

Sperrfrist: 20.05.2020, 12:00 Uhr!
Es gilt das gesprochene Wort!

**Ausführungen von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung,
anlässlich der Jahres-Pressekonferenz der Koelnmesse
am 20.05.2020, 11:00 Uhr, Konrad-Adenauer-Saal im Congress-Centrum Nord der Koelnmesse**

Die aktuelle Krise beschert uns täglich neue Erfahrungen, das haben wir längst gelernt: Wir alle sind inzwischen versierte Homeworker und Videokonferenzteilnehmer. Wir sind geübt in gut funktionierenden Fernbeziehungen. Diese Pressekonferenz mit Abstand und zum Teil im Netz ist so eine Erfahrung. Es funktioniert, und das ist ein Indiz dafür, wie Zusammenarbeit und Kommunikation sich in Zukunft verändern könnten.

Dass wir mit dieser Veranstaltung nicht komplett ins Digitale gewechselt sind, hat auch etwas mit unserem Selbstverständnis als Messemacher zu tun. Wir wollen bereits im September wieder Messen machen hier in Köln. Wir wollen und wir werden, mit großartiger Unterstützung der Stadt Köln und unserer Oberbürgermeisterin und auch in Übereinstimmung mit dem Land NRW. Und wenn wir uns zutrauen, in wenigen Monaten gut strukturierte Fachmessen mit streng reglementierten Abläufen Corona-konform durchzuführen, dann gelingt uns das auch mit unserer traditionellen Jahrespressekonferenz.

Denn die Koelnmesse gehört nicht zur Risikogruppe, auch wenn sie in der vorigen Woche ihren 96. Geburtstag gefeiert hat. Am 11. Mai 1924 begann die erste Messe in Köln, die Frühjahrsmesse. Bis auf die Zeit des Zweiten Weltkriegs hat die Kölner Messebranche seitdem noch nie stillgestanden. Auch insofern geht die aktuelle Situation wohl ohne Zweifel in die Messegeschichte ein. Hoffen wir, dass die Messewirtschaft in vier Jahren - zum 100. Geburtstag - wieder zu alter Stärke zurückgefunden hat und wir dann schon mit einem gewissen Abstand zurückblicken.

Nein, wir zählen nicht zur Risikogruppe. Wir werden gleich berichten, dass wir - die Wiederaufnahme unserer Fachmessen ab September vorausgesetzt - genug Substanz besitzen, die hohen Einbußen aus den Absagen und Verschiebungen von Messen mit zwei blauen Augen zu überstehen. Dass wir detaillierte Pläne entwickelt haben, wie Messen im Herbst auch mit Corona möglich sind.

Das ist nicht nur unser Ziel, es ist eine Herzensangelegenheit. Denn egal, ob Messe, PK oder Konferenz: Unser Geschäft ist „Peoples‘ Business“. Das wird oberste Priorität behalten. Wir werden immer Menschen zum gemeinsamen Geschäft zusammenbringen, auf allen nur denkbaren Plattformen. Das sind sicher nicht mehr allein die tradierten Formate. Wir hatten - unter anderem bei der gamescom - längst den Weg zur digitalen Erweiterung unserer klassisch-analogen Veranstaltungen begonnen. Nun drücken wir bei der Digitalisierung massiv aufs Gas.

Das wesentliche Thema dieser Runde ist üblicherweise die Bilanz des Vorjahres und die Veröffentlichung unseres Geschäftsberichts. Mit der verdienten Würdigung des Ausnahmejahres 2019 will ich auch starten, bevor wir zum Ausblick und zu unseren Fahrplänen kommen, die uns möglichst bald in die Normalität zurückbringen sollen.

Der Abschluss unseres Geschäftsjahrs 2019 war - so haben wir das seinerzeit gesehen - nur der vorläufige Höhepunkt einer mit vielen ambitionierten Plänen für die nahe und die fernere Zukunft verbundenen Entwicklung. Wir haben sicher vieles richtig gemacht. Wir haben gemeinsam mit den Branchen unserer Messen die Veranstaltungen eng am Markt entwickelt und unseren Kunden die Chance gegeben, die guten Konjunktoren vieler Wirtschaftszweige in gutes Geschäft zu überführen. Die Pandemie hat die ganze Welt zur Unzeit getroffen, die Koelnmesse aber hat sie zumindest in

einer Position der Stärke erwischt. Diese Stärke wird uns - so hoffen wir - im Zusammenwirken mit unseren Gesellschaftern, unseren Ausstellern und Besuchern und mit klugen Entscheidungen der Politik auf einen gangbaren Weg aus der Krise führen.

Die Entwicklung der Koelnmesse in den vergangenen Jahren gibt uns die nötige Stabilität. Der Konzern hat sich prächtig entwickelt. Die Ertragslage mit regelmäßigen Jahresergebnissen von 30 Millionen Euro und mehr sowie deutlich gestiegenen Umsätzen ist ausgezeichnet. Gleiches gilt für die Vermögenslage mit einer wachsenden Bilanzsumme sowie einer kontinuierlich gestärkten Eigenkapitalquote. Bemerkenswert ist auch der niedrige Verschuldungsgrad, gerade in diesen Zeiten. Zur Finanzlage ist lediglich anzumerken, dass der Finanzmittelfonds von 2015 bis 2019 immer deutlich über 100 Millionen Euro am Jahresende lag. Dies veranschaulicht, wie kerngesund dieses Unternehmen in das Jahr 2020 gestartet ist und wie nachhaltig in der Vergangenheit gewirtschaftet wurde.

2019 war für die Koelnmesse mit einem Umsatz erstmals jenseits der 400-Millionen-Euro-Grenze und zum dritten Mal in Folge mit einem deutlich positiven Ergebnis verbunden. Wir haben das bisherige Rekordjahr 2017 damit weit übertroffen und einen Überschuss erwirtschaftet, der noch über unseren Planungen liegt. Das verdanken wir der hervorragenden Entwicklung der Eigen- und Gastveranstaltungen am Messestandort Köln und in den wichtigsten Märkten weltweit ebenso wie der weiteren Ausweitung unseres Servicegeschäfts.

An den weltweit 78 Messen und Ausstellungen 2019 beteiligten sich über 45.000 ausstellende Unternehmen aus 120 Ländern und rund 2,3 Millionen Besucher aus 218 Staaten. Ein großer Teil des Eigenprogramms der Koelnmesse hat sich 2019 mit Blick auf Aussteller, Besucher und Fläche besser als der vom Messeverband AUMA ermittelte Durchschnitt entwickelt. Sieben Messen konnten sogar Steigerungen über alle drei Parameter hinweg verbuchen, darunter die Zuliefermessen ProSweets Cologne im Ernährungs- und die interzum im Einrichtungsbereich sowie die Anuga.

Wir haben unseren Auslandsumsatz gesteigert. Ein starkes Auslandsgeschäft, verteilt auf die wichtigsten Märkte unserer Messethemen, kann auch helfen, wenn - wie es abzusehen ist - nicht alle diese Länder in naher Zukunft gleichzeitig wieder ans Netz gehen können. Zu unseren 25 Auslandsmessen zählte die Premiere der ANUFOOD Brazil in São Paulo. Beispiele besonders positiver Entwicklungen im Jahr 2019 waren die Cibus Tec, unsere Kooperation mit der Messe Parma in Italien im Bereich Lebensmitteltechnik, und die THAIFEX - World of Food Asia.

Unser Investitionsprogramm Koelnmesse 3.0 hat enorme Fortschritte gemacht, unter anderem mit dem Bau der neuen Halle 1plus, den wir im vorigen Jahr begonnen haben. An diesem Programm, das unverändert für einen wichtigen Teil unserer Chancen in der Zukunft steht, wollen und werden wir in Absprache mit dem Aufsichtsrat auch festhalten. Wir haben auch bisher stets betont, dass wir dabei nur das Geld ausgeben werden, das wir nachhaltig erwirtschaftet haben. Hier werden wir uns natürlich nun Haltepunkte setzen und immer wieder prüfen, was geht. Aber an der weiteren Ertüchtigung des Geländes für zukunftsfähige Formate geht kein Weg vorbei. Und wenn sich in Zukunft das Format Messe schneller verändert als gedacht, müssen wir auch das früh genug in unsere Überlegungen einbeziehen.

Wir haben uns seit Jahren sinnvoll digitalisiert, das versetzt uns in die Lage, unseren Kunden auch bereits heute digitale Messeerlebnisse und -services bieten zu können. Die weitere Öffnung und Erweiterung unserer Messen in die digitale Welt ist unser erklärtes Ziel, auch über die gamescom hinaus, die erstmals komplett digital durchgeführt wird. Dass wir im eigenen Haus mit gutem Beispiel vorangegangen sind, zahlt sich ebenfalls nun aus. Wir sind im Arbeitsalltag fast zu 100 Prozent in der Lage, alles mobil zu erledigen, was nicht direkter Messebetrieb ist.

Schließlich haben wir 2019 begonnen, aus unseren Kölner Tochtergesellschaften, der für die Gastveranstaltungen zuständigen Koelnmesse Ausstellungen GmbH und der KölnKongress GmbH,

unter der Marke Koelncongress eine neue schlagkräftige Truppe zu formen, die eng am Markt allen externen Veranstaltern optimale Lösungen nun aus einer Hand anbietet.

Wir haben also vorgesorgt und sahen uns in einer Position der Stärke mit der Krise konfrontiert. Die außergewöhnliche Entwicklung unseres Unternehmens setzte sich mit dem Start ins Messejahr 2020 zunächst nahtlos fort, so bei der imm cologne Mitte Januar, die auch die Premiere für unseren neuen Chief Operating Officer Oliver Frese war.

Zur Süßwarenmesse ISM Cologne tauchte dann der Begriff Corona auf. Den guten Verlauf der Messe hat dies noch nicht beeinträchtigt. Wir haben schon zur ISM die Vorsorgemaßnahmen erhöht, dachten aber noch keineswegs an mögliche Messeabsagen oder -verschiebungen, auch wenn die Hardwarebranchen im Vorfeld der Eisenwarenmesse angesichts der Entwicklung in Wuhan und des hohen Anteils asiatischer Aussteller zunehmend deutlich ihre Sorgen äußerten.

Mit der Absage des Mobile World Congress in Barcelona Mitte Februar wurde dann der Ernst der Lage unmissverständlich deutlich. Es wurde klar, dass das Messegeschäft aufgrund der vielen Teilnehmer aus der ganzen Welt und intensiver Reisetätigkeit zu den als erste und sicher auch am stärksten und besonders langfristig betroffenen Wirtschaftssegmenten zählen würde.

Messegeschäft basiert in hohem Maße auf Vertrauen und Kooperation mit den beteiligten Branchen. Wir haben um jede Veranstaltung gekämpft, sind aber vor allem unserer Verantwortung für Leib und Leben unserer Kunden nachgekommen. Das waren sehr emotionale Gespräche mit unseren Ausstellern, die ja selbst den Spagat zwischen wirtschaftlichem Interesse und der Sorge um die Mitarbeiter bewältigen mussten. Die internationale Eisenwarenmesse war Anfang März die erste in einer Reihe von Absagen in Köln, nachdem im Ausland bereits erste Verschiebungen aufgrund behördlicher Anweisungen vollzogen waren.

Wir mussten auf Sicht fahren und stets die Vorgaben der Bundesregierung und ihre Umsetzung im Land und in der Stadt in unsere Entscheidungen einbeziehen. Niemand wusste, wie es in Deutschland weitergeht, während uns nicht mehr nur aus dem fernen China, sondern längst auch aus Italien und anderen europäischen Ländern immer beklemmendere Bilder erreichten. In dieser ungewissen Situation haben wir sehr eng mit der Stadt zusammengearbeitet und waren im ständigen Austausch mit der Oberbürgermeisterin. Die Behörden hatten stets die besonderen Anforderungen unseres Messebetriebs im Blick, seine Auswirkungen auf die gesamte Stadt, in der Hotellerie, der Gastronomie und im öffentlichen Verkehr.

Die weiteren Entscheidungen haben wir sukzessive in Abstimmung mit den Vorgaben der Politik getroffen. Die Vereinbarung zwischen der Bundesregierung und den Ländern Mitte März, die explizit auch die generelle Schließung von Messen und Ausstellungen zum Inhalt hatte, drohte die Planungssicherheit für die Koelnmesse und die Messteilnehmer langfristig zu beeinträchtigen. Mit Unterstützung des Krisenstabs der Stadt Köln haben wir deshalb sämtliche Messen zunächst bis Ende Juni abgesagt oder verschoben. Das waren nach der Eisenwarenmesse und der ART COLOGNE unter anderem die photokina, die Reifenmesse THE TIRE COLOGNE und das Popkultur-Festival CCXP COLOGNE. Als es dann Mitte April zum bundesweiten Verbot von Großveranstaltungen bis Ende August kam, haben wir beschlossen, die gamescom in diesem Jahr zum rein digitalen Format zu machen. Damit waren alle von März bis August geplanten Messen betroffen: insgesamt 10 eigene Veranstaltungen und 8 Gastmessen in Köln, 12 im Ausland.

Das Verbot von Großveranstaltungen, von dem Messen undifferenziert im selben Topf wie das Oktoberfest oder die Bundesliga betroffenen waren, deckte aber endgültig auf, dass es hier enormen Klärungsbedarf mit den politischen Entscheidern gab. Seitens der Koelnmesse stehen wir in vorderer Linie der Forderungen aus der internationalen Messewirtschaft, mit denen wir seit Anfang Mai nun zunehmend Gehör in der Öffentlichkeit und bei den Verantwortlichen finden.

Immer zahlreicher wurden die Stimmen, die auf die Abgrenzung des Messegeschehens von Volksfesten und Konzerten dringen. Und immer umfassender werden die Maßnahmenkataloge, nach denen die Veranstalter unter strengen Auflagen und nach den spezifischen Erfordernissen jeder Veranstaltung wieder Messen machen können. Es war und ist ein gutes Beispiel für sachliche Überzeugungsarbeit, die wir zum Beispiel als einzige beteiligte deutsche Messengesellschaft in einem gemeinsamen Planungsrahmen mit dem Messe-Weltverband UFI verabschiedet haben. Beteiligt waren wir auch an ähnlichen Initiativen auf europäischer und nationaler Ebene, wo der deutsche Verband AUMA unsere gemeinsamen Ansätze auf der politischen Bühne in Berlin in vielen Einzelgesprächen positioniert hat. Und selbstverständlich waren wir auch in Interviews und Statements in Ihren Medien vertreten. Es freut uns sehr, dass Sie sich dieser Themen angenommen haben.

Überzeugungsarbeit funktioniert hier vor allem auf sachlicher Ebene. Über unsere Maßnahmenkataloge, die für jede einzelne unserer Herbstveranstaltungen die Maßnahmen und Bedingungen definiert, nach denen Messen möglich sind und die wir in den Dialog mit unseren Kunden einbringen, wird Sie gleich Herr Frese informieren.

Unsere Botschaften sind klar: Fachmessen sind keine Volksfeste, und wir sehen uns als Veranstaltungsprofis in der Lage, auch in diesen Zeiten Veranstaltungen unter strengen Auflagen durchzuführen. Dazu brauchen wir die Zustimmung der Verantwortlichen - hier vor allem beim Land und in der Stadt Köln. Wir kommen voran und sind in guten Gesprächen.

Wir geben bereits heute zwei wesentliche Versprechen ab:

Erstes Versprechen: Wir tun wirklich alles, den Messeaufenthalt so sicher zu machen, dass jeder, der auch selbst zu besonnenem Verhalten bereit ist, sich guten Gewissens zur Teilnahme entschließen sollte. Dazu brauchen wir alle relevanten Partner am Standort Köln an unserer Seite. Wir werden auf sie zugehen und den engen Schulterschluss suchen: Selbstverständlich, Frau Reker, mit Ihnen und Verantwortlichen in der Politik und den Dezernaten. Mit dem Gastgewerbe, für das der DEHOGA seinerseits bereits vorbildliche Rahmenbedingungen zum Betrieb von Hotels und Gaststätten vorgelegt hat. Mit den Institutionen des öffentlichen Verkehrs, mit Flughafen, KVB und Taxen. Mit KölnTourismus, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Und mit allen anderen, die sich dem anschließen mit dem Ziel, den Messegästen zu signalisieren: Kommt nach Köln! Wir kümmern uns um Eure Übernachtung, Euren Aufenthalt und - ein Stück weit - um Eure Anreise. Und wir sorgen uns um Eure Sicherheit und Eure Gesundheit!

Zweites Versprechen: Wir entwickeln für unsere Kunden und gemeinsam mit unseren Kunden Pläne und Szenarien, wie wir nicht nur unsere Messen, sondern auch die beteiligten Wirtschaftskreise aus den Corona-Wirren herausführen. Der Geschäftsbericht, den wir Ihnen heute vorlegen, erzählt von den Vorbildern, denen wir folgen, um das zu schaffen. Es geht um nachhaltige Messewirtschaft als Basis einer trotz allem guten Zukunft. Wir haben uns entschlossen, ihn mit denselben Bildern und unveränderten Botschaften zu veröffentlichen, wie wir ihn - noch vor Corona - konzipiert haben. Weil wir bereits vieles auf einen guten Weg gebracht haben. Und weil wir daran glauben. Dabei setzen wir auf unsere Messemannschaft, der unser großer Dank gilt. Wir konnten als Geschäftsführung in dieser Zeit stets auf die Mitwirkung und die Kreativität der Belegschaft vertrauen, und das tun wir weiterhin.

Die Messelandschaft, unsere Kunden und Dienstleister werden Vorbilder brauchen. Es ist unsere Aufgabe, mit erfolgreichen, nachhaltigen Veranstaltungen starke Impulse zu setzen. Es ist unsere Pflicht, weiter in die Zukunft zu schauen, unsere Pläne nicht aufzugeben, sondern sie umso intensiver weiter zu verfolgen.

Wir haben viele Ideen. Sie werden das Thema für weitere Gespräche mit Ihnen sein.