

Hannover Congress Centrum

Lagebericht zum 31. Dezember 2017

A. Geschäftsverlauf

- Allgemeine wirtschaftliche Situation und wichtige Vorgänge des Geschäftsjahres

B. Wirtschaftliche Lage

- Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

C. Ausblick sowie Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

A. Geschäftsverlauf

Allgemeine wirtschaftliche Situation und wichtige Vorgänge des Geschäftsjahres

Das Hannover Congress Centrum ist eines der größten messeunabhängigen Kongress- und Veranstaltungszentren Deutschlands und wird als Eigenbetrieb der Landeshauptstadt Hannover nach den gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere dem Niedersächsischen Kommunalverfassungsgesetz (NKomVG) sowie der Eigenbetriebsverordnung (EigBetrVO) und den Bestimmungen der Satzung des Eigenbetriebes geführt.

Mit seiner über 100jährigen Geschichte ist das Hannover Congress Centrum anerkannter und seit vielen Jahrzehnten bekannter Treff- und Mittelpunkt für das gesellschaftliche und kulturelle Leben der Landeshauptstadt Hannover und als großes Kongress- und Veranstaltungszentrum deutschland- und europaweit bekannt.

Der Geschäftsverlauf im Jahr 2017 hat trotz der zunehmenden Unwägbarkeiten im nationalen sowie internationalen Umfeld sowie der erhöhten Wettbewerbsintensität insgesamt eine sehr erfreuliche Entwicklung genommen. Das Geschäftsjahr 2017 war erneut ein sehr erfolgreiches Jahr. Neben der positiven Geschäftsentwicklung im Kernbereich Veranstaltungen sind die Sonderveranstaltungen in der HDI Arena als außerordentlicher Aspekt zu nennen.

Die Umsatzerlöse erreichten einen neuen Höchstwert und belaufen sich für das Geschäftsjahr auf insgesamt 19.119,5 T€. Im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um 2.999,5 T€ (+18,6 %).

Im Veranstaltungsbereich ist für das Geschäftsjahr gegenüber dem Planansatz eine Steigerung in Höhe von 1.942,1 T€ (19,3 %), zum Vorjahr ein Anstieg um 1.391,3 T€ (13,1 %) zu verzeichnen.

Die Umsatzerlöse im Catering der HDI-Arena nahmen aufgrund der diesjährigen Sondereffekte von vier Großkonzerten sowie dem direkten Wiederaufstieg von Hannover 96 in die 1. Fußball-Bundesliga eine sehr erfreuliche Entwicklung. Gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme um + 1.603,6 T€ (+32,3 %).

Strategisches Ziel war es im Geschäftsjahr 2017 den Konsolidierungsprozess insgesamt fortzusetzen und weiter zu stabilisieren.

Das Hannover Congress Centrum hat auch im Geschäftsjahr 2017 das geplante Jahresziel (ein positives operatives Ergebnis in Höhe von 400 T€) mehr als erreicht und weist mit einem operativen Jahresergebnis in Höhe von 827,3 T€ gegenüber dem Vorjahr (423,8 T€) eine deutliche Steigerung in Höhe von 403,5 T€ (95,2 %), eine einmalige sehr positive Ergebnisentwicklung, auf.

Die bestehende Beteiligung an der medcon & more medical congress management Hannover GmbH - eine gemeinsame Gesellschaft der Medizinischen Hochschule Hannover, der Deutsche Messe AG und des Hannover Congress Centrum - zeigt im Geschäftsjahr 2017 noch nicht die erwarteten Synergien. Auf Gesellschafterebene sind in diesem Zusammenhang konzeptionelle und strukturelle Erörterungen vorgesehen.

Strategisches Ziel der Beteiligung ist es auch weiterhin, unter anderem im Gesamtzusammenhang von Wissenschaft, Forschung und Gesundheitswirtschaft, für den Standort Hannover zusätzliche Kongress- und Tagungsveranstaltungen sowie Events seitens der medcon & more GmbH zu akquirieren und durchzuführen.

B. Wirtschaftliche Lage

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Das Hannover Congress Centrum weist im Geschäftsjahr 2017 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von -1.713,6 T€ aus.

Das **operative Jahresergebnis** bereinigt um den Sondereinfluss aus dem Rechtsstreit Küche (225,0 T€) sowie der durch das HCC nicht direkt zu beeinflussenden Erträge/Aufwendungen für:

- Erträge aus Beteiligung DMAG (997,4 T€)
- Hannover Marketing & Tourismus GmbH (720,0 T€),
- den allgemeinen Strukturkosten (2.880,0 T€)
- sowie anteiliger Personalkosten (163,3 T€) aus dem Tarifvertrag Beschäftigungssicherung der Landeshauptstadt Hannover, die dem HCC nicht in voller Höhe angerechnet werden,

beläuft sich auf **+ 827,3 T€**.

Die Umsatzerlöse beliefen sich im Geschäftsjahr 2017 auf 19.119,5 T€, gegenüber dem Planansatz eine Steigerung in Höhe von 5.131,5 T€ (+ 36,7 %). Im Vergleich zum Vorjahr ist dies ein Anstieg um 2.999,5 T€ (18,6 %). Diese erfreuliche Entwicklung ist im Wesentlichen auf einen sehr positiven Verlauf im Veranstaltungsbereich sowie die Sondereffekte in der HDI Arena zurückzuführen.

Die Summe Betriebliche Erträge beläuft sich im Geschäftsjahr 2017 auf 19.676,7 T€, gegenüber dem Vorjahr eine Erhöhung um 3.191,0 T€ (19,4 %).

Der Materialaufwand beläuft sich gesamt auf 9.499,7 T€, gegenüber dem Planansatz (6.608,3 T€) eine veranstaltungsbedingt insgesamt höhere Inanspruchnahme von 2.891,4 T€.

Der Personalaufwand für das Stammpersonal inkl. der Aushilfen beläuft sich auf 5.616,2 T€, gegenüber dem Wirtschaftsplanansatz eine Zunahme um 275,2 T€ (5,2 %), die im Wesentlichen durch den einstufigen Tarifabschluss der DEHOGA-Niedersachsen, mit einer Laufzeit von 24 Monaten, in Höhe von 5,2 % ab dem 01.06.2017 zu begründen ist.

Die Gesamtpersonalkosten inkl. der in Anspruch genommenen externen Dienstleister (1.836,5 T€) sowie der Provisionen für Servicepartner (1.096,7 T€) belaufen sich auf 8.549,3 T€, gegenüber dem Planansatz umsatz- und veranstaltungsbedingt eine insgesamt höhere Inanspruchnahme von 1.188,2 T€ (16,1 %).

Im Verhältnis zur Summe der betrieblichen Erträge beläuft sich die Gesamtpersonalkostenquote im Jahr 2017 auf 43,4 %, gegenüber dem Vorjahr (46,9 %) eine Veränderung um -3,5 %-Punkte.

Die Summe der betrieblichen Aufwendungen beläuft sich im Geschäftsjahr 2017 auf 22.041,0 T€ und ist gegenüber dem Planansatz im Wesentlichen durch höhere Gebäudereparatur- und Instandhaltungsaufwendungen sowie die veranstaltungsbedingt höheren Aufwendungen für bezogene Leistungen, inklusive der damit verbundenen Aufwendungen für Provisionszahlungen gegenüber Hannover 96 sowie den Dienstleistern, beeinflusst.

Im Geschäftsjahr 2017 erhielt das Hannover Congress Centrum von der Deutsche Messe AG eine anteilige Ausschüttung für 2016 in Höhe von 997,4 T€, die im Beteiligungsergebnis ausgewiesen wird.

Im Berichtsjahr belaufen sich die Investitionen für immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen sowie Finanzanlagen auf insgesamt 1.830,9 T€. Die Einzelprojekte wurden im Rahmen der zeitlichen und finanziellen Vorgaben durchgeführt.

Im Jahr 2017 wurden die zur Verfügung stehenden Mittel im Wesentlichen für die Sanierung sanitärer Einrichtungen inkl. der Fortführung der weiteren Bauabschnitte im Rahmen der Fassadensanierung (200,0 T€) sowie kleinerer Modernisierungsmaßnahmen gebunden.

Den Investitionen stehen insgesamt planmäßige Abschreibungen in Höhe von 2.183,3 T€ gegenüber.

Im Berichtsjahr ergab sich eine erhöhte Eigenkapitalquote in Höhe von 53,8 % (48,9 % Vorjahr).

Die Bilanzsumme beläuft sich im Geschäftsjahr auf 37.658,8 T€ (Vorjahr: 36.977 T€).

Derzeit ist das Anlagevermögen zu 59,8 % durch das Eigenkapital gedeckt.

Die Finanzierung des Geschäftsbetriebs des HCC war durch die bestehenden Finanzierungsvereinbarungen mit der Landeshauptstadt Hannover (LHH) jederzeit gesichert. Diese Finanzierungsgrundlage besteht fort.

C. Ausblick sowie Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

Für 2018 strebt das Hannover Congress Centrum auf Basis der bestehenden Mittelfristplanung einen Gesamtumsatz in Höhe von rd.14,5 Mio. € an. Diese Entwicklung soll trotz erhöhter regional, nationaler und internationaler Wettbewerbsintensität im Rahmen der in den letzten Jahren erzielten Erfolge im Kontext der umgesetzten wirtschaftlichen Sanierungskonzepte dazu führen, eine weitere stabile und positive betriebswirtschaftliche Geschäftsentwicklung zu begünstigen und auf diesem Niveau in den Folgejahren fortzuschreiben.

Dabei soll - gegebenenfalls auf niedrigerem Umsatzniveau - ein weiterhin positives operatives Jahresergebnis in Höhe von +400 T€ realisiert und fortgeschrieben werden.

Diese Zielerreichung steht in direktem Zusammenhang mit einer Reihe von Voraussetzungen und Herausforderungen, die für eine erfolgreiche Realisierung von entscheidender Bedeutung sein werden:

Es bedarf einer weiterhin andauernden Bereitschaft, die Wettbewerbsfähigkeit des Hannover Congress Centrum mit entsprechend gezielten Schwerpunkt- Investitionen zu stärken und zu optimieren.

Aus Sicht der Betriebsleitung kann die Fortführung der gelebten Praxis im Rahmen der jeweils zur Verfügung gestellten Investitionsmittel, auch künftig ein geeignetes Instrument darstellen.

Die wesentlichen Voraussetzungen im Veranstaltungsportfolio, die entscheidend für die erfolgreiche Entwicklung der letzten Jahre waren, dürfen nicht in überdurchschnittlichem Umfang negativen Veränderungen unterliegen.

Hierbei wird zukünftig, noch stärker als in der Vergangenheit, die strategisch bewusste Weiterentwicklung des Kongressstandorts Hannover von entscheidender Bedeutung sein. Sowohl die offensive bzw. aggressive Gesamtentwicklung des Wettbewerbs auf allen Ebenen, als auch die besondere Herausforderung der positiven und aktiven Entwicklung eines Kongressstandortes in einer erfolgreichen Messestadt werden hierbei besondere Herausforderungen sowie Zielkonflikte darstellen.

Weiterhin ist auch der sportliche Erfolg von Hannover 96 mit entsprechender Zugehörigkeit zur 1. Fußball-Bundesliga zu benennen. Das Engagement im Rahmen des Catering in der HDI-Arena stellt einen wesentlichen Ergebnisbeitrag dar, der durch anderweitige Aktivitäten im Veranstaltungsbereich nicht in entsprechender Größenordnung kompensiert werden kann. In diesem Zusammenhang sind auch über den Liga-Spielbetrieb hinaus die in den letzten Jahren zusätzlich zu verzeichnenden Sonder- bzw. Großveranstaltungen (Großkonzerte, Fußball-Länderspiele, Euro-League etc.) zu benennen.

Die weiterhin positive mittelfristige Gesamtentwicklung steht in direkter Abhängigkeit zu den vorgenannten Rahmenbedingungen.

Das Management- und Produktkonzept Nachhaltigkeit / CSR (Corporate Social Responsibility) muss kontinuierlich als Wettbewerbsvorteil und Managementstrategie gefördert und weiterentwickelt werden.

Mit den in diesem Zusammenhang seit 2007 entwickelten Strategien und Konzepten ist es dem HCC gelungen die Marke „HCC“ in einem sehr speziellen, für die Größenordnung des Hauses einzigartigen Umfang, zu positionieren. Dies hat sowohl national als auch international im Marketing zu einer erfolgreichen Wahrnehmung geführt, die zukünftig weiterhin gezielt ausgebaut und betont werden muss. Dies gilt sowohl für die regelmäßige Teilnahme an Zertifizierungen und Awards als auch für die konkrete kontinuierliche Produktentwicklung, wie im vergangenen Jahr mit der abgeschlossenen Produktgestaltung in der nachhaltigen Gastronomie in ihren verschiedenen Facetten geschehen.

Ein weiterer für die Gesamtentwicklung gleichermaßen wichtiger Faktor ist die Aufgabenstellung im Rahmen des „CSR als Managementsystem“. Dies gilt sowohl unter dem Gesichtspunkt der kontinuierlichen Optimierung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen sowie Ablaufverbesserungen als auch in der qualifizierten Teamentwicklung und personellen Gesamtstruktur, inkl. einer entsprechend positiven Unternehmenskultur.

Es bedarf einer progressiven und auf zusätzliche Dynamik und Aktivität ausgerichteten Struktur im Standortmarketing für den „Veranstaltungs- und Kongressstandort Hannover“.

Hierbei geht es zum einen um eine Stabilisierung der im Wettbewerb erzielten Marktanteile und zum anderen vor allem auch darum, für die in den letzten Jahren entstandenen und offensiv entwickelten Zusatzangebote zusätzliche Marktanteile zu erarbeiten. Ein Überangebot an Veranstaltungsstätten im regionalen Markt birgt die zusätzliche Gefahr eines möglichen Preisverfalls. Hier ist das HCC gefordert, entsprechend wirksame eigene Aktivitäten und Konzepte zu entwickeln. Letztendlich geht es jedoch in diesem Gesamtzusammenhang um einen Standortwettbewerb auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene. Die übergeordnete Aufgabenstellung lautet daher: „Mehr und neue Veranstaltungen für Hannover“. Dabei stellen bisherige Konzepte und Instrumente ein progressives Wachstum nur in einem begrenzten Umfang sicher. Die Beobachtung und Bewertung des Wettbewerbs zeigt in diesem Zusammenhang eine zunehmend bewusste und aggressive Strategieentwicklung, der es etwas entgegen zu stellen gilt, wenn man über die nächsten Jahre eine deutliche Positionierung des Kongressstandortes Hannover anstreben will.

Ein in diesem Zusammenhang bereits realisierter Ansatz für den eigenen Produktbereich ist beispielsweise das seit einigen Jahren gemeinsam mit dem Congress Hotel am Stadtpark betriebene Verkaufsbüro. Diese Zusammenarbeit ermöglicht es der wachsenden Angebotsvielfalt der Kongress-Hotellerie mit marktgerechten Angebotsstrukturen zu begegnen. In der Kooperation werden in diesem Zusammenhang gezielt weitere Aktivitäten und Angebotsstrukturen geprüft und entwickelt.

Eine weitere zukunftsfähige Entwicklung, die durch das HCC mit konzipiert und aktiv begleitet wird, ist die Marketingkooperation mit der Deutsche Messe AG (DMAG) und der Hannover- Marketing- und Tourismus GmbH (HMTG) unter dem Label „The Meeting Planet Hannover“.

Diese Kooperation hat zu einer Reihe von Marketingaktivitäten, wie z.B. dem gemeinsamen Messeauftritt auf internationalen Messen inkl. einer Offensive für den chinesischen Kongressmarkt, geführt.

In diesem Zusammenhang ist auch die Gründung der „medcon & more GmbH“ durch die Medizinische Hochschule Hannover (MHH), die Deutsche Messe AG (DMAG) und das Hannover Congress Centrum (HCC) ein weiterer vielversprechender Ansatz vor allem neue kreative Ansätze für die Entwicklung von zukünftigem Kongressgeschäft zu befördern. Hierbei geht es im Besonderen um die Identifikation von sogenannten „Kernkompetenzfeldern oder Leuchttürmen“, die im Wettbewerb mit anderen Standorten besonders gute, weil einzigartige, Aussichten für eine erfolgreiche Weiterentwicklung bieten können. Dabei wird es für die mittelbare Zukunft eine besondere Herausforderung sein, die Aktivitäten in diesem Gesamtkontext erfolgreich und zukunftsfähig zu bündeln und dafür Sorge zu tragen, personelle und finanzielle Mittel zu generieren, die eine erfolgreiche Arbeit zulassen und ermöglichen.

Für alle vorstehend beschriebenen Ansätze gilt allerdings, dass sie nur begrenzt eine schlagfertige Gesamtstrategie mit einem offensiven Bekenntnis zur Optimierung und Weiterentwicklung des Kongressstandortes Hannover beschreiben, die in anderen im direkten Wettbewerb stehenden Standorten zu beobachten ist.

Dementsprechend sind die auf Basis der zum heutigen Zeitpunkt bestehenden Festbuchungen und Reservierungen sowie der gezielten Akquisitionsmaßnahmen im Veranstaltungsbereich angestrebten Umsatzgrößenordnungen - trotz des allgemein prognostizierten konjunkturellen Aufschwungs - weiterhin als ambitioniert, aber erreichbar zu betrachten.

Die Aussagen basieren auf aktuellen Einschätzungen und sind daher mit Risiken und Unsicherheiten behaftet.

Um die mittelfristig vorgesehene Ergebnisfortschreibung sicherstellen zu können, sind weitere Veränderungen im Kostenmanagement sowie strukturelle Organisationsverbesserungen erforderlich. Neben neuen Veranstaltungskonzepten, die flexibel auf Markt- und Kundenwünsche eingehen, ist vor allem eine optimale Entwicklung der Veranstaltungszahlen in den einzelnen Geschäftsfeldern die Grundvoraussetzung.

Hierbei wird nach den Umsatzzuwächsen der Vorjahre für die mittel- und langfristige Zukunft die Stabilisierung der erreichten Ergebnisse sowie eine Verbesserung des operativen Gesamtergebnisses im Rahmen der zeitaktuellen Möglichkeiten im Vordergrund stehen. Um diese Entwicklung zu gewährleisten, ist es erforderlich das vorhandene Veranstaltungs- und Angebotsportfolio weiter in Richtung überdurchschnittlich rentierlicher Veranstaltungen und Angebote zu optimieren. In diesem Zusammenhang ist auch die Wertschöpfungskette innerhalb der Veranstaltungen zugunsten des HCC zu verlängern und weiter auszubauen. Gezielte Produkt- und Strategieentwicklungen sind hierbei auch im Jahr 2018 besonders im Bereich der Veranstaltungstechnik und der Servicedienstleistungen geplant.

Im Rahmen des laufenden unterjährigen Reportings werden im operativen Bereich umfassende Informationen bereitgestellt, sodass die zur Verfügung stehenden steuerungsrelevanten Informationen und Instrumentarien auf Basis der zusätzlich im vergangenen Geschäftsjahr erfolgten Erweiterungen/Optimierungen ausreichen, evtl. Risiken frühzeitig zu erkennen und notwendige Maßnahmen zur Gegensteuerung rechtzeitig ergriffen werden können.

Ausfallrisiken werden durch eine regelmäßig laufende Überprüfung der offenen Forderungen im Rahmen des Mahnwesens minimiert.

Aufgrund der Finanzierung des Eigenbetriebs über den Kassenkredit der Landeshauptstadt Hannover werden derzeit weder Liquiditätsrisiken noch wesentliche Risiken aus Zahlungsstromschwankungen gesehen. Dem HCC sind derzeit keine unternehmensgefährdenden Risiken im Hinblick auf die künftige Entwicklung ersichtlich.

Risiken der künftigen Umsatzentwicklung liegen zusätzlich - neben den vorstehend genannten Faktoren auch in den Unwägbarkeiten der gesamtwirtschaftlichen und politischen Lage und spielen hierbei eine schwer kalkulierbare Rolle.

Das Veranstaltungsgeschäft ist immer auch ein Spiegel dieser Gesamtentwicklung. Nachhaltig negative Entwicklungen schlagen üblicherweise - leicht zeitversetzt - in vollem Umfang durch.

Auch wenn momentan positive wirtschaftliche Entwicklungen zu beobachten sind, hat die Vergangenheit gezeigt, dass dementsprechende Probleme schnell und wenig steuerbar auftreten können.

Hannover, den 31. Januar 2018

Hannover Congress Centrum

- Betriebsleitung -