

## Pressemitteilung

Nr. 22 / Köln, 6. Juli 2016

# Rekordjahr 2015 für die Koelnmesse

## Neue Dimension bei Umsatz und Gewinn – „Erfolg ist die Basis für zukünftige Investitionen“

**321,2 Millionen Euro Umsatz, 36,7 Millionen Euro Gewinn, sattes Plus bei Eigen- und Gastveranstaltungen: Das Jahr 2015 war für die Koelnmesse das mit Abstand erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Damit hat sie die bisherigen Höchstwerte aus 2013 deutlich übertroffen und liegt zudem klar über den eigenen Prognosen. „Wir haben 2015 bei Umsatz, Gewinn und der Größe einzelner Veranstaltungen neue Dimensionen erreicht,“ bilanziert Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Damit sind wir die Nummer 3 in Deutschland. Dieser Erfolg ist die Basis für zukünftige Investitionen.“**

Die Aufsichtsratsvorsitzende, Oberbürgermeisterin Henriette Reker, betont die Bedeutung dieser Investitionen im Rahmen des Zukunftsprojekts Koelnmesse 3.0: „Die neue Messe wird Image prägend und Sinnbild für Köln und die Region weit über die Landesgrenzen hinaus sein und zugleich ein überzeugendes Statement für die moderne Messewelt darstellen.“

An insgesamt 76 Messen und Ausstellungen beteiligten sich 2015 mehr als 42.600 ausstellende Unternehmen aus 123 Ländern und rund 2,2 Millionen Besucher aus 205 Staaten. 29 Eigen- und 25 Gastveranstaltungen fanden in Köln statt, 22 Messen im Ausland.

Für das turnusbedingt schwächere Jahr 2016 plant die Koelnmesse noch einmal mit einem Verlust. 2016 wird aber das letzte Jahr mit einem Fehlbetrag sein: Für die kommenden 4 Jahre rechnet das Unternehmen – bei stabiler Wirtschaftsentwicklung – mit einem durchschnittlichen Umsatz oberhalb der 300-Millionen-Euro-Marke und bleibt nachhaltig in der Gewinnzone.

Eine wesentliche Ursache für das gute Ergebnis 2015 ist die hervorragende Entwicklung zahlreicher Eigenveranstaltungen in Köln bei allen drei im Messewesen wichtigen Parametern – bei Ausstellern, Besuchern und vermieteter Fläche. Einzelne Veranstaltungen weisen sogar Steigerungen im zweistelligen Prozentbereich aus. So konnten unter anderem die LivingKitchen® (+ 16,2 Prozent) und die Anuga FoodTec (+ 13,3 Prozent) ein deutliches Ausstellerwachstum gegenüber der Vorveranstaltung

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Guido Gudat

Telefon

+49 221 821-2494

Telefax

+49 221 821-2460

E-Mail

[g.gudat@koelnmesse.de](mailto: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](mailto:info@koelnmesse.de)

[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hama

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

melden. Starkes Besucherwachstum gegenüber der Vorveranstaltung verzeichneten dmexco (+ 47,9 Prozent) und Asia-Pacific Sourcing (+ 47,1 Prozent). Bezogen auf die Aussteller-Standfläche sind unter anderem dmexco (+ 13,3 Prozent) und h+h cologne (+ 14,4 Prozent) deutlich gewachsen. Der Umsatz stieg im Schnitt um fast neun Prozent im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen. Zum Vergleich: Der offiziell ermittelte Branchendurchschnitt des AUMA, des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft e. V., lag 2015 bezogen auf die Aussteller bei 2 Prozent – die Koelnmesse erreichte ein Plus von über 6 Prozent. Die Besucherzahlen sind ebenfalls um mehr als 6 Prozent gestiegen, deutschlandweit waren es weniger als 3 Prozent. Und auch mit 1,6 Prozent Zuwachs bei der vermieteten Nettofläche liegt die Koelnmesse knapp über dem deutschen Durchschnitt.

Die Ergebnisse des von der Tochtergesellschaft Koelnmesse Ausstellungen GmbH betreuten Event- und Gastveranstaltungsgeschäfts trugen maßgeblich zum Rekordjahr bei. An den 25 Gastveranstaltungen am Standort Köln nahmen 2015 nach Angaben der Organisatoren mehr als 7.800 Aussteller und über 370.000 Besucher teil. Die Koelnmesse Ausstellungen GmbH hat 15,8 Millionen Euro und damit gegenüber Plan rund 19 Prozent mehr Umsatz erreicht. Deutlich höher als geplant liegt auch der Überschuss vor Gewinnabführung in Höhe von 7,2 Millionen Euro. „Das zeigt einmal mehr, wie sehr Gastveranstalter die Vorteile unserer Citymesse mitten in Europa schätzen“, erklärt Gerald Böse.

Auch das Auslandsgeschäft sendet positive Signale. Der Umsatz der neun ausländischen Tochtergesellschaften liegt regelmäßig über 20 Millionen Euro vor Konsolidierung, 2015 waren es 22,5 Millionen Euro. 2015 gab es im Ausland vier Premieren im Messeportfolio der Koelnmesse: die ANUFOOD Eurasia in Istanbul/Türkei, die Kongressmesse UrbanTec Brasil in Rio de Janeiro/Brasilien, die Andina-Pack in Bogotá/Kolumbien sowie die Kindermodemesse FIT 0/16 in São Paulo/Brasilien. Mit der Übernahme des brasilianischen Messeveranstalters Interfeiras Eventos Ltda. durch die brasilianische Tochtergesellschaft Koelnmesse Organização de Feiras Ltda. im August 2015, hat das Unternehmen sein Engagement in Brasilien weiter ausgebaut. Darüber hinaus trägt die im Oktober 2014 geschlossene Partnerschaft mit der kolumbianischen Messegesellschaft Corferias weiter Früchte: Gemeinsam haben die Unternehmen 2016 die Lebensmittelmesse Alimentec in Bogotá/Kolumbien ausgerichtet und organisieren 2017 die Verpackungstechnologiemesse Andina-Pack. „Nachdem wir unser Portfolio in Südostasien und Indien ausgebaut und stabilisiert haben, steht Südamerika im Fokus unserer Auslandsstrategie“, erklärt Messechef Böse und freut sich über gute Ergebnisse: Mit der FIT 0/16 und der Pueri Expo in Brasilien sowie der Alimentec in Kolumbien

haben Anfang Juni 2016 innerhalb von zwei Wochen drei erfolgreiche Messeveranstaltungen im südamerikanischen Markt stattgefunden.

Seite  
3/3

Mit 19 Messen im Bereich Ernährung und Ernährungstechnologie behauptet die Koelnmesse weltweit ihre „Global competence in food“. Im Segment Einrichtung, Leben und Lifestyle verdeutlichen 14 Veranstaltungen die „Global competence in furniture, interiors and design“. Der Bereich der Digitalen Medien und des Digital Entertainments, das dritte übergreifende Kompetenzfeld der Koelnmesse, verzeichnet seit Jahren eine enorme Dynamik: 8 Veranstaltungen hat das aktuelle Programm der Kölner Messe dazu bereits zu bieten.

Neben Rekordgewinn und -umsatz kann sich die Koelnmesse 2015 über einen positiven Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit in Höhe von über 56 Millionen Euro freuen, und auch in den nächsten Jahren rechnet das Unternehmen mit positiven Werten. Daraus ergibt sich Spielraum für neue Investitionen, die insbesondere beim Zukunftsprojekt Koelnmesse 3.0 benötigt werden. Die prognostizierten Gewinne der kommenden Jahre fließen deshalb in das Investitionsprogramm der Koelnmesse ein. Der Aufsichtsrat hat bereits über 70 Millionen Euro für die Beauftragung und Umsetzung von Einzelprojekten in 2015 und 2016 freigegeben.

Mit dem Ende 2014 gestarteten Projekt Koelnmesse 3.0 schafft das Unternehmen bis 2030 nachhaltig das attraktivste innerstädtische Messegelände der Welt und bietet seinen Kunden damit auch in Zukunft den passenden Rahmen für Messen, Events und Kongresse. Neben ersten Sanierungsmaßnahmen schreitet die Planung der Neubauten – Halle 1plus, Confex® und Terminal – voran. Im Fokus stand 2015 die Planung des neuen, rund 3.260 Plätze fassenden Parkhauses. Im März 2016 hat die Messe außerdem im Wettbewerb zur Gestaltung des Südgeländes das Kölner Architekturbüro JSWD ausgewählt.

Die Koelnmesse investiert aber nicht nur in Steine. Ein wichtiger Aspekt von Koelnmesse 3.0, der Entwicklung der Veranstaltungen und der Unternehmensstrategie insgesamt ist die Digitalisierung. Im Rahmen ihrer Digitalen Strategie #dIOI treibt die Koelnmesse die Digitalisierung ihres Geschäfts voran. 2015 standen die Konzeptionierung von Themen wie digitale Ausstattung, Möglichkeiten digitaler Vermarktung, digitaler Vertrieb, neue digitale Services, neue digitale Kommunikationsmittel und mögliche neue digitale Geschäftsmodelle im Mittelpunkt der strategischen Ausgestaltung.