

Nr. 2 / Köln, 24. Januar 2013

Koelnmesse wird 2013 wieder schwarze Zahlen schreiben

Aus eigener Kraft in die Gewinnzone

Umsatz höher als erwartet / Verlust geringer als geplant

Die Koelnmesse schafft aus eigener Kraft die Wende. Mit erfolgreichen Veranstaltungen und einem konsequenten Effizienzkurs ist die Koelnmesse auf dem Weg in die Gewinnzone. Mit voraussichtlich 227 Millionen Euro liegt der Umsatz des Messejahres 2012 über den Prognosen. Besser als erwartet fällt auch das Ergebnis aus: Zum zweiten Mal in Folge ist der Verlust deutlich geringer als geplant. Das Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) liegt mit mehr als 8 Millionen Euro erneut im deutlich positiven Bereich.

„Damit setzen wir unseren Wachstumskurs konsequent fort“, kommentiert Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH. Wesentlich dafür ist der Erfolg der Veranstaltungen. Für 2012 zieht Böse ein positives Fazit: „Unsere Messen haben unsere Erwartungen erfüllt und zum Teil sogar übertroffen. Im Durchschnitt steigt der Umsatz gegenüber den Vorveranstaltungen um vier Prozent.“ Besonders gut entwickelt haben sich zum Beispiel die Anuga FoodTec mit einem neuen Aussteller-, Besucher- und Flächenrekord, die dmexco mit rund einem Drittel mehr Ausstellern und die gamescom, die ihre Fläche um 16 Prozent vergrößern konnte.

Im weiteren Verlauf dieser positiven Entwicklungen wird die Koelnmesse ab 2013 nachhaltig schwarze Zahlen schreiben. „Zwar wird das Ergebnis aufgrund des Messezyklus nicht unbedingt in jedem Jahr positiv sein, im Durchschnitt werden wir ab 2013 jedoch Gewinn machen“, erläutert Böse. Damit einher geht eine Steigerung des Umsatzes: „Dieser wird im Schnitt bei über 250 Millionen liegen. Damit erreichen wir nachhaltig eine höhere Dimension.“ Für 2013 wird zudem der höchste Umsatz der Unternehmensgeschichte erwartet – immer vorausgesetzt, dass die Weltkonjunktur keine weiteren Krisen durchläuft.

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 Marnier

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeister

Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Wesentlich für das erwartete positive Ergebnis im turnusbedingt starken Messejahr 2013 sind die Leitmessen im Zwei- oder Mehrjahresturnus, die wieder auf dem Programm stehen. Dazu zählt im Herbst die Ernährungsmesse Anuga, die voraussichtlich komplett ausgebucht sein wird. Die Internationale Dental-Schau IDS wird größer denn je sein. Auch die Vorzeichen für die Möbel-Zuliefermesse interzum und die Bildungsmesse didacta sind sehr gut.

Es gibt einige Premieren. Neu im Messekalender ist die Publikumsmesse RheinSchauKöln, auf der sich Anfang Juni Hersteller, Dienstleister, Händler und das Handwerk nicht nur aus der Region präsentieren. In Russland findet im Mai erstmals die Einrichtungsmesse Rooms Moscow statt. Neu bei den Gastveranstaltungen ist im April die FIBO, Internationale Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit.

Neben der ständigen Weiterentwicklung bestehender Messen und der Etablierung neuer Messen im In- und Ausland sind auch die Effekte der 2011 erfolgten Reorganisation des Unternehmens sowie die konsequente Fortführung des Effizienzurses entscheidend für die Rückkehr in die schwarzen Zahlen.

Einen größeren Anteil am Gesamtumsatz wird außerdem das Auslandsmessegeschäft einnehmen. Bis 2016 soll der Umsatzanteil auf 15 Prozent steigen. Als Zielmärkte für ihre Auslandsaktivitäten hat die Koelnmesse neben den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) den Nahen und Mittleren Osten definiert.

Rückenwind geben der Koelnmesse auch die Ergebnisse des Kölner Markenprozesses. Danach ist das Unternehmen und seine Veranstaltungen für die internationale Wirtschaft der wichtigste Aspekt für die Attraktivität des Messe- und Kongressstandortes Köln. Um dauerhaft von der innerstädtischen Lage als wichtigem Imagetreiber und Wettbewerbsvorteil profitieren zu können, wird die Koelnmesse der Stadt Köln einen Masterplan zur Entwicklung des Messeumfeldes vorlegen und eine gemeinsame Entwicklung des Messestandorts und des Umfelds anstoßen.