

**Sperrfrist: 02.07.2014, 12:00 Uhr!**

**Es gilt das gesprochene Wort!**

**Ausführungen von Katharina C. Hamma,  
Geschäftsführerin der Koelnmesse  
anlässlich der Jahres-Presskonferenz  
am 02.07.2014, 11:00 Uhr, im Großen Sitzungssaal im Messehochhaus**

---

Das Herzstück unseres Unternehmenserfolgs sind unsere Messen! Und deren Entwicklungskurve zeigt klar nach oben: Mit unseren kleinen wie großen Veranstaltungen haben wir 2013 gezeigt, dass wir nicht nur in der Messebranche mithalten, sondern auf der Überholspur sind! Wie Herr Böse bereits erwähnte, haben sich unsere Veranstaltungen über AUMA-Durchschnitt entwickelt und der Umsatz gegenüber den Vorveranstaltungen stieg um satte acht Prozent. 62 eigene Koelnmesse-Veranstaltungen, davon 27 im Ausland, organisierten unsere Mitarbeiter im Jahr 2013, hinzu kam die Betreuung von 27 Gastveranstaltungen in Köln. Knapp 40.000 ausstellende Unternehmen und mehr als 2 Mio. Besucher waren 2013 zu Gast auf den Messen in Köln und im Ausland.

Einige unserer Veranstaltungen haben sich besonders bemerkenswert entwickelt, so die Internationale Dental-Schau **IDS** mit einem Ausstellerwachstum von 7 Prozent und die **h+h cologne** mit einem Ausstellerwachstum 17 Prozent. Die **dmexco** und die **gamescom** hatten 2013 noch einmal deutlich mehr Besucher als 2012: die dmexco 18 Prozent mehr, die gamescom gar 28 Prozent mehr. Bei der Fläche hat unter anderem die **LivingKitchen®** überdurchschnittlich zugelegt, um 11 Prozent. Soviel zu unseren absoluten Erfolgsmeldungen, die ich noch um einen Veranstaltungsrückblick ergänzen möchte.

Schon zu Beginn des Messejahres 2013 gelang der Koelnmesse ein Traumstart: Zehn Prozent mehr inländische Aussteller und zwölf Prozent mehr internationale Besucher bei der Internationalen Möbelmesse **imm cologne** waren mehr als erfreulich für die Möbelbranche. Wichtig war vor allem der ausgezeichnete Auslandsbesuch, der das wichtige Exportgeschäft unserer Aussteller stärkte.

Steigende Internationalität beobachten wir bei vielen Veranstaltungen in Köln – dazu zwei Beispiele:

Erstens: Unser Klassiker **ISM**, die weltweit größte Fachmesse für Süßwaren und Knabberartikel. Sie entwickelt sich nach einigen schwierigen Jahren wieder positiv und verzeichnete leichtes Wachstum bei internationalen Messebesuchern: Wichtiger aber als das rein quantitative Wachstum war in diesem Falle das qualitative Wachstum. Aus Gesprächen und Umfragen wissen wir: Hochkompetente Fachbesucher bewegen immer mehr Unternehmen aus dem Ausland zu einer Messebeteiligung: 84 Prozent der Aussteller auf der ISM kommen mittlerweile aus dem Ausland.

Das zweite Beispiel ist die Internationalen Dentalschau **IDS**, die sich, ich erwähnte es bereits, bemerkenswert gut entwickelt hat. Das gilt auch und vor allem für die ausländische Beteiligung. Gut 21 Prozent mehr ausländische Besucher und 11 Prozent mehr internationale Aussteller verzeichneten wir. Der steigende internationale Anteil an Besuchern und Ausstellern ist einer der roten Fäden, die sich durch das Messejahr 2013 ziehen. Dies ist eine Bestätigung für unser Ziel, die internationale Relevanz unserer Veranstaltungen, so hoch sie bereits ist, noch weiter zu steigern.

Und noch eine schöne Entwicklung haben wir 2013 beobachtet: Im Windschatten der großen Messen wie imm cologne oder ISM konnten wir kleinere und speziellere Parallelmessen etablieren, die mittlerweile erwachsen geworden sind und auf einer Erfolgswelle schwimmen: Die **LivingKitchen®**, die die internationalen Möbelmesse flankiert, ist dafür ein Beispiel. Die **ProSweets Cologne** hat sich parallel zur ISM ebenfalls hervorragend entwickelt: Seit ihrer Premiere 2006 konnten wir die Besucherzahl mehr als verdoppeln!

Im Kunstbereich war die **ART COLOGNE** das Frühlings-Highlight. Die Kunstmesse „war die beste seit 15 Jahren“, um es mit den Worten eines bekannten Schweizer Galeristen zum Ausdruck zu bringen. Und dem ist nicht viel hinzuzufügen! Beeindruckende Neuzugänge ebenso wie prominente Rückkehrer waren vertreten. Die traditionsreiche Kölner Kunstmesse ist damit zurück auf der Erfolgsspur und das freut uns!

Die zweite wichtige Veranstaltung im Messefrühling war die Weltleitmesse für Möbelfertigung und Innenausbau, **interzum**: Sechs Prozent mehr Fläche, mehr Besucher und vor allem auch hier: ein leichtes Plus bei internationalen Ausstellern, insbesondere aus wichtigen Wachstumsmärkten wie aus der Türkei, aus Russland und aus China.

Im Sommer galt alle Aufmerksamkeit der weltgrößten Messe für interaktive Spiele und Unterhaltung, **gamescom**. Sie alle wissen: Es war die erfolgreichste gamescom aller Zeiten, ein Jahrzehntereignis: Mehr als 340.000 Besucher davon 30.000 Fachbesucher machten Köln zum Mittelpunkt der interaktiven Spielebranche. Diese traumhaften Zahlen verdanken wir insbesondere den Weltpremierer zweier neuer Spielkonsolen. Dass wir angesichts eines kräftigen Besucherwachstums die Aufenthaltsqualität auf der Messe verbessern konnten, war nicht leicht, aber wichtig.

Auch die Leitmesse der Digitalwirtschaft **dmexco** wuchs sehr kräftig. Die gute Entwicklung dieser beiden Messen im Digitalbereich zeigt, dass die Koelnmesse wichtige Zukunftsthemen besetzt und ihnen neuen Schub verleiht.

Sehr erfolgreich sind nach wie vor unsere traditionsreichen Veranstaltungen, allen voran die **Anuga**: Mit 6.700 ausstellenden Unternehmen komplett ausverkauft bei konstant guten Besucherzahlen und leichtem Flächenwachstum hat sich die Anuga wieder als die größte und wichtigste Food- und Beverage-Messe der Welt präsentiert. 155.000 Top-Einkäufer machten die Messe zu dem Branchentreff schlechthin, 50 wirtschaftspolitische Delegationen nutzten die Messe zum Dialog und der Besuch von Kronprinz Felipe, mittlerweile spanischer König, verlieh der Anuga Glanz, Glamour und Prestige: Es war wirklich alles da, was zu einer gelungenen Großmesse vonnöten ist.

Anuga oder gamescom werden von der Öffentlichkeit regelmäßig als Höhepunkte des Messejahres gepriesen. Aber wir haben auch so manch andere, oft unterschätzte Erfolgsgaranten im Portfolio, die für unser Geschäft entscheidend sind: Zu ihnen zählt immer noch die **h+h cologne**, die jedes Jahr zweistellige Wachstumsraten bei Besuchern und Ausstellern hinlegt und als DER Branchentreff im stetig wachsenden Milliardenmarkt Handarbeit gilt. Ein echter Erfolgsgarant ist aber auch die **Kind + Jugend** mit einer konstant hohen Internationalität. Schließlich darf die Gartenmesse **spoga+gafa** in dieser Reihe der wenig bekannten, aber erfolgreichen Messen nicht fehlen: Mehr Besucher aus mehr Ländern, 83 Prozent der Aussteller kommen aus dem Ausland – das sind Parameter einer erstklassigen Fachmesse, die prächtig sprießt und gedeiht, um im Gärtnerjargon zu bleiben.

Bei der **spoga+gafa** sehen wir noch viel Potenzial: Derzeit denken wir darüber nach, der Fachmesse eine **Endverbrauchermesse** an die Seite zu stellen, denn das Thema Garten liegt weiterhin voll im Trend. Es wäre eine schöne Nachricht für eine der grünsten Großstädte Deutschlands, in der sogar ein hipper Club „Schrebergarten“ heißt, eine Publikumsmesse rund um den Garten ins Leben zu rufen. Ob aus der Idee eine Messe wird, entscheidet sich in den nächsten Monaten und vorerst gilt: „Das Gärtnern lehrt uns Geduld“ und die bitte ich Sie noch aufzubringen, bis wir handfeste Nachrichten melden können.

Wir ruhen uns auf unserem Bestandsgeschäft nicht aus! Wir prüfen laufend neue Ideen und Chancen. So ist auch die **CFC**, die Children's Fashion Cologne, entstanden, die 2013 eine erfolgreiche Premiere feierte und auf gutem Kurs ist: Top-Label waren vertreten, womit die Messe auf Anhieb als wichtige Order- und Businessplattform fungierte. Der eingeschlagene Weg wird fortgesetzt.

Das Gastveranstaltungsgeschäft hat sich ebenso positiv entwickelt wie unsere eigenen Messen; Herr Böse verwies darauf. Doch auch bei den Gastveranstaltungen gilt: Wahrgenommen wird vor allem die spektakuläre **FIBO**, die sich in Köln gewiss prächtig entwickelt hat. Genauso wichtig sind aber die weniger prominenten Umsatzgaranten, wie die Fachmesse für Breitband, Kabel & Satellit **ANGA COM**, oder das **EUROBAUSTOFF FORUM**. Mit

Neuakquisitionen gelang es uns zudem, das Gastveranstaltungsportfolio weiter zu ergänzen: Beispiel dafür ist die Veranstaltung **ORTHOPÄDIE SCHUH TECHNIK**, die sich nach dem Umzug zur Koelnmesse über Wachstum freute.

Zum Abschluss noch die wichtigsten Meldungen im ersten Halbjahr 2014: Die internationale Möbelmesse **imm cologne** knackte den Besucherrekord. Die Frühjahrs-Ausgabe der **CFC** lieferte zwar bessere Zahlen als die Premiere im Sommer 2013, allerdings sehen wir bei dieser jungen Messe noch Luft nach oben und sind dementsprechend gespannt, wie sich die CFC summer-edition im Juli entwickeln wird. Die **h+h cologne** blieb auf Wachstumskurs mit kräftigen Zuwächsen bei Ausstellern und Besuchern. Die **INTERNATIONALE EISENWARENMESSE** wuchs auf Ausstellerseite um 4,5 Prozent und die **ART COLOGNE** verteidigte mit konstant hohen Besucherzahlen eine Führungsposition unter den internationalen Kunstmessen.

Das ist ein gutes Zwischenergebnis für 2014 und ich freue mich nun auf die zweite Jahreshälfte mit tollen Messen wie **gamescom, spoga+gafa, photokina** und **ORGATEC**.