

**Sperrfrist: 06.07.2016, 12:00 Uhr!**



**Es gilt das gesprochene Wort!**

**Ausführungen von Oberbürgermeisterin Henriette Reker,  
Vorsitzende des Aufsichtsrats, anlässlich der Jahres-Pressekonferenz der Koelnmesse  
am 06.07.2016, 11:00 Uhr, Messehochhaus, Großer Sitzungssaal**

---

Sie bei dieser Jahres-Pressekonferenz zu begrüßen ist eine der angenehmen Pflichten, die ich mit dem Amt der Oberbürgermeisterin und als Aufsichtsratsvorsitzende übernommen habe.

Aus mehreren Gründen:

- zum einen deswegen, weil mich das Messegeschehen schon seit Jahren fasziniert und ich immer wieder festgestellt habe, welch ein spannendes Geschäft hier betrieben wird und wie sehr die Messen dazu beitragen, das ganze Jahr über hochkarätige Geschäftsreisende aus der ganzen Welt nach Köln zu führen. Meine Auftritte in offizieller Funktion als Oberbürgermeisterin – in Köln, aber beispielsweise auch in Peking – haben dies bestätigt.
- zum anderen, weil jede einzelne Messeveranstaltung eine unglaubliche Ballung spannender Themen und wichtiger Entwicklungen der beteiligten Branchen darstellt – und das immer mit der Marke „Köln“ als Absender,
- und natürlich auch, weil es immer Spaß macht, der Überbringer guter Botschaften zu sein.

Gute Botschaften gibt es reichlich heute. Es ist ja kein Geheimnis mehr, dass wir heute das bisher beste Koelnmesse-Ergebnis aller Zeiten verkünden – sei es bei Umsatz und Gewinn des Unternehmens, sei es bei einer ganzen Reihe von Eigen- und Gastveranstaltungen, die sich hervorragend entwickeln und im vergangenen Jahr zum Teil enorme Steigerungen verzeichnet haben.

Dass die Koelnmesse dafür alles Notwendige tut, ist Ihnen ebenfalls nicht neu. Sie haben über das Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 ausführlich berichtet. Ich war sehr gespannt auf das Ergebnis aus dem Architektenwettbewerb zum Südgelände, das wir Ihnen im März vorgestellt haben. Der Entwurf des Kölner Büros JSWD verspricht einen markanten architektonischen Auftritt der Koelnmesse. Er wird imageprägend und Sinnbild für Köln und die Region weit über die Landesgrenzen hinaus sein und zugleich ein überzeugendes Statement für die moderne Messewelt darstellen. Und er wird den Anspruch der Koelnmesse, ihren Kunden in Zukunft das attraktivste innerstädtische Messegelände der Welt zu bieten, absolut gerecht.

Die Geschäftsführung und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Koelnmesse haben sich im vergangenen Jahr einmal mehr durch Engagement, Kreativität und Know-how ausgezeichnet. Sie werden sich jetzt aber nicht entspannt zurücklehnen. Im Gegenteil: Es bleibt viel zu tun. Ich bedanke mich herzlich bei der gesamten Koelnmesse-Mannschaft in Köln und – nicht zu vergessen – auch im Ausland für diese starke Leistung. Und ich wünsche eine gute Portion Durchhaltevermögen für die bevorstehenden Aufgaben.

Ich möchte hier noch einmal betonen, dass dies alles der Stadt und der Region zugutekommt. Die Koelnmesse der Zukunft fügt sich nahtlos in die städtische Entwicklung vor allem im Rechtsrheinischen

ein, die einen guten Lauf nimmt. Die Unterschrift der Zurich Versicherung für die MesseCity war gleichzeitig der Startschuss für die Bautätigkeiten dort. Die Arbeiten im Cologneo, dem ehemaligen Euroforum Nord nördlich des Messegeländes, beginnen nach aktuellem Stand im kommenden Jahr. Gemeinsam entwickeln wir Köln weiter. Sie wissen aus unserem Markenprozess, dass der Messe- und Kongressstandort einer der wesentlichen Faktoren für die Attraktivität unserer Stadt ist. Diese Stärke erhält durch die geplante Confex-Halle auf dem Messegelände besonderes Gewicht. Neue Vermarktungschancen bringen zusätzliche Geschäftsreisende zu uns.

Die Koelnmesse ist ein unverzichtbarer Botschafter Kölns auf der ganzen Welt. Schon oft haben Stadt und Messe gemeinsam in wichtigen Märkten für unsere Destination geworben. Das setzen wir Anfang August fort. Sie wissen, dass Südamerika ein wesentliches Zielgebiet im Rahmen der Internationalisierungsstrategie der Koelnmesse darstellt. Wir werden Anfang August gemeinsam nach Brasilien reisen – zur ANUTEC BRAZIL in Curitiba sowie zu wichtigen Gesprächspartnern, die in Zukunft sowohl potenzielle Messeteilnehmer als auch mögliche Investoren in Köln werden können. Wir werden unsere Kontakte als starker Player im Messegeschäft und als Städtepartner von Rio de Janeiro gemeinsam zum Wohl des Standorts Köln nutzen und verbinden. Erst vor einigen Wochen haben wir hier in Köln das erste Auslandsbüro der Stiftung Vargas, des wichtigsten Think Tanks in Lateinamerika, eröffnet. Das hatte seine Wurzeln ausschließlich in den Aktivitäten der Koelnmesse in Brasilien.

Dies alles finden Sie im heute vorgelegten Geschäftsbericht, der mir sehr gut gefällt. Er verbindet die zentralen Themen, die Dimensionen, in denen das Messegeschäft der Zukunft funktioniert, und die Visionen, die sich damit verbinden, mit dem Standort Köln.

Diese Zukunftshemen finden Sie in den Kölner Messehallen visualisiert, die heute und sicher noch lange Zeit ein wesentlicher Garant für den Erfolg dieses Unternehmens sein werden. Die Koelnmesse kommuniziert dabei mit sehr emotionalen Bildern, so wie sie mit ihren Veranstaltungen ihren Kundinnen und Kunden ebenfalls tagtäglich Emotion pur verkauft.

Diese Emotion ist auch das zentrale Element eines neuen Imagefilms der Koelnmesse, den sie nun als Premiere erleben. Das Besondere daran: Die meisten Szenen wurden von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gespielt. Auch dies zeigt die besondere Bindung der Messemannschaft zu ihrem Unternehmen und zu ihren Veranstaltungen.