

Nr. 02 / gu / Köln, 9. Januar 2019

Koelnmesse: Top-Jahr 2018, Rekordjahr 2019

Messechef Böse: „Führende Position in der Branche bestätigt“

Die Koelnmesse hält ihr hohes Tempo und bleibt auf Wachstumskurs: Nach einem Top-Jahr 2018 will sie im neuen Jahr noch zulegen und - so Messechef Gerald Böse - „erstmals die 400-Millionen-Marke beim Umsatz anpeilen“. 2019 verspricht einen neuen Rekord für das Unternehmen. 2018 war mit einem Umsatz von über 330 Millionen Euro das beste gerade Jahr aller Zeiten.

„Wir haben unsere ambitionierten Wachstumsziele erneut übertroffen. Und wir haben unsere feste Position in den Top Ten des weltweiten Messegeschäfts mit Nachdruck bestätigt“, resümiert Böse.

Seit langem sind am Messestandort Köln, bedingt durch unterschiedliche Rhythmen der großen Messen, die geraden Jahre tendenziell die umsatzschwächeren. Deshalb wertet die Koelnmesse den 2018er Umsatz, der voraussichtlich mehr als 20 Prozent über dem des Jahres 2016 liegt, als großen Erfolg, auch wenn er das Niveau des bisherigen Rekordjahrs 2017 plangemäß nicht erreicht.

Gewinn in 2018 deutlich über Plan

2018 ist auch das erste gerade Jahr seit 2006, in dem die Koelnmesse wieder einen Gewinn verzeichnet, der zudem deutlich über Plan liegen wird.

Hinzu kommt ein Sondereffekt aus der Auflösung von Rückstellungen für Mietzahlungen. Nach jahrelangem Streit um die Miethöhe für die Nordhallen des Kölner Messegeländes wurde zum Jahresende 2018 ein Vergleich mit dem Vermieter wirksam und der entsprechende Mietvertrag zu reduzierten Konditionen unterzeichnet. Die Auflösung der in den vergangenen Jahren gebildeten Rückstellungen bedeutet für die Koelnmesse eine beträchtliche Ergebnisverbesserung und insgesamt einen Jahresüberschuss in Höhe von rund 50 Millionen Euro in 2018.

Die positive Entwicklung spiegelt sich auch in der Belegschaft wider: In Köln und den Tochtergesellschaften im Ausland waren 2018 rund 850 Mitarbeiter beschäftigt, etwa 200 mehr als zehn Jahre zuvor.

Messeumsätze 2018 im Schnitt um mehr als acht Prozent gestiegen

An den weltweit 77 Messen und Ausstellungen 2018 beteiligten sich über 38.000 ausstellende Unternehmen aus 101 Ländern und rund 2,3 Millionen Besucher aus 211 Staaten. Hinzu kamen rund 118.000 Teilnehmer an Kongressen außerhalb der Messezeiten. 49 Veranstaltungen fanden in Deutschland statt, darunter auch zwei außerhalb Kölns: die art berlin und die Möbelzuliefermesse ZOW in Bad Salzuflen. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen sind die Umsätze der inländischen Messen im Durchschnitt um mehr als acht Prozent gewachsen.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Guido Gudat

Telefon

+49 221 821- 2494

Telefax

+49 221 821- 2160

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)

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

2019 Premiere der CCXP Cologne, 100 Jahre Anuga

Die Messepremieren des vergangenen Jahres waren die ZOW im Februar sowie THE TIRE COLOGNE im Mai in Köln, außerdem die Feria Mueble & Madera im März in Kolumbien. DMEXCO und gamescom waren zu ihrem zehnten Jubiläum sehr erfolgreich. Beide stehen seit 2009 für Wachstum am Standort Köln. 2019 findet erstmals die CCXP Cologne - Comic Con Experience - statt. In Brasilien hat die ANUFOOD Brazil Premiere. Die Anuga feiert ihr 100-jähriges Bestehen.

Seite

2/3

Neue Tochtergesellschaft aus Koelnmesse Ausstellungen und KölnKongress

Die Gastveranstaltungen in Köln, die von der Tochtergesellschaft Koelnmesse Ausstellungen GmbH organisiert werden, haben einen wesentlichen Beitrag zu Umsatz und Gewinn geleistet. Für 2019 plant die Koelnmesse eine deutliche Stärkung des Gastveranstaltungs- und Kongressgeschäfts. Zur Bündelung der Vertriebsaktivitäten und im Sinne der Marktbearbeitung aus einem Guss sollen die bisher getrennten Gesellschaften KölnKongress GmbH und Koelnmesse Ausstellungen GmbH bis Jahresende in ein gemeinsames 100-prozentiges Tochterunternehmen der Koelnmesse überführt werden.

Wachstum als Basis der geplanten Investitionen aus eigener Kraft

Gerald Böse: „Wir werden die aktuell starke Position der Koelnmesse nutzen, um uns für zukünftige Herausforderungen richtig aufzustellen. Weiteres Wachstum ist die Voraussetzung, unsere ambitionierten Pläne umzusetzen und - aus eigener Kraft - zu finanzieren. Insbesondere die starke Baukonjunktur stellt uns dabei vor Herausforderungen.“ Treiber der Entwicklung sind die wesentlichen strategischen Handlungsfelder der Koelnmesse: Internationalisierung, Digitale Transformation und die Infrastruktur-Investitionen in die Zukunft des Standorts.

Alle 13 Tage eine Messe im Ausland

Die Bedeutung der Auslandsmessen für das Kerngeschäft wächst weiter. 28 eigene Veranstaltungen fanden 2018 weltweit außerhalb Deutschlands statt - im Schnitt alle 13 Tage. Neben den etablierten Märkten China, Südostasien und Indien liegt der Fokus weiter auf „the Americas“. Dort umfasst das Portfolio inzwischen eine Veranstaltung in den USA, vier in Brasilien und drei in Kolumbien. Ende Mai 2018 wurde in Kolumbien die zwölfte ausländische Tochtergesellschaft gegründet.

Die Koelnmesse organisiert im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums den Deutschen Pavillon auf der EXPO Dubai 2020 und ist damit an drei der bisher vier großen Weltausstellungen dieses Jahrhunderts beteiligt. Im April 2019 wird in einer feierlichen Zeremonie auf dem 4.600 m² großen deutschen Grundstück in Dubai der erste Spatenstich gesetzt.

Zentrales Entwicklungsprogramm Digitale Transformation

Seite

3/3

Bis 2022 investiert die Koelnmesse mehr als 50 Millionen Euro in die Digitalisierung des Standorts und ihres Geschäfts. Die Digitale Transformation ist das zentrale Entwicklungsprogramm im Unternehmen, an dem aktuell mehr als 100 eigene Mitarbeiter arbeiten. Ziel ist die erfolgreiche Überführung des Messe-Kerngeschäfts in die digitale Welt: durch Entwicklung digitaler Services und Geschäftsmodelle, Verbesserung interner Prozesse, die Digitalisierung des Messegeländes und den Ausbau entsprechender Messethemen.

Zum Programm zählen sowohl bereits länger existierende Projekte wie Ticket- und Zutrittssysteme oder das vor zwei Jahren neu eingeführte digitale Vertriebssystem, aber auch neu hinzugekommene Themen wie die Digitalisierung des Verkehrsmanagements oder das Digital Signage, ein gemeinsames Projekt mit Samsung. Es vereint Wegeführung, Infotainment und Werbung auf über 200 m² digitaler Fläche. Der weitere Ausbau ist in Arbeit.

Mit dem digitalen Campus „incube8“ hat die Koelnmesse im Messehochhaus 2 in unmittelbarer Nähe zum Gelände eine im Messegeschäft bisher einzigartige Community geschaffen, an der Start-ups und Unternehmen aus den mit Köln verbundenen Messebranchen gemeinsam an digitalen Lösungen und ihrer Vermarktung arbeiten.

Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 im Plan

Koelnmesse 3.0, das mit rund 700 Millionen Euro größte Investitionsprogramm in der Geschichte des Unternehmens, ist im Plan. 2018 wurde das neue Parkhaus an der Zoobrücke in Betrieb genommen, das mit mehr als 3.200 Stellplätzen und als zentraler Teil der Lkw-Logistik massiv zur Verkehrsberuhigung im rechtsrheinischen Köln beiträgt und eine optische Bereicherung an einem der wichtigsten Zugänge zur Innenstadt darstellt.

Der Bau der neuen Messehalle 1plus mit 10.000 m² Ausstellungsfläche hat begonnen. Die Planungen für die multifunktionale Event-Location Confex[®] gehen voran. Confex[®] und Halle 1plus werden Kölns Kapazitäten für hochkarätige Tagungen und Kongressmessen auf ein neues Niveau heben. In der zweiten Jahreshälfte 2019 starten zudem die Arbeiten an der Attraktivitätssteigerung des direkten Messeumfeldes in Kooperation mit der Stadt Köln.