

Nr. 17 / gu / Köln, 29. Mai 2019

Top-Jahr 2018 für die Koelnmesse: Führende Position in der weltweiten Messebranche bestätigt

Weiter auf Wachstumskurs:

Mit über 400 Millionen Euro Umsatz verspricht das Jahr 2019 neue Bestmarken

Die Koelnmesse hat ihre führende Position in der Messebranche bestätigt: „In 2018 konnten wir unsere ambitionierten Wachstumsziele erneut übertreffen. Es war das beste gerade Jahr aller Zeiten“, resümiert Messechef Gerald Böse. Mit 337,4 Millionen Euro liegt der Umsatz um mehr als 23 Prozent über dem des vergleichbaren Jahres 2016 und ist über 15 Millionen Euro höher als geplant. Der Gewinn erreicht 53,4 Millionen Euro, das Ergebnis vor Zinsen, Ertragssteuern und Ausschreibungen (EBITDA) 81,3 Millionen Euro. Nach einem Top-Jahr 2018 will die Koelnmesse 2019 weiter zulegen und erstmals die 400-Millionen-Marke beim Umsatz übertreffen. Sie plant für das laufende Jahr einen Gewinn von mehr als 20 Millionen Euro.

„Bei der Koelnmesse trifft - gemäß dem Motto unseres diesjährigen Geschäftsberichts - Power auf Potenzial: am Standort Köln, bei unseren Auslandsmessen, in der digitalen Welt sowie beim Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0“, fasst Messechef Gerald Böse die positiven Entwicklungen des Jahres 2018 zusammen. Das gute Ergebnis 2018 ist vor allem auf die Entwicklung der Eigen-, Auslands- und Gastveranstaltungen sowie auf das Servicegeschäft zurückzuführen. Mit insgesamt 78 Messen und Ausstellungen überzeugte die Koelnmesse über 38.000 ausstellende Unternehmen aus 101 Ländern und rund 2,4 Millionen Besucher aus 211 Staaten. Hinzu kamen rund 146.000 Kongressteilnehmer.

Henriette Reker, Oberbürgermeisterin der Stadt Köln und Vorsitzende des Aufsichtsrats, lobt die überdurchschnittlichen Entwicklungen: „2018 war erneut ein Jahr, in dem die Koelnmesse konsequent an ihrer Zukunftsfähigkeit gearbeitet hat - bei der Digitalisierung, dem Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 und der Internationalisierung. So konnte unsere Messe erneut ihren Platz unter den Top-Ten-Veranstaltern und -Standorten des weltweiten Messewesens erhalten.“

Umsatzwachstum der inländischen Messen: mehr als acht Prozent

Der Umsatz in 2018 ist für die Koelnmesse ein großer Erfolg: Seit 2006 wurde erstmalig in einem geraden Jahr wieder ein Gewinn verzeichnet. „Wir sind auf deutlichem Wachstumskurs“, so Böse. Im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen sind die Umsätze der inländischen Messen im Durchschnitt um mehr als acht Prozent gewachsen.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Guido Gudat

Telefon

+49 221 821- 2494

Telefax

+49 221 821- 2160

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)

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Das Ergebnis 2018 ist auch bedingt durch einen Sondereffekt aus der Auflösung von Rückstellungen für Mietzahlungen in Höhe von 40,1 Millionen Euro. Nach jahrelangem Streit um die Miethöhe für die Nordhallen des Kölner Messegeländes wurde zum Jahresende 2018 der Mietvertrag zu reduzierten Konditionen unterzeichnet.

Seite
2/3

Koelnmesse feiert Premieren und Tradition zugleich

„Im vergangenen Jahr hatten die ZOW, die Zuliefermesse für Möbelindustrie und Innenausbau, sowie THE TIRE COLOGNE Premiere, außerdem die Feria Mueble & Madera in Kolumbien“, berichtet Böse. „Alle drei Veranstaltungen konnten bereits bei ihren Auftaktveranstaltungen ihr Potenzial für die jeweilige Branche beweisen.“ 2019 feierte zudem die ANUFOOD Brazil Premiere, im Juni folgt die CCXP COLOGNE - Comic Con Experience in Köln. Neben Premieren setzt die Koelnmesse auch auf ihre Traditionsmarken: 2019 feiert die Anuga ihr 100-jähriges Bestehen. Die COLOGNE FINE ART & DESGIN begeht nach einem ereignisreichen halben Jahrhundert ihre 50. Ausgabe und die ISM wird in 2020 ebenfalls 50 Jahre alt.

Koelnmesse ist Nummer Eins in Südamerika

28 eigene Veranstaltungen fanden 2018 weltweit außerhalb Deutschlands statt - mit einem Gesamtumsatz von 36,8 Millionen Euro. Neben den etablierten Märkten Indien, China und Südostasien liegt der Fokus weiter auf „the Americas“. In Südamerika gilt die Koelnmesse mit insgesamt neun Veranstaltungen als die Nummer Eins unter den deutschen Messegesellschaften. Mit Gründung der neuen Tochtergesellschaft Koelnmesse SAS in Kolumbien baut sie ihre Präsenz weiter aus.

Ab Oktober 2020 schaut die ganze Welt nach Dubai: Zur EXPO 2020 organisiert die Koelnmesse im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums den Deutschen Pavillon und ist damit an drei der bisher vier großen Weltausstellungen dieses Jahrhunderts beteiligt. 2018 wurden wichtige Meilensteine erreicht, im April 2019 folgte auf dem 4.600 m² großen Gelände der erste Spatenstich.

gamescom asia ab 2020 in Singapur

Für 2020 kündigt die Koelnmesse eine neue internationale Veranstaltung in Singapur an: die gamescom asia (15. bis 18.10.2020). Asien gilt als der attraktivste und am schnellsten wachsende Gaming-Markt weltweit. Damit ist Singapur die optimale Location einer hochkarätigen gamescom asia für Spieleentwickler und Spielerveröffentlichungen mit asiatischer Ausrichtung.

Klare Strategie zur Digitalen Transformation

Die Digitalisierung ist für die Koelnmesse ein ganz zentraler Wegweiser für zukünftigen Erfolg: Insgesamt werden bis 2022 mehr als 50 Millionen Euro in digitale Technologien, Infrastruktur und Prozesse investiert. „Unser Ziel ist es, in der internationalen Spitzengruppe der Digitalisierung innerhalb der Messebranche mitzuspielen. Wir sind vom Smart Follower zum Smart Mover geworden“, so Böse.

Mit dem Start des Digital Signage, das die Koelnmesse gemeinsam mit Samsung SDS erstmalig zur gamescom 2018 auf dem Nordgelände präsentiert hat, ist ein erster wesentlicher Meilenstein der Digitalen Transformation erreicht. Das digitale Informations- und Leitsystem setzt neue internationale Messestandards für Infotainment und Vermarktung auf über 200 m² digitaler Fläche. Erste Vermarktungserfolge wurden bereits erzielt, die Ausweitung auf das gesamte Messegelände ist in Arbeit.

Seite
3/3

Mit dem 2018 etablierten digitalen Campus incube8 bringt die Koelnmesse Start-ups mit Koelnmesse-nahen etablierten Unternehmen zusammen. Ziel dieser im Messegeschäft einzigartigen Zusammenarbeit ist es, gemeinsam an digitalen Lösungen zu arbeiten. incube8 bedeutet neue Impulse für die Wirtschaft und Vorantreiben der Digital-Szene Kölns.

Koelnmesse 3.0: Strategische Säule für den Unternehmenserfolg

Durch umfassende Modernisierungs- und Neubaumaßnahmen schafft die Koelnmesse bis 2030 das attraktivste innerstädtische Messegelände der Welt. Als erste Neubaumaßnahme von Koelnmesse 3.0, mit rund 700 Millionen Euro das größte Investitionsprogramm in der Geschichte des Unternehmens, wurde im Frühjahr 2018 das Messeparkhaus Zoobrücke mit über 3.200 Stellplätzen planmäßig in Betrieb genommen. 2018 starteten auch die Vorbereitungen für die neue Halle 1plus mit 10.000 m² Ausstellungsfläche. Die Planungen für die multifunktionale Event-Location Confex[®] gehen voran. Confex[®] und Halle 1plus werden Kölns Kapazitäten für hochkarätige Tagungen und Kongressmessen auf ein neues Niveau heben und bedeuten für Köln weiteres Besucherpotenzial auch außerhalb der ohnehin starken Messezeiten.