

Nr. 19 / 17. Mai 2018, Köln

Spitzenjahrgang 2017 für die Koelnmesse: Umsatzrekord und zweistelliger Millionengewinn

Grundlage für Investitionen in die Zukunft des Messestandorts
Messechef Böse peilt 400-Millionen-Euro-Marke an

Die Koelnmesse feiert einen Spitzenjahrgang: „2017 war ein absolutes Erfolgsjahr, in dem wir unsere ehrgeizigen Wachstumsziele erreicht und sogar noch etwas draufgelegt haben“, fasst Kölns Messechef Gerald Böse die Ergebnisse zusammen. Im Einzelnen: 357,9 Millionen Euro Umsatz, über 29 Millionen Euro höher als geplant und mehr als 36 Millionen Euro über dem bisherigen Rekordjahr 2015. Dazu ein Ergebnis vor Zinsen, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 55,2 Millionen Euro und ein Gewinn von 27,3 Millionen Euro, ebenfalls mehr als 7 Millionen Euro über Plan. Henriette Reker, Oberbürgermeisterin der Stadt Köln und Vorsitzende des Aufsichtsrats, ergänzt: „Die ambitionierten Pläne der Koelnmesse behalten damit ihre stabile wirtschaftliche Basis“ - unter anderem für wichtige Investitionen in die Zukunft des Messestandorts.

Wesentliche Ursache für das gute Ergebnis ist die überdurchschnittliche Entwicklung zahlreicher Eigen- und Gastveranstaltungen in Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit sowie das Servicegeschäft. An insgesamt 82 Messen und Ausstellungen beteiligten sich 2017 über 43.000 ausstellende Unternehmen aus 119 Ländern und mehr als 2,1 Millionen Besucher aus 218 Staaten. 27 Eigen-, 23 Gastveranstaltungen sowie 4 Special Events fanden in Deutschland statt, darunter erstmals die art berlin. Im Ausland waren es 28 Messen.

Digitale Transformation als Basis des zukünftigen Geschäfts

„Die Digitalisierung ist das Thema unserer Zeit“, so Messechef Gerald Böse. „Die digitale Transformation als Basis neuer Geschäftsmodelle nehmen wir auf vielfältige Weise in den Fokus.“ Bis 2022 investiert die Koelnmesse über 50 Millionen Euro in die Digitalisierung: im Rahmen des Investitionsprogramms Koelnmesse 3.0, für innovative digitale Services wie die Einrichtungsplattform „ambista“ sowie in eine moderne IT-Infrastruktur für optimale Arbeitsprozesse. „Nur so werden wir auch in Zukunft unserem wichtigsten Versprechen an unsere Kunden gerecht: We energize your business.“

Hervorragende Entwicklung der Messen und Veranstaltungen

Zahlreiche Eigenveranstaltungen in Köln überzeugten 2017 bei den drei im Messewesen wichtigen Parametern - Aussteller, Besucher und Fläche -, darunter insbesondere die internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie und des Innenausbaus, interzum, mit durchweg zweistelligem Wachstum (Aussteller: +12,4 %, Besucher: +18,5 %, Fläche: +12,6 %) sowie die Internationale

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

Dental-Schau IDS, die ebenfalls bei allen drei Parametern gewachsen ist (Aussteller: +5 %, Besucher: +5 %, Fläche: +3 %). Ein deutliches Ausstellerwachstum gegenüber der Vorveranstaltung konnten unter anderem FSB (+8,4 %), dmexco (+8,2 %) und imm cologne (8,1 %) melden. Besucherwachstum gegenüber der Vorveranstaltung verzeichneten Anuga (+4 %) und gamescom (+2,5 %). Bezogen auf die Aussteller-Standfläche lag unter anderem die Kind + Jugend (+7,3 %) deutlich im Plus. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen sind die Umsätze der Messen am Standort Köln 2017 im Durchschnitt um rund 13 % gewachsen.

Auch Auslandsmessen wie die Pueri Expo gemeinsam mit der FIT 0/16 in São Paulo/Brasilien, die Annapoorna - World of Food India in Mumbai/Indien und die THAIFEX - World of Food Asia in Bangkok/Thailand zeichneten sich durch deutliche Aussteller- und (Fach-)Besucherzuwächse aus.

Neue Rekordmarken bei Tochter Koelnmesse Ausstellungen GmbH

Die für das Gastveranstaltungsgeschäft verantwortliche Koelnmesse Ausstellungen GmbH überzeugte 2017 ebenfalls mit neuen Bestwerten bei Umsatz und Ergebnis: Mit sehr guten Veranstaltungen und Premieren wie der RETRO CLASSICS COLOGNE erreichte die 100-prozentige Tochter des Koelnmesse-Konzerns 2017 einen Umsatz von 17,9 Millionen Euro und einen Gewinn von 8,0 Millionen Euro. Damit leistete sie erneut einen wichtigen Beitrag zum Konzerngewinn.

Koelnmesse 3.0: Erste Neubaumaßnahme bereits im Einsatz

Das Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 mit einem Volumen von mehr als 600 Millionen Euro bis zum Jahr 2030 ist gut vorangekommen. Zur dmexco 2017 ging der erste Bauabschnitt des neuen Messeparkhauses Zoobrücke mit 2.000 Stellplätzen und einer Logistikfläche für über 300 Lkw an den Start. Als nächste Neubaumaßnahme startet die Halle 1plus. Sie wird sowohl als reine Kongresshalle wie als Ausstellungshalle mit einer Fläche von bis zu 10.000 m² zu nutzen sein. Darüber hinaus wurden die Planungen für das CONFEX®, die neue multifunktionale Eventlocation, die weitere hochkarätige Kongresse und Corporate Events nach Köln bringen wird, weiter vorangetrieben. Auch verschiedene Modernisierungsarbeiten haben stattgefunden wie erste Sanierungsmaßnahmen unter den Hallen und an den Sanitäranlagen.

Internationalisierung weiter im Fokus

Das Auslandsgeschäft fiel turnusbedingt 2017 gegenüber 2016 schwächer aus. Dennoch gilt: Die langfristige Internationalisierungsstrategie der Koelnmesse bleibt erfolgreich. Mit einem Umsatz vor Konsolidierung von 33,2 Millionen Euro (Vorjahr 38,1 Millionen Euro) macht das Auslandsgeschäft 9 % des Gesamtumsatzes aus. Neben China, Südostasien und Indien verstärkte die Koelnmesse 2017 ihr internationales Engagement in Südamerika, hier vor allem in Brasilien mit vier und in Kolumbien mit einer Veranstaltung.

Erfolgreiche Premieren im In- und Ausland

Premiere feierten 2017 die ProFood Tech in Chicago/USA, das WellFood Ingredients Summit in São Paulo/Brasilien sowie das Hardware Forum in Mailand/Italien. Die IDEC - Indonesia Dental Exhibition & Conference in Jakarta/Indonesien, die EmTech HONG KONG in Hongkong/China und die KRUSHIK Exhibition in Pune/Maharashtra/Indien fanden erstmals im Portfolio der Koelnmesse statt. Am Standort Köln wurde zum ersten Mal die Innovations-Konferenz Digital Interior Day durchgeführt. In Berlin organisierte die Koelnmesse erstmals die art berlin.

Koelnmesse organisiert den Deutschen Pavillon auf der EXPO Dubai 2020

2017 erhielt das Unternehmen den Auftrag des BMWi für die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons auf der Weltausstellung von Oktober 2020 bis April 2021 in Dubai. Nach Japan 2005 und China 2010 ist sie damit bisher an drei von vier großen EXPOs dieses Jahrhunderts beteiligt. Im Rahmen der Vorbereitung läuft bereits die Auswahl der Entwürfe für Bau und Gestaltung des Pavillons.

Überzeugende Prognose, 400-Millionen-Grenze ist in Sicht

Die Koelnmesse will das nachhaltige Wachstum fortsetzen und damit die Voraussetzungen schaffen, auch in Zukunft in ihre Infrastruktur und Veranstaltungen aus eigener Finanzkraft investieren zu können. Bis 2022 plant sie - eine stabile Entwicklung der Weltwirtschaft vorausgesetzt - einen durchschnittlichen Jahresgewinn im zweistelligen Millionenbereich und regelmäßig Jahresumsätze über 300 Millionen Euro.

Die ersten Veranstaltungen 2018 bestätigen den Wachstumskurs der Koelnmesse und auch die Vorzeichen für das weitere Programm sind durchweg positiv. Für 2018 sind 26 eigene Veranstaltungen in Köln und Deutschland sowie 28 Messen im Ausland geplant. Premiere feiert THE TIRE COLOGNE in Köln. Die ZOW in Bad Salzuflen und die Feria Mueble & Madera in Bogotá/Kolumbien finden erstmals im Portfolio der Koelnmesse statt.

„400 Millionen Euro Umsatz sind in Sicht und unser erklärtes Etappenziel in den ungeraden Jahren“, wagt Messechef Böse eine mittelfristige Prognose. „Wir agieren aber weiter mit Augenmaß vor dem Hintergrund der Weltkonjunktur und drohenden Handelskriegen, aber auch mit Blick auf das lokale Umfeld, wo uns zum Beispiel die Verkehrsinfrastruktur, drohende Diesel-Fahrverbote oder das Hotelangebot Grenzen setzen könnten.“