

Nº 23 / Colonia, 13.7.2017

Koelnmesse sigue su rumbo de éxitos - Desde ahora, 2017 es ya el nuevo año batiendo récords

Transformación para convertirse en feria del futuro: Inversiones sin cargas financieras del pasado

En 2016, Koelnmesse continuó su evolución positiva con el mejor año par de toda su historia. Con 274,0 millones de euros, el volumen de ventas del grupo ha superado en 17 millones las cifras previstas. Las por ahora últimas pérdidas son con 0,9 millones de euros claramente inferiores a los 17 millones estimados en principio. Los pronósticos para 2017 confirman el rumbo de éxito: “Ya en el actual ejercicio queremos batir con más de 320 millones de euros en ventas el récord alcanzado en 2015” ha manifestado Gerald Böse, presidente del Consejo de Dirección.

“Koelnmesse continúa de forma consecuente su mensaje positivo. Para mí, como alcaldesa de Colonia y como presidenta del Consejo de Vigilancia, me resulta doblemente satisfactorio este hecho que crea las premisas para seguir con nuestro apoyo en favor del emplazamiento ferial y económico de Koelnmesse” ha subrayado Henriette Reker.

Koelnmesse crece y se mantiene de forma sostenible en el campo de los beneficios: El volumen de ventas medio del Grupo Koelnmesse se ha incrementado en comparación cuatrienal en aproximadamente un 19 por ciento, desde los cerca de 232 millones de euros entre 2009 y 2012 hasta los 277 millones de euros entre 2013 y 2016. También las demás previsiones resultan muy positivas: Basándose en la prevista evolución de la economía, el volumen de ventas del Grupo alcanzará en el ejercicio actual la cifra de 329 millones de euros con unos resultados positivos de 19,8 millones de euros. La sociedad ferial calcula que en los próximos años se obtendrán de forma continuada cifras positivas y volúmenes de ventas claramente por encima de los 300 millones de euros.

La estable situación económica es una base importante para llevar a cabo nuevas inversiones. Además, Koelnmesse amortizó en 2016 todos los préstamos de años anteriores. “Esto nos ha dejado las espaldas cubiertas para la realización de nuevas inversiones tanto en el recinto ferial como en la infraestructura, en la digitalización de pabellones y servicios, en la internacionalización de la cartera así como en el perfeccionamiento de los certámenes” ha dicho Gerald Böse. Sin problemas heredados, Koelnmesse continúa su transformación en una feria del porvenir, manteniéndose también en el futuro entre las diez entidades feriales más importantes del mundo.

En 2016 participaron en 73 ferias y exposiciones más de 35.500 expositores procedentes de 102 países y más de 2,3 millones de visitantes de 190 naciones. Ese

Your contact for questions:

Guido Gudat

Tel.

+49 221-821-2494

Fax

+49 221 821-2460

e-mail

g.gudat@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

P.O. Box 21 07 60

50532 Köln

Germany

Tel. +49 221 821-0

Fax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.com

Executive Board:

Gerald Böse (President and Chief Executive Officer)

Katharina C. Hamma

Herbert Marner

Chairman of the Supervisory Board:

Mayor of the City of Cologne

Henriette Reker

Headquarters and

place of jurisdiction: Cologne

District Court Cologne, HRB 952

año se celebraron en Colonia 25 certámenes propios y 20 de terceros así como un evento especial y 27 ferias en extranjero.

Page
2/3

Evolución de las ferias y certámenes por encima de la media

Un factor esencial en los buenos resultados conseguidos en 2016 radica en la magnífica evolución que se ha operado en numerosos certámenes propios en Colonia en los tres parámetros importantes en el mundo ferial: expositores, visitantes y superficie de exposición. Entre otros, los siguientes certámenes han registrado un claro incremento en cuanto a expositores con respecto a las ediciones anteriores: INTERMOT Colonia (+20,4%), dmexco (+14,3%) y ORGATEC (+7,1%). Un gran incremento en cuanto a visitantes en relación con las ediciones anteriores han registrado dmexco (+16,4%), ORGATEC (+7,5%), y spoga+gafa / spoga horse (Otoño) (+7,9%). En cuanto a superficie, han crecido considerablemente, entre otras, dmexco (+15,3), ORGATEC (13,5%), spoga horse (Otoño) (+6,8%) y ProSweets Cologne (+3,6%). El volumen de ventas de los certámenes de Koelnmesse se ha incrementado en más de un 6% en relación con las ediciones anteriores. Algunas ferias como dmexco o la ORGATEC han registrado en las ventas incluso incrementos porcentuales de dos dígitos.

También los resultados de los eventos y certámenes para terceros asistidos por la filial Koelnmesse Ausstellungen GmbH han contribuido claramente a la consecución de los resultados obtenidos. En los 20 certámenes para terceros y en el evento especial celebrados en Colonia participaron, según datos de los organizadores, más de 6.200 expositores y más de 366.700 visitantes. Koelnmesse Ausstellungen GmbH ha facturado 14,5 millones de euros, situándose con ello 2,5 millones de euros por encima de lo planificado. La empresa tiene un superávit antes de reparto de beneficios de 6,3 millones de euros y ha superado también aquí las expectativas en 2,1 millones de euros. “Una vez más se ha puesto de relieve hasta qué punto aprecian los organizadores externos nuestro recinto ferial de alta calidad con una situación óptima dentro de la ciudad” ha manifestado Gerald Böse.

Las actividades internacionales consiguen su objetivo en cuanto a ventas

La estrategia a largo plazo de internacionalización de Koelnmesse continúa con éxito. Debido al turno de celebración de certámenes, el negocio en el extranjero se incrementó en 2016 frente a 2015 con unas ventas antes de consolidación de 38,1 millones de euros (año anterior: 22,5 millones de euros). Con ello, el negocio en el extranjero supone un 14% del total de las ventas, satisfaciendo de esta manera el objetivo estratégico de alcanzar entre un 12 y un 15%. En 2016, Koelnmesse ha seguido ampliando sus actividades, especialmente en Sudamérica. Con la creación de la empresa Koeln Parma Exhibitions S.r.l., conjuntamente con Fiere di Parma, ha logrado consolidar de forma sostenible su posición de líder del mercado en el campo de la tecnología alimentaria. En 2016 se celebraron por primera vez cuatro eventos en el extranjero: La Dairy Industry Conference en India, la Pueri Expo en Brasil, la Alimentec en Colombia y la CibusTec en Italia. En 2017 celebran su primera edición la Profood Tech en los Estados Unidos y el WellFood Summit en Brasil.

Nuevo campo de actividades “Digital Media, Entertainment and Mobility”

Con los temas de futuro “Digital Media, Entertainment and Mobility”, Koelnmesse creó en 2016 un nuevo campo global de actividades que complementan los temas angulares “Global Competence in Food and FoodTec” en el sector de la alimentación así como “Global Competence in Furniture, Interiors and Design” de las ferias dedicadas al mueble y la decoración. “Con estos campos de actividades creamos en Alemania y en el mundo entero un claro posicionamiento en relación con nuestros clientes y el público en general” ha dicho el presidente de la feria Gerald Böse. El nuevo campo de competencias incluye a los certámenes gamescom, dmexco, photokina, INTERMOT Colonia, THE TIRE COLOGNE así como DIGILITY.

Page
3/3

Primera medida relativa a la construcción dentro del programa de inversiones Koelnmesse 3.0

Con el programa de inversiones Koelnmesse 3.0, la empresa creará hasta el año 2030 de forma sostenible el más atractivo recinto ferial del mundo situado dentro de una ciudad, ofreciendo con ello para el futuro de sus clientes el marco adecuado para ferias, eventos y congresos. En el centro de la atención figuraba en 2016 la construcción del aparcamiento ferial Zoobrücke dotado de unas 3.260 plazas. La apertura de la primera fase de construcción con 2.000 aparcamientos está prevista para otoño de 2017. Esta fase está ya conectada directamente con el puente Zoobrücke de Colonia y aliviará el tráfico en el entorno de la feria. Desde que a finales de marzo de 2016 se decidió el proyecto ganador, el estudio de arquitectura de Colonia JSWD, para la realización de las nuevas construcciones, se han concretado los planos para el pabellón 1PLUS, Confex® y Terminal. Además se han puesto en marcha importantes medidas de saneamiento con la renovación de obras técnicas como, por ejemplo, un nuevo sistema automático de aspersión en el pabellón 10.

La estrategia digital sigue su marcha

Koelnmesse aprovecha para su negocio las posibilidades y potenciales que ofrece la digitalización y se pone en forma para el futuro digital. En el centro de atención figuran el desarrollo de nuevos modelos digitales de negocio y ofertas de servicios. Un ejemplo destacado es la introducción de la plataforma B2B para el sector del mueble y la decoración “ambista” con motivo de la imm cologne en enero de 2017. Con la combinación de “contenido” y “fomento de las relaciones”, la plataforma crea una oferta totalmente novedosa en el mercado ferial. Koelnmesse impulsa también la digitalización de su recinto ferial con el desarrollo, por ejemplo, de formatos publicitarios para la futura señalización digital o también con un equipamiento técnico futurista de los pabellones feriales dotados con nuevos servicios basados en redes WLAN. Además, Koelnmesse, mediante la optimización de sus procesos propios con nuevo hardware y software, apuesta por la integración en redes y la gestión de conocimientos. Para ello, a mediados de 2016 todos los puestos de trabajo con ordenadores en el edificio Messehochhaus se equiparon con terminales móviles Microsoft Surface.

En <http://www.koelnmesse.com/Koelnmesse/Press/Image-Database/Koelnmesse/index.php> tienen a su disposición material gráfico.