



Erst Kaiser, dann Internet

Als an Börse und Großflughafen noch niemand dachte, war Frankfurt schon ein zentraler Messeplatz. Mehr folgt.

Von Georg Giersberg

Millionen Besucher, mehr als 41 000 Unternehmen, die Produkte präsentieren, verstopfte Straßen, volle S-Bahnen: Frankfurt ist Messestadt. Autos, Bücher, Beleuchtung, Konsumgüter – es gibt nahezu nichts, was nicht an irgendeinem Tag im Jahr in den Messehallen der Mainmetropole zu sehen wäre. Die einzelnen Messen unterscheiden sich mitunter stark, thematisch und in ihrer Lebensdauer, manche sind jung, manche uralte. Die Frankfurter Herbstmesse, sie heißt inzwischen Tendence, gibt es seit mehr als 800 Jahren!

Das genaue Gründungsdatum lässt sich heute nicht mehr nachprüfen. Einen großen Aufschwung erlebte Frankfurt jedenfalls durch die Kreuzzüge, durch die Europa mit orientalischen Produkten in Berührung kam, für die es eine große Nachfrage gab. Ein wichtiger Umschlagplatz dafür war ebenjene Frankfurter Herbstmesse, die zwischen dem 15. August und dem achten September stattfand und bereits damals weit über die Region hinaus ausstrahlte. Als offizielles Gründungsdatum gilt mangels früherer Belege der 11. Juli 1240. „Wir, Friedrich von Gottes Gnaden (...) wollen durch dies Schriftstück aller Welt bekannt machen, dass wir alle insgesamt und jeden Einzelnen der zu den Messen nach Frankfurt Reisenden unter unseren und des Reiches besonderen Schutz aufnehmen.“ Diesen Befehl erließ Friedrich II., während er die mittelitalienischen Stadt Ascoli belagerte – heute würden wir das Wirtschaftsförderung nennen. Mit diesem Privileg konnte die Messe im In- und Ausland um Aussteller und Besucher werben. Sie hatten nichts zu befürch-

ten, standen sie doch unter dem ausdrücklichen Schutz des Kaisers.

Der regionalen Wirtschaftsförderung und dem internationalen Handelsaustausch dient die Messe heute noch immer. „Menschen aus allen Regionen und Kulturen begegnen sich auf den Messen, Kongressen und Events der Messe Frankfurt“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt: „Sie schätzen unmittelbare Begegnungen als eine verlässliche Konstante in ihren erfolgreichen Geschäftsbeziehungen, trotz und gerade weil sich unsere Welt immer stärker vernetzt und sich das Digitale mit dem Analogen weiter verzahnt.“ Stolz ist die Messe daher auf ihren hohen Auslandsanteil unter Ausstellern und Besuchern – er zeigt, dass der Handelsplatz in den zwölf Hallen nicht von der deutschen Konjunktur lebt, sondern dem globalen Austausch dient.

Besonders gut ist das an der Messe Heimtextil zu sehen: Von den 70 000 Besuchern kommen 50 000, von den 3000 Ausstellern von Heimtextilien kommen 2600 aus dem Ausland. Am Main fand einst mit der Interstoff die größte Messe für traditionelle Textilien (Bekleidungstextilien) statt. Da jedoch die Branche von Deutschland über Italien nach China auswanderte, wurde die Messe im Jahr 2000 am Main eingestellt. Sie zog über Hongkong nach Shanghai – wo die Messe Frankfurt heute weiterhin die weltgrößte Messe für Bekleidungstoffe organisiert. Die Messe Frankfurt ist weiterhin unangefochtener Weltmarktführer, wenn es um Textilmessen geht. Sie deckt mit ihren 57 Textilmessen auf der Welt die gesamte Wertschöpfungskette von Textilien ab. In Frankfurt selbst finden von den 57 nur noch vier Textilmessen statt.

Nach diesem Muster verfährt die Messegesellschaft auch in anderen Bereichen: Die führende Messe in Frankfurt wird ergänzt um Satellitenmessen rund um den Globus. Allein die ehemals ausschließlich in Frankfurt stattgefundene Werkstättenmesse Automechanika findet heute 17 Mal rund um den Globus auf allen Kontinenten statt.

Die Messe Frankfurt hat mit 394 000 Quadratmeter Hallenfläche nicht nur das größte Messegelände Deutschlands und das zweitgrößte der Welt nach Shanghai und vor Hannover. Frankfurt ist mit zuletzt 718 Millionen Euro Jahresumsatz auch die mit Abstand größte deutsche Messegesellschaft und die ertragreichste noch dazu. Obwohl das Auslandsgeschäft mit derzeit rund 40 Prozent Anteil am Umsatz immer größer wird, ist die Messe für die Wirtschaft in und um Frankfurt weiterhin von größter Bedeutung: Das Ifo-Institut hat ausgerechnet, dass die Besucher und Aussteller der Messen in Frankfurt jährlich 2,83 Milliarden Euro ausgeben, davon mehr als ein Drittel für Hotelübernachtungen. Aber auch der örtliche Einzelhandel profitiert mit 7 Prozent an den Messeausgaben – weil Aussteller Blumenschmuck ordern, ein Gast noch schnell ein neues Hemd braucht oder Besucher Souvenirs mit nach Hause bringen wollen. Die Textilgeschäfte in dem am Messegelände gelegenen Einkaufszentrum „Skyline Plaza“ machen zu Messen mit großer internationaler, vor allem asiatischer Beteiligung, hohe Sonderumsätze mit Anzügen von Hugo Boss oder Daniel Hechter.

Die Messen in Frankfurt bringen der örtlichen Wirtschaft einen jährlichen Zusatzumsatz von 1,8 Milliarden Euro, weitere 600 Millionen Euro der

hessischen Wirtschaft außerhalb Frankfurts und noch einmal 1,2 Milliarden Euro der deutschen Wirtschaft außerhalb Hessens. Insgesamt sichern in Frankfurt stattfindende Messen 33 000 Arbeitsplätze, davon allein 18 500 in der Stadt Frankfurt selbst. Immerhin.

Ein Zuckerschlecken waren Messen aber weder vor 800 Jahren, noch sind sie das heute. Was wird zum Beispiel aus der Automesse IAA, die gerade zu Ende gegangen ist? Die Messe Frankfurt verfügt über ein modernes Messegelände, arbeitet an neuen Messen mit zukunfts-trächtigen Themen wie dem 3D-Druck, dem intelligenten Haus oder technischer Textilien. Was für die Automesse der Druck durch den Klimawandel, das

ist für die Konsumgütermessen der Einfluss des Internets auf den Einzelhandel.

Daher hat die größte deutsche Messegesellschaft eine neue Internetplattform aufgelegt, die während der diesjährigen Konsumgütermesse Tendence (der früheren Herbstmesse) erstmals angeboten und beworben wurde. Gemeinsam mit dem Digitalunternehmen NMedia aus Düsseldorf, an dem sich die Messegesellschaft beteiligt hat, wird die Bestellplattform Nexttrade aufgebaut. Das Ziel ist es, dass ein Einzelhändler künftig möglichst viele Produkte über diese eine Plattform bestellt und nicht das eine im Internetshop des Herstellers, das andere über den Außendienst des Lieferanten und wieder anderes über ei-

nen Großhändler. Hierüber will die Messegesellschaft auch an Folgeaufträgen eines Messeauftritts partizipieren. Das Erlösmodell von Nexttrade sieht neben einer Grundgebühr des angeschlossenen Lieferanten von 600 Euro im Jahr eine umsatzabhängige Provision vor. In drei Jahren will man bis zu 2000 Hersteller auf der Plattform haben. Ja, den Messen droht Gefahr aus dem Internet. Aber ob Kreuzzüge oder regionale Zollschränken wie im Mittelalter oder Handelsboykotte (Russland, Iran) oder technischer Wandel heute, die Messe Frankfurt hat die Stürme der Zeiten mehr als 800 Jahre lang überlebt. Es muss einem nicht angst- und bange werden, im Gegenteil.