

Pressemitteilung

Nr. 3 / Köln, 26.01.2017

Koelnmesse knackt ab 2017 dauerhaft die 300-Millionen-Umsatz-Marke

Transformation zur Zukunftsmesse: Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0,
Digitalisierung, Internationalisierung, Stärkung der Veranstaltungen

2016 ist für die Koelnmesse für lange Zeit das letzte Jahr mit negativem Ergebnis: „Ab 2017 schreiben wir nachhaltig Gewinne und erwarten im Durchschnitt Umsätze jenseits der 300 Millionen Euro“, beschreibt Messechef Gerald Böse die Prognosen. „Bereits 2017 wollen wir - ähnlich wie im Rekordjahr 2015 - wieder rund 320 Millionen Euro erreichen.“

Für die Koelnmesse ist dieses nachhaltige Wachstum mit stetig steigenden Umsätzen aus den Veranstaltungen in Köln und in den Auslandsmärkten die Fortsetzung einer guten Entwicklung in den vergangenen Jahren seit Beendigung der Finanz- und Wirtschaftskrise, die neben einem straffen Effizienzprogramm auch der Stärkung vorhandener Messen, dem strategischen Ausbau des internationalen Geschäfts und der zunehmenden Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle und Services zu verdanken ist.

2016: 268 Millionen Euro Umsatz, einstelliges Minus

Mit voraussichtlich über 268 Millionen Euro Umsatz übertrifft die Koelnmesse im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 deutlich die Planwerte. Das zeigt sich auch im Ergebnis: Mit unter 10 Millionen Euro bleibt das erwartete Minus einstellig und ist somit deutlich geringer als geplant. Im Durchschnitt sind die Umsätze im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen um über sechs Prozent gestiegen. Einzelne Messen wie die dmexco oder die ORGATEC weisen sogar Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich aus. Der Umsatz des Gastveranstaltungsgeschäfts der 100-prozentigen Tochter Koelnmesse Ausstellungen GmbH liegt im Jahr 2016 mit über 13 Millionen Euro ebenfalls über Plan.

Ab 2017 bleibt die Koelnmesse nachhaltig in der Gewinnzone: Im gesamten Zeitraum der fünfjährigen Mittelfristplanung rechnet das Unternehmen jedes Jahr mit schwarzen Zahlen. Die positive Entwicklung ermöglicht der Koelnmesse auch umfangreiche Investitionen in ihr Gelände im Rahmen des bis 2030 angelegten Programms Koelnmesse 3.0 sowie in ihre Veranstaltungen, die weitere Internationalisierung und die bedarfsgerechte Digitalisierung. Damit schafft sie die Transformation zur Zukunftsmesse, stärkt ihre Position im Wettbewerb und bleibt auch weiterhin unter den Top Ten der Messeveranstalter weltweit.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Guido Gudat

Telefon

+49 221 821-2494

Telefax

+49 221 821-2460

E-Mail

g.gudat@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hamma

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Neues Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment and Mobility“

Mit den Zukunftsthemen „Digital Media, Entertainment and Mobility“ etabliert die Koelnmesse ein weiteres globales Kompetenzfeld. Es umfasst die erfolgreichen und zukunftsweisenden Veranstaltungen gamescom, dmexco, photokina, INTERMOT Köln und THE TIRE COLOGNE sowie die neue Veranstaltung DIGILITY. Damit erweitert die Koelnmesse die bestehenden strategischen Eckpfeiler „Global Competence in Food“ im Ernährungsbereich sowie die „Global Competence in Furniture, Interiors and Design“ der Einrichtungsmessen und stärkt nachhaltig ihr Profil gegenüber Kunden und Öffentlichkeit.

Engagement in Südamerika trägt weiter Früchte

Die Koelnmesse baut ihr globales Portfolio in den Einrichtungs-, Ernährungs- und Digitalthemen auch in relevanten Auslandsmärkten weiter aus. So trägt - neben Südostasien und Indien - das verstärkte Engagement in Südamerika mit derzeit sechs Veranstaltungen in Brasilien und Kolumbien weiter Früchte. 2016 gab es vier Premieren im Ausland: die Dairy Industry Conference in Indien, die Pueri Expo in Brasilien, die Alimentec in Kolumbien sowie die Cibus Tec in Italien. Für 2017 geplant ist die Premiere der ProFood Tech in Chicago.

Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 nimmt Fahrt auf

2016 sind die Maßnahmen zu Koelnmesse 3.0 gut vorangekommen. Ziel des mit einem Volumen von über 600 Millionen Euro größten Investitionsprogramms der Unternehmensgeschichte ist es, ab 2030 in Köln das attraktivste Innenstadtgelände der Welt zu bieten.

Im Fokus stand 2016 der Start der ersten Neubaumaßnahme: Im September wurde der Grundstein für das neue Messeparkhaus Zoobrücke gelegt, das bis Ende 2017/Anfang 2018 in unmittelbarer Messenähe neben 3.260 Pkw-Stellplätzen auch umfangreiche Logistikflächen für den Auf- und Abbauverkehr bereithält und zugleich die rechtsrheinischen Kölner Stadtteile vom Verkehr entlastet. Seitdem seit Ende März 2016 mit dem Kölner Architekturbüro JSWD der Siegerentwurf für die Neubauten feststeht, wurden zudem die Planungen zu Halle 1plus, Confex® und Terminal konkretisiert. Zudem konnten bereits wichtige Instandsetzungsmaßnahmen umgesetzt werden: Die vorzeitige Inbetriebnahme des Blockheizkraftwerks sowie der Umstieg auf Fernwärme im Januar 2016, erste Dachsanierungen sowie der Austausch der Gebäudeleittechnik für das gesamte Messegelände sind nur einige Beispiele. 2017 geht es mit großen Schritten weiter: Ende des Jahres wird mit dem Bau der Halle 1plus begonnen, die ab 2019 Ausstellern, Besuchern und Gastveranstaltungen während der Baumaßnahmen als komplette, hochwertige Messehalle zur Verfügung steht. Optimal an die bestehenden Hallen angeschlossen, ist sie flexibel nutzbar und beschleunigt so die Umsetzung von Koelnmesse 3.0.

Erste Meilensteine bei Digitaler Strategie erreicht

Zudem arbeitet die Koelnmesse intensiv daran, ihr Geschäft ebenso wie ihr Gelände für die digitale Zukunft fit machen. Zu den ersten Schritten zählte 2016 die Einführung neuer Hardware und Software - darunter ein cloud-basiertes Vertriebssystem -, mit dem die Koelnmesse die eigenen Prozesse optimiert hat. Zur imm cologne im Januar 2017 wurde die B2B-Plattform für die Einrichtungsbranche „ambista“ gestartet, die mit der Kombination aus Content und Beziehungspflege ein neuartiges Angebot im Messemarkt darstellt. Weitere neue digitale Services werden folgen und auch die Digitalisierung des Messegeländes steht weiterhin im Fokus.

Seite

3/3