

Nr. 21 / Köln, Oktober 2012

Koelnmesse ist wichtigster Baustein für das gute Image
des Messe- und Kongressstandorts bei der internationalen Wirtschaft

Messen machen Köln zur Marke

Jetzt ist es amtlich: Nichts macht Köln so attraktiv für internationale Wirtschaftsunternehmen wie seine Messen. Dies ist das mit Spannung erwartete Zwischenergebnis einer Studie zum Markenprozess der Stadt Köln, das der Kölner Oberbürgermeister Jürgen Roters und Wirtschaftsdezernentin Ute Berg in der vergangenen Woche der Öffentlichkeit vorstellten.

Die renommierte Hamburger Markenagentur Brandmeyer hatte dazu in den vergangenen Monaten rund 1.500 Unternehmen im In- und Ausland befragt, dazu Repräsentanten der Wissenschaft und Touristen. Ziel war es, wissenschaftlich zu ermitteln, welche Bausteine das Marketing und den Außenauftritt der Stadt Köln am besten unterstützen und deshalb in Zukunft besonders hervorzuheben sind.

Die Koelnmesse hat eindeutig die Spitzenposition, vor allem bei der wichtigen Zielgruppe Wirtschaft. Unternehmen schätzen Köln in hohem Maße als Standort für Messen, Tagungen und Kongresse. Dafür gibt es rundum gute Noten – vom Rahmenprogramm in der Stadt über die zentrale Lage bis hin zum Messegelände selbst. Die Koelnmesse ist in Schwerpunktländern wie China, Indien und Brasilien sogar der wichtigste Markentreiber, der wie kein zweiter die Attraktivität von Köln bestimmt. Insgesamt ist es der Dreiklang aus Messe, Wirtschaftskraft und lebenswerter Metropole, der in der Außenwirkung die stärkste Wirkung zeigt.

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 Marner

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeister

Jürgen Roters

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Koelnmesse gibt starke Impulse

Seite
2/2

„Ich freue mich sehr, dass unsere Rolle als Impulsgeber der Kölner Wirtschaft durch den Markenprozess nun so eindrucksvoll empirisch belegt ist“, erklärt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, „offensichtlich haben wir in den vergangenen Jahren den richtigen Weg eingeschlagen.“ Damit unterstreicht er zum einen die Bedeutung der Leitmessen in Köln sowie das erfolgreiche Auslandsengagement der Koelnmesse in Schlüsselmärkten wie Indien, Brasilien und China. Zum anderen weist der Messechef damit auch auf die 2009 gestartete gemeinsame Initiative „Messe- und Kongressstadt Köln“ hin, die von der Koelnmesse, der Stadt und der Kölner Wirtschaft getragen wird. Sie bereitet den Boden dafür, dass Messen in Köln mehr und mehr zu einem spürbaren Erlebnis im ganzen Stadtgebiet werden. Messen wie gamescom, imm cologne, Anuga und photokina sind beste Beispiele für diesen erfolgreichen Weg.