

Sperrfrist: 10.07.2013, 12:00 Uhr!

Es gilt das gesprochene Wort!

Ausführungen von Katharina C. Hamma,
Geschäftsführerin der Koelnmesse,
anlässlich der Jahres-Pressekonferenz
am 10.07.2013, 11:00 Uhr, im Großen Sitzungssaal im Messehochhaus

Unsere positive Entwicklung gründet im Wesentlichen auf den Ergebnissen unserer Messen und Veranstaltungen. 2012 haben wir insgesamt 82 Messen, Ausstellungen und Special Events organisiert: 59 eigene Veranstaltungen – davon 28 im Ausland – und 23 Gastveranstaltungen. Das Angebot von 30.800 ausstellenden Unternehmen zog fast 1,9 Millionen Besucher an.

Besonders gut entwickelt hat sich die imm cologne, die internationale Einrichtungsmesse. Wie Sie sicherlich wissen, stellen wir der imm cologne seit 2011 im jährlichen Wechsel die LivingKitchen® und die LivingInteriors® an die Seite. Diese beiden eigenständigen Messen ergänzen das Spektrum der imm cologne um zwei spezielle Themenbereiche: LivingKitchen zeigt die Welt der Küche und LivingInteriors steht für ganzheitliche Wohn- und Einrichtungskonzepte. Die LivingInteriors® ging Anfang 2012 erstmalig zeitgleich mit der imm cologne an den Start. Das Doppel erzielte gegenüber der imm cologne 2010 ein Besucherplus von 16 Prozent. Spätestens jetzt war klar, dass der Wandel von der Möbelmesse hin zur eventorientierten ganzheitlichen Einrichtungsmesse die richtige Strategie war.

Bei der Anuga FoodTec, der führenden Plattform für die internationale Ernährungstechnologie, haben wir die zukunftsweisenden Themen angeboten – in einem schlüssigen und attraktiven Veranstaltungskonzept. Mit 27 Prozent mehr Besuchern und 21 Prozent mehr Fläche hat die Anuga FoodTec ihr bisher bestes Ergebnis seit der Premiere im Jahr 1996 abgeliefert.

Eines unserer Flaggschiffe ist die gamescom, das weltweit größte Messe- und Event-Highlight für interaktive Spiele und Unterhaltung, und sie ist gewachsen. Mehr Aussteller, mehr Ausstellungsfläche und, obwohl es am heißesten Wochenende des Jahres keine spektakulären Neuheiten gab, kamen ebenso viele

Besucher wie 2011 – und das bei verbesserter Aufenthaltsqualität für unsere Besucher. Damit war die gamescom im Jahr 2012 die erfolgreichste, die wir je hatten!

Die dmexco zeigt eines unserer aussichtsreichsten Zukunftsthemen – sie ist und bleibt eine tolle Erfolgsgeschichte. Innerhalb kürzester Zeit hat sie sich zur weltweit führenden Messe und Konferenz der digitalen Wirtschaft entwickelt. Diese Zahlen aus 2012 verdeutlichen ihr Potenzial: 33 Prozent mehr Aussteller und die 16 Prozent mehr Besucher sind neuer Rekord.

Bei der photokina haben wir im vergangenen Jahr eindrucksvoll erlebt, dass eine Messe einer Branche immer wieder neue und starke Impulse geben kann und damit zu deren Erfolgen beiträgt: die photokina sorgte für eine positive Grundstimmung der Aussteller und das gemeinsame Gefühl, dass sich in der Branche etwas bewegt.

Die INTERMOT Köln, die internationale Zweiradmesse, stand im Spannungsfeld von zwei Faktoren: Der deutsche Motorradmarkt ist stabil, in Europa insgesamt sinken die Absatzzahlen. Und dennoch war die INTERMOT Köln erfolgreich, dennoch war die Stimmung besser als es die Branchenkonjunktur erwarten ließ – weil das Veranstaltungskonzept schlüssig ist und weil wir ein Rahmenprogramm der Spitzenklasse bieten.

Seit Jahrzehnten fest etabliert ist die ORGATEC. Mit ihr haben wir unsere Kompetenz für die wesentlichen Trendthemen der „modernen Arbeitswelten“ erneut bewiesen. Sie hat mit etwa 600 Ausstellern und rund 50.000 Besuchern die Vorveranstaltung getoppt, obwohl derzeit eine Reihe ihrer Kundenbranchen kriseln.

Die C-Shop Cologne hatte eine absolut erfolgreiche Premiere! 1.300 Fachbesucher aus Groß- und Einzelhandel, Industrie, Projektentwicklung und aus den New Channels von Tankstelle bis Kiosk. Dieser Erfolg belegt: Wir erkennen neue Trends! Wir platzieren die entscheidenden Themen! Und wir machen daraus Veranstaltungen, die Märkten und Branchen neue und starke Impulse geben!

An dieser Stelle möchte ich Ihr Augenmerk auf drei besondere Veranstaltungen im Portfolio der Koelnmesse richten: unsere „Hidden Champions“, unsere Stars im Verborgenen – sie zählen zu den eher unauffälligen, aber wirtschaftlichen Top-Performern jeweils im Verhältnis zur Veranstaltungsgröße hier am Standort Köln.

Da ist beispielsweise die Kind + Jugend: Seit nunmehr neun Jahren entwickelt sie sich prächtig. Kontinuierlich aufwärts geht es bei den Ausstellerzahlen und auch die Besucherzahlen steigen stetig – im Vergleich zum Jahr 2003 hat sie damit um 100 Prozent zugelegt. Damit bestätigt und festigt sie ihre Rolle als international wichtigste Fachmesse der Baby- und Kinderausstattungsbranche.

Die spoga+gafa ist ein „Hidden Champion“ und ein „Big Fish“! Unsere internationale Garten- und Freizeitmesse ist Nummer 1 in den Bereichen Grill und Barbecue, Gartenmöbel und Dekoration. Die boomende Branche profitiert dabei von einem absoluten Trendthema in der Gesellschaft: Garten und Outdoor Living. Wir inszenieren das Grillen hier – live! – in verschiedenen Outdoor-Kulissen auf der größten Grillparty der Welt, wir zeigen riesige Gartenmöbelwelten und dazu die bunte Vielfalt der Dekoration.

Der dritte unserer Hidden Champions ist die h+h cologne, die Internationale Fachmesse für Handarbeit + Hobby. Stricken, Häkeln, Nähen, Sticken und Basteln ist ein absoluter Hype – und wir bieten diesem rasant wachsenden Markt die wichtigste internationale Order-Plattform. Jedes Jahr kommen 10 Prozent mehr Besucher – das sind natürlich Fachbesucher – und 10 Prozent mehr Aussteller.

Wenn wir nun auf das erste Halbjahr 2013 schauen, dann setzt sich dieser positive Trend weiter fort. Hier einige Beispiele:

Nach einer wiederum begeisternden imm cologne/LivingKitchen® zeigte die didacta – die Bildungsmesse, die alle drei Jahre – neben Stuttgart und Hannover – in Köln stattfindet, wie attraktiv der Messestandort Köln ist: 19 Prozent mehr Besucher als bei der Vorveranstaltung in Hannover und damit das zweitbeste Ergebnis seit 1997. Und das trotz Grippewelle in NRW und wenig Neuheiten und Veränderungen in der Bildungspolitik.

Die unangefochtene Leitmesse ihrer Branche ist auch die Internationale Dental Schau IDS – ein wichtiger Baustein in unserem Portfolio. In diesem Jahr ist sie wie erwartet gut gelaufen und wir haben erstmalig die Grenze von 2.000 Ausstellern gesprengt und konnten auch bei den Besuchern gleich doppelt zulegen: Gesamtbesucherzahl +7 Prozent und Auslandsanteil +6 Prozent.

Zur ART COLOGNE muss an dieser Stelle nicht viel gesagt werden. Es geht steil aufwärts, denn wir haben sie reformiert und die Anzahl der Aussteller reduziert. Die besten haben wir behalten und stetig mehr international wichtige Galerien

dazu- oder zurückgewonnen. Jetzt ist die ART COLOGNE das Spiegelbild der vitalen, internationalen Kunstszene. Und das Echo ist durchweg positiv: Qualität auf Ausstellerseite folgt Qualität auf Besucherseite.

Die interzum, die Weltleitmesse für Möbelfertigung und Innenausbau, sie ist stark und attraktiv. Sie holt die Welt nach Köln und gibt ihr neue und kräftige Impulse. Insgesamt hat sie stabil hohe Besucherzahlen, und mit rund 67 Prozent einen sehr hohen Anteil ausländischer Besucher und Entscheidungsträger – vor allem aus Asien, Nordamerika und Osteuropa. Dazu 7 Prozent mehr Aussteller und 6 Prozent mehr Fläche.

Die erste RheinSchauKöln Ende Mai hat leider nicht ganz das bekommen, was sie verdient – noch nicht! Wir hatten viele Aussteller, mit einem sehr breit gefächerten Angebot und größtenteils tollen Ständen. 35.000 Besucher waren begeistert und auch viele Aussteller waren mit dem Besuch ihrer Stände und Flächen mehr als zufrieden – aber es waren eben „nur“ 35.000 Besucher. Besonders erfreulich für die Aussteller: Wir haben insgesamt ein junges und kaufkräftiges Publikum von der RheinSchau überzeugt. Die RheinSchauKöln besitzt das Potenzial, ein Publikumsmagnet für die ganze Region zu werden – und dieses Potenzial werden wir uns für 2014 weiter erschließen!

Zum Schluss möchte ich Sie noch auf ein Highlight des Jahres aufmerksam machen, denn morgen kommt die Mode zurück nach Köln – mit der CFC – Children's Fashion Cologne. Ab morgen zeigt die internationale Modefachwelt hier zweimal im Jahr die neuesten Kollektionen und Trends der Kinder-, Baby- und Umstandsmode. Das Know-how und die guten Branchenkontakte haben wir aus der Kind + Jugend und das schlüssige Konzept haben wir zusammen mit unseren Partnern entwickelt – und das hat ganz offensichtlich auch die Branche überzeugt!