

Grundlagen der Geschäftstätigkeit

Die Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH betreibt das Messe und Congress Centrum in Münster. In diesem Zusammenhang werden Gastveranstaltungen (Vermietung der Räumlichkeiten an fremde Veranstalter mit optionalen Zusatzleistungen) und Eigenveranstaltungen (Nutzung der Räume für selbst organisierte und konzipierte Veranstaltungen) durchgeführt. Ebenso werden für Veranstaltungen Cateringdienstleistungen erbracht.

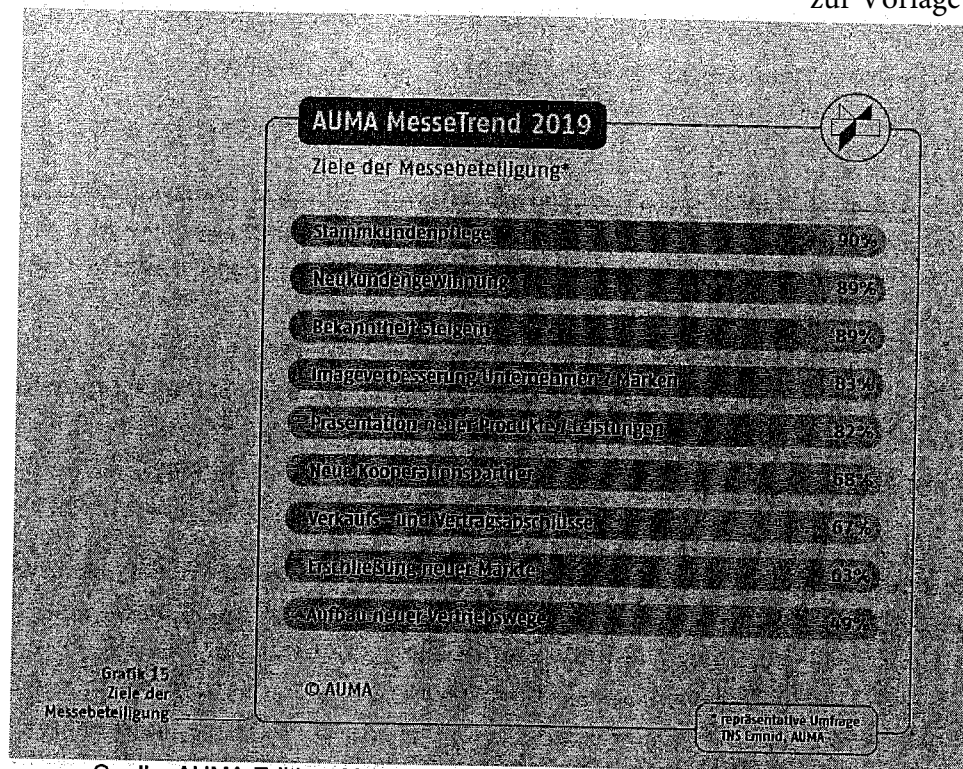
Entwicklung der Gesamtwirtschaft und Branche

Wie in den Jahren zuvor, haben allgemeine politische und wirtschaftliche Entwicklungen keinen direkten Einfluss auf das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland gehabt. Wirksam auf das Veranstaltungsgeschäft sind gesellschaftliche Trends, Entwicklungen und disruptive Einzelphänomene. So hat zum Beispiel die Absage der Cebit den internationalen Wettbewerb der großen Messeveranstalter und die außergewöhnlich rasante Entwicklung des chinesischen Marktes, wenn es um technologische Entwicklungen und um den Bau von Messezentren geht, verdeutlicht.

Für das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sind die Trends in der Live-Kommunikation allgemein und speziell im Messesegment von Bedeutung; es stellt sich die Frage, welche Rolle Messen im Marketingmix der Unternehmen einnehmen. Der Messe-Branchenverband AUMA prognostiziert auf Basis einer repräsentativen Umfrage von TNS Emnid, dass Messebeteiligungen eine bedeutende Rolle im Marketingmix einnehmen werden. „Die vielfältigen zentralen Funktionen einer realen Messe, vor allem die echte Begegnung und Kommunikation zwischen Menschen, können im Moment noch nicht durch virtuelle Angebote ersetzt werden.“ (aus: EXPODATA b4/2018, Harald Kötter Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit & Messen, AUMA Berlin S. 33.)

In dieser Umfrage durch den AUMA – Verband der Deutschen Messewirtschaft – sind von den Befragten als Ziele einer Messebeteiligung neun wesentliche Nennungen erfolgt. (vgl. Grafik 1) Neu in der Aufzählung der weiteren Ziele ist Gewinnung von neuen Mitarbeitern, welches von 41 % der Unternehmen genannt wurde. (Quelle: AUMA-Presseinformation vom 20. März 2019)

Die besondere Bedeutung der Live-Kommunikation in Zeiten von Webinaren, augmented und virtuell reality kommt dem Erlebbarmachen eines Produkts oder Technik zu – das kann das Internet nicht. Die Messekunden des Messe und Congress Centrums setzen auf Livekommunikation und verzeichnen stetiges Wachstum. Beispielhaft hierfür ist die Messe Tankstelle und Mittelstand, die in 2019 letztmalig im Messe und Congress Centrum stattfinden wird, da eine Expansion hier nicht mehr möglich ist. Sie hat sich einen neuen Standort in NRW gesucht, an dem sie ab 2021 das gewünschte Wachstum an Ausstellern vollziehen kann. Dieses stetige Wachsen der speziellen Messethemen stellt das Messe und Congress Centrum vor die Herausforderung, entweder die am Markt gewünschte Flächenerweiterung anzubieten und mit den großen Messen zu wachsen, oder erfolgreiche Messen an andere Messestandorte mit mehr Ausstellungskapazitäten zu verlieren.



Das zweite Veranstaltungssegment, in dem Live-Kommunikation zum Wissenstransfer eine große Rolle spielt, sind Kongresse. Diese sind schon lange nicht mehr ausschließlich auf Live-Kommunikation in Form von Vorträgen fokussiert, sondern nutzen die digitalen Techniken umfänglich und werden zu hybriden Veranstaltungen. Innovativer Wissenstransfer ist das Stichwort. Dabei werden von den Veranstaltern und Initiatoren immer häufiger die Fragen nach den Nutzerinteressen der Zukunft, welche Methodik und Didaktik zukunftsweisend ist und welche Techniken für Veranstaltungen zur Verfügung stehen, gestellt. Die Themen Mobilität und Nachhaltigkeit sind ebenfalls Zukunftsfragen der Tagungs- und Kongressbranche. Der Verzicht auf das Auto und die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln ist ein sich entwickelnder gesellschaftlicher Trend. Damit kann eine schlechte Erreichbarkeit eines Messe- und Congress Centrums die negativ beeinflussende Determinante für ein erfolgreiches Wachstum sein.

Das Thema Nachhaltigkeit ist eine der Anforderungen in der Zukunft. Unternehmen formulieren Konzepte und stellen Regeln für ihr Corporate Social Responsibility (CSR) auf. Eine Frage, die sich für Veranstalter in diesem Zusammenhang stellt, wird sein, nach welchen Kriterien der Veranstaltungsort ausgewählt wird. Diese Wahl ist mitentscheidend für den CO₂-Fußabdruck der Veranstaltung. Herr Prof. Dr. Hans Rück (Dekan des Fachbereichs Touristik/Verkehrswesen an der Hochschule Worms) sieht, um die CSR-Konformität zu wahren, drei Trends: 1. Die Regionalisierung von Veranstaltungen; dieser Trend ist bereits in verschiedenen Branchen erkennbar. 2. Die Metropolisierung von Veranstaltungen. Die Erreichbarkeit vor allem mit öffentlichen Verkehrsmitteln wird ein großer Wettbewerbsvorteil sein. 3. Kürzere Veranstaltungen als Folge von Regionalisierung und Metropolisierung. Wenn die Anreise kürzer und schneller wird, können An- und Abreisetage eingespart werden. „Kurzum, die CSR-Berichtspflicht wird umweltschonendere, kürzere und effizientere Veranstaltungen zur Folge haben und die Nachfrage nach Veranstaltungsstätten in Ballungsräumen anschieben.“ (Zitat Herr Prof. Dr. Hans Rück in events 03/2018 S.34)

Alle Entwicklungen und Trends bei der Strategie und Entscheidungen zu berücksichtigen, bestimmen die Zukunftsfähigkeit und das Wachstum des Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sowie die der Stadt Münster als Kongress- und Wissenschaftsstandort.

Umsatzerlöse und wirtschaftliches Gesamtergebnis

Das Jahr 2018 ist hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Mit Insgesamt 7,514 Mio. € Erträgen hat das messeschwache Jahr 2018 – es fehlen die im zweijährigen Rhythmus stattfindenden großen Messen wie zum Beispiel die AGRARUnternehmertage und COM – abgeschlossen. Ursache für die geringeren Erlöse gegenüber den Planungen sind zum einen Absagen von Veranstaltungen, nicht realisierte Terminoptionierungen und zum anderen zurückgegangene gastronomische Umsätze, die mit der geringeren Veranstaltungszahl korrelieren. Als weitere Ursache ist die Reduzierung der gastronomischen Versorgung bei Veranstaltungen insgesamt durch Verzicht auf ein gastronomisches Angebot oder geringere Teilnehmerzahlen als geplant zu nennen.

Bereits nach dem 1. Quartal wurde deutlich, dass die sehr optimistischen Planungen für das Jahr 2018 nicht erreicht werden können. Zu Beginn des Jahres, nach ausführlicher Analyse der Kennwerte, fiel die Entscheidung, die Messe Zimt & Sterne im Jahr 2018 nicht mehr durchzuführen. Bereits nach der Kegelparty 2017 wurde beschlossen, auch auf diese Veranstaltung in 2018 zu verzichten. Zusätzlich wurde im Laufe der ersten Monate des Jahres 2018 die FameCon, eine geplante Erstveranstaltung für eine Spielmesse, abgesagt und es wurde deutlich, dass aufgrund der Baustelle rund um das Stadthaus I die vermietbare Fläche für den „Weihnachtsmarkt rund um das Rathaus“ geringer ausfallen würde.

Bereits nach dem 1. Halbjahr lag der Geschäftsbereich Gastveranstaltungen 15 % hinter den Erwartungen zurück. Gleiches galt für den Bereich MCC Catering. Im zweiten Halbjahr haben sich drei Entwicklungen fortgesetzt: Zum einen konnte der Bereich MCC Catering keine positive Erlösentwicklung und Ergebnisentwicklung für das 2. Halbjahr verzeichnen, unter anderem, weil sich der Trend, auf Gastronomie zu verzichten, fortsetzte und weil sich die Teilnehmerzahlen für Veranstaltungen erheblich reduzierten. Zum anderen blieb die Ursache für die unter der Planung gebliebenen Erlöse die nicht realisierten Terminreservierungen, die in die Planungen einbezogen wurden, und mit einem erheblich höheren prozentualen Anteil als in den Vorjahren nicht stattfanden.

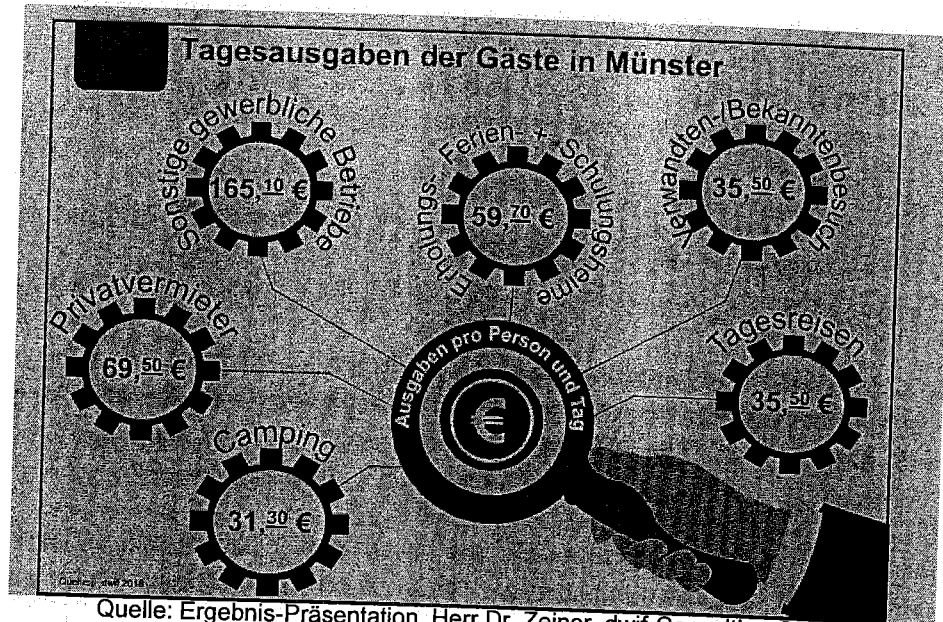
Geschäftsbereich Gastveranstaltungen

Der Geschäftsbereich Gastveranstaltungen hat Erlöse in Höhe von 4.061 T€ generiert; diese sind um 400 T€ hinter den Erlöserwartungen zurückgeblieben. Hierfür sind vor allem, wie bereits erwähnt, die nicht realisierten Terminoptionen für Veranstaltungen zu nennen. Dennoch ist es mit den beiden Wachstumsfeldern Kongresse und Messen gelungen, gute Ergebnisse zu erzielen.

Die in 2018 durchgeführten medizinischen Kongresse und Tagungen haben mit über 2 Mio. € Erlösen 27 % der Gesamtumsatzerlöse generiert und mit 61 % DB1 eine gute Wirtschaftlichkeit erreicht. Die Erlöse aller Messen zusammen lagen, aufgrund der fehlenden Großmessen, die im zwei- bzw. vierjährigen Rhythmus stattfinden, bei gut 1,14 Mio. €. Der DB1 von 65% unterstreicht die Bedeutung von Messen ebenso wie die Bedeutung von Kongressen für die Wirtschaftlichkeit des Messe und Congress Centrum Halle Münsterland. Beide Formate sind für den Standort Münster unverzichtbar. Die Ergebnisse der Studie der dwif-Consulting GmbH, in Auftrag gegeben von der Kongressinitiative Münster, belegen die

Bedeutung als Wirtschaftsfaktor. Herr Dr. Manfred Zeiner (Geschäftsführer der dwif-Consulting GmbH) führt als Ergebnis seiner Untersuchungen auf, dass Gäste, die in Münster in gewerblichen Betrieben übernachten, 165,10 €/Person und Tag ausgeben. (vgl. Grafik 2)

Grafik 2



Grafik 3

Der Kongress- und Tagungsmarkt Münster im Überblick

	Aufenthalts- tage	Tages- ausgaben	Brutto- umsatz
Übernachtungen	0,4 Mio.	124,50 €	49,8 Mio. €
Tagesgeschäfts- reisen	0,96 Mio.	27,50 €	26,4 Mio. €
Insgesamt	1,36 Mio.		76,2 Mio. €

Quelle: Ergebnis-Präsentation, Dr. Zeiner, dwif-Consulting GmbH

In Münster werden durch den Kongress- und Tagungsmarkt 76,2 Mio. € (Grafik 3) an direkten Umsätzen in Gastgewerbe, Einzelhandel und Dienstleistungen generiert. Für die Stadt Münster selber ergibt sich laut der Studie der dwif-Consulting GmbH ein Steueraufkommen von 7,5 Mio. €. Bei dieser Untersuchung wurden die Effekte von Messen mit jährlich mehr als 250.000 Besuchern nicht berücksichtigt.

Geschäftsbereich Eigenveranstaltungen

Der Geschäftsbereich Eigenveranstaltungen hat im Jahr 2018 die Organisation des Weihnachtsmarktes und der Flohmärkte übernommen. Dies hat zu einem Erlöswachstum beigetragen und auch das Ergebnis positiv verbessert. Die DOGLive und die Art&Antik haben erlösseits ein Plus verzeichnet. Das Ergebnis der Art & Antik wird aber insgesamt durch die Investition in die Masterpiece, ein neues ergänztes Messethema, geschmälert. Auch die DOGLive ist an der Raum-Kapazitätsgrenze und hat nur noch ein geringes Wachstumspotential. Bereits für 2019 konnten Aussteller kein entsprechender Ausstellungsplatz mehr angeboten werden.

Geschäftsbereich MCC Catering

Der Geschäftsbereich MCC Catering ist ebenfalls unter den Erlöserwartungen zurückgeblieben.

Es besteht eine enge Korrelation zwischen den nicht realisierten Terminbuchungen, da das Catering immer von der Zahl der durchgeführten Gastveranstaltungen abhängig ist. Weitere negative Entwicklungen für den Bereich durch Verzicht auf Gastronomie und geringere Teilnehmerzahlen wurden aufgezeigt.

Insgesamt blieben die Erlöse 12 % hinter den Erwartungen zurück. Das Ergebnis dieses Geschäftsbereichs wird extrem von den Personalkosten der Fremddienstleister für Veranstaltungen beeinflusst. Mit 43 % vom Umsatz sind diese Kosten sehr hoch. Hierfür sind mehrere Ursachen zu sehen. Zum einen die Kosten für Köche; hier folgt die Verknappung den Marktgesetzen und die Freelancer haben Ihre Tagessätze erhöht. Insgesamt sind die Stundensätze für Personaldienstleistungen angestiegen und steigen weiter. Vor allem im Bereich Service sind zwei weitere Phänomene feststellbar: Zum einen die Qualität der Servicekräfte, wodurch für eine Veranstaltung immer mehr Personal bestellt werden muss, um die Servicequantität zu gewährleisten und zum anderen die Zuverlässigkeit – die bestellte Anzahl an Servicekräften wird nicht immer bereitgestellt –, was wiederum die Qualität durch Überlastung mindert.

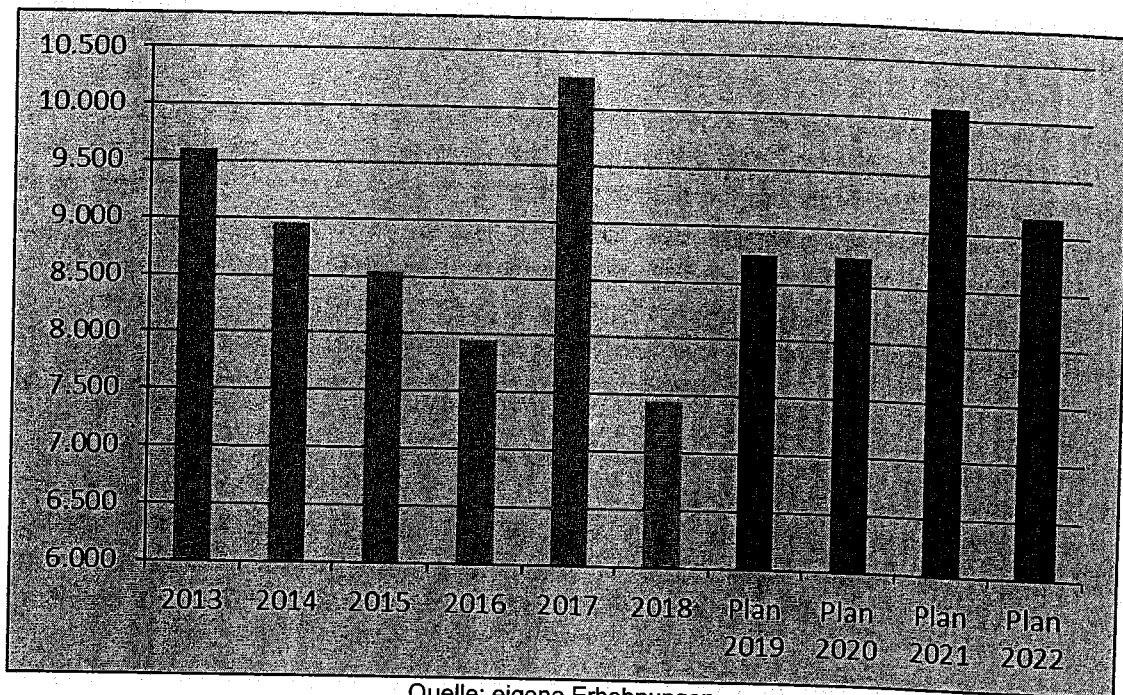
Diese Dienstleistungen werden in Zukunft ein limitierender Faktor für das Wachstum und die Wirtschaftlichkeit des Geschäftsbereichs MCC Catering sein. Zur Stärkung der Gastronomie und Reduzierung der Personalkosten für die Veranstalter werden neue Wege gegangen, zum Beispiel das verstärkte Angebot von Self-Service.

Gesamtunternehmen

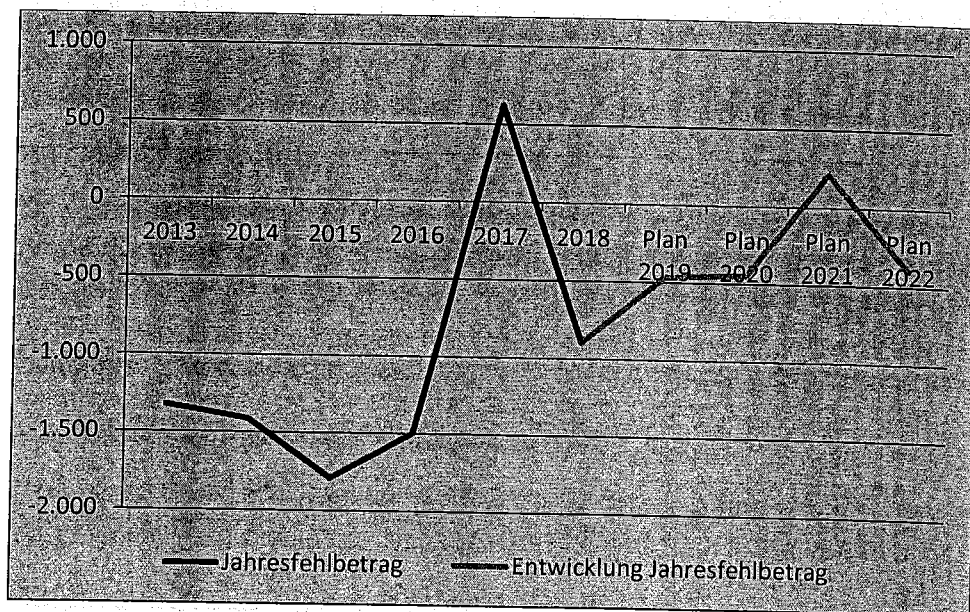
Nach dem erlösschwachen Jahr 2018 sind für die nächsten Jahre eine deutliche Positiventwicklung der Erlöse zu erwarten (vgl. Grafik 4). Das Jahr 2019 ist geprägt von den starken Messen – AGRARUnternehmertage, COM, Tankstelle und Mittelstand, AAGTechnika, bauen und wohnen und EpicCon, die alleine mit 2,1 Mio. € Erlösen geplant sind und 24 % der geplanten Gesamterlöse des Jahres 2019 generieren sollen.

Diese wirtschaftlichen Zahlen unterstreichen, wie wichtig die Sicherung von Messen für das Messe und Congress Centrum und Münster sind.

Grafik 4: Erlösentwicklung 2013 – 2018 – Plan 2019 – 2022 zur Vorlage V/0612/2019



Alle Faktoren zusammen haben für 2018 zu einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 893 T€ geführt. Dieser liegt aufgrund der geringeren Umsatzerlöse höher als geplant. Direkte Auswirkung auf den Fehlbetrag hat der fehlende Zuschuss der Stadt Münster zum Nachflohmarkt in Höhe von 25 T€ brutto. (vgl. Grafik 5)



Grafik 5: Entwicklung des Jahresfehlbetrages 2013 – 2022

Quelle: eigene Erhebungen

Investitionen, Betriebsvorrichtungen, Bauunterhaltung

In 2018 wurden die Renovierung und Erneuerung der Toilettenanlagen fortgesetzt. Die Toilettenanlagen im Untergeschoss des Congress Centrums wurden im Design der übrigen Anlagen im Congress Centrum saniert. Auch die Toiletten der Verwaltung wurden renoviert und ein Meetingpoint für die Mitarbeitenden eingerichtet. Der Top Congress wurde um einen Raum erweitert und die Technik auf den neuesten Stand gebracht. Die neue Lichtplanung erfolgte unter nachhaltigen und energiesparenden Aspekten mit LED-Technik. In der ‚Alten Zentrale‘ wurde ein neuer Besprechungsraum geschaffen. Alle weiteren Maßnahmen in der Anlagenunterhaltung entsprachen dem normalen Verschleiß. Mit fortschreitender Nutzung der Gebäude sind permanent Bauunterhaltungsmaßnahmen notwendig, um den Standard zu halten und den technologischen Fortschritt sicherzustellen.

Immer wieder auftretende Undichtigkeiten im Dach des Südfoyers und den Messehallen weisen darauf hin, dass auch hier in den nächsten Jahren größere Sanierungsmaßnahmen notwendig sein werden. Hierzu erstellt das Amt für Immobilienmanagement einen Maßnahmenplan. Weitere regelmäßig notwendige Maßnahmen werden in Zusammenarbeit mit dem Amt für Immobilienmanagement abgestimmt und umgesetzt.

Personal

Im Jahr 2019 hat das Messe und Congress Centrum seinen Kulturprozess fortgesetzt. Beim Corporate Culture Award gelang es dem Messe und Congress Centrum Halle Münsterland, unter die fünf Nominierten in der Kategorie Change zu kommen. Ein beredter Beweis, dass das Messe und Congress Centrum auf dem richtigen Weg ist.

Der Personalaufwand hat sich prozentual vom Umsatz erhöht. Absolut sind die Personalkosten für die Mitarbeiter etwas niedriger als in 2017. Ursächlich hierfür ist die projektbezogene Übernahme von Auszubildenden für die Internationale Ausstellung für Fahrwegtechnik (iaf) 2017.

Derzeit ist immer noch eine Stelle im Bereich der Küche für einen Koch unbesetzt.

Aus- und Fortbildung

Das Jahr 2018 hat erfreulicherweise wieder mit sehr guten Abschlüssen der Auszubildenden begonnen. Auch im Jahr 2018 wurde der Betrieb für seine sehr gute Ausbildungsleistung durch die IHK geehrt und bei der Ehrung der Besten konnten die Auszubildenden dieses Jahrgangs wieder ihre Urkunden entgegennehmen. Im August haben vier Auszubildende die Ausbildung begonnen. Die Ausbildungsstelle für einen Koch konnte erfreulicherweise besetzt werden.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Die Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH hat aufgrund der bereits dargestellten Entwicklungen einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 893 T€ ausgewiesen.

Die Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft ist unverändert stabil. Der Bilanzverlust beträgt in 2018 150 T€. Aufgrund des negativen Ergebnisses wurde die Liquidität II im Vergleich zum Vorjahr um 388 T€ abgebaut. Für das Jahr 2018 wird ein Deckungszeitraum von 208 Tagen bei einem monatsdurchschnittlichen Finanzbedarf von 652 T€ ausgewiesen. Diese Kennziffer der finanziellen Reichweite der Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH unterstreicht die solide Ausstattung und das zukunftsorientierte Wirtschaften.

Das Jahr 2018 ist das dritte Jahr, in dem das Verwaltermodell umgesetzt wird. Die Vermögens- und Finanzlage wird hier durch die grundsätzlich geringere Zuführung der Stadt Münster gekennzeichnet. Die Zuführung beträgt seit dem 01.01.2016 jährlich 350 T€.

Die Investitionen und Anlagenunterhaltungsmaßnahmen werden zum großen Teil durch die Stadt Münster getragen. Im Zuge des Verwaltervertrages übernimmt die Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH die Aufgaben als Verwalter der Immobilie. Mit dem Amt für Immobilienmanagement besteht ein Vertrag für Technische Dienstleistungen/Ingenieurleistungen.

Risikomanagement

Im Bereich des Risikomanagements wird primär das Instrument der Planung eingesetzt. Auf operativer, mittelfristiger und strategischer Ebene erfolgt stets eine Planung und anschließende Abweichungsanalyse. Monatlich wird das Betriebsergebnis ausgewertet und es erfolgen Abweichungsanalysen für jede durchgeführte Veranstaltung. Quartalsweise erfolgt Berichterstattung an den Hauptgesellschafter sowie den Aufsichtsrat. Im Rahmen der Wirtschaftsplanung werden detaillierte Planungen für das folgende Geschäftsjahr und strategische Planungen für die darauffolgenden drei Jahre erstellt. Auf allen Ebenen – operativ, mittelfristig und strategisch – wird stets ein Soll-Ist-Vergleich durchgeführt.

Prognosebericht

Für das Jahr 2019 hat das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland Umsatzerlöse in Höhe von 8.750 T€ und einen Jahresfehlbetrag von 465 T€ geplant. Die Umsatzerlöse der folgenden Jahre werden, vorhersehbar aufgrund der im zwei- und vierjährigen Turnus stattfindenden Messen, schwanken. Das Jahr 2020 wird mit 8.750 T€ konstant weitergeplant. Obwohl die großen Messen nicht stattfinden werden, können diese Erlöse erwartet werden, weil eine positive Buchungslage zu verzeichnen ist. Stetig neue Anfragen von großen Verbänden für Kongresse und Messen berechtigen derzeit zu einer konstant positiven Erlöserwartung.

Der Geschäftsbereich MCC Catering wird, entsprechend der Planung, etwas besser abschneiden als im Jahr 2018. Insgesamt korreliert der Erfolg dieses Geschäftsbereichs mit dem der Gastveranstaltungen. Das Catering wird als zusätzliche Leistung den Veranstaltern angeboten.

Der Geschäftsbereich Gastveranstaltungen wird aufgrund der großen, im zweijährigen Rhythmus stattfindenden, Messen und Kongresse 54 % der für das Jahr 2019 geplanten Umsatzerlöse erwirtschaften. Innerhalb der Erlöse dieses Geschäftsbereichs werden die Messen (ohne Märkte) 32 % der Umsatzerlöse generieren. Die großen Kongresse wie der Deutsche Ärztetag, die Kongresse der medizinischen Fachgesellschaften wie Phlebologie, Radiologie, Urologie und Dentologie sichern den Erfolg des Jahres 2019.

Der Geschäftsbereich Eigenveranstaltungen hält sich stabil mit den drei Eigenveranstaltungen DOGLive, Art & Antik inklusive Masterpieces sowie der KRIFA. Der Weihnachtsmarkt leidet in Bezug auf die Erzielung möglicher Erlöse unter der Baustellensituation am Stadthaus I und wird vor allem im Jahr 2021 erhebliche Einschränkungen durch die räumliche Begrenzung haben. Der Flohmarkt wird weiter konstant bleiben.

Chancen- und Risikobericht

Davon ausgehend, dass das geplante Wachstum vor allem im Bereich der Messen, Tagungen und Kongressen gelingt, ist das Jahr 2021, in dem wieder die Internationale Ausstellung für Fahrwegtechnik (iaf) stattfinden wird und für das derzeit noch der Vertrag mit den AGRARUnternehmertagen besteht, positiv über 10 Mio. € geplant. Die AGRARUnternehmertage wachsen kontinuierlich: Die zur Verfügung stehende Fläche für diese Messe ist nicht mehr ausreichend. Hier besteht die Gefahr, dass auch diese Veranstaltung Münster verlässt. Das Abwandern großer Messen, wie bereits der Tankstelle und Mittelstand, ist eine große Gefahr für die positive Entwicklung des Messe und Congress Centrums Halle Münsterland und für die Standortentwicklung der Stadt Münster als solches.

In die Planzahlen für die Jahre 2019 und folgende ist eingeflossen, dass in der Branche derzeit ein Wandel eingesetzt hat. Die von Herrn Prof. Rück allgemein prognostizierte Entwicklung zu größerer Regionalisierung und Verkürzung von Veranstaltungen wird derzeit noch nicht spürbar. Mit der Größenordnung des Messe und Congress Centrums Halle Münsterland wirkt sich die Substituierung von kleineren Formaten durch Webinare nicht aus. Das Messe und Congress Centrum plant, den Zukunftsentwicklungen und den Megatrends gerecht zu werden. Deshalb wird im Messe und Congress Centrum ein Raumkonzept geplant und realisiert, dass allen zukünftigen Anforderungen, wie vom Fraunhofer-Institut zum Future Meeting Space erforscht, Rechnung trägt. Technologie, Didaktik und Methodik werden entsprechend dieser Forschungen in die Raumkonzeption einfließen.

Für das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sind folgende, die Wirtschaftlichkeit beeinflussende, Rahmenbedingungen zu nennen:

Vor allem Messen, die seit Jahren im Messe und Congress Centrum Halle Münsterland durchgeführt wurden und stetig gewachsen sind, entwickeln sich für das Messe und Congress Centrum zum Problem, da die wachsende Nachfrage nach Räumen und Ausstellungsflächen nicht gedeckt werden kann. Die Veranstalter verlassen Münster als Standort und wenden sich anderen Messe- und Kongresszentren zu, die die größere Nachfrage nach Räumen und Ausstellungsflächen decken. Als weiterer Faktor spielt die Erreichbarkeit mit Bahn, Flugzeug, PKW und LKW eine entscheidende Rolle für den Erfolg einer Destination und des Messe und Congress Centrums Halle Münsterland. Deshalb muss es Ziel sein, die Expansionsmöglichkeiten des Messe und Congress Centrums in den städtebaulichen Planungen im Quartier zu sichern und die notwendige Infrastruktur auszubauen.

Der allgemeine Fachkräftemangel – vor allem in allen technischen und gastronomischen Berufsfeldern – kann sich in naher Zukunft als hemmend für die Veranstaltungen, das Wachstum und den wirtschaftlichen Erfolg auswirken.

Das Messe und Congress Centrum Halle Münsterland verfolgt ein integriertes Gesamtkonzept aus Strategie, Image und Unternehmenskulturentwicklung. Die Wechselseitigkeit der Ziele Wachstum, der höchsten Attraktivität und der Erhaltung, Entwicklung und Schonung der Ressourcen impliziert die wirtschaftliche Optimierung.

Alle bekannten Entwicklungen und Trends sind in das integrierte Gesamtkonzept eingeflossen und zeigen bereits positive Effekte. Die Hardfacts, wie die Sicherung von Flächen für das Wachstum, ausreichende Parkflächen für Aussteller und Besucher, die Erreichbarkeit und Infrastruktur sowie die Sicherung der Funktionalität bestimmen die Zukunftsfähigkeit und das

Anlage 3
zur Vorlage V/0612/2019

Wachstum des Messe und Congress Centrum Halle Münsterland sowie die Sicherung der
Stadt Münster als Kongress-, Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort.

Münster, 22. Februar 2019

Dr. Ursula Paschke