

Nr. 04 / Köln, 26. Januar 2016

Neue Dimensionen für die Koelnmesse: Rekordumsatz, Rekordgewinn, Rekordmessen

Mehr als 315 Mio. Euro Umsatz | Über 30 Mio. Euro Gewinn

Das Jahr 2015 war für die Koelnmesse das mit Abstand erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Sie hat die bisherigen Rekordmarken aus 2013 noch einmal deutlich übertroffen. „Wir haben 2015 bei Umsatz, Gewinn und der Größe einzelner Veranstaltungen neue Dimensionen erreicht,“ fasst Messechef Gerald Böse die vorläufige Bilanz für das vergangene Geschäftsjahr zusammen.

Mit voraussichtlich mehr als 315 Mio. Euro hat die Koelnmesse den höchsten Umsatz ihrer Geschichte erreicht. Das sind 35 Mio. Euro mehr als der bisherige Rekordwert (2013: 280 Mio. Euro). Das Unternehmen hat damit auch die eigenen, ambitionierten Pläne um mehr als 10 Mio. Euro übererfüllt. Die Koelnmesse weist für 2015 außerdem einen Rekordgewinn in Höhe von mehr als 30 Mio. Euro aus. Er liegt damit mehr als 10 Mio. Euro über den Planwerten und ist fast doppelt so hoch wie die bisherige Höchstmarke aus 2013 (17 Mio. Euro). Auch wenn das Jahr 2016 turnusbedingt schwächer wird, erreicht die Koelnmesse in den fünf Jahren von 2015 bis 2019 voraussichtlich einen Gesamtüberschuss in Höhe von rund 70 Millionen Euro. Ab 2017 schreibt sie im gesamten Zeitraum der fünfjährigen Mittelfristplanung jedes Jahr schwarze Zahlen.

Die Überschüsse fließen komplett ein in das umfassende Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0, in die weitere Entwicklung der Veranstaltungen im In- und Ausland sowie in die Digitalisierung des Geländes und des gesamten Angebots. Wie wichtig das Geschäft der Koelnmesse für Köln, NRW und das gesamte Land ist, hat eine 2015 neu aufgelegte Studie des ifo-Instituts gezeigt. Das Kölner Messegeschäft sichert in Deutschland 18.500 Arbeitsplätze, davon mehr als 11.000 in Köln. Es sorgt jedes Jahr im Durchschnitt für einen Umsatz von über 2 Mrd. Euro bundesweit und davon 1,1 Mrd. Euro in Köln.

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 Mamer

Vorsitzende des Aufsichtsrats:

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Sattes Plus bei den Veranstaltungen erreicht

Seite

2/4

Das Eigen- und Gastveranstaltungsgeschäft der Koelnmesse floriert. Deutlich gewachsen sind die Umsätze der Eigenveranstaltungen und zwar im Durchschnitt um fast acht Prozent gegenüber den jeweiligen Vorveranstaltungen. Einzelne Messen weisen sogar Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich aus wie die Anuga FoodTec oder die interzum.

Viele Messen haben 2015 Zuwächse bei Aussteller-, Besucher- und Flächenzahlen erreicht. Beispielsweise hatte das gesamte Koelnmesse-Portfolio 2015 im Durchschnitt rund fünf Prozent mehr ausstellende Unternehmen als die jeweiligen Vorveranstaltungen. Einige Messen ragen auch hier heraus, bei den Wachstumsraten der ausstellenden Unternehmen zum Beispiel die aquanale (+9 %), Kind + Jugend (+12 %), Anuga FoodTec (+13 %), LivingKitchen® (+16 %), beim Besucherwachstum etwa die ISM (+6 %), interzum (+11 %), IDS (+11 %), dmexco (+48 %) sowie beim Flächenwachstum unter anderem die gamescom (+9 %), interzum (+11 %), h+h cologne (+13 %), dmexco (+13 %). Das Gastveranstaltungsgeschäft trägt ebenfalls maßgeblich zum Rekordjahr der Koelnmesse und zu der Gesamtentwicklung des Konzerns bei. Der Umsatz der 100prozentigen Tochter Koelnmesse Ausstellungen GmbH liegt im Jahr 2015 mit mehr als 14 Mio. Euro deutlich höher als geplant.

Auch mit ihrem Gesamtprogramm aller rund 80 Veranstaltungen im In- und Ausland – unabhängig vom Messejahr – erreicht die Koelnmesse neue Dimensionen: Insgesamt nehmen fast 50.000 ausstellende Unternehmen aus 123 Ländern und ca. 3 Millionen Besucher aus 209 Ländern teil. Fast 70 Prozent der Aussteller und über 40 Prozent der Besucher kommen aus dem Ausland.

Südamerika verstärkt in den Koelnmesse-Fokus gerückt

Die 2011 gestartete Internationalisierungsstrategie trägt weiter Früchte. Der Umsatzanteil des Auslandsgeschäfts steigt, außerdem lag der Umsatz der Auslandstöchter 2015 über Plan. 2016 zeigt die Koelnmesse auf 10 der 27 in diesem Jahr stattfindenden Auslandsveranstaltungen ihre „Global competence in food“. Sie ist weltweit führender Veranstalter von Messen im Ernährungsbereich und verwandter Branchen.

Zusätzlich zu den bisherigen Zielregionen baut die Koelnmesse ihr Engagement insbesondere in Südamerika deutlich aus – unter anderem mit der Ende 2014 neu gegründeten Tochtergesellschaft in Brasilien und der Partnerschaft mit der kolumbianischen Messegesellschaft Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. (Corferias). Gemeinsam richten sie die International Food Fair Alimentec und die Verpackungstechnologiemesse Andina-Pack aus.

In Brasilien organisiert die Koelnmesse seit 2014 die Ernährungstechnologiemesse ANUTEK Brazil in Curitiba, Ende September 2015 fand die erste Kongressmesse UrbanTec Brasil in Rio de Janeiro statt. Mit der Übernahme des brasilianischen Messeveranstalters Interfeiras Eventos im Sommer 2015 gehört auch die Kindermodemesse FIT 0/16 in São Paulo zum Messeportfolio. Für Juni 2016 ist die Pueri Expo als neue Messe der Kinderausstattungsbranche geplant. Ebenfalls neu im Auslandsportfolio der Koelnmesse sind die ANUFOOD Eurasia in Istanbul/Türkei (April 2015), die Dairy Industry Conference in Karnal/Haryana/Indien (Februar 2016) sowie die ProFood Tech in Chicago/USA (April 2017).

Seite
3/4

Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 vorangetrieben

2015 sind die Maßnahmen zu Koelnmesse 3.0 gut voran gekommen. Ziel des mit einem Volumen von über 600 Millionen Euro größten Investitionsprogramms der Unternehmensgeschichte ist, ab 2030 in Köln das attraktivste Innenstadtdelände der Welt bieten zu können. Die Koelnmesse macht die Citymesse mitten in Europa fit für die hohen Anforderungen des Messewesens von morgen an die Effizienz, die Flexibilität, die Attraktivität und auch die Ausstattung von Veranstaltungsarealen.

Im Fokus stand 2015 unter anderem die Planung eines neuen, mehr als 3.200 Plätze fassenden Parkhauses, das Mitte 2017 fertiggestellt wird. Außerdem wurden in hochkarätig besetzten Wettbewerben renommierte Büros für das Gesamtkonzept des Südeländes, für die innenarchitektonische Gestaltung und für das neue Design des Parkhauses gefunden. Im März 2016 – nach der Prüfung der favorisierten Entwürfe auf Praktikabilität und Finanzierbarkeit – wird feststehen, welches Büro (ingenhoven architects, Düsseldorf oder JSWD Architekten, Köln) für das neue Gesicht des Südeländes verantwortlich zeichnet. Neben einem neuen Blockheizkraftwerk und dem Umstieg auf Fernwärme waren Sanierungsmaßnahmen ein weiterer Schwerpunkt des Programms 2015. Dazu gehörten Dachsanierungen sowie erste Arbeiten zur Erneuerung des Wassersystems.

Als Neubauten kommen in den nächsten Jahren die Ende 2018 zur Verfügung stehende Halle 1plus sowie die zur Fertigstellung 2021 vorgesehene CONFEX®-halle hinzu. Letztere kann flexibel als Messe-, Kongress- und Eventhalle für Firmenveranstaltungen genutzt werden. Die Planungen für ein neues zentrales Eingangs-Terminal zu den Südhallen inklusive der Modernisierung der Congress-Centren West und Ost beginnen 2017, die Eröffnung ist für 2024 vorgesehen.

Neue Digitale Strategie konzipiert

Die Koelnmesse investiert nicht nur in Steine. Ein wichtiger Aspekt von Koelnmesse 3.0, der Entwicklung der Veranstaltungen und der Unternehmensstrategie insgesamt ist die Digitalisierung. 2015 ging es hier vor allem um die Konzeptionierung von Themen wie digitale Ausstattung, Möglichkeiten digitaler Vermarktung, digitalen Vertrieb, neue digitale Services, neue digitale Kommunikationsmittel und mögliche neue digitale Geschäftsmodelle.

Seite

4/4