

„In diesen Tagen geht nichts von selbst“

JOCHEN KÖCKLER, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe, im Interview

HANNOVER. Jochen Köckler ist seit sieben Jahren Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe. Im Interview erklärt er, wie sich das Unternehmen um neue Messen bemüht, wie es mit der Emo weitergeht und wie er die Stimmung in der Belegschaft wahrnimmt.

Messestandorte wie Hamburg, Stuttgart und Nürnberg melden Wachstum bis hin zu Rekordumsätzen, wo ordnen Sie in diesem Kontext den Standort Hannover ein, Herr Köckler?

Im vergangenen Jahr hatten wir mit 45 Millionen Euro das zweitbeste Ergebnis aller Messegesellschaften. Auch in diesem Jahr werden wir unsere Ziele übertreffen und mit einem deutlich positiven Ergebnis abschließen. Dennoch lässt sich nicht bestreiten, dass die Branche auch unter Druck steht. Bei den Aussteller- und Besucherzahlen sind wir immer noch unter dem Niveau von 2019. Als Standort haben wir das fantastische Gelände und hatten deshalb allein in diesem Herbst mit der IAA Transportation, der Euroblech und EuroTier einige der größten Messen, die in Deutschland stattfinden. Bei Großveranstaltungen haben wir den Vornamen Messestadt verdient. Wir sind ganz klar eine der Topadressen, aber können uns nicht zurücklehnen. In diesen Tagen geht nichts von selbst.

Zuletzt waren Sie in der Akquise von neuen Messen nicht sonderlich erfolgreich.

Bei mindestens fünf Veranstaltungen soll die DMAG gegen Konkurrenten verloren haben. An welchen Punkten fällt es Ihnen schwer, zu überzeugen?

Seit diesem Jahr richtet Hagebau seine Messen bei uns aus, und ab 2026 finden die Messen von Euro-nics und Expert bei uns statt. Es gibt aber immer unterschiedlichste Bedarfe. Wenn weltweite Aussteller und Gäste zeitgleich zur Messe zum Oktoberfest oder Ski fahren wollen, stehen wir nicht so gut da. Wenn man aber eine zentrale Erreichbarkeit haben will über die Straße, Schiene oder den Flughafen, punkten wir. Das eine Argument gegen uns gibt es jedenfalls nicht. Aber das Ökosystem am Standort muss zusammenhalten und der Kunde im Mittelpunkt stehen.

Zusammenhalten ist ein gutes Stichwort. Seit Jahren gibt es Kritik von Ihnen und Gastveranstaltern, dass die Hotelpreise zu hoch sind. Die Hotellerie bestreitet, dass die Aussteller Nachteile haben ...

Wir haben das gemeinsame Interesse, möglichst viele Gäste über das Jahr zu begrüßen. Es gibt vier bis fünf Wochen im Jahr, da ist die Landeshauptstadt ausgebucht. Das ist ein Markt, auf dem sich die Preise so bilden, wie sie sind. Aber alle Gastveranstalter und Aussteller entscheiden jährlich neu, ob sie nach Hannover wollen, das muss allen klar sein.

Wir machen in unserer Unternehmensstrategie auch deshalb

neue Messen, weil es für das Ökosystem total wichtig ist, dass auch Veranstaltungen mit 3000 bis 10.000 Übernachtungen stattfinden, und so eventuell Preisspitzen bei unseren Groß-messen etwas abfedern. Ich habe kein Interesse daran, Dinge anzuklagen und von uns selbst wegzuleiten.

Da ist aber nach einem internen Papier von Ihnen im Herbst 2023 ein anderer Eindruck entstanden. In einer Präsentation kritisierten Sie den Flughafen, die Bauplanung, die Hotellerie und andere. Das wurde von Politik und Wirtschaft als Rundumschlag wahrgenommen, mit dem die Messe auf die anderen Gewerke gezeigt und die Verantwortung abgeschoben hat.

Wir wollen alle Beteiligten an einen Tisch bringen, um die Kunden möglichst gut zu bedienen, und zu priorisieren, was wichtig ist. Da haben wir über schnelle Lösungen nachgedacht. Wenn zu einer großen Messe wie der Emo das gesamte Seelhorster Kreuz gesperrt wird, fühle ich mich als Anwalt der Kunden und nicht als Ankläger. Die Emo ist nur zweimal in sechs Jahren hier, da erwarten die Veranstalter schon, dass wir Spalier stehen und uns darüber freuen, dass sie da sind.

Nachdem dieses Papier kursiert ist, gibt es einen engeren Austausch mit allen Beteiligten. Wir haben uns zum Beispiel riesig gefreut, dass Eurowings den Flugplan mit Norditalien ergänzt hat. Und Eurowings merkt sehr wohl, wenn EuroTier, Euroblech oder IAA ist – die sind bereit, in Zukunft größere Maschinen einzusetzen.

Anlass für dieses interne Papier war, dass der Veranstalter der Emo sich nach einer Alternative umschaut. Wie ist denn da der Stand?

Wir haben die Ausschreibung erhalten und gehen das professionell an. Wir werden zeigen, was wir solch einer Weltklasse-



Jochen Köckler, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe AG, im Interview.

Foto: Nancy Heusel

Wir suchen Verkäufer (m/w/d)

Heimann

Fleischerei • Partyservice

Oesselse • Weidenstraße 6 • Tel.: 0 51 02 / 32 24
fleischerei-heimann@t-online.de

Di., Do., Fr.: 8 - 12.30 Uhr u. 15 - 18 Uhr • Mi.: 8 - 12.30 Uhr • Samstag: 7 - 12 Uhr

Wir suchen Verstärkung!



**Meine News.
Mein E-Paper mit Tablet.
Meine gemeinsame Lesezeit.**

Wissen, was Hannover und die Welt bewegt.



Jetzt online abschließen: abo.Neuepresse.de/jetzt sichern
Oder direkt in unseren Geschäftsstellen vor Ort:
Hannover (Lange Laube 10), Langenhagen CCL (Marktplatz 5),
Neustadt (Am Walhof 1), Burgdorf (Marktstraße 16)

* Als zweites Tablet erhalten Sie das Galaxy Tab A9+ gegen eine Einmalzahlung von 1 €.



Neue Presse NP

Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland

Werkzeugmaschinenmesse mit unserem Gelände anbieten können. Ob wir den Zuschlag bekommen, wird wahrscheinlich im ersten Halbjahr entschieden und zur Emo im September verkündet. Wir arbeiten extrem partnerschaftlich und professionell mit dem Emo-Team zusammen. Dass ein Gastveranstalter mal die Bedingungen an einem anderen Standort prüft, ist in unserer Branche übliche Praxis. Vor zwei Wochen gab es eine Mitarbeiterversammlung, die unserer Kenntnis nach sehr aufgeladen war. Anfang des Jahres gab es sogar einen Brandbrief seitens des Betriebsrats. Wie würden Sie aktuell die Zusammenarbeit mit der Belegschaft beschreiben?

Wir haben herausfordernde, schnellleibige Zeiten, und die Frage ist, wie wir darauf als Unternehmen reagieren. Es gibt auf der Arbeitnehmerseite, glaube ich, niemanden, der gegen die Offensive ist, mehr neue Messen zu machen. Wenn wir damit nicht angefangen hätten, dann wären wir irgendwann eine Hallenvermietungs-gesellschaft. In der Restrukturierung der letzten Jahre haben viele Menschen eine neue Aufgabe bekommen. Da greifen noch nicht alle Räder ineinander, und wo es notwendig ist, werden wir auch nachjustieren. Ich habe mich bei den Mitarbeitenden ausdrücklich bedankt, weil wir in diesem Herbst, der pickpäckevoll war, sehr gut abgeliefert haben. Ansonsten muss man eben diskutieren zwischen den Interessen eines Betriebsrates und den Interessen eines Vorstandes.

2020 haben Sie in einem Interview gesagt, Sie würden keine Rüstungsmesse veranstalten. Inzwischen hat sich die Weltlage sehr geändert: Russland hat die Ukraine überfallen und führt dort seit bald drei Jahren Krieg. Das Rüstungsunternehmen Rheinmetall ist wirtschaftlich sehr erfolgreich und Sponsor von Borussia Dort-

mund. Ist Rüstung als Messthemema weiter ein Tabu?

Ich war 1989 bei der Bundeswehr, und als es zur Wiedervereinigung kam, ohne dass ein Schuss fiel, war ich der Meinung, dass wir in einer zivilen Gesellschaft keine Konflikte austragen müssen und kein Werrüsten brauchen. Aber wie viele meiner Generation bin ich auch der Meinung, dass es enorm wichtig ist, dass wir verteidigungsfähig sind. Von daher würde ich heute anders antworten: Wir müssen Plattformen haben, wo man über innere Sicherheit spricht.

Das große Gelände bedeutet gleichzeitig einen hohen Bedarf an Investitionen und Modernisierungen. Wie erleben Sie die Bereitschaft der Gesellschafter, gemeinsam mit Ihnen ins Risiko zu gehen und das Ganze zukunfts-fähig zu machen?

Noch sind alle Hallen gut nutzbar. In Hannover gibt es immer sofort den Reflex „Ist das Gelände nicht zu groß?“ Ja, wir haben ein großes Gelände, aber das ist auch eines unserer Alleinstellungsmerkmale. Köln und Frankfurt sind Innenstadtgelände, da kann ich mir nicht vorstellen,

wie dort die ganzen Lkws all das bringen, was zur Agritechnica und Hannover Messe über den Schnellweg zu uns kommt. Mein Gefühl ist, dass die Anteilseigner sich bewusst sind, was sie an ihrer Messebeteiligung haben. Die Kunden erwarten, dass sie hier ein modernes Gelände haben. Das hat nicht nur mit Hallen zu tun. Wir werden im nächsten Jahr Digital Signage (Anm. d. Red.: digitale Beschilderung) nutzen und groß und prominent unter anderem vor dem Eingang Nord in unseren Look investieren. Das kostet in Summe für das Gelände 2 Millionen Euro. Aber über die Hallen wird in den nächsten Jahren auch zu entscheiden sein. Dafür jetzt einen Preis zu nennen, wäre völlig unseriös.

Aber es gibt ja Pläne: Halle 1 soll abgerissen werden. Was kommt dann an die Stelle – ein Hotel?

Halle 1 ist mal errichtet worden als Dauerausstellung zur Cebit. Die hat 70.000 Quadratmeter und unten Parkplatzzapazitäten, die bis heute genutzt werden. Aber sie wird nicht weiter als Messehalle verwendet. Was wir nach dem Abriss mit der Fläche machen, ist noch offen. Klar ist

nur, dass wir sie im Besitz der AG behalten wollen, weil das vorn am Eingang ein Filetstück ist.

Bei der letzten Hannover Messe gab es ein paar wahrnehmbare Leerstände, weil Aussteller wegen ihrer wirtschaftlichen Situation weniger Flächen gekauft hatten. So wie die Industrie gerade gestimmt ist, könnte das in den kommenden Jahren ähnlich sein. Macht Ihnen das Sorgen?

Wir merken, dass Aussteller ihre Stände verkleinern und vereinzelte auch ihren Auftritt hinterfragen. Selbstverständlich macht mir die Wirtschaftskrise in Deutschland Sorgen, aber da sind wir eben aufgerufen, die Hannover Messe so aufzustellen, dass sie die weltweit wichtigste Industriemesse bleibt. Dass sie die relevanten Themen aufgreift, wie Künstliche Intelligenz oder Wasserstoff, aber auch ein Partnerland wie Kanada hat und so Besucher aus aller Welt anzieht. Die Hannover Messe wird im kommenden Jahr größer als in diesem Jahr. Aber das ist natürlich kein Rückenwind für die Messe, wenn dem Standort Deutschland der Wind so ins Gesicht bläst.



Ein Beispiel erfolgreicher Messen: Künstliche Hühner stehen am Stand der Firma ChickensWatch in einem Monitoring-System für Mastgeflügel und Legehennen bei der Messe EuroTier in der Messe Hannover.

Foto: Julian Stratschulte/dpa