

„Die Position der IDS als Weltleitmesse der Dentalbranche ist unbestritten“

Messechefin Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse, im Interview mit *today international*.

■ Seit Oktober 2011 ist die ehemalige Prokuristin der Messe München, Katharina C. Hamma, neue Geschäftsführerin der Koelnmesse. Mit Frau Hamma hat die Koelnmesse eine Expertin mit langjähriger Erfahrung im nationalen und internationalen Messengeschäft gewinnen können. Anlässlich der diesjährigen Internationalen Dental-Schau spricht sie im Interview unter anderem über die Entwicklung der Koelnmesse, die Zusammenarbeit mit der GFDI, die Erwartungen an ihre erste IDS sowie die langfristigen Planungen in Bezug auf das IDS-Messekonzept.

today international: Frau Hamma, seit über einem Jahr sind sie als Messechefin in Köln tätig. Durch welche Merkmale zeichnet sich der Standort am Rhein Ihrer Meinung nach besonders aus?

Katharina C. Hamma: Einer der großen Vorteile der Koelnmesse ist ihre zentrale Lage. Denn Köln liegt im Zentrum der Europäischen Union. Im Radius von 500 km um Köln leben 155 Millionen Europäer. Sie verfügen über einen überproportional hohen Anteil am Bruttoinlandsprodukt der Europäischen Union. Auch die Lage und die Erreichbarkeit des Messegeländes sind optimal: Es ist nur einen Steinwurf von der Kölner Innenstadt entfernt – alle Verkehrsmittel sind in kurzer Zeit erreichbar. Während der Veranstaltungen halten alle wichtigen Fernzüge nicht nur am Kölner Hauptbahnhof, sondern auch am Bahnhof Köln Messe/Deutz. Der Flughafen Köln/Bonn bedient 100 Ziele im In- und Ausland und ist zentraler Knotenpunkt für Low-Cost-Carrier. Der ICE verbindet vier weitere internationale Flughäfen mit der Koelnmesse: Frankfurt am Main, Amsterdam, Brüssel und Düsseldorf sind in kürzester Zeit erreichbar. All das sorgt dafür, dass Aussteller und Besucher schnell und unkompliziert zur Koelnmesse kommen können.

Trotz der schwächelnden Weltwirtschaft geht es der deutschen Messeindustrie erstaunlich gut. Welche Gründe sind für diese Entwicklung verantwortlich?

Die deutsche Messewirtschaft ist weltweit führend. In Deutschland finden die Weltleitmessen für zahlreiche Branchen – wie beispielsweise die IDS – statt. Dementsprechend zeigen Unternehmen aus aller Welt auf deutschen Messen Präsenz, um gerade auch in wirtschaftlich schlechteren Zeiten neue Absatzmärkte zu erschließen. Schließlich sind Messen ein äußerst effektives Marketinginstrument. Zudem verfügt Deutschland weiterhin über eine ausgesprochen stabile Konjunktur. Entsprechend ist die Nachfrage. Das macht die



▲ Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin Koelnmesse. (Foto: Koelnmesse)

deutschen Messen für Unternehmen, die ihre Geschäfte in Deutschland ausbauen möchten, außerordentlich interessant.

Das letzte Fiskaljahr war mit einem Umsatz von 235 Millionen Euro eines der erfolgreichsten in der Geschichte der Koelnmesse. Welchen Anteil hatte die IDS an diesem Ergebnis?

Die Internationale Dental-Schau zählt zu den wichtigsten Veranstaltungen der Koelnmesse. Es gibt nur wenige Messen in Köln, die mehr Aussteller und Besucher anziehen – insbesondere unter den Fachmessen. Dementsprechend leistet die IDS einen wichtigen Beitrag zum Gesamtergebnis der Koelnmesse.

die Schweiz, Frankreich und Großbritannien die am stärksten vertretenen Länder. Zudem werden im März 2013 wieder 13 Gruppenbeteiligungen aus dem Ausland auf der IDS Präsenz zeigen: nämlich aus Argentinien, Brasilien, Bulgarien, China, Großbritannien, Israel, Italien, Japan, Pakistan, der Republik Korea, Russland, Taiwan und den USA.

Welchen Anteil haben die zahlreichen Auslandsdependenzen der Koelnmesse an diesem Wachstum und welchen Stellenwert genießt die Messe generell im Ausland?

Die Koelnmesse verfügt über ein weltweites Vertriebsnetzwerk mit internationalen Messevertretungen in mehr als 80 Ländern. Diese unter-

stützen das IDS-Team in Köln selbstverständlich intensiv bei der Aussteller- und Besucherakquise. Von Vorteil ist dabei natürlich, dass die Position der IDS als Weltleitmesse der Dentalbranche unbestritten ist. Viele Unternehmen fokussieren sich daher auf die IDS und hinterfragen deshalb sogar die Beteiligungen an nationalen Veranstaltungen. Zudem ist die Koelnmesse als solche weltweit bekannt und genießt ein sehr hohes Ansehen. Erst im Herbst 2012 hat eine Marktforschung ergeben, dass Köln weltweit als Standort für Messen, Tagungen und Kongresse geschätzt wird – unter anderem auch aufgrund der bereits erwähnten zentralen Lage und des modernen Geländes. Insbesondere im Ausland gilt die Koelnmesse als bestimmender Faktor für die Attraktivität Kölns.

Ich bin seit mittlerweile mehr als einem Jahr für das gesamte operative Geschäft der Koelnmesse verantwortlich. Das hat natürlich den großen Vorteil, dass wir Synergien sowohl intern – beispielsweise im Vertrieb – als auch extern – beispielsweise mit Kooperationspartnern – besser nutzen können. Davon profitieren all unsere Veranstaltungen und damit selbstverständlich auch die IDS.

Durch die zahlreichen Aussteller aus Fernost wird auch wieder das Thema Fälschungen im Mittelpunkt stehen. Wie haben sich die bisherigen Maßnahmen bewährt und was wird seitens ihres Unternehmers unternommen, um den Vertrieb von Kopien zu unterbinden?

Wir haben bereits vor einigen Jahren die Initiative „No Copy! Pro Original“ gegen Produktpiraterie ins Leben gerufen. Mit dieser Initiative unterstützen wir unsere Aussteller aktiv im Kampf gegen Plagiateure. Es gibt beispielsweise einen Counter auf der Messe, der als Anlaufstelle bei Fragen rund um das Thema Schutzrechtsverletzungen dient. Experten geben vor Ort Informationen und Hilfestellungen. Bei Bedarf können die Koelnmesse-Mitarbeiter am „No Copy!“-Counter auch Kontakt zu spezialisierten Fachanwälten vermitteln. Vor

gegen Produktpiraten bestmöglich zu unterstützen.

Bei der Organisation der IDS arbeiten Sie eng mit der GFDI zusammen. Wie gestaltet sich diese Zusammenarbeit?

Die GFDI Gesellschaft zur Förderung der Dental-Industrie mbH als Veranstalterin der IDS und die Koelnmesse als durchführende Gesellschaft verbindet eine langjährige, sehr gute Zusammenarbeit. Konkret gestaltet sich das so, dass wir vonseiten der Koelnmesse alle Maßnahmen umsetzen, die für eine erfolgreiche Durchführung der IDS nötig sind – angefangen von der Akquise und Betreuung von Ausstellern über umfangreiche Werbe-, Direktmarketing- und Pressemaßnahmen zur Besucherakquise bis hin zu Logistik und Organisation für die fünf Messetage. All das geschieht selbstverständlich in enger Abstimmung mit der GFDI.

Sie selbst haben keine Erfahrung mit der Dentalbranche. Sind sie erstaunt, was inzwischen in der Zahnmedizin alles möglich ist und werden Sie einen Messerundgang wagen?

Ich bin sehr herzlich in die „Dentalfamilie“ aufgenommen worden und habe daher schon viel über aktuelle Trends der Dentalmedizin erfahren. Daher bin ich überzeugt, dass es im kommenden Jahr viele Innovationen zu sehen geben wird, die den Zahnarztbesuch für den Patienten deutlich angenehmer machen. Ich muss also keinen Messerundgang „wagen“. Im Gegenteil: Ich freue mich all das im März live auf der IDS entdecken zu können.

„Es gibt nur wenige Messen in Köln, die mehr Aussteller und Besucher anziehen.“

Die Zahl an Ausstellern für die IDS 2013 ist bereits wieder auf dem Level der Vorgängerveranstaltung. Welche Erwartungen haben Sie an Ihre erste IDS?

Ich erwarte, dass wir die Zahlen der letzten, sehr erfolgreichen IDS noch einmal übertreffen können. Das heißt: mehr Aussteller, mehr Fläche, mehr Besucher. Den neuen Flächenrekord haben wir mit 150.000 m² Bruttoausstellungsfläche bereits aufgestellt. Genauso werden wir die Ausstellernzahlen im Vergleich zur Vorveranstaltung toppen. Und auch mit Blick auf die Besucherzahlen unternehmen wir alles, damit wir am 16. März einen neuen Rekord verkünden können.

Der Zuwachs in diesem Jahr ist vor allem auf das Interesse von Dentalherstellern aus dem Ausland zurückzuführen. In welchen Regionen herrscht die meiste Nachfrage?

Nach Deutschland sind Italien, die USA, die Republik Korea, China,

stützen das IDS-Team in Köln selbstverständlich intensiv bei der Aussteller- und Besucherakquise. Von Vorteil ist dabei natürlich, dass die Position der IDS als Weltleitmesse der Dentalbranche unbestritten ist. Viele Unternehmen fokussieren sich daher auf die IDS und hinterfragen deshalb sogar die Beteiligungen an nationalen Veranstaltungen. Zudem ist die Koelnmesse als solche weltweit bekannt und genießt ein sehr hohes Ansehen. Erst im Herbst 2012 hat eine Marktforschung ergeben, dass Köln weltweit als Standort für Messen, Tagungen und Kongresse geschätzt wird – unter anderem auch aufgrund der bereits erwähnten zentralen Lage und des modernen Geländes. Insbesondere im Ausland gilt die Koelnmesse als bestimmender Faktor für die Attraktivität Kölns.

Eines Ihrer wesentlichen Ziele war die Homogenisierung der Geschäftsführungsstrukturen. Welche kon-

Messebeginn sollten Aussteller klären, ob sie ein gewerbliches Schutzrecht für die eigenen Produkte bzw. Marken besitzen. Entsprechende Unterlagen müssen sie zur IDS mitbringen, um im Ernstfall direkt handeln zu können. Bemerken Aussteller auf einer Messe, dass Produkte kopiert wurden, sollten sie sich sofort um eine Unterlassungserklärung bemühen. Die Experten von „No Copy!“ beraten hierzu gerne.

Liegen der Koelnmesse schon vor einer Veranstaltung konkrete Hinweise zu einer bereits erfolgten oder drohenden Schutzrechtsverletzung vor, weist die Koelnmesse diesen Aussteller bereits im Vorfeld auf die rechtlichen Konsequenzen einer Schutzrechtsverletzung hin. Wurde der Aussteller bereits wegen Produktpiraterie gerichtlich verurteilt, behält sich die Koelnmesse vor, ihn komplett von der nächsten Veranstaltung dieser Art auszuschließen. Wir sind also sehr aktiv, um unsere Aussteller im Kampf

Die IDS erstreckt sich inzwischen auf fünf Hallen. Welche längerfristigen Planungen gibt es in Bezug auf das IDS-Messekonzept und in welchem Zeitraum sollen diese umgesetzt werden?

Wir – damit meine ich die GFDI und die Koelnmesse – werten den Erfolg der IDS nicht zuletzt auch als Bestätigung des Messekonzepts. Wir werden insofern an der Erfolgsformel der gemeinsamen Veranstaltung festhalten. Das heißt, der Fokus bleibt weiterhin auf dem Business und den Produktinformation an den Ständen der Aussteller. Auch eine thematische Segmentierung der Hallen ist bis auf Weiteres nicht vorgesehen. Ob darüber hinaus konzeptionelle Änderungen vorgenommen werden, werden wir nach der IDS 2013 mit der veranstaltenden GFDI abstimmen.

Vielen Dank für das Interview.

Quelle: Koelnmesse