führten insbesondere geringere Zinsaufwendungen zu einer Verbesserung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 1,4 Mio. €. Unter Berücksichtigung der Ertragsteuern verbleibt im Konzern ein Jahresüberschuss in Höhe von 19,4 Mio. €.

### Ergebnisentwicklung 2002 – 2004

|                                 | 2002<br>T €   | 2003<br>T €   | 2004<br>T €   | Veränderungen zu<br>2003<br>in % |              |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------------------------|--------------|
| Ergebnis vor Ertragsteuern      | 32.169        | 23.272        | <b>33.458</b> | 43,8                             | 4,0          |
| Ertragsteuern                   | 10.455        | 13.055        | <b>14.023</b> | 7,4                              | 34,1         |
| <b>Konzern-Jahresüberschuss</b> | <b>21.714</b> | <b>10.217</b> | <b>19.435</b> | <b>90,2</b>                      | <b>–10,5</b> |

Betrachtet man die Ergebnis-Kennzahl EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation), so wurde das beste Ergebnis in der Geschichte der Messe Frankfurt erreicht. Gegenüber den Vorjahren ergeben sich Steigerungen von 24,0 Mio. € (+33,7 Prozent) bzw. 19,0 Mio. € (+24,9 Prozent). Bezogen auf den Umsatz beträgt die EBITDA-Marge 26 Prozent.

### EBITDA 2002 – 2004

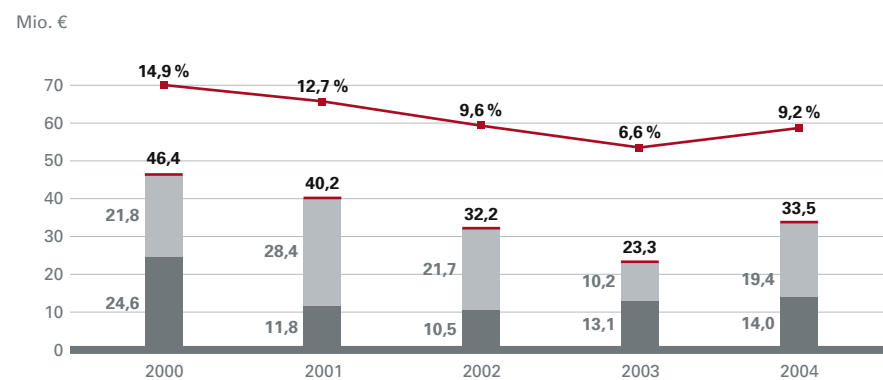
|                          | 2002<br>T €   | 2003<br>T €   | 2004<br>T €   | Veränderungen zu<br>2003<br>in T € |               |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|------------------------------------|---------------|
| Konzern-Jahresüberschuss | 21.714        | 10.217        | <b>19.435</b> | 9.218                              | –2.279        |
| Ertragsteuern            | 10.455        | 13.055        | <b>14.023</b> | 968                                | 3.568         |
| abzügl. Finanzergebnis   | –1.338        | –(999)        | <b>–367</b>   | –1.366                             | 971           |
| Abschreibungen           | 45.328        | 46.900        | <b>62.068</b> | 15.168                             | 16.740        |
| <b>Konzern-EBITDA</b>    | <b>76.159</b> | <b>71.171</b> | <b>95.158</b> | <b>23.987</b>                      | <b>18.999</b> |

Das Stammhaus, die Messe Frankfurt GmbH, trug 13,9 Mio. € vor Konsolidierung zum Konzernergebnis bei. Hierin sind insbesondere die Erträge aus Beteiligungen in Höhe von 13,0 Mio. € enthalten. Die erstmals eigenständig bilanzierende Messe Frankfurt Exhibition GmbH erzielte einen Jahresüberschuss von 21,4 Mio. €. Dieser beinhaltet mit 8,7 Mio. € Veräußerungsgewinne, die durch die Übertragung der Tochtergesellschaften in Japan, Korea und Indien auf die 2003 gegründete Asien-Holding entstanden sind. Im Rahmen der Konsolidierung sind diese konzerninternen Buchgewinne jedoch wieder zu eliminieren.

Die Ertragslage bei den inländischen und ausländischen Tochtergesellschaften der Messe Frankfurt Exhibition GmbH entwickelte sich sehr positiv. Mit einem Gesamtergebnis von 8,3 Mio. € leisten die Veranstaltungstochtergesellschaften – insbesondere im asiatischen Raum – einen wesentlichen Beitrag zum Konzernergebnis der Messe Frankfurt. Lediglich in Mexiko und Brasilien werden aufgrund der schwierigen Marktlage noch geplante Verluste ausgewiesen. Besonders erfreulich ist das Ergebnis der Messe Frankfurt (H.K.) Limited in Hongkong, die mit 4,7 Mio. € (Vorjahr 1,4 Mio. €) erheblich zur Verbesserung des Konzernergebnisses beigetragen hat. Dies gilt auch für die Mesago Messe Frankfurt in Stuttgart, die Messe Frankfurt France S.A.S., Messe Frankfurt Trade Fairs India sowie die EPOC Messe Frankfurt mit ihrer Niederlassung in Dubai.

Bei der Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG ergab sich ein Jahresfehlbetrag in Höhe von 4,0 Mio. €. Wesentliche Ursache hierfür ist eine Teilwertabschreibung des Verwaltungsgebäudes Torhaus, die aufgrund einer Neubewertung nach einer Sonderbaukontrolle notwendig wurde. Gegenläufig wirkten – aufgrund von Ergebnisabführungsverträgen – die positiven Ergebnisse der Messe Frankfurt Medien und Service GmbH und der Accente Gastronomie Service GmbH im Berichtsjahr sowie eine Ausschüttung der Accente Gastronomie Service GmbH im Vorjahr.

**Ergebnis vor Ertragsteuern und Umsatzrendite 2000–2004**



- Umsatzrendite vor Ertragsteuern
- Ergebnis vor Ertragsteuern
- Jahresüberschuss
- Ertragsteuern

**Vermögens- und Finanzlage**

Das Anlagevermögen des Konzerns Messe Frankfurt ist im Wesentlichen geprägt durch die Grundstücke und Gebäude sowie die Messrechte und Firmenwerte. Im Berichtsjahr wurden darüber hinaus Investitionen in Höhe von rund 34,4 Mio. € vorgenommen. Ein wesentlicher Teil entfiel auf die restlichen Baukosten des neuen Wirtschaftsgebäudes Dependance sowie dessen Betriebsvorrichtungen (12,3 Mio. €). Für die Anzahlung des Geländekaufs sowie für die Neugestaltung der Außenanlagen, weitere kleinere Infrastrukturmaßnahmen, Verbesserungen im Gastronomiebereich und diverse Betriebsvorrichtungen und IT-Ausstattungen sind 19,1 Mio. € ausgegeben worden.

Zum Jahresende 2004 wird aufgrund der Abschreibungen in Höhe von 62,1 Mio. € beim Anlagevermögen ein Wert von 519,6 Mio. € (Vorjahr 549,8 Mio. €) bilanziert, was einem Anteil von fast 71 Prozent an der Bilanzsumme entspricht.

Der Anstieg des Umlaufvermögens um 59,9 Mio. € auf 212,3 Mio. € resultiert insbesondere aus einem erhöhten Wertpapier- (50,9 Mio. €) und Liquiditätsbestand (118,1 Mio. €).

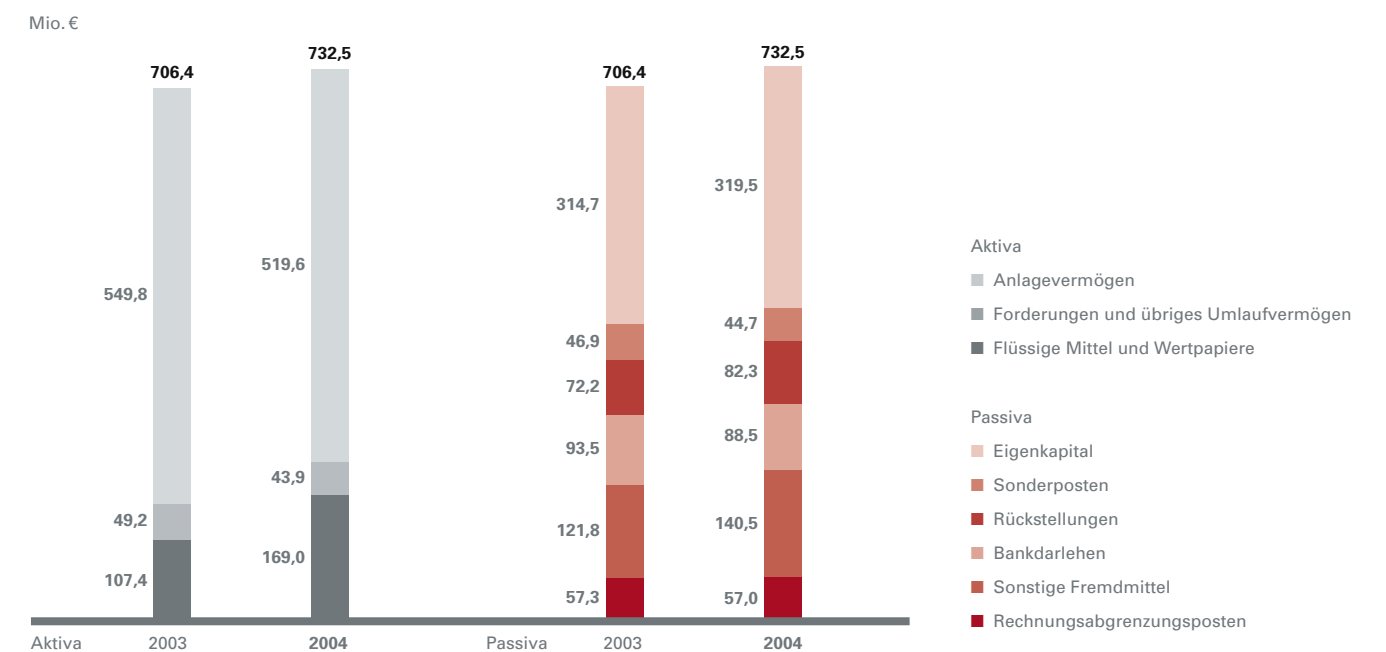
Auf der Passivseite wird beim Eigenkapital aufgrund der beschlossenen Gewinnverwendungen (Erhöhung der Gewinnrücklagen um 41,4 Mio. € sowie eine Ausschüttung an die Gesellschafter von rund 13,0 Mio. €) und des

erzielten Jahresüberschusses 2004 mit 319,5 Mio. € ein Wert bilanziert, der um 4,8 Mio. € über dem Vorjahr (314,7 Mio. €) liegt. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von rund 44 Prozent und führt zu einem Anlagendeckungsgrad von 61 Prozent. In Verbindung mit dem eigenkapitalnahen Sonderposten für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (44,7 Mio. €) sowie dem passiven Rechnungsabgrenzungsposten (pRAP) mit 57,0 Mio. €, der ebenfalls langfristig zur Verfügung steht, erhöht sich dieser Prozentsatz auf 81 Prozent.

Neben den einzeln ausgewiesenen Pensions- und Steuerrückstellungen beinhalten die sonstigen Rückstellungen (50,8 Mio. €) im Wesentlichen Rückstellungen für unterlassene Instandhaltungsmaßnahmen, ausstehende Rechnungen, Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern sowie Ansprüche der Belegschaft. Für darüber hinausgehende Risiken, die sich gegebenenfalls aus der laufenden Betriebsprüfung ergeben könnten, sind aufgrund der derzeitigen Einschätzung keine Rückstellungen gebildet worden.

Die Verbindlichkeiten (228,9 Mio. €) sind insbesondere geprägt durch die erhaltenen Anzahlungen in Höhe von 113,6 Mio. € (+22,1 Mio. €) für Veranstaltungen des Jahres 2005 sowie Bankverbindlichkeiten von 88,5 Mio. € (-5,0 Mio. €).

**Vergleich Konzern-Bilanzstruktur mit dem Vorjahr**





## Finanzierung

Die Investitionsmaßnahmen konnten durch die vorhandene Liquidität und den positiven Cashflow finanziert werden. Als Summe aus Jahresüberschuss, Abschreibungen und den Veränderungen bei den Pensionsrückstellungen ergibt sich nach Abzug der nicht liquiditätswirksamen jährlichen Auflösung des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag und des passiven Rechnungsabgrenzungspostens ein Cashflow von 78,1 Mio. €. Damit lag er im Berichtsjahr 25,3 Mio. € (47,8 Prozent) über dem des Vorjahres.

### Cashflow-Entwicklung 2002 – 2004

|                                 | 2002<br>T €   | 2003<br>T €   | 2004<br>T €   | Veränderungen<br>2004 zu |              |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------|--------------|
|                                 |               |               |               | 2003<br>in %             | 2002<br>in % |
| Jahresüberschuss                | 21.714        | 10.217        | <b>19.435</b> | 90,2                     | -10,5        |
| Abschreibungen                  | 45.328        | 46.900        | <b>62.068</b> | 32,3                     | 36,9         |
| Pensionsrückstellungen          | -148          | -2            | <b>882</b>    | ++                       | ++           |
| Auflösung Sonderposten und pRAP | -4.247        | -4.247        | <b>-4.247</b> | 0,0                      | 0,0          |
| <b>Konzern-Cashflow</b>         | <b>62.647</b> | <b>52.868</b> | <b>78.137</b> | <b>47,8</b>              | <b>24,7</b>  |

## Personal

Am 31.12.2004 waren in der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt weltweit 1.227 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 14 mehr als zum Jahresende 2003.

Im Rahmen der Ausgliederung der Messe Frankfurt Exhibition GmbH wurden Funktionen neu zugeordnet und entsprechend Mitarbeiter gesellschaftsübergreifend versetzt. Insgesamt wurde am Standort Frankfurt personell der im Vorjahr begonnene Konsolidierungskurs fortgesetzt. Dies gilt auch für die inländischen Tochtergesellschaften mit Ausnahme der Accente Gastronomie Service GmbH, die aufgrund der Inbetriebnahme der Produktionsanlage im neuen Gebäude Dependance einen leichten Zuwachs zu verzeichnen hat. Im Ausland hat unsere geschäftliche Expansion in Argentinien, China und Dubai (EPOC Messe Frankfurt GmbH) zu einem Mitarbeiteranstieg geführt. Dabei hat unsere Tochtergesellschaft in Hongkong die Aktivitäten in Singapur nach der

dortigen Schließung unserer Gesellschaft mit übernommen. Die Verschmelzung der beiden Tochtergesellschaften in Brasilien zur Messe Frankfurt Feiras Ltda. wurde zu einer Reorganisation und damit verbundener Personalreduzierung genutzt. Die kleineren Abweichungen zum Vorjahr ergeben sich aus dem Einfluss der natürlichen Fluktuation auf eine stichtagsbezogene Betrachtung.

Um ein deutliches Zeichen im Rahmen unserer gesamtwirtschaftlichen Verantwortung zu setzen, haben wir wie in den Vorjahren die Zahl unserer Auszubildenden von 19 auf 28 weiter erhöht. Wir wollen unseren Beitrag dazu leisten, Jugendlichen in Deutschland eine Zukunftsperspektive zu bieten. Bei einem Frauenanteil von ca. 60 Prozent können wir im Übrigen im Inland einen Anstieg der Teilzeitquote auf nunmehr 12 Prozent verzeichnen.

Bereits im Vorgriff auf die für die Messe Frankfurt relevanten Tarifverhandlungen im öffentlichen Dienst wurde begonnen, die vorhandenen Arbeitszeitmodelle weiterzuentwickeln, um einerseits den Einsatz der Ressourcen im Hinblick auf Kundenorientierung zu optimieren, andererseits den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine möglichst große Arbeitszeitouveränität zu bieten. Zur Förderung der Integration innerhalb des Messe Frankfurt Konzerns wurde das Serviceangebot des Personalmanagements seitens der Holding auf die ausländischen Tochtergesellschaften ausgedehnt.

Als Antwort auf die Anforderungen des Marktes bildete die Personalentwicklung unverändert einen Handlungsschwerpunkt. Das Programm zur Führungskräfteentwicklung wurde ebenso wie die bedarfsorientierten Qualifizierungsmaßnahmen systematisch und konsequent fortgeführt. Die Messe Frankfurt betrachtet die permanente Investition in ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als wesentlichen Erfolgsfaktor für das Unternehmen, nicht zuletzt da neben dem Zuwachs an Know-how auch eine langfristige Bindung des Personals erreicht wird.

Bei unverändert schwieriger Marktlage haben die Beschäftigten der Unternehmensgruppe Messe Frankfurt auch im Jahr 2004 wieder unter Beweis gestellt, dass mit viel Motivation sowie unermüdlichem und flexiblem Einsatz Erfolge zu erzielen sind, auf die man zu Recht mit Stolz blicken kann. Die Geschäftsführung dankt allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die erbrachten Leistungen. Dank gebührt auch dem Betriebsrat für die konstruktive Zusammenarbeit.

### III. Risikomanagement

#### Entwicklung der Mitarbeiteranzahl

|  | 2002         | 2003         | 2004         |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main                        | 695          | 479          | 221          |
| Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main             |              |              | 245          |
| Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main         |              | 229          | 236          |
| Mesago Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart                         | 55           | 57           | 57           |
| Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden                  | 30           | 31           | 33           |
| Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt am Main     | 42           | 56           | 59           |
| Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main            | 100          | 98           | 104          |
| Inland   | 922          | 950          | 955          |
| Messe Frankfurt France S.A.S., Paris, Frankreich               | 8            | 10           | 10           |
| Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand, Italien                  | 12           | 14           | 15           |
| Messe Frankfurt Istanbul L.S., Türkei                          | 7            | 10           | 10           |
| O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau, Russland                   | 12           | 15           | 15           |
| EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt/ Dubai                    | 12           | 17           | 21           |
| Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong, China                   | 42           | 50           | 74           |
| Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Schanghai, China          | 12           | 12           | -            |
| Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio, Japan                     | 15           | 15           | 17           |
| Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul, Südkorea                    | 6            | 6            | 7            |
| Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai, Indien    | 16           | 13           | 13           |
| Messe Frankfurt Singapore Pte. Ltd., Singapur                  | 5            | 4            | -            |
| Messe Frankfurt Inc., Atlanta, USA                             | 24           | 23           | 22           |
| Messe Frankfurt Mexico S. de R.L. de C.V., Mexico City, Mexiko | 15           | 15           | 14           |
| Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo, Brasilien             | 34           | 31           | 22           |
| Indexport Messe Frankfurt S.A., Buenos Aires, Argentinien      |              | 28           | 32           |
| Ausland  | 220          | 263          | 272          |
| <b>Konzern Messe Frankfurt</b>                                 | <b>1.142</b> | <b>1.213</b> | <b>1.227</b> |
| <b>Mitarbeiteranstieg</b>                                      |              | <b>71</b>    | <b>14</b>    |

Der Konzern Messe Frankfurt hat aufgrund des Gesetzes zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG) im Jahr 1999 die im Unternehmen vorhandenen Maßnahmen zur Risikosteuerung in einem einheitlichen und durchgängigen Risikomanagementsystem zusammengefasst, in das auch die Tochtergesellschaften eingebunden sind. 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 insbesondere 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.

Da die Konjunkturschwäche in Deutschland noch nicht überwunden ist, gehen hiervon Risiken insbesondere für den deutschen Einzelhandel und die damit in Verbindung stehenden Messen aus. Ebenso ist zu erwarten, dass die durch terroristische Anschläge ausgelösten Unsicherheiten zum einen den Reise-willen der internationalen Aussteller und Besucher weiter hemmen und zum anderen negativ auf die weitere konjunkturelle Entwicklung wirken werden.

Dem grundsätzlichen Auslastungsrisiko des Messegeländes, das durch zusätzlich geschaffene Hallenkapazitäten des Wettbewerbs erhöht wird, versucht die Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG durch langfristige Kundenbindungsstrategien zu begegnen. Des Weiteren soll durch einen hohen Service- und Qualitätsstandard – bei moderater Preispolitik – und eine kontinuierliche Verbesserung der internen Prozesse die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Messeplatzes Frankfurt sichergestellt werden.

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



## IV. Ausblick

### Geschäftspolitik/Umsatzerlöse

Für Deutschland rechnet das ifo-Institut für 2005 insgesamt mit einer verhaltenen, aber stetigen Zunahme der Produktion (BIP real: +1,0 Prozent). Die Weltwirtschaft dürfte laut der Welthandelsorganisation (WTO) um 3 Prozent wachsen. Für den Welthandel prognostiziert die WTO allerdings ein doppelt so schnelles Wachstum, nämlich um 6,5 Prozent.

Nicht zuletzt aufgrund dieser letzten, für die Messewirtschaft günstigen Prognose blickt die Messe Frankfurt GmbH trotz moderater wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und des sich verschärfenden Wettbewerbs in Deutschland und Europa zuversichtlich in die Zukunft. Das nachhaltige Interesse – insbesondere ausländischer Firmen – an den großen Messen besonders der Messe Frankfurt Exhibition GmbH im Frühjahr 2005 und der damit verbundene Flächenbedarf geben Anlass zu dieser Zuversicht. Dennoch ist nicht auszuschließen, dass es in einzelnen Produktbereichen zu weiteren Aussteller- und Umsatzrückgängen bei einzelnen Messen kommen kann. Mit neuen Messen im In- und Ausland stellt die Messe Frankfurt Weichen für zukünftiges Wachstum. In Frankfurt wird die neue Konsumgütermesse Collectione an den Start gehen und die noch junge Material Vision, eine Konferenz- und Fachmesse für innovative Werkstoffe, wird weiter ausgebaut. Im Ausland stehen die Premieren der Interstoff Rossija in Moskau und der Paperworld in Schanghai an.

Neben der Entwicklung neuer Messeprodukte treibt das Unternehmen seine Internationalisierung weiter voran und prüft unterschiedlichste Optionen für Partnerschaften im In- und Ausland.

Weiteres Wachstum – insbesondere im Ausland –, Internationalität und Solidität sind die vordringlichen Ziele der Messe Frankfurt. Neben den Kernregionen ihres Engagements – Asien, hier vor allem in China, Russland und den Vereinigten Arabischen Emiraten – wird sie in Zukunft verstärkt den amerikanischen Messemarkt ins Visier nehmen, um so auch weiterhin die führende Marktposition der Messe Frankfurt zu sichern.

Die Umsätze des Konzerns Messe Frankfurt werden 2005 voraussichtlich bei 360 Mio. € liegen. In 2006 wird wieder mit einem weiteren Anstieg gerechnet.

### Investitionen/Finanzierung

Im Zuge des weiteren Geländeausbaus durch die Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG wird 2005 zuerst die Verkehrsinfrastruktur in Angriff genommen. Dazu wird im Frühjahr mit den Arbeiten zur Verbreiterung der Emser Brücke begonnen. Die Gesamthöhe der Investitionen für die neuen Hallen inklusive der Aufwendungen für die äußere Verkehrserschließung wird in den nächsten fünf Jahren 250 bis über 300 Millionen Euro betragen.

Die Finanzierung insbesondere dieser Investitionen wird zunächst (2005) durch den eigenen Cashflow sichergestellt werden können. In den Folgejahren muss ein Teil des Kapitalbedarfs durch externe Mittel gedeckt werden.

Weiterhin wird die Messe Frankfurt mit dem Verkauf eines Teilgrundstückes der Anfang 2005 abgerissenen Halle 7 einen neuen Nachbarn erhalten. Auf dem rund 4.000 Quadratmeter großen Areal wird KIA Motors Europe bis 2006 seine neue Europa-Zentrale errichten.

### Ergebnis

Sowohl in 2005 als auch in den Folgejahren werden weiterhin positive Ergebnisse im Konzern erwartet.

## Jahresabschluss des Konzerns Messe Frankfurt GmbH

### Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2004

| Aktiva   | Anhang | €              | Stand 31.12.2004<br>€ | Stand 31.12.2003<br>T € |
|--|--------|----------------|-----------------------|-------------------------|
| <b>A. Anlagevermögen</b>                                     | (1)    |                |                       |                         |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände                         |        | 31.004.002,23  |                       | 39.614                  |
| II. Sachanlagen  |        | 488.529.616,68 |                       | 10.173                  |
| III. Finanzanlagen   |        | 20.453,19      |                       | 20                      |
|  |        |                | <b>519.554.072,10</b> | <b>549.807</b>          |
| <b>B. Umlaufvermögen</b>                                     |        |                |                       |                         |
| I. Vorräte   | (2)    |                | 650.421,95            | 574                     |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände            |        |                |                       |                         |
| 1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen                | (3)    | 17.168.477,90  |                       | 20.304                  |
| 2. Forderungen gegen Gesellschafter                          |        | 0,00           |                       | 1                       |
| 3. Sonstige Vermögensgegenstände                             | (4)    | 25.486.747,29  |                       | 24.090                  |
|  |        |                | 42.655.225,19         | 44.395                  |
| III. Wertpapiere   | (5)    |                | 50.923.345,29         | 15.080                  |
| IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks | (6)    |                | 118.092.988,14        | 92.364                  |
|  |        |                | <b>212.321.980,57</b> | <b>152.413</b>          |
| <b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>                         |        |                | <b>593.541,66</b>     | <b>4.187</b>            |
|  |        |                | <b>732.469.594,33</b> | <b>706.407</b>          |

| Passiva   | Anhang | €              | Stand 31.12.2004<br>€ | Stand 31.12.2003<br>T € |
|---|--------|----------------|-----------------------|-------------------------|
| <b>A. Eigenkapital</b>  | (7)    |                |                       |                         |
| I. Gezeichnetes Kapital   |        | 180.000.000,00 |                       | 180.000                 |
| II. Kapitalrücklage   |        | 87.219.009,35  |                       | 85.219                  |
| III. Gewinnrücklagen<br>Andere Gewinnrücklagen  |        | 40.213.532,23  |                       | 1.035                   |
| IV. Differenzen aus Währungsumrechnung  |        | -2.544.474,08  |                       | -1.285                  |
| V. Bilanzgewinn   |        | 13.679.445,37  |                       | 49.083                  |
| VI. Ausgleichsposten für die Anteile anderer Gesellschafter   |        | 957.175,10     |                       | 643                     |
|   |        |                | <b>319.524.687,97</b> | <b>314.695</b>          |
| <b>B. Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen</b>  | (8)    |                | <b>44.737.400,00</b>  | <b>46.885</b>           |
| <b>C. Rückstellungen</b>  |        |                |                       |                         |
| Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen   |        | 10.371.236,98  |                       | 9.489                   |
| Steuerrückstellungen  |        | 21.147.829,28  |                       | 12.129                  |
| Sonstige Rückstellungen   | (9)    | 50.820.577,24  |                       | 50.580                  |
|   |        |                | <b>82.339.643,50</b>  | <b>72.198</b>           |
| <b>D. Verbindlichkeiten</b>   | (10)   |                |                       |                         |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten  |        | 88.460.168,48  |                       | 93.510                  |
| Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen  |        | 113.628.815,18 |                       | 91.545                  |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen  |        | 16.019.374,58  |                       | 22.385                  |
| Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern   |        | 355,83         |                       | 1.074                   |
| Sonstige Verbindlichkeiten<br>- davon aus Steuern : 1.763.682,89 € (Vorjahr 2.389 T€)<br>- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: 1.356.312,64 € (Vorjahr 1.207 T€) |        | 10.755.538,49  |                       | 6.847                   |
|   |        |                | <b>228.864.252,56</b> | <b>215.361</b>          |
| <b>E. Rechnungsabgrenzungsposten</b>  | (11)   |                | <b>57.003.610,30</b>  | <b>57.268</b>           |
|   |        |                | <b>732.469.594,33</b> | <b>706.407</b>          |

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der Messe Frankfurt GmbH für das Geschäftsjahr 2004

|  | Anhang | €              | 2004<br>€             | T €     | 2003<br>T €    |
|--|--------|----------------|-----------------------|---------|----------------|
| Umsatzerlöse   | (13)   | 364.494.027,70 |                       | 353.310 |                |
| Sonstige betriebliche Erträge  | (14)   | 19.857.846,37  |                       | 13.402  |                |
|  |        |                | <b>384.351.874,07</b> |         | <b>366.712</b> |
| Veranstaltungsbezogene Aufwendungen  | (15)   | 170.316.634,39 |                       | 171.452 |                |
| Personalaufwand  | (16)   | 69.973.590,54  |                       | 68.701  |                |
| Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen | (17)   | 62.067.510,19  |                       | 46.900  |                |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen   | (18)   | 45.878.794,20  |                       | 52.267  |                |
|  |        |                | <b>348.236.529,32</b> |         | <b>339.320</b> |
| <b>Finanzergebnis</b>  | (19)   |                | <b>366.834,51</b>     |         | <b>-999</b>    |
| <b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>                                      |        |                | <b>36.482.179,26</b>  |         | <b>26.393</b>  |
| Steuern  | (20)   |                | 17.047.457,39         |         | 16.175         |
| <b>Konzern-Jahresüberschuss</b>  |        |                | <b>19.434.721,87</b>  |         | <b>10.218</b>  |
| Auf andere Gesellschafter entfallender Gewinn  |        |                | -1.285.785,53         |         | -388           |
| Auf andere Gesellschafter entfallender Verlust   |        |                | 0,00                  |         | 87             |
| Konzern-Gewinnvortrag  |        |                | 49.082.707,61         |         | 47.257         |
| Vorabauschüttung auf das Ergebnis des laufenden Jahres                                   |        |                | 0,00                  |         | -6.492         |
| Gewinnverwendung 2003  |        |                | -12.960.000,00        |         | 0              |
| Entnahme aus der Gewinnrücklage  |        |                | 22.200.000,00         |         | 0              |
| Einstellung in die Gewinnrücklage  |        |                | -61.378.852,77        |         | -6             |
| Einstellung in die Kapitalrücklage   |        |                | -2.000.000,00         |         | 0              |
| Währungsanpassung  |        |                | 586.654,19            |         | -1.593         |
| <b>Konzern-Bilanzgewinn</b>  |        |                | <b>13.679.445,37</b>  |         | <b>49.083</b>  |

## Konzernanhang 2004

### Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der Messe Frankfurt GmbH wurde unter Beachtung der handelsrechtlichen Vorschriften für den Konzernabschluss und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung unter Berücksichtigung messe-spezifischer Besonderheiten erstellt.

### Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, als Mutterunternehmen die Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Frankfurt am Main, Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main, Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, Frankfurt am Main, Accente Gastronomie Service GmbH, Frankfurt am Main, Messe Frankfurt Grundbesitz Verwaltung GmbH, Frankfurt am Main, Messe Frankfurt Grundbesitz GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main, EPOC Messe Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main, Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH, Wiesbaden, Mesago Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, Messe Frankfurt Italia Srl., Mailand/Italien, Messe Frankfurt France S.A.S., Paris/Frankreich, O.O.O. Messe Frankfurt RUS, Moskau/Russland, Messe Frankfurt Istanbul L.S., Istanbul/Türkei, Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China, Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong/China, Mesago Messe Frankfurt Corporation, Tokio/Japan, Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul/Südkorea, Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien, Messe Frankfurt Inc., Atlanta/USA, Messe Frankfurt Mexico 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 einbezogen, die unter der einheitlichen Leitung der Messe Frankfurt GmbH stehen bzw. bei denen der Messe Frankfurt GmbH unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zustehen.

Die von der Mesago Messe Frankfurt GmbH, Stuttgart, gehaltene 100% Beteiligungen an der Mesago Messemangement GmbH, Stuttgart, der ZM Communications GmbH, International Publishing, Conferences, Marketing,



Nürnberg, sowie eine weitere Beteiligung werden ebenfalls auf Basis eines Teilkonzernabschlusses in den Konzernabschluss einbezogen. Die SMT/ASIC/Hybrid Mesago Messe & Kongress GmbH & Co. oHG wird von der Mesago Messe Frankfurt GmbH und einem konzernfremden Unternehmen gemeinsam geführt und daher entsprechend der Beteiligung in Höhe von 75 % quotenkonsolidiert (§ 310 HGB). Darüber hinaus wird eine Gesellschaft, als assoziiertes Unternehmen, an der die Mesago Messemanagement mittelbar zu 50 % beteiligt ist, gemäß § 312 HGB in den Konzernabschluss einbezogen.

An die am 27.12.2003 gegründete Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong/China, mit den Tochtergesellschaften Messe Frankfurt (H.K.) Ltd., Hongkong/China, und Messe Frankfurt (Shanghai) Co. Ltd., Schanghai/China, wurden im Berichtsjahr zusätzlich die asiatischen Tochtergesellschaften Messe Frankfurt Trade Fairs India Pvt. Ltd., Mumbai/Indien, Messe Frankfurt Korea Ltd., Seoul/Südkorea, und Mesago Messe Frankfurt Corporation, Tokio/Japan, verkauft.

Im Jahr 2004 wurden die Restanteile in Höhe von 50 % der Guazzelli-Familie an der Gesellschaft Guazzelli Feiras Messe Frankfurt Ltda., São Paulo, von der Messe Frankfurt do Brasil Ltda., São Paulo erworben. Im Anschluss wurde das Unternehmen in Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo, umbenannt. Zum Stichtag 30.12.2004 wurde die Messe Frankfurt do Brasil Ltda., São Paulo, auf die Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo, verschmolzen. Im Konzernabschluss der Messe Frankfurt GmbH zum 31.12.2004 ist die Messe Frankfurt Feiras Ltda., São Paulo, berücksichtigt.

Im Zuge der Konsolidierung im südamerikanischen Raum wurde die Indexport S.A. – Messe Frankfurt do Brasil Ltda. UTE geschlossen.

Im Berichtsjahr erfolgte der Kauf des 20%-Anteils der FAI AG, Schweiz, an der Mesago Messe Frankfurt Corp., Tokio/Japan, durch die Messe Frankfurt Asia Holding Ltd., Hongkong, sodass jetzt eine Beteiligung in Höhe von 80% besteht.

Durch die Änderung des Konsolidierungskreises haben sich keine wesentlichen Veränderungen ergeben.

Für Anteile anderer Gesellschafter am bilanziellen Eigenkapital einer vollkonsolidierten Gesellschaft wird ein „Ausgleichsposten für die Anteile fremder Gesellschafter“ unter dem Eigenkapital ausgewiesen.

### Konsolidierungsgrundsätze

Stichtag des Konzernabschlusses sowie aller einbezogenen Tochtergesellschaften ist der 31. Dezember.

Die Vermögensgegenstände und Schulden der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen wurden nach einheitlich für den Konzern geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden angesetzt.

Die Kapitalkonsolidierung der einbezogenen Unternehmen erfolgt nach der Buchwertmethode durch Verrechnung der Anschaffungswerte der Beteiligungen mit dem anteiligen Eigenkapital zum Zeitpunkt des Erwerbs. Forderungen, Verbindlichkeiten, Aufwendungen und Erträge zwischen den einbezogenen Unternehmen wurden aufgerechnet. Zwischenergebnisse wurden eliminiert. Die Umrechnung des Eigenkapitals der in den Konzern einbezogenen Tochtergesellschaften erfolgt zu historischen Kursen. Daraus resultierende Währungsdifferenzen werden ergebnisneutral in dem Posten Umrechnungsdifferenzen aus der Fremdwährungsumrechnung im Eigenkapital ausgewiesen.

Soweit sich bei der Kapitalkonsolidierung ein Geschäftswert ergab, wurde dieser gemäß § 309 Abs. 1 HGB über die Laufzeit des zugrunde liegenden Vertrages bzw. über eine Nutzungsdauer von 15 Jahren planmäßig oder auf den am Bilanzstichtag beizulegenden Wert außerplanmäßig abgeschrieben. Das assoziierte Unternehmen wurde gemäß § 302 HGB mit dem Buchwert auf der Grundlage der Wertansätze zum Zeitpunkt des Erwerbs der Anteile angesetzt.

### Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, Währungsumrechnungen

Die Aufstellung des Konzernabschlusses erfolgte unter Beachtung der für das Geschäftsjahr anzuwendenden DRS, soweit diese nicht gesetzliche Wahlrechte einschränken und gesetzlich nicht vorgeschriebene Zusatzangaben verlangen.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände und das Sachanlagevermögen werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet, vermindert um nutzungsbedingte Abschreibungen und gegebenenfalls

außerplanmäßige sowie steuerlich mögliche Sonderabschreibungen. Die nutzungsbedingten Abschreibungen werden nach unveränderten Grundsätzen linear durchgeführt. Bei Neuzugängen in dem Zeitraum von 1989 bis 1993 wurde von dem bewertungsrechtlichen Wahlrecht einer höheren Abschreibung für Gebäude gemäß § 7 Absatz 5 EStG Gebrauch gemacht. Die Neuzugänge werden ab dem Geschäftsjahr 2004 pro rata temporis abgeschrieben. Geringwertige Anlagegüter werden im Jahr des Zugangs voll abgeschrieben.

Finanzanlagen sind mit den Anschaffungskosten oder dem niedrigeren beizulegenden Wert angesetzt.

Die Vorräte werden zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten – bei Anwendung zulässiger Bewertungsvereinfachungsverfahren – oder zu niedrigeren Tageswerten bewertet. Bei den Forderungen werden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Auf die Bildung einer Pauschalwertberichtigung wurde wie im Vorjahr verzichtet.

Die sonstigen Vermögensgegenstände sind zum Nennbetrag bilanziert. Die Wertpapiere wurden mit den Anschaffungskosten oder mit dem niedrigeren beizulegenden Wert bewertet. Die flüssigen Mittel werden mit ihrem Nominalwert bilanziert.

Die Pensionsrückstellungen werden in Anlehnung an IAS 19 nach der Projected Unit Credit Method bewertet. Dabei wurden ausgehend von den „Richttafeln 1998“ zur Sterblichkeit und den „Richttafeln 1988“ zur Invalidisierungswahrscheinlichkeit von Dr. Klaus Heubeck ein Zinssatz von 5,5 % p. a. sowie ein Rententrend von 3,0 % p. a. und ein Anwartschaftstrend von 4,0 % unterstellt.

Bei der Rückstellung für Pensionsverpflichtungen aus Entgeltumwandlungen (Deferred Compensation) wurden keine Renten-, Aktiventrends und Fluktuationen berücksichtigt. Dabei wurde ausgehend von den „Richttafeln 1998“ zur Sterblichkeit und den „Richttafeln 1988“ zur Invalidisierungswahrscheinlichkeit von Dr. Klaus Heubeck ein Zinssatz von 4,9 % p. a. unterstellt.

Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen. Für notwendige Instandhaltungsmaßnahmen werden – sofern die Durchführung wegen der Veranstaltungsfolge nicht möglich war – ebenfalls Rückstellungen gebildet. Auch für mögliche Ausgleichsansprüche von Handelsvertretern wurde vorgesorgt. Die Rückstellungen wurden in Höhe der erwarteten Inanspruchnahme gebildet. Die Rückstellungen für Altersteilzeit sowie für Dienstjubiläen wurden unter der Verwendung der „Richttafeln 1998“ zur Sterblichkeit von Dr. Klaus Heubeck und einem Zinssatz von 5,5 % gebildet.

Die Verbindlichkeiten sind zum Rückzahlungsbetrag passiviert. Forderungen und Verbindlichkeiten in fremder Währung werden zum Mittelkurs am Anschaffungs- bzw. Stichtag unter Beachtung des Niederstwert- bzw. des Höchstwertprinzips umgerechnet. Die in Fremdwährung aufgestellten Jahresabschlüsse der ausländischen Tochtergesellschaften werden zu Stichtagskursen (Mittelkurs) umgerechnet.

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

#### **Erläuterungen zur Konzern-Bilanz**

(Werte in T€, wenn nicht anders angegeben)

##### **(1) Anlagevermögen**

Die Aufgliederung der in der Konzern-Bilanz zusammengefassten Posten des Anlagevermögens und ihre Entwicklung (Anlagespiegel) im Jahr 2004 sind dem Anhang beigelegt.

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes zum 31.12.2004 wurde beim Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main unter der Nummer HRB 6640 hinterlegt.

##### **(2) Vorräte**

Es handelt sich um Hilfs- und Betriebsstoffe.

**(3) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen**

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

**(4) Sonstige Vermögensgegenstände**

|                         | bis zu einem Jahr | mehr als ein Jahr |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| Steuern                 | 15.575            | 0                 |
| Geleistete Anzahlungen  | 3.524             | 0                 |
| Sonstiges <sup>1)</sup> | 5.496             | 892               |
| <b>Gesamt 2004</b>      | <b>24.595</b>     | <b>892</b>        |
| Gesamt 2003             | 22.848            | 1.242             |

<sup>1)</sup> Darin enthalten 1.400 T€ zur Weiterveräußerung bestimmte Großkücheneinrichtung

**(5) Wertpapiere**

Die Wertpapiere enthalten Anteile an Renten- und Immobilienfonds, Anteile an Geldmarktfonds, Commercial Papers sowie festverzinsliche Wertpapiere.

**(6) Flüssige Mittel**

|   | 2004           | 2003          |
|---|----------------|---------------|
| Kasse                                       | 394            | 354           |
| Guthaben bei Kreditinstituten <sup>1)</sup> | 117.699        | 92.010        |
|   | <b>118.093</b> | <b>92.364</b> |

<sup>1)</sup> Für die Verbindlichkeit eines verbundenen Unternehmens wurde ein Betrag von 256 T€ sicherungshinterlegt.

**(7) Eigenkapital**

Die Aufgliederung des Eigenkapitals und der Anteile fremder Gesellschafter sind dem Anhang beigelegt.

**(8) Sonderposten für Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen**

Für steuerliche Zwecke wurde im Jahr 2000 ein Ausgleichsposten gebildet, der den von der Stadt Frankfurt im Zusammenhang mit dem Messeparkhaus gezahlten Finanzierungsbeitrag enthält. Der Sonderposten wird über die Nutzungsdauer linear aufgelöst.

**(9) Sonstige Rückstellungen**

Die sonstigen Rückstellungen umfassen im Wesentlichen ausstehende Eingangsrechnungen, Instandsetzungs- und Bauerneuerungsverpflichtungen, Ausgleichsansprüche von Auslandsvertretern sowie Ansprüche der Belegschaft.

**(10) Verbindlichkeiten**

|  | bis zu einem Jahr | bis zu fünf Jahre | mehr als fünf Jahre |
|--|-------------------|-------------------|---------------------|
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten <sup>1)</sup> | 313               | 29.143            | 59.004              |
| Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen                     | 113.629           | 0                 | 0                   |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen           | 16.019            | 0                 | 0                   |
| Sonstige Verbindlichkeiten                                 | 10.756            | 0                 | 0                   |
| – davon aus Steuern  | (1.764)           | (0)               | (0)                 |
| – davon im Rahmen sozialer Sicherheit                      | (1.356)           | (0)               | (0)                 |
| <b>Gesamt 2004</b>   | <b>140.717</b>    | <b>29.143</b>     | <b>59.004</b>       |
| Gesamt 2003  | 122.101           | 25.564            | 67.696              |

<sup>1)</sup> Zur Besicherung siehe Text (12)



**(11) Rechnungsabgrenzungsposten**

Die in den Jahren 1988 und 1996 für jeweils 35 Jahre im Voraus erhaltenen Einmalzahlungen für zwei Erbbaurechte sowie eine Zahlung für ein über 99 Jahre eingeräumtes Mitnutzungsrecht an Gebäudeteilen wurden passivisch abgegrenzt. Die drei Teilbeträge des Rechnungsabgrenzungspostens werden über die genannten Laufzeiten linear aufgelöst.

**(12) Sonstige finanzielle Verpflichtungen und Haftungsverhältnisse**

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen insgesamt 86.891 T €. Sie setzen sich im Wesentlichen aus den Verpflichtungen für einen Grundstückskauf und dem Bestellobligo bei Investitionen sowie aus Verpflichtungen für den Erwerb von weiteren Unternehmensanteilen zusammen.

Darüber hinaus sind jährliche Erbbauzinszahlungen von 2.657 T € zu leisten. Die Erbbauzinszahlungen haben eine Restlaufzeit von 68, 32 bzw. 27 Jahren.

Als Sicherheit für das Darlehen an ein verbundenes Unternehmen hat die Messe Frankfurt GmbH eine Patronatserklärung abgegeben.

Für die Verbindlichkeit eines verbundenen Unternehmens wurde ein Betrag von 256 T € sicherungshinterlegt.

Im Zusammenhang mit dem Abschluss eines Cash-Pooling-Vertrages im Konzern Messe Frankfurt haben alle beteiligten Gesellschaften – Messe Frankfurt GmbH (Zielkonto), Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Messe Frankfurt Venue GmbH & Co. KG, Messe Frankfurt Medien & Service GmbH, Accente Gastronomie Service GmbH und Messe Frankfurt Ausstellungen GmbH – eine gesamtschuldnerische Haftung gegenüber der Commerzbank Aktiengesellschaft, Frankfurt am Main, übernommen. Die am Cash-Pooling beteiligten Gesellschaften haften nur soweit, als sie den Verbindlichkeitssaldo selbst verursacht haben und/oder den aus der Überziehung resultierenden Kredit selbst erhalten haben. Darüber hinaus haften sie zusätzlich, soweit die Einhaltung der übernommenen Zahlungsverpflichtung das zur Erhaltung des Stammkapitals erforderliche Vermögen im Zeitpunkt der Eingehung der Zahlungsverpflichtung nicht berührt. Die Übernahme der gesamtschuldnerischen Haftung gilt auch für eine Überziehung des vorgesehenen Dispositions-/Kreditrahmens.

**Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung**

(Werte in T €, wenn nicht anders angegeben)

**(13) Umsatzerlöse**

| nach Leistungsarten                    | 2004           | 2003           |
|--|----------------|----------------|
| Standmieten                            | 254.325        | 208.701        |
| Hallen-, Gelände- und sonstige Mieten  | 23.242         | 37.097         |
| Eintrittserlöse und Teilnehmergebühren | 10.393         | 13.193         |
| Serviceleistungen und sonst. Einnahmen | 76.534         | 94.319         |
|  | <b>364.494</b> | <b>353.310</b> |

| nach Regionen             | 2004           | 2003           |
|---------------------------|----------------|----------------|
| Deutschland               | 481.618        | 445.485        |
| Europa (ohne Deutschland) | 16.391         | 16.032         |
| Asien                     | 37.978         | 23.671         |
| Amerika                   | 19.284         | 16.526         |
|                           | <b>555.271</b> | <b>501.714</b> |
| davon konzernintern       | -190.777       | -148.404       |
|                           | <b>364.494</b> | <b>353.310</b> |

**(14) Sonstige betriebliche Erträge**

Die Position enthält im Wesentlichen periodenfremde Erträge (11.359 T €), die insbesondere aus der Auflösung von Rückstellungen und Erträgen aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen resultieren, sowie Erträge aus der zeitanteiligen Auflösung des passivischen Rechnungsabgrenzungspostens (2.099 T €) und des Sonderpostens für den Finanzierungsbeitrag zum Anlagevermögen (2.147 T €).

**(15) Veranstaltungsbezogene Aufwendungen**

|   | 2004           | 2003           |
|---|----------------|----------------|
| Aufwendungen für Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren | 6.644          | 13.938         |
| Aufwendungen für bezogene Leistungen                              | 163.673        | 157.514        |
|   | <b>170.317</b> | <b>171.452</b> |

Die Aufwendungen für bezogene Leistungen bestehen insbesondere aus Aufwendungen für Hallen- und Geländemieten, Hallenausrüstung, Instandhaltung des Messegeländes und Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit.

**(16) Personalaufwand/Mitarbeiter**

|   | 2004          | 2003          |
|---|---------------|---------------|
| Löhne und Gehälter  | 56.629        | 56.527        |
| Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung | 13.345        | 12.174        |
| davon für Altersversorgung  | (3.691)       | (2.775)       |
|   | <b>69.974</b> | <b>68.701</b> |
| <b>Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt)</b>                                     |               |               |
| Bereichsleiter  | 35            | 39            |
| Sonstige Angestellte <sup>1)</sup>  | 1.092         | 1.049         |
| Lohnempfänger   | 59            | 61            |
|   | <b>1.186</b>  | <b>1.149</b>  |

<sup>1)</sup> Davon 138 in anteilmäßig einbezogenen Unternehmen

**(17) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen**

Soweit sich aus der Kapitalkonsolidierung ein Geschäftswert ergab, wurde dieser gemäß § 309 Abs. 1 HGB über die Laufzeit des zugrunde liegenden Vertrages bzw. über eine Nutzungsdauer von 15 Jahren planmäßig oder auf den am Bilanzstichtag beizulegenden Wert außerplanmäßig abgeschrieben. In den Abschreibungen sind 1.789 T€ nach § 7 Abs. 5 EStG enthalten.

Aufgrund einer Sonderbaukontrolle des Verwaltungsgebäudes durch die Stadt Frankfurt wurde eine Abschreibung in Höhe von 14.947 T€ auf den niedrigeren beizulegenden Wert am Bilanzstichtag des Verwaltungsgebäudes vorgenommen.

**(18) Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten neben Raummieten und Bürokosten vornehmlich Rechts-, Beratungs- und Prüfungskosten, Aufwendungen für Werbung und Wertberichtigungen auf Forderungen.

**(19) Finanzergebnis**

|   | 2004         | 2003         |
|---|--------------|--------------|
| Zinsen und ähnliche Erträge   | 2.544        | 3.186        |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen                                    | 2.177        | 3.964        |
| Aufwendungen aus Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens | 0            | 221          |
|   | <b>2.177</b> | <b>4.185</b> |
|   | <b>367</b>   | <b>-999</b>  |

**(20) Steuern**

|                                      | 2004          | 2003          |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | 14.023        | 13.055        |
| sonstige Steuern                     | 3.024         | 3.120         |
|                                      | <b>17.047</b> | <b>16.175</b> |

## Entwicklung des Konzern-Anlagevermögens der Messe Frankfurt GmbH

| Werte in T€   | Anschaffungs- und Herstellungskosten |               |               |           | Stand<br>31.12.2004 |
|---|--------------------------------------|---------------|---------------|-----------|---------------------|
|   | Stand<br>01.01.2004                  | Zugänge       | Abgänge       | Umbuchung |                     |
| <b>Immaterielle Vermögensgegenstände</b>  |                                      |               |               |           |                     |
| Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten | 48.063                               | 1.610         | 9.352         | 7         | 40.328              |
| Geschäfts- oder Firmenwert aus der Kapitalkonsolidierung  | 30.240                               | 1.397         | 0             | 0         | 31.637              |
|   | <b>78.303</b>                        | <b>3.007</b>  | <b>9.352</b>  | <b>7</b>  | <b>71.965</b>       |
| <b>Sachanlagen</b>  |                                      |               |               |           |                     |
| Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken              | 836.400                              | 13.356        | 503           | 13.373    | 862.626             |
| Technische Anlagen und Maschinen  | 69.558                               | 2.860         | 704           | 729       | 72.443              |
| Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung  | 72.177                               | 5.866         | 4.372         | 33        | 73.704              |
| Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau   | 15.760                               | 9.349         | 957           | -14.142   | 10.010              |
|   | <b>993.895</b>                       | <b>31.431</b> | <b>6.536</b>  | <b>-7</b> | <b>1.018.783</b>    |
| <b>Finanzanlagen</b>  |                                      |               |               |           |                     |
| Beteiligungen   | 41                                   | 0             | 0             | 0         | 41                  |
|   | <b>41</b>                            | <b>0</b>      | <b>0</b>      | <b>0</b>  | <b>41</b>           |
|   | <b>1.072.239</b>                     | <b>34.438</b> | <b>15.888</b> | <b>0</b>  | <b>1.090.789</b>    |

| Kumulierte Abschreibungen |               |               |           | Buchwerte           |                     |                     |
|---------------------------|---------------|---------------|-----------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Stand<br>01.01.2004       | Zugänge       | Abgänge       | Umbuchung | Stand<br>31.12.2004 | Stand<br>31.12.2004 | Stand<br>31.12.2003 |
|                           |               |               |           |                     |                     |                     |
| 23.796                    | 8.551         | 8.232         | 0         | 24.115              | 16.213              | 24.267              |
| 14.893                    | 1.953         | 0             | 0         | 16.846              | 14.791              | 15.347              |
| <b>38.689</b>             | <b>10.504</b> | <b>8.232</b>  | <b>0</b>  | <b>40.961</b>       | <b>31.004</b>       | <b>39.614</b>       |
|                           |               |               |           |                     |                     |                     |
| 373.614                   | 42.564        | 190           | 25        | 416.013             | 446.613             | 462.786             |
| 55.459                    | 2.382         | 677           | 0         | 57.164              | 15.279              | 14.099              |
| 54.649                    | 6.617         | 4.165         | -25       | 57.076              | 16.628              | 17.528              |
| 0                         | 0             | 0             | 0         | 0                   | 10.010              | 15.760              |
| <b>483.722</b>            | <b>51.563</b> | <b>5.032</b>  | <b>0</b>  | <b>530.253</b>      | <b>488.530</b>      | <b>510.173</b>      |
|                           |               |               |           |                     |                     |                     |
| 21                        | 0             | 0             | 0         | 21                  | 20                  | 20                  |
| <b>21</b>                 | <b>0</b>      | <b>0</b>      | <b>0</b>  | <b>21</b>           | <b>20</b>           | <b>20</b>           |
| <b>522.432</b>            | <b>62.067</b> | <b>13.264</b> | <b>0</b>  | <b>571.235</b>      | <b>519.554</b>      | <b>549.807</b>      |



## Entwicklung des Eigenkapitals des Messe Frankfurt Konzerns und der Anteile anderer Gesellschafter

| Werte in T €                       | Gezeichnetes Kapital | Kapitalrücklage | Gewinnrücklagen | Ausgleichs-posten aus der Fremdwährungs-umrechnung | Bilanzgewinn  | Anteile des Konzerns | Anteile anderer Gesellschafter | Summe          |
|------------------------------------|----------------------|-----------------|-----------------|--|---------------|----------------------|--------------------------------|----------------|
| <b>Stand 01.01.2003</b>            | <b>180.000</b>       | <b>85.219</b>   | <b>1.102</b>    | <b>-2.454</b>                                      | <b>47.257</b> | <b>311.124</b>       | <b>1.158</b>                   | <b>312.282</b> |
| Dividendenzahlungen                | -                    | -               | -               | -  | -6.492        | -6.492               | -739                           | -7.231         |
| Einstellung in die Gewinnrücklage  | -                    | -               | 6               | -  | -6            | 0                    | -                              | 0              |
| Erweiterung Konsolidierungskreis   | -                    | -               | -               | -  | 0             | 0                    | -78                            | -78            |
| Währungsanpassungen                | -                    | -               | -               | 1.169  | -1.592        | -423                 | -                              | -423           |
| übrige Veränderungen               | -                    | -               | -73             | -  | -             | -73                  | -                              | -73            |
| Jahresüberschuss                   | -                    | -               | -               | -  | 9.916         | 9.916                | 302                            | 10.218         |
| <b>Stand 01.01.2004</b>            | <b>180.000</b>       | <b>85.219</b>   | <b>1.035</b>    | <b>-1.285</b>                                      | <b>49.083</b> | <b>314.052</b>       | <b>643</b>                     | <b>314.695</b> |
| Dividendenzahlungen                | -                    | -               | -               | -  | -12.960       | -12.960              | -760                           | -13.720        |
| Einstellung in die Kapitalrücklage | -                    | 2.000           | -               | -  | -2.000        | 0                    | -                              | 0              |
| Entnahmen aus der Gewinnrücklage   | -                    | -               | -22.200         | -  | 22.200        | 0                    | -                              | 0              |
| Einstellung in die Gewinnrücklage  | -                    | -               | 61.379          | -  | -61.379       | 0                    | -                              | 0              |
| Währungsanpassungen                | -                    | -               | -               | -1.260   | 587           | -673                 | 15                             | -658           |
| übrige Veränderungen               | -                    | -               | -               | -  | -             | 0                    | -227                           | -227           |
| Jahresüberschuss                   | -                    | -               | -               | -  | 18.149        | 18.149               | 1.286                          | 19.435         |
| <b>Stand 31.12.2004</b>            | <b>180.000</b>       | <b>87.219</b>   | <b>40.214</b>   | <b>-2.545</b>                                      | <b>13.680</b> | <b>318.568</b>       | <b>957</b>                     | <b>319.525</b> |

### Sonstige Angaben

#### Aufsichtsrat

Eine Aufstellung der Mitglieder des Aufsichtsrates ist auf Seite 97 beigefügt.

#### Bezüge der Organe

Die Mitglieder der Geschäftsführung erhielten 2004 unter Berücksichtigung aller ausweispflichtigen Beträge Gesamtbezüge in Höhe von 1.322 T €. An frühere Geschäftsführer und Hinterbliebene wurden 502 T € Versorgungsbezüge gezahlt. Für die zuletzt genannte Personengruppe waren Pensionsrückstellungen und Rückstellungen für sonstige Zahlungsverpflichtungen zum 31. Dezember 2004 in Höhe von insgesamt 8.549 T € gebildet. Die Mitglieder des Aufsichtsrates erhalten keine Vergütung. Die an sie gezahlte Aufwandsentschädigung betrug insgesamt 6 T €.

#### Geschäftsführung

Detlef Braun, Diplom-Betriebswirt, Wiesbaden (ab 01.10.2004)

Gerhard Gladitsch, Kaufmann, Frankfurt am Main (bis 31.03.2004)

Dr. Michael Peters, Diplom-Kaufmann, Wehrheim

Michael von Zitzewitz, Diplom-Volkswirt, Kronberg

Frankfurt am Main, den 04.04.2005



Michael von Zitzewitz



Dr. Michael Peters



Detlef Braun

## Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der Messe Frankfurt GmbH aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang, und den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2004 bis zum 31. Dezember 2004 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegt 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 Abgaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse 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 Einwänden geführt.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht gibt insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar.

Frankfurt am Main, den 27. Mai 2005

BDO Deutsche Warentreuhand  
Aktiengesellschaft  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Simon-Heckroth      Rudolph  
Wirtschaftsprüfer      Wirtschaftsprüfer

## Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH hat sich während des Geschäftsjahres in regelmäßigen Sitzungen mit der Geschäftsführung sowie durch schriftliche oder mündliche Berichterstattung laufend über die Lage der Gesellschaft informiert und wichtige Fragen mit der Geschäftsführung erörtert.

Der Aufsichtsrat hat den von der BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehenen Jahresabschluss und den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2004 der Messe Frankfurt für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 sowie die Berichte der Geschäftsführung zur Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2004 geprüft.

Er empfiehlt der Gesellschafterversammlung, den Jahresabschluss und den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2004 der Messe Frankfurt GmbH festzustellen und die Berichte über die Lage der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 entgegenzunehmen.

Frankfurt am Main, den 30. Juni 2005

Der Aufsichtsrat

gez. Petra Roth

## Aufsichtsrat der Messe Frankfurt GmbH

### **Petra Roth**

Vorsitzende  
Oberbürgermeisterin der Stadt  
Frankfurt am Main, Frankfurt am Main

### **Dr. Alois Rhiel**

Stellvertretender Vorsitzender  
Hessischer Minister für Wirtschaft,  
Verkehr und Landesentwicklung,  
Wiesbaden

### **Volker Bouffier**

Hessischer Minister des Inneren  
und für Sport, Wiesbaden

### **Josef A. Beckmann**

Geschäftsführer IBENA Textilwerke  
Beckmann GmbH, Bocholt

### **Wendelin von Boch**

Vorsitzender des Vorstandes der  
Villeroy & Boch AG, Mettlach

### **Horst Förster**

Fachleiter, Messe Frankfurt GmbH,  
Wiesbaden

### **Horst Hemzal**

Stadtkämmerer der Stadt Frankfurt  
am Main, Frankfurt am Main

### **Thomas Kastl**

Objektleiter, Messe Frankfurt GmbH,  
Seligenstadt

### **Dr. Gerhard Kurtze**

Altvorsteher des Börsenvereins des  
Deutschen Buchhandels e.V., Hamburg

### **Sven Kusnik**

Energieelektroniker,  
Messe Frankfurt GmbH,  
Frankfurt am Main

### **Ulrike Lübbring**

Fachreferentin, Messe Frankfurt  
GmbH, Frankfurt am Main

### **Klaus J. Maack**

Geschäftsführer der  
ERCO Leuchten GmbH, Lüdenscheid

### **Fritz Wilhelm Pahl**

Diplom-Ingenieur, Geschäftsführender  
Gesellschafter Bette GmbH & Co. KG,  
Delbrück

### **Franz Porstner**

Fachreferent, Messe Frankfurt GmbH,  
Gründau

### **Peter Saalmüller**

Fachleiter, Messe Frankfurt GmbH,  
Idstein

### **Edwin Schwarz**

Stadtrat der Stadt Frankfurt am Main,  
Frankfurt am Main

### **Lutz Sikorski**

Stadtverordneter der Stadt Frankfurt  
am Main, Frankfurt am Main

### **Joachim Vandreike**

Bürgermeister der Stadt Frankfurt  
am Main, Frankfurt am Main

### **Karlheinz Weimar**

Hessischer Minister der Finanzen,  
Wiesbaden

### **Jürgen Weis**

Dipl. Designer, Fachleiter,  
Messe Frankfurt GmbH, Wiesbaden

### **Detlef Wittig**

Mitglied des Markenvorstandes  
Volkswagen Skoda Auto a.s.,  
Lada Boleslav





## Messen 2004

### Januar

**Hong Kong International Stationery Fair, Hongkong**  
06.01.–09.01.2004

**Heimtextil, Frankfurt am Main**  
14.01.–17.01.2004

**Heimtextil Sunday, Frankfurt am Main**  
18.01.2004

**Intersec, Dubai**  
25.01.–27.01.2004

**Paperworld, Frankfurt am Main**  
31.01.–04.02.2004

**Christmasworld, Frankfurt am Main**  
31.01.–04.02.2004

### Februar

**EMV, Düsseldorf**  
10.02.–12.02.2004

**Ambiente, Frankfurt am Main**  
20.02.–24.02.2004

**Texworld Spring, Paris**  
24.02.–27.02.2004

**Intima America, New York**  
29.02.–02.03.2004

### März

**International Frankfurt Beauty Week, Frankfurt am Main**  
05.03.–08.03.2004

- Beautyworld
- Lifetime
- Passione
- Cosmetica

**Top Hair Event, Frankfurt am Main**  
07.03.2004

**Ambiente, Buenos Aires**  
11.03.–14.03.2004

**FUR & FASHION, Frankfurt am Main**  
11.03.–14.03.2004

**Interstoff Asia Spring, Hongkong**  
23.03.–25.03.2004

**Source It, Hongkong**  
23.03.–25.03.2004

### Techtextil North America, Atlanta

30.03.–01.04.2004

**Intertextile Beijing Spring, Beijing**  
31.03.–02.04.2004

**Musikmesse, Frankfurt am Main**  
31.03.–03.04.2004

**Prolight + Sound, Frankfurt am Main**  
31.03.–03.04.2004

**Yarn Expo, Beijing**  
31.03.–02.04.2004

### April

**handarbeit & hobby, Köln**  
02.04.–04.04.2004

**International Window Coverings Expo, Baltimore**  
15.04.–17.04.2004

**Light + Building, Frankfurt am Main**  
18.04.–22.04.2004

**Public Design, Frankfurt am Main**  
18.04.–22.04.2004

**Beautyworld Middle East/Gulf Beauty, Dubai**  
26.04.–28.04.2004

### Mai

**Art Frankfurt, Frankfurt am Main**  
07.05.–10.05.2004

**Marketing Services, Hamburg**  
12.05.–14.05.2004

**IMEX, Frankfurt am Main**  
12.05.–14.05.2004

**IFFA/IFFA-Delicat, Frankfurt am Main**  
15.05.–20.05.2004

**Middle East Toy Fair, Dubai**  
16.05.–18.05.2004

**Housewares & Hometech Middle East, Dubai**  
16.05.–19.05.2004

**Hardware & Tools, Dubai**  
16.05.–19.05.2004

### ISH Kitchen + Bathroom Gulf, Dubai

16.05.–19.05.2004

**Lightstyle Gulf Light, Dubai**  
16.05.–19.05.2004

**GardenX, Dubai**  
16.05.–19.05.2004

**Windows & Doors, Dubai**  
16.05.–19.05.2004

**Beautyworld Japan, Tokio**  
17.05.–19.05.2004

**Intima Japan, Tokio**  
17.05.–19.05.2004

**Seoul International Consumer Goods Fair, Seoul**  
19.05.–22.05.2004

**Automechanika Gulf, Dubai**  
23.05.–26.05.2004

**Media-Tech Expo, Frankfurt am Main**  
25.05.–27.05.2004

**PCIM Europe, Nürnberg**  
25.05.–27.05.2004

### Juni

**Gerontologica, Wiesbaden**  
02.06.–05.06.2004

**Texcare International, Frankfurt am Main**  
06.06.–10.06.2004

**Guangzhou International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China, Guangzhou**  
09.06.–12.06.2004

**SMT/HYBRID/PACKAGING, Nürnberg**  
15.06.–17.06.2004

**Facility Management, Düsseldorf**  
15.06.–17.06.2004

**IT-Forum der Sparkasseninformatik, Frankfurt am Main**  
15.06.–17.06.2004

**ABF Franchising Expo, São Paulo**  
16.06.–19.06.2004

**Optatec, Frankfurt am Main**  
22.06.–25.06.2004

**Interior Lifestyle, Tokio**

23.06.–25.06.2004

- Ambiente Japan
- Heimtextil Japan
- Home Design Japan

**ITeG, Frankfurt am Main**

23.06.–25.06.2004

**Juli**

**PAACE Automechanika Mexico, Mexico City**

14.07.–16.07.2004

**APS/SC, Tokio**

21.07.–23.07.2004

**August**

**Intima America, New York**

01.08.–03.08.2004

**Ambientar, Buenos Aires**

12.08.–15.08.2004

**Scantech, São Paulo**

15.08.–20.08.2004

**Comdex Sucesu-SP, São Paulo**

17.08.–21.08.2004

**Tendence Lifestyle,**

**Frankfurt am Main**

27.08.–31.08.2004

**September**

**Cinte Techtexil China, Schanghai**

01.09.–03.09.2004

**Intertextile Shanghai Home Textiles, Schanghai**

01.09.–03.09.2004

**Euro Fed Lipid Congress, Edinburgh**

05.09.–08.09.2004

**ISH China, Beijing**

14.09.–17.09.2004

**Automechanika, Frankfurt am Main**

14.09.–19.09.2004

**Fehab - Anamaco, São Paulo**

21.09.–25.09.2004

**Tecno Fidta, Buenos Aires**

21.09.–24.09.2004

**Texworld Autumn, Paris**

21.09.–24.09.2004

**Heimtextil Rossija, Moskau**

22.09.–25.09.2004

**Christmasworld Rossija, Moskau**

22.09.–25.09.2004

**Ambiente Rossija, Moskau**

22.09.–25.09.2004

**Passage Asia, Moskau**

22.09.–25.09.2004

**EMT, Mexico City**

23.09.–25.09.2004

**Licensing Forum, München**

23.09.–24.09.2004

**Oktober**

**Wireless Technologies, Sindelfingen**

05.10.–06.10.2004

**Frankfurter Buchmesse,**

**Frankfurt am Main**

06.10.–10.10.2004

**Interstoff Asia Autumn, Hongkong**

06.10.–08.10.2004

**Heimtextil India, Neu-Delhi**

10.10.–13.10.2004

**ISH North America, Las Vegas**

14.10.–16.10.2004

**ACS, Frankfurt am Main**

20.10.–22.10.2004

**Music China, Schanghai**

20.10.–23.10.2004

**Prolight + Sound Shanghai, Schanghai**

20.10.–23.10.2004

**Pro Sign, Frankfurt am Main**

21.10.–23.10.2004

**LinuxWorld Conference & Expo 2004,**

**Frankfurt am Main**

26.10.–28.10.2004

**European Banking & Insurance Fair,**

**Frankfurt am Main**

26.10.–28.10.2004

**Intertextile Shanghai, Schanghai**

26.10.–29.10.2004

**Auto + Automechanika St. Petersburg, St. Petersburg**

27.10.–31.10.2004

**November**

**Automechanika Argentina, Buenos Aires**

17.11.–20.11.2004

**Expo Transporte, Guadalajara**

17.11.–19.11.2004

**SPS/IPC/DRIVES, Nürnberg**

23.11.–25.11.2004

**Dezember**

**Auto South China, Guangzhou**

02.–04.12.2004

**turntec, Frankfurt am Main**

01.12.–04.12.2004

**EuroMold, Frankfurt am Main**

01.12.–04.12.2004

**Automechanika Shanghai, Schanghai**

02.12.–04.12.2004

**export21, Frankfurt am Main**

07.12.–08.12.2004

*Stand: 30.04.2004*



## Messen 2005

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
| <b>Januar</b>  | <b>Source It, Hongkong</b><br>21.03.–23.03.2005                            | <b>Intima Japan, Tokio</b><br>09.05.–11.05.2005                                | <b>Guangzhou International Lighting Exhibition + Electrical Building Technology China 2005, Guangzhou</b><br>08.06.–11.06.2005 | <b>Intertextile Shanghai Home Textiles, Schanghai</b><br>23.08.–25.08.2005                                 | <b>Canadian Waste &amp; Recycling Expo, Vancouver</b><br>26.10.–27.10.2005           |
| <b>Hong Kong International Stationery Fair, Hongkong</b><br>11.01.–14.01.2005          | <b>Yarn Expo, Beijing</b><br>29.03.–31.03.2005                             | <b>Marketing Services, Frankfurt am Main</b><br>10.05.–12.05.2005              | <b>Ambiente Japan, Tokio</b><br>08.06.–10.06.2005  | <b>Tendence Lifestyle, Frankfurt am Main</b><br>26.08.–30.08.2005  | <b>Auto+Automechanika St. Petersburg, St. Petersburg</b><br>26.10.–30.10.2005        |
| <b>Heimtextil, Frankfurt am Main</b><br>12.01.–15.01.2005                              | <b>Intertextile Beijing Apparel Fabrics, Beijing</b><br>30.03.–01.04.2005  | <b>Media-Tech Expo, Las Vegas</b><br>10.05.–11.05.2005                         | <b>Heimtextil Japan, Tokio</b><br>08.06.–10.06.2005  |  | <b>Intertextile Shanghai Apparel Fabrics, Schanghai</b><br>27.10.–29.10.2005         |
| <b>Intersec, Dubai</b><br>15.01.–17.01.2005  | <b>April</b>   | <b>Materials Handling, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005                          | <b>Interior Lifestyle, Tokio</b><br>08.06.–10.06.2005  | <b>September</b>   | <b>Marathon Mall, Frankfurt am Main</b><br>28.10.–30.10.2005                         |
| <b>Paperworld, Frankfurt am Main</b><br>26.01.–30.01.2005                              | <b>Automechanika Asia, Kuala Lumpur</b><br>06.04.–09.04.2005               | <b>ISH Kitchen + Bathroom Gulf, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005                 | <b>ABF Franchising Expo, São Paulo</b><br>08.06.–11.06.2005  | <b>Expo Ferretera, Buenos Aires</b><br>01.09.–04.09.2005   |  |
| <b>Christmasworld, Frankfurt am Main</b><br>26.01.–30.01.2005                          | <b>Musikmesse, Frankfurt am Main</b><br>06.04.–09.04.2005                  | <b>Lightstyle Gulf Light, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005                       | <b>Collectione, Frankfurt am Main</b><br>12.06.–15.06.2005   | <b>EMT, Mexico City</b><br>06.09.–08.09.2005   |  |
| <b>Beautyworld, Frankfurt am Main</b><br>26.01.–30.01.2005                             | <b>Prolight + Sound, Frankfurt am Main</b><br>06.04.–09.04.2005            | <b>Garden, Landscaping &amp; Outdoor Living, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005    | <b>bed and more, Frankfurt am Main</b><br>14.06.–15.06.2005  | <b>Techtextil Rossija, Moskau</b><br>07.09.–09.09.2005   | <b>November/Dezember</b>   |
| <b>Februar</b>   | <b>Construct Light+Building, Abu Dhabi</b><br>10.04.–13.03.2005            | <b>Hardware &amp; Tools, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005                        | <b>Parken 2005, Wiesbaden</b><br>15.06.–16.06.2005   | <b>Interstoff Rossija, Moskau</b><br>07.09.–09.09.2005   | <b>BIEL Light + Building, Buenos Aires</b><br>01.11.–05.11.2005                      |
| <b>Ambiente, Frankfurt am Main</b><br>11.02.–15.02.2005                                | <b>IMEX, Frankfurt am Main</b><br>19.04.–21.04.2005                        | <b>Homotech, Dubai</b><br>15.05.–17.05.2005                                    | <b>SEGURIEXPO, Buenos Aires</b><br>21.06.–23.06.2005   | <b>IAA, Frankfurt am Main</b><br>15.09.–25.09.2005   | <b>Eurolipids, Frankfurt am Main</b><br>02.11.–04.11.2005                            |
| <b>Hardware + Home Improvement Expo &amp; Conference, Toronto</b><br>20.02.–22.02.2005 | <b>Facility Management, Frankfurt am Main</b><br>19.04.–21.04.2005         | <b>Hair &amp; Beauty International, Frankfurt am Main</b><br>22.05.–23.05.2005 | <b>Expo Forestal, Guadalajara</b><br>30.06.–02.07.2005   | <b>Cosmesur, Buenos Aires</b><br>16.09.–19.09.2005   | <b>Paperworld USA, Las Vegas</b><br>09.11.–11.11.2005                                |
| <b>Personal 2005, Frankfurt am Main</b><br>23.02.–24.02.2005                           | <b>SMT/Hybrid/Packaging, Nürnberg</b><br>19.04.–21.04.2005                 | <b>SPS Electric Automation America, Chicago</b><br>24.05.–26.05.2005           | <b>Juli</b>  | <b>Texworld, Paris</b><br>19.09.–22.09.2005  | <b>Texcare Asia, Beijing</b><br>10.11.–12.11.2005                                    |
| <b>Extruma, Frankfurt am Main</b><br>23.02.–25.02.2005                                 | <b>Automechanika Istanbul, Istanbul</b><br>21.04.–24.04.2005               | <b>Automechanika Gulf, Dubai</b><br>28.05.–30.05.2005                          | <b>PAACE Automechanika Mexico, Mexico City</b><br>13.07.–15.07.2005  | <b>Material Vision, Frankfurt am Main</b><br>10.11.–11.11.2005   | <b>Product Life, Mainz</b><br>15.–16.11.2005   |
| <b>März</b>  | <b>Petroleum Istanbul, Istanbul</b><br>21.04.–24.04.2005                   | <b>Housewares &amp; Homestyle Middle East, Dubai</b><br>28.05.–30.05.2005      | <b>Thermotec, Tokio</b><br>13.07.–15.07.2005   | <b>Ambiente Rossija, Moskau</b><br>21.09.–24.09.2005   | <b>Linux World Conference &amp; Expo, Frankfurt am Main</b><br>15.11.–17.11.2005     |
| <b>Texworld, Paris</b><br>08.03.–11.03.2005  | <b>ITeG, Frankfurt am Main</b><br>26.04.–28.04.2005                        | <b>Middle East Toy Fair, Dubai</b><br>28.05.–30.05.2005                        | <b>Interior Lifestyle USA, Las Vegas</b><br>26.07.–29.07.2005  | <b>Christmasworld Rossija, Moskau</b><br>21.09.–24.09.2005   | <b>European Banking &amp; Insurance Fair, Frankfurt am Main</b><br>15.11.–17.11.2005 |
| <b>Fur &amp; Fashion, Frankfurt am Main</b><br>09.03.–12.03.2005                       | <b>Art Frankfurt, Frankfurt am Main</b><br>29.04.–02.05.2005               | <b>Juni</b>  | <b>Ambiente USA, Las Vegas</b><br>26.07.–29.07.2005  | <b>Heimtextil Rossija, Moskau</b><br>21.09.–24.09.2005   | <b>Paperworld China, Schanghai</b><br>15.11.–17.11.2005                              |
| <b>Ambiente Buenos Aires, Buenos Aires</b><br>10.03.–13.03.2005                        | <b>Mai</b>   | <b>Techtextil, Frankfurt am Main</b><br>07.06.–09.06.2005                      | <b>Heimtextil USA, Las Vegas</b><br>26.07.–29.07.2005  | <b>Oktober</b>   | <b>Expo Transporte, Guadalajara</b><br>16.11.–18.11.2005                             |
| <b>ISH, Frankfurt am Main</b><br>15.03.–19.03.2005                                     | <b>Beauty World Middle East Gulf Beauty, Dubai</b><br>02.05.–04.05.2005    | <b>Avantex, Frankfurt am Main</b><br>07.06.–09.06.2005                         | <b>August</b>  | <b>Media-Tech Showcase &amp; Conference, Frankfurt am Main</b><br>04.10.–05.10.2005                        | <b>Techtextil South America, São Paulo</b><br>22.11.–24.11.2005                      |
| <b>EMV, Stuttgart</b><br>15.03.–17.03.2005   | <b>Wellness &amp; Spa Middle East, Dubai</b><br>02.05.–04.05.2005          | <b>PCIM, Nürnberg</b><br>07.06.–09.06.2005                                     | <b>SIM 2005, São Paulo</b><br>01.08.–05.08.2005  | <b>Plastic Electronics International Conference &amp; Showcase, Frankfurt am Main</b><br>04.10.–05.10.2005 | <b>SPS/IPC/Drives, Nürnberg</b><br>22.11.–24.11.2005                                 |
| <b>PCIM, Schanghai</b><br>15.03.–17.03.2005  | <b>Seoul International Consumer Goods Fair, Seoul</b><br>04.05.–07.05.2005 | <b>Korean Railways &amp; Logistics Fair, Busan</b><br>08.06.–11.06.2005        | <b>Fenavem, São Paulo</b><br>01.08.–05.08.2005   | <b>Heimtextil India, Mumbai</b><br>10.10.–13.10.2005   | <b>Automechanika China, Beijing</b><br>23.11.–26.11.2005                             |
| <b>Lifetime Kongress, Frankfurt am Main</b><br>17.03.–19.03.2005                       | <b>Beautyworld Japan, Tokio</b><br>09.05.–11.05.2005                       |  | <b>IT Brasil, São Paulo</b><br>16.08.–19.08.2005   | <b>Music China, Schanghai</b><br>19.10.–22.10.2005   | <b>EuroMold, Frankfurt am Main</b><br>30.11.–03.12.2005                              |
| <b>Interstoff Asia Spring, Hongkong</b><br>21.03.–23.03.2005                           |  |  | <b>Ambiente Buenos Aires, Buenos Aires</b><br>18.08.–21.08.2005  | <b>Prolight + Sound Shanghai, Schanghai</b><br>19.10.–22.10.2005   | <b>turntec, Frankfurt am Main</b><br>30.11.–03.12.2005                               |
|  |  |  |  | <b>Frankfurter Buchmesse, Frankfurt am Main</b><br>19.10.–23.10.2005                                       |  |



# Impressum

**Chefredaktion**

Klaus Münster-Müller  
Gabriele Wehrl

**Redaktion**

Ralf Schirrmann

**v.i.S.d.P.**

Dr. Jens Schreiber

**Fotografie**

Norbert Miguletz

mit Ausnahme der Fotografien  
auf den Seiten:  
Vincenzo Mancuso: 4, 5  
Messe Frankfurt GmbH: 21, 29, 35

**Konzeption und Gestaltung**

thema communications ag,  
Frankfurt am Main

**Verlag**

Messe Frankfurt Medien und  
Service GmbH, Frankfurt am Main

**Druck**

Druckhaus Becker  
Ober-Ramstadt

**Papier**

Inhalt: Curtis by Curtis 1.3, 135 g/m<sup>2</sup>  
Umschlag: Curtis by Curtis 1.3, 360 g/m<sup>2</sup>  
von Römerturm Feinstpapier

**Auflage**

2.500 in zwei Auflagen  
(deutsch und englisch)

**Redaktionsanschrift**

Messe Frankfurt GmbH  
Corporate Publishing  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main  
Telefon +49 69 75 75-56 25  
Telefax +49 69 75 75-67 60  
press@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  
www.messefrankfurt.com  
info@messefrankfurt.com

