

A long, brightly lit corridor with a red carpet leading to a glass entrance labeled 'HALLE 5'. The ceiling is high with industrial lighting fixtures. The walls are made of glass and metal frames. The floor is dark and reflective. The overall atmosphere is modern and professional.

Geschäftsbericht 2019

der Klagenfurter Messe Betriebsgesellschaft mbH



Vom Messegelände zur multifunktionellen „MICE-Location“

Niemand weiß genau, was die Zukunft bringen wird. Das gilt ganz allgemein, das gilt aber insbesondere für die Messebranche, die sich – wie viele andere Bereiche auch – gegenwärtig in einem starken Umbruch befindet. Um in Zeiten der Veränderung Klarheit über die zukünftige Ausrichtung zu gewinnen, haben wir uns im abgelaufenen Jahr systematisch mit der Weiterentwicklung der „Kärntner Messen“ beschäftigt:

In ihrer Funktion als Haupteigentümerin der „Kärntner Messen“ beauftragte die Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee das renommierte „Österreichische Institut für Raumordnung“ mit der Erstellung einer Standort- und Potenzialanalyse. Parallel dazu entwickelte die Geschäftsführung, basierend auf Trend- und Marktanalysen, ein Strategiepapier für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens.

Der Befund der Analysen ist eindeutig: Das klassische Messewesen stagniert, wird aber auch in Zukunft von wichtiger Bedeutung sein. Eine dynamische Entwicklung zeigen hingegen sogenannte „hybride Veranstaltungen“, also die Mischung von klassischen Messen mit innovativen Elementen und das sogenannte „Meetings-, Incentives-, Congresses- & Events-Segment“, kurz „MICE“ genannt.

Somit liegt die langfristige Strategie, das Klagenfurter Messegelände zur modernen und multifunktionellen „MICE-Location“ weiterzuentwickeln, auf der Hand. Herzstück dabei ist die Errichtung einer neuen Multifunktionshalle anstelle der bestehenden Halle 5.

Da Qualität und Funktionalität essentiell für den zukünftigen Erfolg sind, ist die schrittweise modulare Redimensionierung des Geländes, sofern klassische Messen stagnieren, eine Option, die viel Flexibilität für zukünftige Entwicklungen lässt.

Auch in ihrer gegenwärtigen Gestalt sind die „Kärntner Messen“ ein Unternehmen, das einen wichtigen Mehrwert für Klagenfurt, Kärnten und die heimische Wirtschaft erbringt. Mit ihren vier Geschäftsfeldern (Messen, Gastveranstaltungen, Eissport und Parken) generiert das Unternehmen eine jährliche Umwegrentabilität von (49 Mio. Eur gesamt).

Als „Messestadt“ ist Klagenfurt im Süden Österreichs und im Alpen-Adria-Raum in der „Pole-Position“. Mein Anliegen ist, dass wir uns auch als „MICE-Location“ langfristig der Nummer-1-Position annähern.

Dr. Maria-Luise Mathiaschitz
Messepräsidentin



Das Geschäftsjahr 2019

Bedingt durch den Zwei-Jahres-Rhythmus wichtiger Messen (AGRARMESSE ALPEN-ADRIA, INTERNATIONALE HOLZMESSE/HOLZ&BAU) war 2019 ein „messeschwachtes Wirtschaftsjahr“: Der Umsatz belief sich auf Eur 6.745.040,-, der Cash-Flow lag bei Eur 798.139,-, womit die Planzahlen nicht nur erreicht, sondern sogar überschritten werden konnten.

Insgesamt gingen 10 Fach- und Publikumsmessen mit rund 2.200 Ausstellern aus 16 Nationen über die Bühne.

Neben den in Eigenregie veranstalteten Messen stellen über 200 Gastveranstaltungen – diese umfassen ein sehr breites Spektrum, vom Ball über Produktpräsentation bis hin zu den Stadtrichtersitzungen – eine wichtige Unternehmenssäule dar: sie generierten rund 142.000 Besucher, die für tägliche Bewegung am Messeareal sorgten.

Abgesehen von den Messen und Gastveranstaltungen tragen zwei weitere Säulen zum Erfolg des Unternehmens bei, nämlich das „Kärntner Eissportzentrum“, welches rund 212.388 Sportler begrüßen konnte, und das Parkgeschäft mit rund 409.000 Parkvorgängen. Insbesondere das Parkgeschäft stellt eine sehr wichtige, ergänzende Funktion für die drei anderen Geschäftsfelder dar.

Zukünftige Ausrichtung

Das Unternehmen verfügt über Liquiditätsreserven und fußt auf vier Säulen (Messen, Gastveranstaltungen, Eissport, Parken), was mit einer relativ breiten Risikostreuung verbunden ist.

Innerhalb der vier Geschäftsfelder erbringen die Eigenmessen den höchsten Umsatzanteil, wenngleich davon auszugehen ist, dass das Messewesen insgesamt einer stagnierenden bis rezessiven Tendenz unterliegt. Die Eigenmessen betreffend, verfolgt das Unternehmen folgende Strategie:

1. Absichern bestehender Messeformate durch neue, innovative „Zusatzelemente“.
2. Entwickeln neuer Formate (wie z. B. die „Erste Kärntner Lehrlingsmesse“)

Während sich das „Kärntner Eissportzentrum“ stabil entwickelt, weisen die beiden Geschäftsfelder „Parken“ und „Gastveranstaltungen“ eine steigende Tendenz auf. Eine offensive Wachstumsstrategie im letztgenannten Geschäftsfeld scheitert bis dato an den infrastrukturellen Voraussetzungen. Insofern ist die langfristige Strategie, den Messeplatz Klagenfurt zu einem „multifunktionellen Veranstaltungsort“ auszubauen, naheliegend und Erfolg versprechend.

Mag. Dr. Bernhard Erler
Geschäftsführer

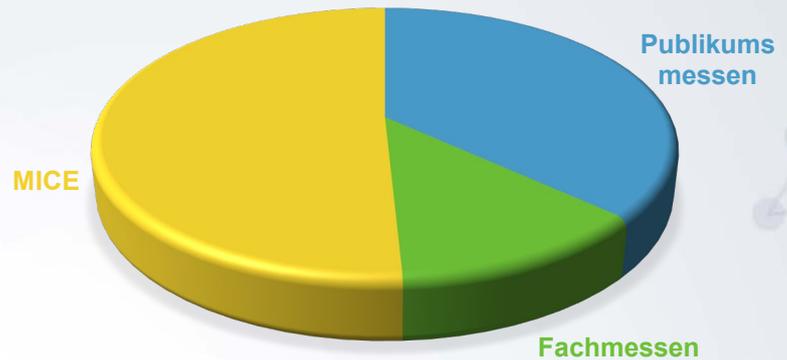


Daten – Fakten – Zahlen

Besucher

2019 konnten bei den zehn Eigenmessen insgesamt rund 140.000 zahlende Besucher auf dem Gelände der Kärntner Messen begrüßt werden.

205 eingemietete Veranstaltungen brachten 141.500 Gäste auf das Areal.

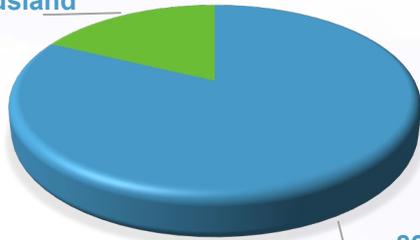


**BEGEGNUNG
VERBINDET.**

www.kaerntnermessen.at



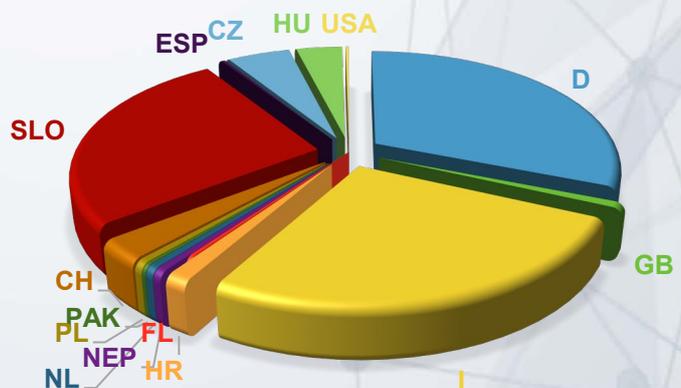
18%
Ausland



82%
Inland

Aussteller

2.160 Aussteller boten Waren und Dienstleistungen während der Fach- und Publikumsmessen an. Ausländische Aussteller kamen vor allem aus Italien, Slowenien und Deutschland.



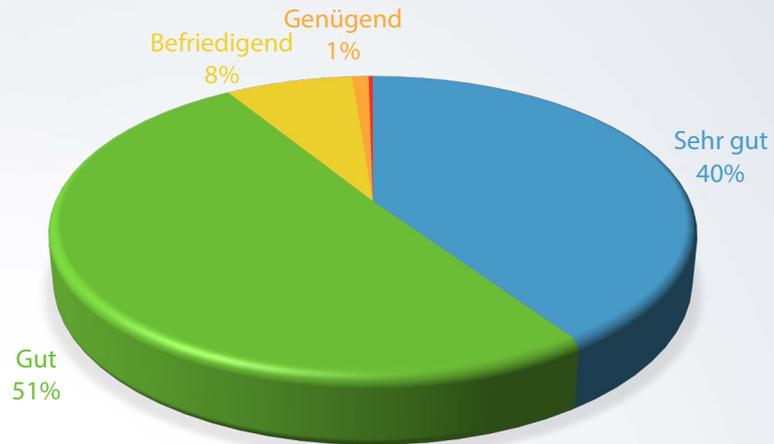
**BEGEGNUNG
VERBINDET.**

www.kaerntnermessen.at

Besucherzufriedenheit

Für die Klagenfurter Messe Betriebsgesellschaft mbH steht Kundenorientierung an oberster Stelle. Gemeinsam mit dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen „Der Ladler“ werden jährlich alle Messen evaluiert.

Das Ergebnis 2019 kann sich sehen lassen. 91 % der befragten Besucher fanden die Messeformate „Sehr gut“ oder „Gut“.



Ausstellerzufriedenheit

Nicht nur die Besucher sind Kunden der Kärntner Messen, sondern vor allem die Aussteller der einzelnen Veranstaltungen. Hier steckt ein großer organisatorischer Aufwand dahinter und das Messteam bemüht sich stets Wünsche wie Platzierungen und spezielle Anforderungen bestmöglich zu erfüllen.

Das Vertriebsteam steht den Ausstellern das ganze Jahr zur Verfügung – nicht nur kurz vor den Messen.

83 % der Aussteller fanden die Betreuung durch das Messteam „Sehr gut“ oder „Gut“.

