

HVG

Jahresbericht 2014



Wir in
Hagen





Hagener Straßenbahn: bewegt die Stadt

Für mehr als 30 Millionen Fahrgäste jährlich sind die Busse der Hagener Straßenbahn ein unverzichtbarer Bestandteil der Lebensqualität in Hagen: pünktlich, komfortabel, klimaschonend.

WESTFALENBAD: zieht die Menschen an

Das WESTFALENBAD hat sich zu einer Hagener Attraktion entwickelt. Immer mehr Menschen aus der ganzen Region finden hier Entspannung und Erfrischung: Urlaub vor der eigenen Haustür.



BSH-Seniorenzentrum: bietet ein Zuhause

Hilfe, wann immer sie gebraucht wird, Freiräume, wenn man einfach seine Ruhe haben will – im BSH-Seniorenzentrum sind Alter und individuelle Freiheit keine Gegensätze.



Stadthalle: ist der Ort für Top-Events

Fünf Millionen potenzielle Kunden finden in der Stadthalle Hagen das grüne Konzept- und Veranstaltungshaus in der grünsten Großstadt Nordrhein-Westfalens: das gibt es nur in Hagen.



Organigramm HVG

HVG
Hagener Versorgungs- und Verkehrs-GmbH
Stammkapital 78,5 Mio. Euro

Hagener Straßenbahn AG 91,67% Grundkapital 6,144 Mio. Euro	Hagener Service GmbH 100% Stammkapital 0,025 Mio. Euro	Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft Werkhof gem. GmbH 51% Stammkapital 0,052 Mio. Euro	Stadthallenbetriebs-GmbH 52,50% Stammkapital 0,051 Mio. Euro
Sander Reisen GmbH 100% Stammkapital 0,026 Mio. Euro	HAGENBAD GmbH 100% Stammkapital 0,385 Mio. Euro	HaWeD – Hagener Werk- und Dienstleistungs-GmbH 51% Stammkapital 0,025 Mio. Euro	Eventpark Hagen GmbH 100% Stammkapital 0,025 Mio. Euro
HABUS GmbH Verkehrsbetriebe 49% Stammkapital 0,050 Mio. Euro	ENERVIE Südwestfalen Energie und Wasser AG 42,65% Grundkapital 114,9 Mio. Euro	BSH – Betrieb für Sozialeinrichtungen Hagen gem. GmbH 94% Stammkapital 1,0 Mio. Euro	



■	Ergebnisabführung
■	verbundene Unternehmen
■	assoziiert

Inhalt

Auf gutem Kurs

Stabile Fahrgastzahlen, eine moderne Busflotte und ein positives Kundenfeedback: die Hagener Straßenbahn heute.

06 | 09

Eine Reise wert

Das WESTFALENBAD hat eine Menge zu bieten. Die Besucherzahlen steigen. Eine Kundenbefragung macht deutlich, was in Zukunft noch verbessert werden kann.

10 | 11

Das Leben genießen

Fast wie zu Hause das Leben nach der Arbeitsphase genießen. Das BSH-Seniorenzentrum bietet viel Raum für ein selbstbestimmtes Leben.

12 | 13

Grün geht es weiter

Die Stadthalle Hagen im Aufwind: mit einer größeren Vielfalt bei den Kulturveranstaltungen und profitablen Kongressen in die Zukunft.

14 | 15

Das hohe Niveau gehalten

Im Berichtsjahr 2014 konnte der HVG-Konzern die guten Zahlen des Vorjahres noch übertreffen, allerdings überschattet die ENERVIE das gute Ergebnis.

16 | 17

Zahlen

Das Geschäftsjahr 2014: Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Kennzahlen

18 | 20

Impressum

Hagener Versorgungs- und Verkehrs-GmbH,
Am Pfannenofen 5, 58097 Hagen

Dirk Thorbow (V.i.S.d.P.)
Telefon (0 23 31) 2 08-0
Fax (0 23 31) 2 08-2 38
Rieke Kohlwes
Telefon (0 23 31) 2 08-1 74
Fax (0 23 31) 2 08-1 73
www.hvg-hagen.de

Konzept und Redaktion:
trumit Dortmund/Frankfurt GmbH

Gestaltung und Satz: Camilo Toro

Fotos: Thomas Seuthe

Hagen:

Den Erfolg sichern

Die Unternehmen im HVG-Konzern erbringen täglich wichtige Dienstleistungen für Hagen – und das so effizient und kostengünstig wie möglich. Gute Geschäftszahlen allein reichen aber nicht. Nur wer die Kunden dauerhaft zufriedenstellt, wird stabilen Erfolg haben. Für die HVG ist das kein Gegensatz, wie wir in diesem Jahresbericht an einigen Beispielen zeigen.



Die Hagener Straßenbahn (HST) stand die letzten Jahre unter einem starken Kostendruck. Eine umfassende Restrukturierung verbesserte das wirtschaftliche Ergebnis deutlich. Gleichzeitig galt es, weiter einen leistungsfähigen Nahverkehr zukunftsfähig zu gestalten. Den Spagat hat die HST gemeistert: Neue umweltschonende und komfortable Busse, dynamische Fahrgastinformation, Handyticket, Busschule, Kundenforen und vieles mehr – wir ziehen in diesem Jahresbericht eine Bilanz unserer Anstrengungen, den Hagener Bürgern bestmögliche Leistungen zu bieten.

Hohe Ansprüche erfüllt das WESTFALENBAD seit seiner Eröffnung vor fünf Jahren. So erklären sich die außerordentlich guten Besucherzahlen, die die Erwartungen übertroffen haben. Mit der ausgezeichneten Resonanz der Kunden geht eine erfreuliche wirtschaftliche Entwicklung einher. Das Bäderkonzept ist aufgegangen, der jährliche Fehlbetrag kontinuierlich gesunken. Damit wir weiter diesen Erfolg haben, benötigen wir ein tragfähiges Konzept für die Zukunft. Wir haben deshalb den Markt analysiert und unsere Kunden befragt. Eine Erkenntnis: Wir sind gut aufgestellt, aber der Wettbewerb ist uns auf den Fersen.

Auch das Seniorenzentrum der BSH steht im Wettbewerb. Immer mehr Einrichtungen umwerben die Senioren und ihre Angehörigen, vor dem Hintergrund eines wachsenden Marktes und wachsender Ansprüche. Sorgfältige Pflege, gute Unterkunft, freundliches Personal sind die Basis für ein volles Haus. Und die Information über diese Qualitäten – deshalb hat das Seniorenzentrum seine Außendarstellung modernisiert und eine Marketingkampagne gestartet. Umfragen bei Bewohnern und deren Angehörigen gaben dazu wichtige Anregungen.

Die geschäftliche Bilanz fällt im Berichtsjahr 2014 gespalten aus. Das operative Ergebnis der Gesellschaften erreicht das Rekord-Niveau des Vorjahres. Dies zeigt die Nachhaltigkeit unserer Anstrengungen, so effizient und damit so kostengünstig wie möglich zu arbeiten. Das Jahresergebnis der HVG sieht leider anders aus: Der Ausfall der Dividende der ENERVIE Südwestfalen Energie und Wasser AG sowie die notwendige Teilabschreibung des Beteiligungs-Buchwertes führen zu einer signifikanten Ergebnisverschlechterung. Die ENERVIE ist in eine wirtschaftliche Krise geraten und muss sich in einem schwierigen Marktumfeld neu aufstellen. Wie lange sich diese Situation auf das Ergebnis der HVG auswirken wird, ist leider noch nicht abzusehen.

C. Köther

Christoph Köther, Geschäftsführer
Hagener Versorgungs- und Verkehrs-GmbH (HVG)

Auf gutem **Kurs**

Reduziertes Defizit, eine moderne, komfortable Busflotte und zufriedene Kunden: So steht die Hagener Straßenbahn (HST) heute da. Betriebsleiter Paul-Gerhard Spoden und HVG-Geschäftsführer Christoph Köther über Hintergründe und Perspektiven.



„Wir haben zwar gute Gründe zufrieden zu sein, aber keinen Anlass uns zurückzulehnen. Jetzt müssen wir die Weichen für die Zukunft stellen.“

Christoph Köther
Geschäftsführer HVG

Paul-Gerhard Spoden
Betriebsleiter Hagener Straßenbahn

Die Stadt und ihr Nahverkehr, Hagen und die Hagener Straßenbahn – was für ein Verhältnis haben die beiden?

Christoph Köther: Ein gutes, würde ich sagen. Man vertraut einander und meistert auch schwierige Zeiten gemeinsam. Die Hagener Straßenbahn ist 2013 als erstes Unternehmen im VRR im Rahmen der Direktvergabe von der Stadt Hagen beauftragt worden. Dieser Zehn-Jahres-Auftrag zur Erstellung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) bis Ende 2022 gibt uns nicht nur eine große Planungssicherheit. Ich sehe ihn gleichzeitig als Vertrauensbeweis und als Anerkennung für unsere bisherige Arbeit. Unsere erfolgreichen Anstrengungen zur Ergebnisverbesserung und Restrukturierung seit vielen Jahren bilden die Basis dafür. Nur einem solide wirtschaftenden Betrieb können die verantwortlichen politischen Gremien auf

diesem Weg, ohne Ausschreibung, eine solche Aufgabe anvertrauen.

Welche Anstrengungen waren das?

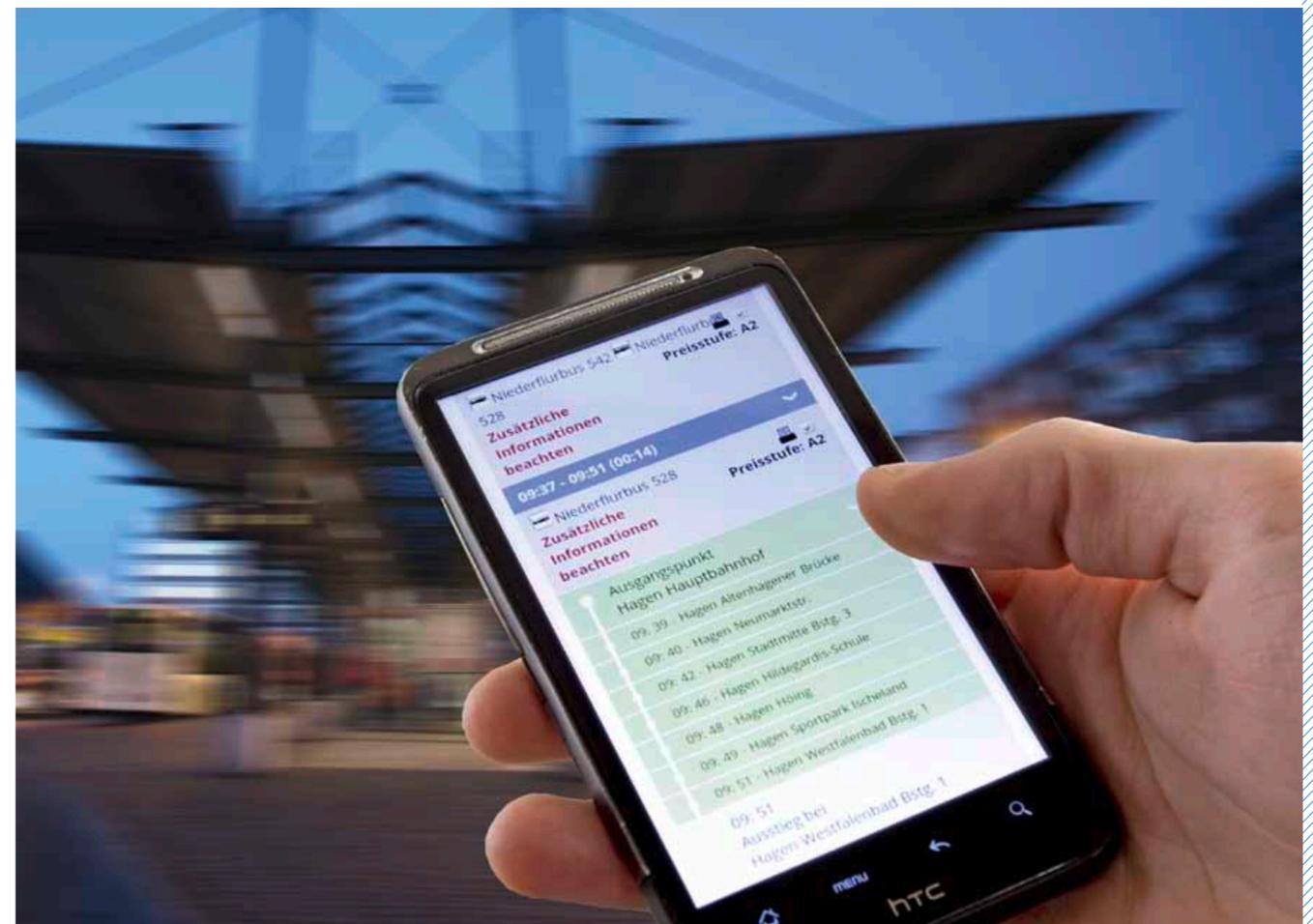
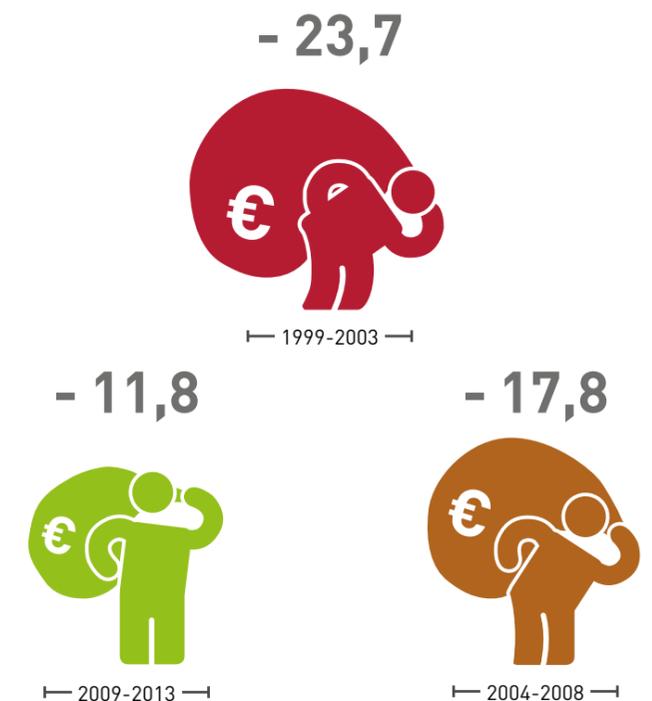
Christoph Köther: Es ist uns gelungen, Zuschusskürzungen von insgesamt 4,5 Millionen Euro zu bewältigen. Das war nur möglich in einem gemeinsamen Kraftakt aller Beteiligten: Die Mitarbeiter akzeptierten Kürzungen im Rahmen des Tarifvertrags Nahverkehr (TVN). Beim Leistungsangebot für die Fahrgäste mussten wir ebenfalls den Rotstift ansetzen, zum Beispiel beim Abendverkehr. Weitere interne Maßnahmen ergänzten das Paket. Das Resultat kann sich sehen lassen: 2010 konnten wir das beste Ergebnis seit mehr als 20 Jahren ausweisen. Unser Fehlbetrag blieb in den vergangenen Jahren stabil, trotz der Kosten- und Lohnsteigerungen.

Finanzielle Konsolidierung ist die eine Seite. Wie steht es mit den Kunden und ihrer Zufriedenheit?

Paul-Gerhard Spoden: Gut. Mehr als 30 Millionen Fahrgäste zählen wir pro Jahr. Ins Verhältnis gebracht zur Einwohnerzahl liegt dieser Wert heute noch über dem von 2001 – trotz massiven Rückgangs bei den Schülerzahlen. Die Zufriedenheit der Fahrgäste ermitteln wir zweimal pro Jahr im Rahmen unserer Kundenforen – das ist Teil der vereinbarten Qualitätskriterien im Rahmen der Direktvergabe. Daher wissen wir: Die Kundenzufriedenheit ist hoch. Unsere KundenCenter werden sehr gut beurteilt. Auch das Fahrpersonal bekommt gute Noten. Damit die Bewertungen noch besser werden, sind kontinuierliche Anstrengungen erforderlich. Wir haben einen großen Anteil an Abonnenten, und die Quote der Schnupper-Abonnenten, die nach Ablauf der Probephase bei uns bleiben, ist mit 75 Prozent überdurchschnittlich groß. Ebenfalls zweimal im Jahr prüfen wir unsere Pünktlichkeit. Dabei übertreffen wir die vorgegebenen 70 Prozent immer deutlich. Obwohl unsere Busse im normalen Individualverkehr mitfließen und kaum separate Spuren nutzen können, erreichen wir eine Pünktlichkeitsquote von 80 Prozent. Dabei liegt die Toleranz für Verspätungen bei nur drei Minuten.

Defizit reduziert

In einem gemeinsamen Kraftakt aller Beteiligten gelang es im Rückblick, das Defizit der Hagener Straßenbahn Schritt für Schritt zu reduzieren. Auch 2014 konnte das überaus gute Ergebnis gehalten werden.



Die Hagener Straßenbahn fährt also auf der Erfolgsschiene?

Christoph Köther: Ich würde es eher so formulieren: Mit den Mitteln, die uns zur Verfügung stehen, bieten wir ein ganz ordentliches Angebot an. Wir haben gute Gründe zufrieden zu sein, aber keinen Anlass uns zurückzulehnen. Entscheidend ist auch, die Weichen für die Zukunft richtig zu stellen.

Zum Beispiel?

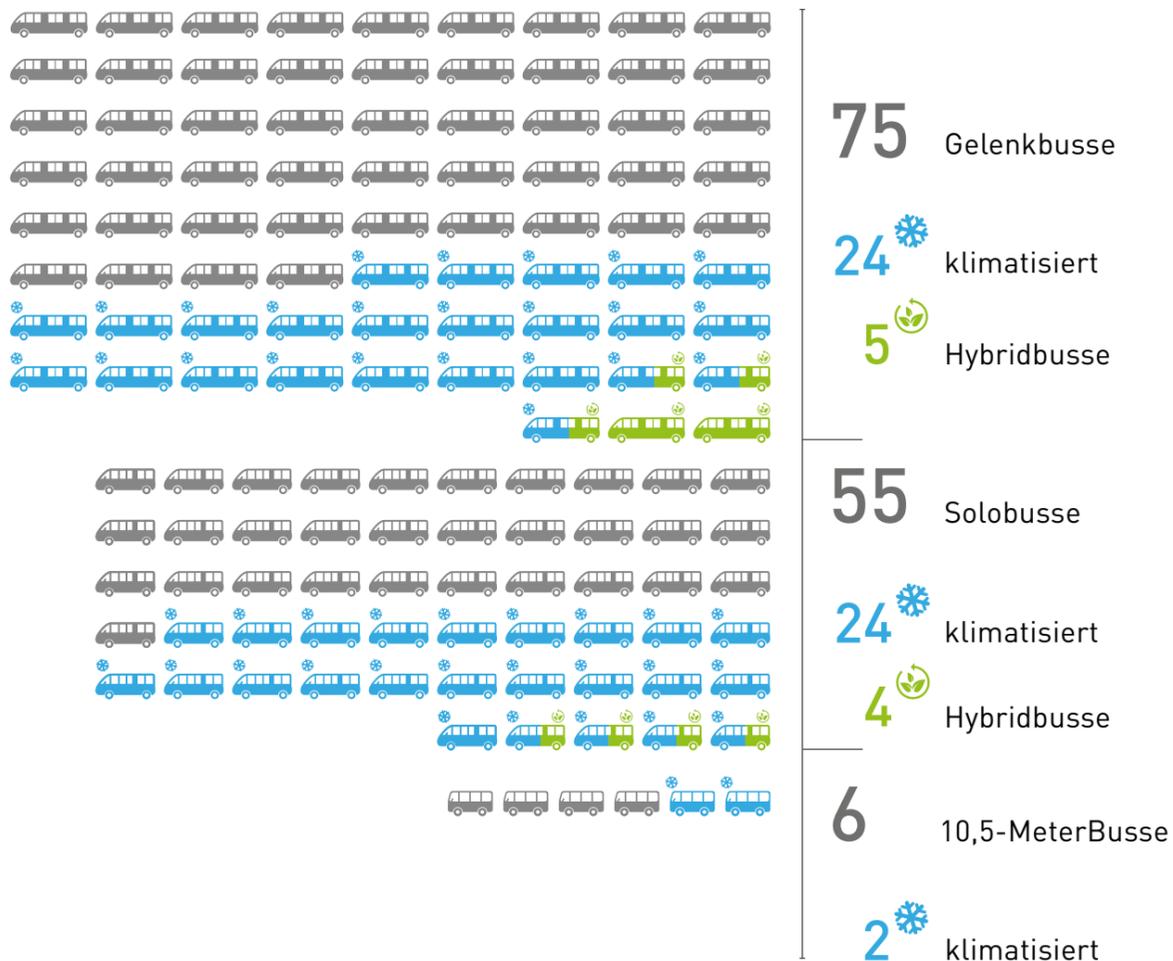
Paul-Gerhard Spoden: Bei allem Kostendruck investieren wir kontinuierlich in Fahrzeuge und Technik. Unser Inno-

vationskonzept HST 2.0 mit einem zentralen Steuergerät als Ticketdrucker im Fahrzeug bringt hier einen großen Fortschritt. Nicht nur für den Kunden, der dann zum Beispiel im Bus Anschlussinformationen erhält, sondern auch für effizientere interne Abläufe in der Betriebsleit- und -Steuertechnik. Wir verjüngen und modernisieren ständig unsere Busflotte, nach rund elf Jahren wird ein Fahrzeug ersetzt. Schon jetzt verfügt jeder Bus über die Niederflurtechnik und bietet damit einen barrierefreien Einstieg. Seit 2011 haben wir nur Busse mit Klimaanlage angeschafft – inzwischen

Moderner Fuhrpark

136 Niederflurbusse stehen für die Fahrgäste bereit. Die Flotte wird kontinuierlich erneuert.

Neben den großen Gelenkbussen und den kürzeren Solobussen gibt es noch eine kleine Zahl besonders wendiger 10,5-Meter-Busse für den Einsatz in engen Wohnstraßen. 50 Fahrzeuge sind klimatisiert. Neun Hybridbusse sorgen besonders für reine Luft in der Stadt.



sind es 50 von insgesamt 136; damit sind wir unserem Ziel von 50 Prozent schon sehr nahe gekommen. Mit neun Hybridbussen setzen wir außerdem ein Zeichen in Sachen klimaschonender Mobilität.

So weit zur Technik ...

Christoph Köther: Richtig, guter Service ist mindestens genauso wichtig. Hier suchen wir ständig nach Wegen, uns zu verbessern. Aktuell streben wir eine Zertifizierung im Rahmen der Initiative ServiceQualität Deutschland an. Hier wird mithilfe eines Qualitätsmanagementsystems gezielt die Serviceleistung gesteigert. Erreicht das Unternehmen die präzise vereinbarten Qualitätsziele, erhält es ein drei Jahre gültiges Zertifikat. Das streben wir für 2016, vielleicht sogar noch für dieses Jahr an.

Wohin geht die Fahrt in Zukunft?

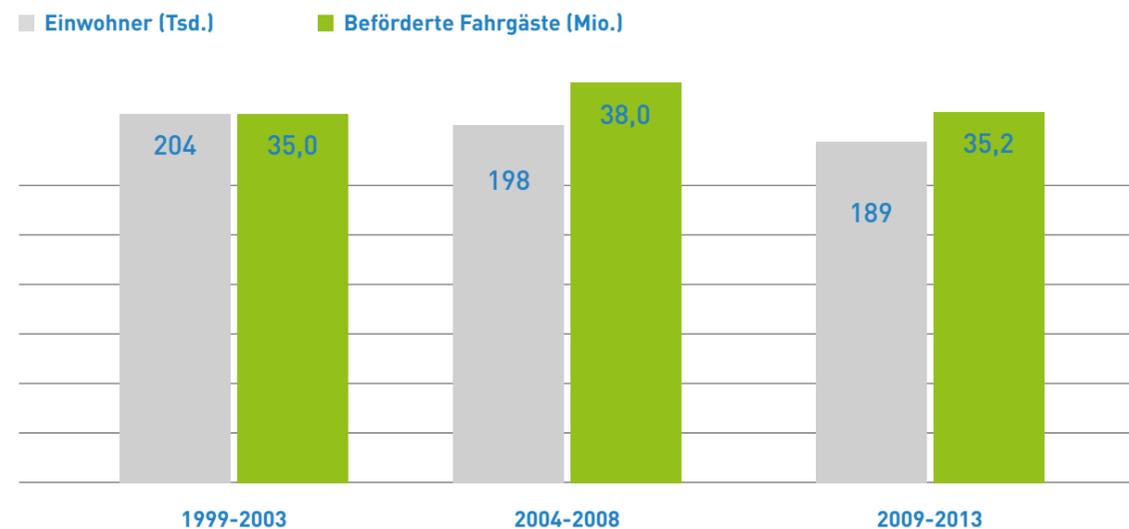
Paul-Gerhard Spoden: Es gibt einige Trends, die sich klar abzeichnen und auf die wir uns einstellen. Zum Beispiel der demografische Wandel: Unsere Fahrgäste werden immer älter. Wir haben

in neuen Bussen die sogenannte Sondernutzungsfläche gegenüber der zweiten Tür vergrößert, um mehr Platz für Rollstühle, Rollatoren und Kinderwagen zu schaffen. Die entfallenen Sitzplätze werden weitestgehend durch Klappsitze kompensiert. Wir haben auch die zweite Tür mit einer Rollstuhlrampe ausgestattet. Außerdem werden wir eine Art Bussicherheitstraining für Senioren anbieten, vergleichbar mit unserem Erfolgsmodell der Busschule. Auch auf den Trend zu individuelleren Ticketkonzepten, etwa mit streckengenauen Tarifen pro Kilometer, werden wir reagieren – zusammen mit dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr, der an solchen Modellen arbeitet. Damit halten wir den Nahverkehr auch in Zukunft attraktiv – im Interesse der Stadt, ihrer Bürger und der Umwelt. Doch eins muss den politisch Verantwortlichen klar sein: Mit den dezidierten finanziellen Vorgaben, die wir heute haben, können wir vielleicht einiges anders machen als jetzt. Aber wir können in Summe nicht mehr tun, so lange wir nicht die Mittel dazu bekommen.

Fahrgastentwicklung

Dem Einwohnerschwund entgegengewirkt

Hagens Einwohnerzahl ist in den letzten Jahren rapide gesunken. Die Fahrgastzahlen sind darum erst dann aussagekräftig, wenn man sie ins Verhältnis zur Einwohnerzahl setzt. Die Fahrgastzahlen konnten im Vergleich zum Rückgang der Einwohnerzahl stabil gehalten werden. Gleichwohl sind diese insbesondere im Schülerverkehr in den letzten Jahren rückläufig. Betrachtet man das Verhältnis von Fahrgästen zu Einwohnern, ergibt sich folgendes Bild:





„Wir müssen unseren guten Ruf jeden Tag bestätigen. Nur so kommen die vielen Besucher auch immer wieder.“

Dirk Thorbow, Leiter Kommunikation und Marketing HVG-Konzern

Thomas Maag
Bäderleiter HAGENBAD

Eine Reise wert

Familien, Erholungsuchende, Schüler, Sportler, Saunagänger – das WESTFALENBAD hat für viele verschiedene Bedürfnisse eine Menge zu bieten. Die hohen Besucherzahlen zeigen: Die Angebote passen. Doch geht es auch so weiter? Eine große Kundenbefragung erbrachte Anhaltspunkte, was in den nächsten Jahren zu tun ist.

Das Westfalenbad hat nun fünf komplette Betriebsjahre hinter sich. Wie bewerten Sie die bisherige Entwicklung?

Dirk Thorbow: Wir sind über die Entwicklung sehr erfreut und sie übertrifft, insbesondere was die Besucherzahlen betrifft, unsere Erwartungen bei Weitem. Das Westfalenbad ist zu einem Haupt-Anziehungspunkt in Hagen geworden. Rund die Hälfte der Gäste kommt aus dem Hagener Umland, bei den Saunabesuchern sind es sogar noch mehr. Unsere Werbekampagnen haben gewirkt, und was

wir hier in Hagen an attraktiven Möglichkeiten haben, hat sich schnell herumgesprochen. Anfang des Jahres berichtete der Berliner Tagesspiegel über uns, weil wir ein Vorbild seien für ein ähnliches Projekt in der Hauptstadt. Seit der Eröffnung des Westfalenbades sei „Hagen eine Reise wert“, schrieb der Reporter. Das stimmt so nicht ganz, unsere Stadt hat ja noch viele andere Attraktionen zu bieten!

Wie geht es jetzt mit dem Westfalenbad weiter? Sind die besten Jahre bereits Vergangenheit?

Dirk Thorbow: Bei weitem nicht. Jetzt geht es vielmehr darum, die Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben. Dabei ist ein ganz entscheidender Punkt: die Besucherzahlen auf dem sehr hohen Niveau halten. Und gerne noch weiter erhöhen. Aber da sind wir auch realistisch, die jetzige Besucherzahl

von mehr als einer halben Million Gästen ist nicht endlos steigerbar. Auch ein guter Ruf ist nicht für die Ewigkeit und der Erfolg kein Selbstläufer. Wir müssen ihn jeden Tag bestätigen, damit die vielen bisherigen Besucher auch immer wiederkommen.

Wie wollen Sie das schaffen? Der Wettbewerb schläft bekanntlich auch nicht.

Dirk Thorbow: Eben. Deshalb haben wir uns auch einer umfangreichen Analyse unterzogen. Wir wollten genau wissen, was unsere Gäste am Westfalenbad schätzen, was weniger und was gar nicht. Dies tun wir zwar ständig über Karten für Lob und Kritik und andere Kanäle. Mit dieser Analyse haben wir das Thema jedoch repräsentativer und gründlicher angepackt. Und wir haben uns mit den Angeboten des Wettbewerbs verglichen – denn wie Sie richtig bemerken: Der Freizeitmarkt ist in Bewegung. Da gilt es, das weitere strategische Vorgehen markt- und konkurrenzorientiert auszurichten.

Was waren die wesentlichen Ergebnisse?

Thomas Maag: Mich hat mit am meisten gefreut, wie gut unsere Mitarbeiter wahrgenommen werden. Von den rund 650 Befragten gaben 94 Prozent an, mit deren Freundlichkeit zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Nur zwei Prozent zeigten sich unzufrieden. Unsere Schulungen nach den Kriterien der „Servicequalität Deutschland“ zeigen sich auch an solchen Resultaten. Interessant ist hierbei der Vergleich zu anderen Bädern: Hier haben zwei Drittel

der Kunden geantwortet, die Freundlichkeit sei bei der Konkurrenz in etwa gleich, aber ein Drittel sagte: Wir sind besser!

Gut, Freundlichkeit ist sicher wichtig. Aber wenn die Anlage nicht gefällt, nützt das nichts.

Thomas Maag: Genau. Entsprechend gespannt waren wir, wie die Einrichtung des Westfalenbads und die Angebote ankommen. Drei Punkte nehme ich beispielhaft heraus: Sauberkeit, Wasserqualität und Vielfalt. Hierbei erreichten wir ähnliche Spitzenwerte wie bei der Freundlichkeit. Und auch hier schneiden wir im Vergleich zum Wettbewerb bei rund der Hälfte der Befragten besser ab. Die Unzufriedenen liegen bei ein bis drei Prozent.

Das klingt fast zu gut, um wahr zu sein. Gab es denn nichts, was den Besuchern fehlt?

Thomas Maag: Doch, natürlich gibt es da immer etwas. Grundsätzlich wünschen sich die Gäste, dass im Freizeitbereich des Westfalenbads die gesundheits- und erholungsorientierten Angebote für die ganze Familie weiter verstärkt werden. Für die Saunaanlage wünschen sich die Kunden, dass der bisherige Angebotskurs beibehalten wird, um das unverwechselbare, attraktive Profil noch mehr zu schärfen. Wir nehmen diese Anregungen auf und prüfen, was wir davon in den nächsten Jahren realisieren können. Denn eines ist durch die Analyse deutlich geworden: Auch der Wettbewerb ist gut aufgestellt. Der Vorsprung ist nicht groß.

Das Leben genießen

Wir leben immer länger. Nach der Arbeitsphase folgt ein neuer Abschnitt, der ganz individuell aussieht. Entsprechend vielfältig sollten die Angebote sein, den Alltag mit Hilfen und in angenehmer Umgebung zu gestalten. Das Seniorenzentrum der BSH bietet diese breite Palette von Unterstützungen und Wohnmöglichkeiten an. Und es schärft sein Profil in einem immer stärker umkämpften Markt.

Der Anteil der älteren Mitbürger wächst stetig, auch in Hagen. Und die Ansprüche an eine gute Versorgung steigen. Wie stellt sich das Seniorenzentrum darauf ein?

Detlef Hörmann: Die Zeiten der Wartelisten für einen Heimplatz sind tatsächlich vorbei. Heute konkurrieren viele Einrichtungen auf dem Markt der Pflegeangebote. Die potenziellen Kunden und deren Angehörige haben heute eine viel größere Auswahl. Die aber auch eine Qual sein kann: Wie finde ich die beste Leistung, die geeignete Umgebung? Hier wollen wir mit unserer Kampagne „In Hagen zu Hause“ umfassend informieren und uns im Wettbewerb klar abheben. Wir heißen auch nicht mehr Seniorenzentrum Buschstraße, sondern BSH-Seniorenzentrum, das ist klarer. Und wir haben uns mit einem neuen Logo ein moderneres Gesicht gegeben.

Was zeichnet das BSH-Seniorenzentrum besonders aus?

Kathrin Kempe: Wir sagen zum Beispiel: Bei uns hört das Leben nicht auf – es geht weiter! Wir bieten ein neues Zuhause. Unsere Bewohner leben so selbstbestimmt wie

möglich. Jeder hat ein Einzelzimmer und kann seinen Alltag so gestalten, wie er es will. Paaren bieten wir an, zwei nebeneinanderliegende Einzelzimmer gemeinsam zu nutzen. Sie teilen sich ein Badezimmer und haben so einen eigenen Bereich. Es muss auch nicht sofort der Umzug in unser Seniorenzentrum sein: Wir haben einen ambulanten Dienst, der Menschen hilft, möglichst lange in den eigenen vier Wänden bleiben zu können. Wenn das nicht mehr reicht, hilft unsere Tages- oder Kurzzeitpflege – oder eine unserer seniorenrechtlichen Wohnungen.

Und wie kommt dieser Ansatz bei den Bewohnern und Angehörigen an?

Kathrin Kempe: Sehr gut, das bestätigen uns immer wieder unsere regelmäßigen Umfragen. Beispielsweise würden uns

96 Prozent der Angehörigen unserer Bewohner weiterempfehlen. Ein toller Wert. Unsere Senioren loben stets die Freundlichkeit des Personals, die gute Pflege und unsere Küche. Auch die schöne Lage im Grünen wird von vielen geschätzt.

Die Älteren kommen immer später und bleiben immer kürzer – einerseits. Andererseits wächst die Zahl der jüngeren Menschen, die Pflege benötigen. Wie bringen Sie das unter einen Hut?

Kathrin Kempe: Indem wir für unsere jüngeren Bewohner einen speziellen Wohnbereich einrichten. Hier können sie ihren Hobbys nachgehen, zum Beispiel Malen – dafür haben wir einen eigenen Raum geschaffen, das „Atelier“. Oder kochen, im Internet surfen, im eigenen Aufenthaltsraum in Ruhe lesen oder spielen. Selbstverständlich können sie auch alle anderen

Angebote im Seniorenzentrum nutzen. Dieser spezielle Bereich ist schon etwas Besonderes. Das haben nicht viele Einrichtungen.

Und wie sieht es bei den Älteren aus?

Detlef Hörmann: Durch das Pflegeneuaustrichtungsge-
setz wird die individuelle Betreuung weiter verbessert. Wir können nun mehr Kräfte je Bewohner einsetzen. Darüber hinaus widmen wir uns verstärkt zwei Themen: der Demenz und der Gehörlosigkeit. Wir engagieren uns im „Netzwerk Demenz“, informieren und beraten Angehörige, entwickeln spezielle Angebote in unserem Seniorenzentrum. Und wir lernen die Gebärdensprache. Denn immer mehr ältere Menschen können schlecht oder gar nicht hören. In einem ersten Schritt werden zwölf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der speziellen Sprache geschult. Dann starten wir mit einem „Plauder-Café“, um auch mit unseren gehörlosen Bewohnern ständig im Gespräch zu bleiben. Das fördert den persönlichen Kontakt – und macht sicher auch allen eine Menge Spaß!



„Wir bieten ein
neues Zuhause
für ein selbstbe-
stimmtes Leben.“

Detlef Hörmann
Geschäftsführer BSH
Kathrin Kempe
Leiterin BSH-Senio-
renzentrum



Grün geht es weiter

Ein frischer Wind weht in der Stadthalle Hagen mit ihrem grünen Dach, die seit 2014 vollständig zur HVG gehört. Und zwar ganz klar in die richtige Richtung: hin zu größerer Vielfalt in den Kulturveranstaltungen und mehr profitablen Konferenzen. Dafür etabliert sie sich nun als einzigartig grüner Kongress- und Eventpark.



„Hagen ist mehr als ein Konferenzort, und wir sind mehr als ein Raum-Vermieter.“

Jörn Raith
Geschäftsführer
Stadthalle Hagen

Herr Raith, die Shows und Konzerte in der Stadthalle laufen kontinuierlich besser, aber bringt's das finanziell?

Jörn Raith: Allein diese Sparte nicht, wir freuen uns über den Erfolg, brauchen aber in der Tat mehr ganztägige Fachveranstaltungen, um wirtschaftlich zu sein. Mit den Fachkonferenzen und Kongressen unterschiedlicher Verbände, Firmen und Organisationen – beispielsweise der Landeskonferenz der Hebammen mit 700 Teilnehmerinnen – haben wir 2014 neue und wichtige Veranstalter ins Haus gebracht.

Also keine Shows mehr, sondern nur noch Kongresse und Konferenzen ...

Jörn Raith: Auf gar keinen Fall, die Stadthalle bleibt die Stadthalle. Sie muss und wird für alle Bürgerinnen und Bürger da sein. Deshalb bauen wir den Show-Bereich auch aus, aber nicht nach dem Motto: höher, schneller, weiter. Wir möchten das Spektrum erweitern, Kultur in all ihren Facetten bieten, um wieder eine breitere Zielgruppe anzusprechen. Zum Beispiel mit aktueller Rockmusik aus Hagen oder dem Oktoberfest, das wir 2014 getestet und jetzt für zwei Tage groß aufs Programm ge-

setzt haben. Kürzlich hatten wir Reinhold Messner hier. Da saßen ganz andere Leute als in den Shows sonst, beispielsweise viele Journalisten.

Praktisch, dann macht der Name Stadthalle Hagen die Runde, und wenn der Vorstand eines Fachverbandes eine Versammlung oder der Projektleiter eine große Konferenz organisiert, denkt er wieder daran.

Jörn Raith: Das ist ein positiver Nebeneffekt, ja, aber wir sprechen die Vertreter von Wirtschaft und Verbänden natürlich auch ganz gezielt an.

Und wie?

Jörn Raith: Wir haben 150 Weltmarktführer in Hagen und Umgebung, die schauen wir uns genauer an. Dann betreiben wir direkte Akquise, 1.500 Kontakte pro Jahr. Gleichzeitig schärfen wir unser Profil für diese Zielgruppe. Da niemand zufällig hier vorbeikommt, ist das wichtig. Wir brauchen ein Alleinstellungsmerkmal, denn wir haben mit dem Ruhrgebiet zwar fünf Millionen potenzielle Kunden in der Nähe, sind aber natürlich auch nicht das einzige Haus für Veranstaltungen.



Hallen gibt es tatsächlich viele, was machen Sie denn anders?

Jörn Raith: Wir sind *das* grüne Konzept- und Veranstaltungshaus in der grünsten Großstadt Nordrhein-Westfalens.

Sie meinen wegen des grünen Dachs und der grünen Stühle?

Jörn Raith: Das war natürlich nur der Anlass für unser neues Konzept. Die Architektur mit dem Glas und den Pflanzen sorgt dafür, dass man sich drinnen wie draußen fühlt. Sie ist unser Schicksal, im positiven Sinne. Hagen ist ja eine extrem waldreiche Stadt, und wir liegen direkt am Zentrum, aber eben im Grünen. Bei uns tagt man in der Natur, und wenn man will, sogar draußen. Die grüne Haltung ist absolut zeitgemäß, und das Konzept gibt es in NRW bei keinem anderen!

Beim Catering hört das grüne Konzept allerdings wahrscheinlich auf, oder ist die Stadthalle jetzt komplett öko?

Jörn Raith: Wir sind so grün wie möglich, überall dort wo es Sinn macht, aber eben mit Freude und nicht verbissen. Bei unserem Catering achten wir auf Produkte aus der Region, das ist nachhaltig. Wir servieren zum Beispiel westfälische Tapas.

Das Logo der Stadthalle ist allerdings noch nicht sehr grün, nur das des Eventparks.

Jörn Raith: Stimmt, das ändern wir gerade, auch weil wir

2015 Stadthalle und Eventpark verschmelzen, um Kräfte zu bündeln und das Thema Kongress weiter voranzubringen. Kongress & Eventpark Stadthalle Hagen heißt das Ganze dann. Das Logo mit dem Grundriss des grünen Saals passen wir dabei farblich an.

Bauen Sie bei der Gelegenheit auch um? Sicherlich haben Kongressbesucher, die vielleicht mehrere Tage hier verbringen, sehr hohe Ansprüche an das Ambiente.

Jörn Raith: Wir haben ein neues Leitsystem mit Displays installiert, sodass sich die Gäste nicht nur leichter zurechtfinden, sondern unsere Kunden auch auf Wunsch Informationen einblenden können. Außen haben wir eine hochmoderne LED-Wand angebracht, wir wollen ja gut sichtbar sein. Die Wünsche an das Ambiente setzen wir individuell für jeden Kunden um – wir setzen zum Beispiel auf Lichtgestaltung, um die Stimmung und die Farben gezielt anzupassen. Jeder Kunde hat ja eine andere Veranstaltung im Sinn. Wichtig ist, dass wir weiter für unsere Freundlichkeit stehen und dem Kunden jeden Wunsch erfüllen.

Zum Beispiel?

Jörn Raith: Wir interessieren uns auch dafür, was unsere Gäste vor oder nach ihrer Veranstaltung bei uns machen. Deshalb organisieren wir ihnen auf Wunsch gern ein Dinner in Schloss Hohenlimburg, eine Planwagen-Fahrt oder einen Besuch in der Schnapsbrennerei. Hagen ist mehr als ein reines Tagungsziel und wir sind mehr als nur ein Raum-Vermieter.



ENERVIE-Krise überlagert gutes **HVG-Ergebnis**

Mit den operativen Ergebnissen der Konzerngesellschaften kann die HVG im Geschäftsjahr 2014 erneut zufrieden sein: Die sehr guten Zahlen des Vorjahres konnten wieder erreicht werden. Die wirtschaftliche Schieflage der ENERVIE Südwestfalen Energie und Wasser AG trifft allerdings auch die HVG und belastet deren Bilanz.

„Alle Gesellschaften haben das erfreulich gute Niveau gehalten. ENERVIE-bereinigt übertrifft unser Ergebnis sogar noch das sehr gute Vorjahresergebnis.“

Christoph Köther
Geschäftsführer HVG



und vernetzte Bus-Arbeitsplätze. Mit der Inbetriebnahme verbessern wir die Servicequalität für unsere Kunden und verschlanken den Aufwand, reduzieren also Kosten.

Auch beim Werkhof und bei der BSH zeigten sich positive wirtschaftliche Entwicklungen: Das Sozialkaufhaus verbuchte höhere Umsätze, die Jugendhilfe war vollständig ausgelastet.

Das insgesamt gute Bild des HVG-Geschäftsjahres wird leider deutlich belastet durch die angespannte Lage bei der ENERVIE Südwestfalen Energie und Wasser AG. Alleine der Dividendenausfall wirkt sich gegenüber dem Vorjahresergebnis mit minus 7,3 Millionen Euro aus. Noch schwerer wiegt die außerplanmäßige Abschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der ENERVIE für die HVG: Hier schlagen weitere minus 23,7 Millionen Euro negativ zu Buche. Dies belastet die Bilanz in einer Größenordnung von rund 31 Millionen Euro. „ENERVIE-bereinigt liegt das HVG-Ergebnis mit minus 8,5 Millionen Euro sogar noch geringfügig über dem sehr guten Vorjahresergebnis“, sagt HVG-Geschäftsführer Christoph Köther.

— Stadthalle neu dabei —

Ein Zeichen großen Vertrauens in die HVG war im Geschäftsjahr die Übertragung der bislang von der Stadt Hagen gehaltenen Anteile an der Stadthallenbetriebsgesellschaft. Durch das Beteiligungscontrolling der HVG bestand bereits eine gute und konstruktive Zusammenarbeit mit der Stadthalle. Sie wird nun intensiviert, um zwei Ziele zu erreichen: Noch mehr attraktive Veranstaltungen nach Hagen zu holen sowie Einnahmen und Ergebnis weiter zu verbessern. „Das Stadthalle-Team um Geschäftsführer Jörn Raith ist voller Ideen und Tatendrang“, weiß Christoph Köther. „Wir freuen uns darauf, gemeinsam optimale Leistungen für die Bürger unserer Stadt anzubieten. Und das so effizient, wie es nur geht.“

„Unser Rekordergebnis des Geschäftsjahrs 2013 war kein einmaliges Ereignis“, sagt HVG-Geschäftsführer Christoph Köther. „Wir haben 2014 den Erfolg bestätigt, alle Gesellschaften haben das erfreulich gute Niveau gehalten. Den Jahresfehlbetrag konnten wir sogar erneut leicht senken. Die langfristige Restrukturierung bei der Hagener Straßenbahn, das Bäderkonzept, ein umfassendes Controlling und viele andere Maßnahmen zeigen nachhaltige Wirkung.“

So stiegen die Besucherzahlen bei HAGENBAD weiter an, der Umsatz je Besucher ebenfalls. Den Löwenanteil am guten Ergebnis trägt weiter das WESTFALENBAD. Ob Familien, Schüler, Sportler oder Saunagänger – für alle Kundengruppen bietet die Freizeiteinrichtung ausgezeichnete Angebote. Wieder waren es über eine halbe Million Menschen aus Hagen und Umgebung, die sich im WESTFALENBAD erholt haben. Die Entscheidung des Vorjahres für eine zusätzliche Sauna und ein weiteres Ruhehaus hat sich als richtig erwiesen: Rund 80.000 Saunagäste wurden 2014 gezählt, eine nochmalige Steigerung.

— Besserer Service, geringerer Aufwand —

Die Hagener Straßenbahn setzte ihren Weg der Modernisierung fort: Sie verjüngte weiter ihre Busflotte, neue Hybridbusse senken die Emissionen, Klimatisierung und Barrierefreiheit erhöhen den Komfort für die Fahrgäste. Das im Vorjahr begonnene Projekt „Hagener Straßenbahn 2.0“ wurde vorangetrieben – im Geschäftsjahr 2015 endet die Testphase für neue, hochmoderne

Der HVG-Konzern war auch 2014 mit seinen Gesellschaften in vielfältiger Weise aktiv für die Bürger der Stadt. (Foto: Rathausgalerie)

Hagener Versorgungs- und Verkehrs-GmbH

Bilanz zum 31.12.2014

Aktivseite

Passivseite

	31.12.2014		31.12.2013			31.12.2014		31.12.2013	
	€	€	€	€		€	€	€	€
A. Anlagevermögen									
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	563,00		5.705,09		I. Gezeichnetes Kapital	78.500.000,00		78.500.000,00	
II. Sachanlagen	33.070.847,38		34.727.638,77		II. Kapitalrücklage	142.765.261,63		130.516.766,63	
III. Finanzanlagen	<u>210.433.492,67</u>	243.504.903,05	<u>234.170.214,69</u>	268.903.558,55	III. Gewinnvortrag	19.659.370,63		28.255.948,98	
B. Umlaufvermögen									
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					IV. Jahresfehlbetrag	<u>-39.478.839,39</u>	201.445.792,87	<u>-8.596.578,35</u>	228.676.137,26
1. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	787.826,59		628.920,79		B. Rückstellungen				
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>3.922.835,70</u>	4.710.662,29	<u>5.777.080,66</u>	6.406.001,45	1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.703.634,30		3.606.414,20	
II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		<u>1.426.218,27</u>		<u>845.929,84</u>	2. Sonstige Rückstellungen	<u>959.967,09</u>	4.663.601,39	<u>957.915,77</u>	4.564.329,97
		6.136.880,56		7.251.931,29	C. Verbindlichkeiten				
C. Rechnungsabgrenzungsposten		60.174,69		59.502,48	1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	24.222.027,35		23.937.611,06	
		<u>249.701.958,30</u>		<u>276.214.992,32</u>	2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	186.520,35		277.860,85	
					3. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	19.047.391,78		18.623.449,27	
					4. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>136.624,56</u>	43.592.564,04	<u>135.603,91</u>	42.974.525,09
					-- davon aus Steuern € 27.404,56 (i. Vj. € 29.686,87) --				
					-- davon im Rahmen sozialer Sicherheit € 0,00 (i. Vj. € 0,00) --				
						<u>249.701.958,30</u>		<u>276.214.992,32</u>	

Hagener Versorgungs- und Verkehrs-GmbH

Gewinn- und Verlustrechnung

vom 01.01.2014 bis 31.12.2014

	2014		2013	
	€	€	€	€
1. Sonstige betriebliche Erträge		4.055.556,41		4.116.740,61
2. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	698.664,57		705.193,30	
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung – davon für Altersversorgung	392.966,26	1.091.630,83	474.179,21	1.179.372,51
€ 284.960,28 (i. Vj. € 366.007,39) –				
3. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	1.703.281,37	1.703.281,37	1.685.849,40	1.685.849,40
4. Sonstige betriebliche Aufwendungen		1.855.149,37		1.617.986,13
5. Erträge aus Beteiligungen		0,00		7.251.222,91
6. Erträge aus Gewinnabführungen		0,00		5.544,03
7. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		2.006.811,94		1.508.667,72
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge – davon aus verbundenen Unternehmen		9.939,28		40.549,95
€ 4.327,27 (i. Vj. € 7.283,14) –				
9. Aufwendungen aus der Verlustübernahme		16.370.558,43		16.068.811,33
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens – davon außerplanmäßig		23.721.011,03		0,00
€ 23.721.011,03 (i. Vj. € 0,00) –				
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen – davon an verbundene Unternehmen		678.612,56		834.166,56
€ 2.786,95 (i. Vj. € 6.278,89) –				
– davon aus Aufzinsung				
€ 300.517,53 (i. Vj. € 231.154,69) –				
12. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		-39.347.935,96		-8.463.460,71
13. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-9.907,13		-12.310,82
14. Sonstige Steuern		140.810,56		145.428,46
15. Jahresfehlbetrag		-39.478.839,39		-8.596.578,35

Kennzahlen 2014

HVG-Konzern

Mitarbeiter (-innen)	900*
davon Auszubildende	44

* Durchschnittsjahreswert

Hagener Straßenbahn AG

Busse	136
Haltestellen	542
Buslinien inkl. Nachtexpresslinien	45
Fahrgastinformationssysteme an den Haltestellen	65
Gefahrene Kilometer	8,4 Mio.
Fahrgäste	33 Mio.

Hagenbad

Besucher gesamt	655.000
Besucher Westfalenbad	555.000
davon Besucher Sauna	83.000
davon Besucher Freizeitbad	182.000



Hagener Versorgungs-
und Verkehrs-GmbH
Am Pfannenofen 5
58097 Hagen

Telefon 02331 208-0
Fax 02331 208-238

info@hvg-hagen.de
www.hvg-hagen.de