

Nr. 1 / Köln, im Januar 2012

Effizienzprogramme und Restrukturierung zeigen Wirkung

## Die Koelnmesse ist auf Wachstumskurs

Umsatz 2011 erneut auf Rekordniveau, Ergebnis um 15 Mio. Euro verbessert

Die Koelnmesse ist auf Wachstumskurs. Der Umsatz des Jahres 2011 wird mit über 235 Millionen Euro das Rekordniveau des Vorjahres (237 Millionen) voraussichtlich wieder erreichen und damit die Erwartungen an das vergangene Messejahr deutlich überschreiten. „Eine erstklassige Mannschaftsleistung“, kommentiert Gerald Böse, der Vorsitzende der Geschäftsführung. „Denn dieses sehr gute Umsatzergebnis ist in erster Linie der Entwicklung unserer Messen zu verdanken. Im Durchschnitt sind die Veranstaltungen des Jahres 2011 bei vermieteten Flächen, Aussteller- und Besucherzahlen prozentual zweistellig gewachsen.“ Auch der in den vergangenen Jahren begonnene und 2011 noch einmal intensivierte konsequente Effizienzkurs zeigt Wirkung. Böse: „Es ist uns gelungen, unser Ergebnis um rund 15 Millionen Euro zu verbessern. Aufgrund der hohen Mietzahlungen für unser Nordgelände bleibt es negativ, aber voraussichtlich unter zehn Millionen Euro.“

Dass die Umsatzsteigerung im Wesentlichen dem Kerngeschäft, den Eigenveranstaltungen der Koelnmesse-Gruppe, zu verdanken ist, ist aus Sicht des Unternehmens bemerkenswert, weil in den bisherigen Spitzenwert des Jahres 2010 noch die Durchführung des Deutschen Pavillons auf der EXPO in Shanghai eingeflossen ist. Besonders gut entwickelt haben sich 2011 beispielsweise die imm cologne in Verbindung mit der Living Kitchen®, die gamescom, die dmexco, die spoga+gafa, die interzum und die IDS. Der Umsatztrend ist deutlich positiv: Der Vierjahres-Schnitt 2008 bis 2011 liegt um 15 Prozent höher als noch 2004 bis 2007.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

**Guido Gudat**

Telefon

+49 221 821-2494

Telefax

+49 221 821-2460

E- Mail

[g.gudat@koelnmesse.de](mailto: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](mailto:info@koelnmesse.de)

[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hamma

Herbert Marner

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeister

Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Für 2012 ist angesichts des schwächeren Messeturnus bei einem Umsatz zwischen 220 und 230 Millionen Euro noch einmal ein Verlust zu erwarten. Die weiteren Aussichten sind freundlich: „Wenn uns und die internationale Wirtschaft keine neue weltweite Krise trifft, dann werden wir wie angekündigt 2013 erstmals seit Jahren wieder schwarze Zahlen schreiben und ab 2015 auch in der Gewinnzone bleiben. Wir werden wieder zu den wenigen deutschen Messegesellschaften gehören, die aus eigener Kraft nachhaltig Gewinne erwirtschaften.“ In alle Prognosen fließen die in ihrer Höhe umstrittenen Mietzahlungen für das Nordgelände vollständig mit ein.

2011 war für die Koelnmesse ein ereignisreiches Jahr, in dem ein konsequenter Umbau vollzogen wurde:

- Die Verantwortlichen für das Auslands- und das Neugeschäft, für Strategie und Unternehmensentwicklung sowie für Unternehmenskommunikation, Recht und Gremien berichten direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Gerald Böse (CEO).
- Das operative Messegeschäft ist in einem Geschäftsbereich mit Katharina C. Hamma als neuem Chief Operating Officer (COO) an der Spitze gebündelt. Erstmals wurde der Vertrieb in einem eigenen Geschäftsbereich zentralisiert. Alle Serviceleistungen und die Veranstaltungskommunikation sind im zentralen Geschäftsbereich Marktservices konzentriert. Die Zahl der Geschäftsbereiche Messemanagement wurde von sieben auf vier reduziert.
- Herbert Marner als Chief Financial Officer (CFO) mit den Zentralbereichen Finanzen & Controlling, IT, Personal, Einkauf und Infrastruktur komplettiert das Führungsgremium.

Die Bündelung der marktnahen Bereiche stellte nach Böses Worten eine „für eine internationale Messegesellschaft dieser Größe einzigartige Struktur dar. Wir sind damit gut aufgestellt, um unseren Kunden optimale Handels- und Kommunikationsplattformen zu bieten und gleichzeitig schnell und flexibel auf Wirtschafts- und Branchenentwicklungen reagieren zu können.“ Ziele für die kommenden Jahre sind

- die nachhaltige Entwicklung der Leitmessen
- die Investition in Zukunftsthemen und neue Formate
- eine deutliche Steigerung des Auslandsumsatzes
- und die Rückkehr in die Gewinnzone ab 2013.