

Sperrfrist: 10.07.2013, 12:00 Uhr!

Es gilt das gesprochene Wort!

Ausführungen von Oberbürgermeister Jürgen Roters
anlässlich der Jahres-Pressekonferenz der Koelnmesse
am 10.07.2013, 11:00 Uhr, im Großen Sitzungssaal im Messehochhaus

Gute Botschaften zu verkünden, ist immer eine angenehme Pflicht.

Wir haben im vergangenen Jahr an dieser Stelle die Marschrouten präsentiert, welche die Koelnmesse bergauf führt. Eines der ersten Teilstücke haben wir bereits bewältigen können.

Die Koelnmesse befindet sich in einer starken Position: Sie werden heute von Umsatz und Ergebnis hören, die deutlich über den Planzahlen liegen. Sie werden von hervorragend verlaufenen Veranstaltungen hören. Wir werden Ihnen sehr solide, positive Perspektiven aufzeigen. Und wir werden einige weitere Punkte präsentieren, welche die Attraktivität des Messestandortes langfristig sichern sollen. Darunter wird ein Masterplan sein, der die Entwicklung rund um das Gelände – inklusive der städtischen Infrastruktur – umfasst.

Eine neue Organisationsstruktur und die runderneuten Abläufe der Koelnmesse sind sehr gute Voraussetzungen für nachhaltiges Wachstum. Aufsichtsrat und Geschäftsführung haben in den vergangenen Jahren intensiv über die – inzwischen erfolgte – Reorganisation und verschiedene Programme zur Effizienzsteigerung beraten und gemeinsam Lösungen implementiert. Wie sich jetzt schwarz auf weiß zeigt, haben diese die Koelnmesse fit für die Zukunft gemacht. Die betriebswirtschaftlichen Prognosen sind positiv – immer vorausgesetzt, dass die wirtschaftliche Großwetterlage sich nicht entscheidend eintrübt.

Damit ist die Koelnmesse ein gelungenes Beispiel für den erfolgreichen Turnaround eines Unternehmens, das maßgeblich in städtischem Besitz ist. Darauf sind wir stolz. Und dieses Beispiel können wir auch für die Konsolidierungsbemühungen bei anderen stadtnahen Gesellschaften zum Vorbild nehmen. Es gilt, innerhalb des „Konzerns Stadt Köln“ Synergieeffekte konsequent zu nutzen und Doppelfunktionen zu beseitigen. Ich sehe gerade im Veranstaltungs- und Eventbereich – im Bezug auf die Betriebsvermarktung – noch ungenutzte Potentiale.

Das florierende Messegeschäft ist nicht nur gut für die Koelnmesse. Auch die Stadt Köln und die Region profitieren von erfolgreichen Veranstaltungen. Wie Sie sicher wissen, hat die renommierte Markenagentur Brandmeyer in umfangreichen Interviews im städtischen Auftrag herausgefunden, welche Eigenschaften Kölns die attraktivsten sind. Neben Wissenschaftlern und Touristen wurden 1.500 Unternehmen im In- und Ausland befragt. Das Ergebnis: Unternehmen, Wissenschaftler und Touristen aus dem Ausland kommen nach Köln, weil unsere Stadt eine starke Wirtschaftskraft hat, einen guten Ruf als lebenswerte Metropole und weil sie ein guter Messe- und Tagungsstandort ist. Insbesondere die Unternehmen schätzen unsere Stadt in hohem Maße als Standort für Messen, Tagungen und Kongresse.

In Schwerpunktländern wie China, Indien und Brasilien ist der „Markenbaustein Messe“ sogar der wichtigste Markentreiber, der wie kein zweiter die Attraktivität von Köln bestimmt. Für die Koelnmesse gibt es rundum gute Noten – von ihrer zentralen Lage und dem Messegelände selbst bis hin zum Rahmenprogramm in der Stadt. Hierzu gehören auch die Aktionen und Events der „Initiative Messestadt“, die wir vor gut drei Jahren gemeinsam mit vielen Kölner Institutionen gegründet haben. Mit den Aktionen werden die Veranstaltungsthemen weit über die Messehallen hinaus in ganz Köln erlebbar. Zum Beispiel ist dies mit dem gamescom-festival – das regelmäßig viele Tausende Besucherinnen und Besucher in die Innenstadt lockt – oder der Cologne Design Week zur imm cologne der Fall.

Um die gute Reputation unserer Stadt im Ausland weiter auszubauen, sind die Koelnmesse, Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft und die Stadt Köln

auch weiterhin gemeinsam in wichtigen Wachstumsmärkten unterwegs. Alle Beteiligten tragen ihren Teil zum Gelingen bei: die Stadt Köln – oft über ihre Städtepartnerschaften und politischen Kontakte –, die IHK über ihre Kammerverbindungen und die Koelnmesse über ihre Kontakte zu Branchenverbänden, Tochtergesellschaften und Vertriebspartnern weltweit. Bei ihren Präsentationen, Messen und Pressekonferenzen im Ausland transportiert die Koelnmesse stets auch die Marke Köln in wichtige Märkte.

Die Zusammenarbeit zwischen der Stadt Köln und der Koelnmesse bezieht sich aber nicht nur auf das Destinationsmarketing nach außen. Wir richten unser Augenmerk auch auf Köln. Gemeinsam erarbeiten wir zurzeit einen Masterplan, der die Zukunftsfähigkeit der Messegesellschaft in den kommenden zwei Jahrzehnten sicherstellen soll. Der Bogen ist weit gespannt. Es geht um die Modernisierung der Südhallen. Es geht um die Optimierung von Verkehr und Logistik. Es geht aber auch um ein Thema, das wir schon seit längerer Zeit diskutieren: ein Kongresszentrum im unmittelbaren Messeumfeld.

Ich stelle fest, dass nach vielen Schlagzeilen in der Vergangenheit der gute Ruf inzwischen der Koelnmesse wieder vorseilt. Das erfahren wir auch immer wieder auf unseren Auslandsreisen, das zeigt sich aber auch an anderer Stelle: Allein im vergangenen Jahr erreichten die Koelnmesse rund 4.300 externe Bewerbungen. 49 der Bewerberinnen und Bewerber erhielten schließlich eine Zusage. Auch die jährlich sechs Ausbildungsplätze sind heiß begehrt. Dies ist auch der hohen Qualität der Ausbildung bei der Koelnmesse zu verdanken: Im Jahre 2012 wurde die Koelnmesse bereits zum vierten Mal von der IHK Köln als einer der besten Ausbildungsbetriebe für herausragende Leistungen in der Berufsausbildung ausgezeichnet.

Ich bedanke mich beim gesamten Koelnmesse-Team für seinen erfolgreichen Einsatz und bei der Geschäftsführung für die produktive Zusammenarbeit. Als Oberbürgermeister der Stadt Köln danke ich für die vielen Impulse, welche von der Koelnmesse für die Stadt und die Region ausgehen.