

Sperrfrist: 24.06.2015, 12:00 Uhr!

Es gilt das gesprochene Wort!

**Ausführungen von Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin,
anlässlich der Jahres-Pressekonferenz der Koelnmesse
am 24.06.2015, 11:00 Uhr, Messehochhaus, Großer Sitzungssaal**

Es tut sich so einiges bei uns – Koelnmesse 3.0, Auslandsgeschäft, Digitale Strategie und einiges mehr. Das alles machen wir, um unser Kerngeschäft - das „Messemachen“ - zu unterstützen und auch in Zukunft zu den wichtigsten internationalen Messeunternehmen zu gehören.

Unser Kerngeschäft – das heißt in Zahlen folgendes: An den insgesamt 81 Messen und Ausstellungen im Jahr 2014 beteiligten sich mehr als 34.000 Unternehmen aus 96 Ländern und über 2,1 Mio. Besucher aus 198 Staaten. 23 Eigen- und 26 Gastveranstaltungen fanden in Köln statt, 32 Messen im Ausland.

Die sehr gute Entwicklung unserer Veranstaltungen in Köln hat wesentlich zu der deutlichen Ergebnisverbesserung beigetragen. Das ist sehr erfreulich und zeigt wieder einmal, dass unser Geschäft hier in Köln das entscheidende Fundament unserer Arbeit bildet. Es lohnt damit jede Investition – sei es in die Veranstaltungen selbst oder in Gelände und Infrastruktur.

Dass sich das Geschäft am Messestandort Deutschland so positiv entwickelt, ist in der deutschen Messewirtschaft keinesfalls eine Selbstverständlichkeit, wie auch die vom deutschen Messeverband AUMA berechneten Durchschnittszahlen für das deutsche Messewesen zeigen. Danach haben sich die deutschen Messen im Jahr 2014 im Hinblick auf die Aussteller und Besucher um jeweils ein Prozent nach oben entwickelt, die Aussteller-Standfläche stagniert mit +/- 0 Prozent im deutschen Messedurchschnitt. Dem gegenüber stehen teilweise enorme Wachstumszahlen einiger unserer Messen am Standort Köln.

Eine Veranstaltung, die bei allen drei Parametern – Ausstellern, Besuchern und Fläche – nochmals deutlich zulegen konnte, ist die Leitmesse für die Digitale Wirtschaft **dmexco**. Mit einem Plus von fast 20 Prozent ist sie in puncto Fläche wieder einmal kräftig gewachsen. Aber auch die Entwicklung der Besucher- und Ausstellerzahl kann sich mit einem Anstieg von zehn bzw. sieben Prozent mehr als sehen lassen.

Ein kräftiges Wachstum konnte auch die **gamescom** verzeichnen: Auf einer im Vergleich zu 2013 zwölf Prozent größeren Fläche präsentierten die Aussteller – über fünf Prozent mehr als im Vorjahr – den Besuchern die neuesten Trends der interaktiven Spielewelt.

Die tolle Entwicklung dieser beiden Messen bestätigt, dass wir es schaffen, frühzeitig wichtige Zukunftsthemen zu erkennen und ihnen mit einer entsprechenden Messeplattform die nötige Schubkraft zu geben.

Das heißt aber absolut nicht, dass wir unsere traditionellen Messe-Schwergewichte vernachlässigen – im Gegenteil. Für sie gilt: Ohne Fleiß, kein Preis! Innovationen und Trends entwickeln sich heute viel schneller als noch vor zehn, zwanzig Jahren. Wir strecken unsere Fühler deshalb permanent in die Branchen aus, um die aktuellen Markttrends, die Stimmung und die zentralen Herausforderungen zu kennen und den verschiedenen Wirtschaftszweigen mit diesem Wissen möglichst effektive Messeplattformen zu bieten.

So haben wir bei der **imm cologne** 2014 konsequent den Weg von einer Möbel- zu einer Einrichtungsmesse weiter verfolgt. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch die lebendige Hallenkonzeption der alle zwei Jahre parallel stattfindende **LivingInteriors®**. Durch einen noch stärkeren Fokus auf die Themen Design und Architektur sowie die Präsentation ganzheitlicher Wohn- und Einrichtungskonzepte haben wir es mit den beiden Messen geschafft, die hohe Emotionalität, die mit den Themen Wohnen und Einrichten verbunden ist, noch besser sichtbar zu machen. Dass das funktioniert, ließ sich nicht nur in einer positiven Stimmung untermauern, sondern auch mit vielversprechenden Zahlen: Gegenüber dem Vergleichsjahr 2012 kamen über fünf Prozent mehr Besucher zur Messe, insbesondere aus dem Ausland.

Ich bleibe im Einrichtungsbereich: Die **ORGATEC**, internationale Leitmesse für Office & Object, hat im Oktober 2014 die Büroarbeit der Zukunft erlebbar gemacht und deutlich gezeigt, dass die Frage, wie und in welcher Umgebung wir arbeiten, ein absolutes Trendthema ist. Mit mehr als 50.000 Besuchern verzeichnete die Messe einen leichten Besucherzuwachs, mit einem Plus von sieben Prozent vor allem auf internationaler Seite. Außerdem belegte die Messe vier

Prozent mehr Ausstellungsfläche als bei der Vorveranstaltung 2012. Besonders erfreulich war, dass wir den Ausstellungsbereich „ORGATEC Contract“, in dem es um Einrichtungslösungen im Bereich Hospitality und Hotellerie – zum Beispiel Hotel-Lobbys und Restaurants – geht, ausbauen konnten, mit dem wir der wichtigen Besucherzielgruppe Architekten einen zusätzlichen Mehrwert bieten.

In den Kanon unserer traditionsreichsten Veranstaltungen gehört ohne Frage auch die **INTERNATIONALE EISENWARENMESSE KÖLN**, die im vergangenen Jahr bereits zum 39. Mal stattfand. Nach sinkenden Aussteller- und Flächenzahlen in den vergangenen Jahren hat sie nun eindeutig die Talsohle durchschritten und ist auf einem deutlichen Aufwärtstkurs. Mit fast 2.800 Anbietern kamen fast fünf Prozent mehr als zwei Jahre zuvor. Dazu haben Messe-Rückkehrer ebenso wie neue Marken beigetragen.

Andere Branche, ähnliche Entwicklung: Mit einem Ausstellerplus von ebenfalls fast fünf Prozent hat die Internationale Süßwarenmesse **ISM** im Januar 2014 ihre Position als Leitmesse der Branche behauptet. Besonders erfreulich war, dass wir es mit innovativen Konzepten geschafft haben, einige Unternehmen nach längerer ISM-Abwesenheit wieder auf die Messe zurückzuholen, darunter Ritter und den Gebäckhersteller Continental Bakeries. Innerhalb der ISM hat auch die **ProSweets Cologne Conference** mit einer gesteigerten Teilnehmerzahl und einer größeren Akzeptanz eine schöne Entwicklung genommen.

Ein sehr gelungenes Beispiel für eine Messe, die sich laufend mit ihrer Branche weiterentwickelt, war die **photokina** im September 2014: Neben den neuesten technischen Innovationen hat die Messe auch der veränderten gesellschaftlichen Bedeutung der Themen Fotografie und Film Rechnung getragen – zum Beispiel haben mit Programmpunkten wie „photokina communities“, „photokina movie“ und „photokina mobile“ auch Themen wie Action-Cams, Drohnen, Social Media und Mobile Apps auf der Messe Einzug gehalten. Dass die Messe auch innerhalb der Branche als wichtigste Business-Plattform wahrgenommen wird, zeigt die erfreulich hohe Zahl der Unternehmen, die erstmals auf der Messe vertreten waren: Mit rund 180 Unternehmen war sie so hoch wie nie.

Dass sich Fach- und Publikumsmesse nicht ausschließen, wurde bei der Zweiradmesse **INTERMOT Köln** deutlich. Für beide Zielgruppen bietet die Messe die richtige Mischung zwischen Produktpräsentation und Event-Programm. Zusätzliche Business-Impulse setzte der neu eingeführte Fachbesuchertag zum Messeauftakt.

Mit der 48. Auflage hat sich die **ART COLOGNE** 2014 erneut als wichtigste deutsche Kunstmesse behauptet. Mit den neuen Sektionen **COLLABORATIONS** und **FILM COLOGNE** setzte sie neue Akzente. Dies gelang auch auf der **Cologne Fine Art** im Herbst 2014, bei der neu eingeführte „Young Collectors Room“ vor allem viele junge Kunstsammler auf die Messe zog.

Neben den bekannten Publikumsmagneten und traditionellen Flaggschiffen hat unser Messeprogramm zahlreiche Veranstaltungen zu bieten, die in der Öffentlichkeit zwar weniger bekannt, für uns aber ebenso entscheidend sind.

Dazu zählt die **h+h cologne**, die 2014 mit erneutem Wachstum in allen drei Parametern – Aussteller, Besucher, Fläche – wieder einmal gezeigt hat, dass Handarbeiten ein Milliardenmarkt mit viel Potenzial ist. Eine erneute Bestmarke hat auch die **Kind + Jugend** erreicht: Sie zeigte der Fachwelt die neuesten Trends der Baby- und Kinderausstattungsbranche. Außerhalb der Branche sind auch die Gartenmesse **spoga+gafa** und die Pferdesport-Messe **spoga horse** weniger bekannt. Dabei belegen sie zusammen fast das komplette Gelände und liefern regelmäßig erfreuliche Ergebnisse, zum Beispiel ein Ausstellerplus von über acht Prozent für die **spoga+gafa** inklusive der **spoga horse** Herbstausgabe und ein Besucherplus von mehr als zehn Prozent für die Frühjahrsausgabe der **spoga horse**.

Übrigens sprechen wir mit dem Thema Garten in diesem Jahr erstmals auch Privatbesucher an: Am letzten Augustwochenende feiert der **TAG DES GARTENS** seine Premiere und lockt alle Gartenfreunde auf das Messegelände und in den Rheinpark. Mit Produktvorführungen, Informationsvorträgen und spannenden Events, zum Beispiel der Deutschen Meisterschaft im Sportholzfällen – der **STIHL TIMBERSPORTS® SERIES 2015**, und einer großen Showbühne macht sie die Themen Garten und Outdoor erlebbar.

Neben unseren Eigenveranstaltungen in Köln sind auch die Gastveranstaltungen ein wesentlicher Faktor für die gute Entwicklung des Koelnmesse-Konzerns. 2014 wuchs das von der Koelnmesse Ausstellungen GmbH betreute Geschäft erneut kräftig: Bei den Ausstellern um 21 Prozent, bei den Besuchern um 56 Prozent und bei der Fläche um 33 Prozent. Wieder herausragend war dabei die Weltleitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit **FIBO**, die in den zwei Jahren seit ihrem Wechsel von Essen nach Köln die Gesamtbesucherzahl um fast 50 Prozent steigern konnte. Genauso wie bei unseren Eigenveranstaltungen sind aber auch hier die sehr spezialisierten Fachmessen ebenso wichtige Umsatzgaranten, zum Beispiel langjährige

Partner wie die Fachmesse für Breitband, Kabel & Satellit **ANGA COM** und der **RDA Workshop**, die Leitmesse für Gruppenreisen, aber genauso Neuakquisitionen wie der **Härtereikongress**.

Das Messejahr 2015 liegt mittlerweile auch bereits zur Hälfte hinter uns und – soviel lässt sich schon jetzt sagen – hält bisher den Erwartungen mehr als Stand. Mit den Veranstaltungen im ersten Halbjahr 2015 haben wir den Grundstein für das neue Rekordjahr gelegt. Dazu trugen zum Beispiel die Internationale Dentalschau **IDS** mit einem deutlichen Aussteller- und Besucherplus und die **ISM** 2015 bei, zu der deutlich mehr Besucher kamen als 2014. Bemerkenswert war auch der deutliche Besucherzuwachs der **interzum** von acht Prozent – und das trotz Bahnstreik. **imm cologne** und **LivingKitchen®** stellten erneut ihre internationale Strahlkraft unter Beweis und die **h+h cologne** bestätigte durch ein verstärktes internationales Interesse ihre Rolle als weltweit wichtigste Handelsplattform der Branche. Die **Anuga FoodTec** setzt ihren Erfolgskurs mit einem neuen Aussteller- und Besucherrekord fort, und die **ART COLOGNE** bestätigte mit neuem Hallenkonzept und einem leichten Anstieg der Besucherzahlen ihre Führungsposition unter den internationalen Kunstmessen.

Mit diesem Zwischenergebnis für 2015 sind wir mehr als zufrieden und blicken nun voller Vorfriede auf die zweite Jahreshälfte mit tollen Messen wie **gamescom**, **spoga+gafa**, **Anuga**, **FSB** und **aquanale**.