

Nr. 23 / Köln, 13.07.2017

Koelnmesse bleibt auf Erfolgskurs - schon 2017 nächstes Rekordjahr

Transformation zur Zukunftsmesse: Investitionen ohne finanzielle Altlasten

Die Koelnmesse hat 2016 mit dem besten geraden Messejahr aller Zeiten ihre nachhaltig positive Entwicklung fortgesetzt. Mit 274,0 Millionen Euro liegt der Konzernumsatz über 17 Millionen über Plan. Der vorerst letztmalige Verlust ist mit 0,9 Millionen Euro deutlich geringer als die zunächst veranschlagten 17 Millionen. Die Prognosen für 2017 bestätigen den Erfolgskurs: „Bereits im laufenden Geschäftsjahr wollen wir mit einem Umsatz von über 320 Millionen Euro das bisherige Rekordjahr 2015 ablösen,“ erklärt Messechef Gerald Böse. „Die Koelnmesse setzt ihre positiven Botschaften konsequent fort. Das freut mich als Oberbürgermeisterin wie als Aufsichtsratsvorsitzende gleichermaßen, denn es schafft die Voraussetzungen für weiteres Engagement im Sinne des Messe- und Wirtschaftsstandorts“, betont Henriette Reker.

Die Koelnmesse wächst und bleibt nachhaltig in der Gewinnzone: Der Durchschnittsumsatz des Koelnmesse-Konzerns im Vierjahresvergleich ist um circa 19 Prozent gestiegen, von rund 232 Millionen Euro zwischen 2009 und 2012 auf 277 Millionen Euro zwischen 2013 und 2016. Auch die weiteren Prognosen überzeugen: Die erwartete Wirtschaftsentwicklung zugrunde gelegt, erreicht der Konzernumsatz für das laufende Geschäftsjahr 329 Millionen Euro und plant ein positives Ergebnis von 19,8 Millionen Euro. Für die kommenden Jahre rechnet die Messegesellschaft durchgehend mit schwarzen Zahlen und dauerhaft mit Umsatzgrößen deutlich jenseits der 300-Millionen-Euro-Marke.

Die stabile wirtschaftliche Situation ist wichtige Basis für weitere Investitionen. Zudem hat die Koelnmesse 2016 sämtliche Darlehen der vergangenen Jahre getilgt. „Das hält uns den Rücken frei für neue Investitionen: in das Gelände und die Infrastruktur, die Digitalisierung der Hallen und der Services, die Internationalisierung des Portfolios sowie die Weiterentwicklung der Veranstaltungen,“ so Gerald Böse. Ohne Altlasten treibt die Koelnmesse ihre Transformation zur Zukunftsmesse voran und bleibt auch in Zukunft unter den Top Ten der globalen Messewirtschaft.

An insgesamt 73 Messen und Ausstellungen beteiligten sich 2016 über 35.500 ausstellende Unternehmen aus 102 Ländern und mehr als 2,3 Millionen Besucher aus 190 Staaten. 25 Eigen- und 20 Gastveranstaltungen sowie ein Special Event fanden in Köln statt sowie 27 Messen im Ausland.

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

Vorsitzende des Aufsichtsrates:

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Überdurchschnittliche Entwicklung der Messen und Veranstaltungen

Eine wesentliche Ursache für das gute Ergebnis 2016 ist die hervorragende Entwicklung zahlreicher Eigenveranstaltungen in Köln bei den drei im Messewesen wichtigen Parametern - Aussteller, Besucher und Fläche. Ein deutliches Wachstum der ausstellenden Unternehmen gegenüber der Vorveranstaltung konnten unter anderem die INTERMOT Köln (+20,4 Prozent), die dmexco (+14,3 Prozent) und die ORGATEC (+7,1 Prozent) melden. Starkes Besucherwachstum gegenüber der Vorveranstaltung verzeichneten dmexco (+16,4 Prozent), ORGATEC (+7,5 Prozent) und spoga+gafa/spoga horse (Herbst) (+7,9 Prozent). Bezogen auf die Fläche sind unter anderem dmexco (+15,3 Prozent), ORGATEC (+13,5 Prozent), spoga horse (Herbst) (+6,8 Prozent) und ProSweets Cologne (+3,6 Prozent) deutlich gewachsen. Um über 6 Prozent sind die Umsätze der Koelnmesse-Veranstaltungen im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen gestiegen. Einzelne Messen wie die dmexco oder die ORGATEC weisen sogar Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich aus.

Seite

2/3

Auch die Ergebnisse des von der Tochtergesellschaft Koelnmesse Ausstellungen GmbH betreuten Event- und Gastveranstaltungsgeschäfts trug deutlich zu den erzielten Umsätzen bei. An den 20 Gastveranstaltungen und einem Special Event am Standort Köln nahmen nach Angaben der Organisatoren insgesamt über 6.200 Aussteller und mehr als 366.700 Besucher teil. Die Koelnmesse Ausstellungen GmbH hat 14,5 Millionen Euro umgesetzt und lag damit um 2,5 Millionen Euro über Plan. Das Unternehmen hat einen Überschuss vor Gewinnabführung in Höhe von 6,3 Millionen Euro erzielt und auch hier die Erwartungen um 2,1 Millionen Euro übertroffen. „Einmal mehr wird deutlich, wie sehr Gastgeber unser hochwertiges Gelände mit optimaler innenstadtnaher Lage schätzen“, erklärt Gerald Böse.

Internationales Geschäft erreicht Umsatzziel

Die langfristig angelegte Internationalisierungsstrategie der Koelnmesse bleibt erfolgreich. Das Auslandsgeschäft fiel in 2016 turnusbedingt gegenüber 2015 stärker aus mit einem Umsatz vor Konsolidierung von 38,1 Millionen Euro (Vorjahr 22,5 Millionen Euro). Damit macht das Auslandsgeschäft 14 Prozent des Gesamtumsatzes aus und erfüllt so das strategische Ziel eines Anteils zwischen 12 und 15 Prozent. 2016 hat die Koelnmesse ihr Engagement insbesondere in Südamerika weiter ausgebaut. Mit der Gründung des Unternehmens Koeln Parma Exhibitions S.r.l. gemeinsam mit Fiere di Parma hat sie ihre marktführende Position im Bereich Lebensmitteltechnologie nachhaltig gefestigt. 2016 gab es vier Premieren im Ausland: die Dairy Industry Conference in Indien, die Pueri Expo in Brasilien, die Alimentec in Kolumbien sowie die Cibus Tec in Italien. In 2017 feiern die ProFood Tech in den USA sowie das WellFood Summit in Brasilien Premiere.

Neues Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment and Mobility“

Mit den Zukunftsthemen „Digital Media, Entertainment and Mobility“ hat die Koelnmesse 2016 ein weiteres globales Kompetenzfeld etabliert. Es ergänzt die strategischen Eckpfeiler „Global Competence in Food and FoodTec“ im

Ernährungsbereich sowie die „Global Competence in Furniture, Interiors and Design“ der Einrichtungsmessen. „Mit den Kompetenzfeldern schaffen wir in Deutschland und weltweit eine klare Positionierung gegenüber unseren Kunden und der Öffentlichkeit“, sagt Messechef Gerald Böse. Das neue Kompetenzfeld umfasst die Veranstaltungen gamescom, dmexco, photokina, INTERMOT Köln, THE TIRE COLOGNE sowie die DIGILITY.

Seite
3/3

Erste Neubaumaßnahme beim Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0

Mit dem Investitionsprogramm 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. Im Fokus stand 2016 der Bau des rund 3.260 Plätze fassenden Messeparkhauses Zoobrücke. Die Eröffnung des ersten Bauabschnitts mit 2.000 Stellplätzen ist für den Herbst 2017 geplant. Bereits dieser Abschnitt ist direkt an die Kölner Zoobrücke angebunden und wird das Messeumfeld vom Verkehr entlasten. Seitdem seit Ende März 2016 mit dem Kölner Architekturbüro JSWD der Siegerentwurf für die Neubauten feststeht, wurden die Planungen zu Halle 1plus, Confex® und Terminal konkretisiert. Zudem konnten bereits wichtige Instandsetzungsmaßnahmen mit der Erneuerung von technischen Gewerken wie z. B. einer neuen Sprinklerzentrale in der Halle 10 auf den Weg gebracht werden.

Digitale Strategie weiter auf dem Vormarsch

Die Koelnmesse nutzt die Chancen und Potenziale der Digitalisierung für ihr Geschäft und macht sich fit für die digitale Zukunft. Im Fokus steht die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle und Serviceangebote. Prominentes Beispiel ist die Einführung der B2B-Plattform für die Einrichtungsbranche „ambista“ zur imm cologne im Januar 2017. Sie stellt mit der Kombination aus Content und Beziehungspflege ein neuartiges Angebot im Messemarkt dar. Auch die Digitalisierung ihres Messegeländes treibt die Koelnmesse voran, beispielsweise mit Werbeformaten für die künftige digitale Beschilderung oder auch mit einer zukunftsfähigen technischen Ausstattung der Messehallen mit neuen WLAN-basierten Services. Mit neuer Hard- und Software setzt die Koelnmesse zudem auf die Optimierung eigener Prozesse, auf Vernetzung und Wissensmanagement. Dazu wurden Mitte 2016 alle PC-Arbeitsplätze im Messehochhaus auf mobile Microsoft Surface-Geräte umgestellt.

Fotos finden Sie unter folgendem Link:

<http://www.koelnmesse.de/Koelnmesse/Presse/Bilddatenbank/Koelnmesse/index.php>