

Sperrfrist: 17.05.2018, 12:00 Uhr!
Es gilt das gesprochene Wort!

**Ausführungen von Geschäftsführerin Katharina C. Hamma
anlässlich der Jahrespressekonferenz der Koelnmesse
am 17.05.2018, 11:00 Uhr, Messehochhaus, Großer Sitzungssaal**

- **Viele Veranstaltungen mit Aussteller-, Besucher- und Flächenwachstum**
- **Die digitale Transformation spiegelt sich in den Messen wider**
- **Gute Ergebnisse auch der Veranstaltungen 2018**

82 Messen und Ausstellungen insgesamt veranstaltete die Koelnmesse im Jahr 2017. In Deutschland fanden 27 Eigenveranstaltungen, 23 Gastveranstaltungen und 4 Special Events statt. Im Ausland waren es 28 Messen. Über 43.000 ausstellende Unternehmen aus 119 Ländern und mehr als 2,1 Millionen Besucher aus 218 Staaten konnten wir hier in Köln und weltweit auf unseren Veranstaltungen willkommen heißen.

Zahlreiche Eigenveranstaltungen in Köln konnten ihre Zahlen bei Ausstellern, Besuchern und Fläche im Vergleich zu den Vorveranstaltungen steigern. Hier möchte ich besonders die interzum mit durchweg zweistelligem Wachstum hervorheben. Die internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie und des Innenausbaus hat sich wieder gut aufgestellt und war erfolgreicher denn je. Auch die Internationale Dental-Schau ist in allen drei Parametern - Aussteller, Besucher und Fläche - gewachsen. Besonders bei der Besucherzahl verzeichnete sie zweistellige Steigerungsraten. Das sind hervorragende Entwicklungen, die den Erfolg unserer Arbeit bestätigen.

Insbesondere die Akquise neuer Aussteller ist weiteren Veranstaltungen gut gelungen. Die FSB, die dmexco und die imm cologne steigerten ihre Ausstellierzahlen im Vergleich zu den Vorveranstaltungen wesentlich. Anuga und gamescom verzeichneten ein deutliches Besucherwachstum. Die Anuga konnte damit eindrucksvoll ihre Stellung als Weltgipfel der Ernährungsbranche behaupten. Die Fläche konnte unter anderem unsere Herbstveranstaltung Kind + Jugend erfolgreich vergrößern.

Die gute Entwicklung unserer Messen ist auch darauf zurückzuführen, dass wir uns aktiv mit den aktuellen Trends und gesellschaftlichen Veränderungen befassen. Denn all das, was sich um uns herum tut, hat auch immer direkte Auswirkungen auf unsere Veranstaltungen und darauf, wie wir Messe machen. Der Claim unseres Geschäftsberichts trifft demnach auch hier ins Schwarze: Messe neu denken! Das heißt bestehende Messeformate weiterentwickeln, neue Veranstaltungen etablieren und gesellschaftliche Trends abbilden.

Einer dieser Megatrends ist die Digitale Transformation. Zum Jahresbeginn 2017 haben wir das Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment und Mobility“ geschaffen, das unser gesamtes digitales Messe-Know-how bündelt. Neben den bestehenden Flaggschiffen im digitalen Bereich wie der gamescom oder der photokina entwickeln wir auch neue Messeformate, die die Bedürfnisse unserer Kunden im digitalen Wandel aufgreifen. Der Digital Interior Day, der 2017 erstmals stattfand, zielt speziell auf den intensiveren Austausch zwischen Unternehmen und innovativen Start-ups aus der Einrichtungsbranche ab.

Auch insgesamt gewinnen Start-ups für unsere Veranstaltungen an Bedeutung. Auf fast jeder Messe gibt es mittlerweile Formate, auf denen sich junge Unternehmen präsentieren können, zum Beispiel im Rahmen von Start-up-Villages oder -Wettbewerben. Sie bringen wichtige Impulse für die Messe und die Branche insgesamt. Sie zeigen uns und unseren Kunden der sogenannten „Old Economy“ wo die Reise hingehen wird. Und nicht zuletzt sind einige der Start-ups von heute unsere Top-Kunden von morgen. Diese Chancen werden wir in Zukunft noch stärker für uns und unsere Kunden nutzen,

auch mit Projekten wie dem digitalen Campus incube8 oder auch der Unterstützung des Cologne Game House.

Und trotz aller digitalen Transformation: Das Marketing-Instrument Messe hat nach wie vor einen unschlagbaren Heimvorteil. Besucher können Produkte und Dienstleistungen direkt erleben, schmecken, testen und ohne Umwege mit den Herstellern in Kontakt treten. Besonders in der Ernährungs- und Einrichtungsbranche, aber auch in anderen Bereichen, spielen das haptische und sensorische Erleben weiterhin eine wesentliche Rolle. So verzeichnen die Veranstaltungen in unserem Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment und Mobility“ sogar die größten Wachstumsraten.

Die Digitalisierung hat auch Einfluss darauf, wie wir unsere Veranstaltungen bewerben. Prägnantes Beispiel hierfür ist die veganfach: Sie war im vergangenen Jahr die einzige Veranstaltung mit nicht-digitalem Schwerpunkt, die ausschließlich digital beworben wurde - sowohl auf Aussteller- als auch auf Besucherseite. Mit einem Besucherzuwachs von rund 50 Prozent war die Veranstaltung sehr erfolgreich. Die digitale Werbung funktioniert hier, weil es sich um eine junge Besucherzielgruppe handelt, deren Trend-Experten überwiegend digital unterwegs sind. Es zeigt uns aber schon heute, wohin sich auch andere Branchen sehr bald entwickeln werden.

Lassen Sie uns abschließend noch einen Blick auf die bisherigen Highlights im laufenden Geschäftsjahr 2018 werfen:

Unsere erste Veranstaltung in diesem Jahr, die imm cologne, verzeichnete einen erheblichen Zuwachs an Privatbesuchern. Rund 48.000 Endverbraucher haben sich das größte temporäre Möbelhaus der Welt angeschaut. Damit haben wir unsere Position am nationalen und internationalen Markt weiter gestärkt. Auch die ISM und ProSweets Cologne haben wieder gut abgeschnitten. Die stärkere strategische Vernetzung beider Veranstaltungen hat zu deutlichen Besuchersteigerungen auf der ProSweets Cologne geführt.

Die INTERNATIONALE EISENWARENMESSE verzeichnete Besucherwachstum im zweistelligen Bereich. Die Digitalisierung war impulsgebendes Trendthema der Veranstaltung und hat vor allem im Eventprogramm zukunftsweisende Schwerpunkte gesetzt: In einem zweitägigen dSummit konnten die Besucher Vorträge zu digitalen Themen hören, es gab eine Sonderschau zu 3D-Druck, und im Start-up Village präsentierten sich innovative junge Unternehmen. Auch die weltweit größte Fachmesse für Handarbeit und Hobby, die h+h cologne, ist trotz stagnierender Umsätze in der Branche - aufgrund der vergangenen warmen Winter - in allen drei Parametern gewachsen. Damit konnte sie ihre Position im Fachhandel auf dem Weltmarkt weiter ausbauen.

Die Anuga FoodTec erreichte im März erneut deutlich zweistellige Steigerungen bei Ausstellern, Besuchern und Fläche. Als globale Leitmesse für die internationale Lebensmittel- und Getränkeindustrie bildet sie das gesamte Spektrum der Branche ab - von Ingredients über Abfüll- und Verpackungstechnik bis hin zu Lebensmittelsicherheit - und konnte damit ihre Position am Markt weiter verbessern. Auch durch die Neu-Akquise zahlreicher Top-Aussteller wird auch in den kommenden Jahren weiteres Wachstum möglich sein.

Mit Kunstangebot auf höchstem Niveau überzeugte wieder die ART COLOGNE und hat damit ihre Stellung als führende deutsche Kunstmesse verteidigt. Sie hat sich als zweiwichtigste Kunstveranstaltung in Europa etabliert, deren Besucher vor allem die Qualität der Aussteller loben.

Wir freuen uns nun auf die Premiere der THE TIRE COLOGNE, die nach mehr als dreijähriger Vorlaufzeit in wenigen Tagen zeigt, was der Standort Köln einer neuen Branche bieten kann. Es werden rund 600 Aussteller und Marken aus 41 Ländern erwartet, was für die Erstveranstaltung hier in Köln bemerkenswert ist.

Ein Paradebeispiel für den Anspruch „Messe neu denken“ ist die photokina. Im Sinne des digitalen Wandels haben wir ein neues Konzept für die Weltleitmesse der Imaging-Branche entwickelt und bisher erfolgreich umgesetzt - sie wird umfassender, virtueller und innovativer. Ab Mai 2019 wechselt die Veranstaltung in den jährlichen Turnus, um der Schnellebigkeit der Digitalbranche gerecht zu werden. Wichtige Keyplayer haben bereits für die Messe in 2019 zugesagt.

Eine gute, marktgerechte Entwicklung von Veranstaltungen kommt nicht von ungefähr. Sie bedarf weitreichender Branchenkenntnis und einer intensiven Beschäftigung mit den Erwartungen der Messteilnehmer und den zukünftigen Trends des Eventgeschäfts und der Live-Kommunikation.

Ich freue mich sehr, dass wir bei der Koelnmesse unglaublich engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Team haben, die mit Erfahrung und mit wachem Blick für mögliche Innovationen und neue Perspektiven unterwegs sind. Deshalb kann ich mich guten Gewissens auch aus der Sicht der für die Messen verantwortlichen Kernteams an den guten Prognosen für weiteres - nicht nur qualitatives, auch quantitatives - Wachstum beteiligen.