

Entwicklung im Überblick 1998–2016

Im Berichtsjahr konnte die KölnBäder GmbH ihren Umsatz trotz gesunkener Besucherzahlen (- 3 %) um 2 % gegenüber dem Vorjahr steigern.

7,47 €

BETRUG IM GESCHÄFTSJAHR 2016 DER DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSVERLUST PRO BESUCHER, 2,6 % MEHR ALS IM VORJAHR (7,28 €).

Der vergleichbare bundesweite Wert belief sich bereits im Jahr 2015 auf 9,36 € und lag damit um rund 25 % über dem aktuellen Wert der KölnBäder GmbH. Grundlage des Bundeswertes ist ein überörtlicher Betreibervergleich, dem die Bäderstruktur Kölns zugrunde liegt.

Der Betriebsverlust pro Besucher (ohne Verkaufserlös des Weidenbades) erhöhte sich im Geschäftsjahr 2016 von 7,28 € (2015) auf 7,47 € (2014: 7,74 €, 2013: 7,14 €, 2012: 7,09 €, 2011: 7,93 €). Der vergleichbare bundesweite Wert lag bereits 1999 bei 5,65 € und stieg bis 2015 auf 9,36 € (2014: 10,47 €, 2013: 8,91 €, 2012: 10,16 €, 2011: 9,14 €). Beim direkten Vergleich des Jahres 2015 lag die KölnBäder GmbH damit um 22,2 % günstiger als der vergleichbare Bundesdurchschnitt.

Nachhaltigkeit, striktes Kostencontrolling, das Umsetzen moderater Restrukturierungsmaßnahmen sowie das Einhalten höchster Sicherheits- und Hygienestandards prägten auch 2016 die verantwortungsvolle Unternehmensführung durch die KölnBäder GmbH. Gleichzeitig setzte die Gesellschaft die Bemühungen fort, ihre Angebotspalette für die Kölnerinnen und Kölner zu optimieren.

Die folgenden Entwicklungen trugen maßgeblich zur anhaltend positiven Entwicklung des Unternehmens in seinen 19 Geschäftsjahren (1998–2016) bei: Die Besucherzahlen erhöhten sich seit 1998 von rund 1,70 Mio. auf 2,49 Mio. im Berichtsjahr (2015: 2,57 Mio., 2014: 2,47 Mio., 2013: 2,60 Mio., 2012: 2,66 Mio., 2011: 2,27 Mio., 2011–2015: 2,52 Mio. Besucher im Jahresdurchschnitt).

Das kontinuierliche Wachstum hat mehrere Gründe. Dazu gehört zum Beispiel die bürgernahe Ausrichtung des Angebotes, das stetig zielgruppenorientiert optimiert wird. Außerdem hält sich die KölnBäder GmbH konsequent an ihr Kombibäder-Konzept und kann damit auch bei schlechter Witterung Badespaß bieten. Umfangreiche Modernisierungsmaßnahmen und der Neubau mehrerer Anlagen tragen zusätzlich zur hohen Attraktivität der KölnerBäder bei. Bei dieser Betrachtung ist die nicht zu beeinflussende Witterung während der vergangenen Jahre zu berücksichtigen.

Die Umsatzerlöse der KölnBäder GmbH erhöhten sich zwischen 1999 und 2016 von 5,00 Mio. € auf 13,3 Mio. € bzw. nach BilRUG auf 14,0 Mio. € (2015: 13,01 Mio. €, 2014: 12,38 Mio. €, 2013: 12,80 Mio. €, 2012: 12,10 Mio. €, 2011: 10,05 Mio. €).

Die Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe (Energie, Strom, Gas, Wärme, Wasser) sowie beschaffte Waren nahmen von 2,41 Mio. € im Jahr 1999 auf 4,91 Mio. € im Geschäftsjahr 2016 zu. Die Aufwendungen für Energie und Wasser beliefen sich im Jahr 2016 auf 4,12 Mio. € und nahmen damit gegenüber 2015 um rund 5 % ab (2014 auf 2015: minus 0,53 Mio. €, 2013 auf 2014: plus 0,14 Mio. €, 2012 auf 2013: plus 0,17 Mio. €, 2011 auf 2012: plus 0,82 Mio. €, 2010 auf 2011: plus ca. 0,58 Mio. €).

Der Reparaturstau in einigen Bädern, der noch aus den Zeiten stammt, in denen die Stadt Köln die Anlagen in eigener Regie betrieb, erhöhte die Aufwendungen für bezogene Leistungen wie Sanierung, Reparatur und Unterhalt deutlich – von 1,96 Mio. € (1999) auf 4,98 Mio. € im Berichtsjahr (2015: 4,51 Mio. €, 2014: 4,03 Mio. €, 2013: 3,96 Mio. €, 2012: 4,62 Mio. €, 2011: 5,28 Mio. €).

Insgesamt investierte die KölnBäder GmbH in ihrer 19-jährigen Unternehmensgeschichte rund 53 Mio. € in notwendige Arbeiten – mit dem Ziel, den Bestand der Bäder zu sichern und damit weiterhin für Köln ein flächendeckendes, attraktives Angebot zu schaffen. Die Investitionen wurden vor allem für kontinuierliche Reparaturarbeiten, erforderliche Instandsetzungen sowie den Unterhalt von baulichen und bautechnischen Anlagen der Badebetriebe verwendet.

Der Personalaufwand (inklusive Saisonkräfte, Prämien, Sozialabgaben sowie Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung) blieb für das Geschäftsjahr 2016 unter dem Planwert und beläuft sich im Berichtszeitraum auf 13,63 Mio. € (2015: 13,42 Mio. €, 2014: 12,88 Mio. €, 2013: 12,90 Mio. €, 2012: 13,00 Mio. €, 2011: 11,05 Mio. €, 1999: 6,89 Mio. €).

Die jährlichen Abschreibungen und Zinsaufwendungen, Kapitaldienst genannt, stiegen aufgrund der in den letzten 19 Jahren getätigten hohen Investitionen von rund 0,60 Mio. € auf 6,46 Mio. € im Geschäftsjahr 2016 (2015: 6,71 Mio. €, 2014: 6,87 Mio. €, 2013: 7,46 Mio. €, 2012: 6,72 Mio. €, 2011: 5,95 Mio. €, 2010: 4,64 Mio. €).

59,88 %

ERREICHTE IM GESCHÄFTSJAHR 2016 DER KOSTENDECKUNGSGRAD ÜBER ALLE BETRIEBE DER GESELLSCHAFT – OHNE ABSCHREIBUNGEN UND ZINSEN.

Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Kostendeckungsgrad damit nicht verändert. Als die Bäder vor Gründung der KölnBäder GmbH von der Stadt Köln betrieben wurden, hatte der vergleichbare Wert bei weniger als 20 % gelegen.

Von 1998, dem Gründungsjahr der Gesellschaft, bis zum Bilanzstichtag 2016 investierte die KölnBäder GmbH insgesamt ca. 140 Mio. € in ihre Bade-, Fitness- und Freizeitanlagen. Dabei standen die Neubauten und Generalmodernisierungen der Bäder im Vordergrund. So entstanden das Ossendorfbad, das Hallenbad im Stadionbad und der Lentpark. Agrippabad, Zündorfbad, Zollstockbad, das Freibad im Stadionbad sowie das Rodenkirchenbad wurden generalmodernisiert. Darüber hinaus hat die Gesellschaft in den zurückliegenden Jahren unter anderem das Chorweilerbad, das Genovevabad und das Wahnbad saniert, attraktiver gestaltet und ausgebaut. Zusätzlich führte die KölnBäder GmbH in den Bädern zahlreiche „kleinere“ Maßnahmen durch. Das Weidenbad und das Nippesbad haben im Februar 2012 ihren Betrieb eingestellt.

Der Kostendeckungsgrad über alle Betriebe der Gesellschaft – ohne Abschreibungen und Zinsen – erreichte im Berichtsjahr 59,88 % (2015: 55,57 %, 2014: 53,46 %, 2013: 56,41 %, 2012: 55,13 %, 2011: 51,09 %). Unter Berücksichtigung des Kapitaldienstes für das Geschäftsjahr 2016 liegt der Kostendeckungsgrad im Berichtszeitraum bei 48,58 % (2015: 44,51 %, 2014: 42,47 %, 2013: 43,97 %, 2012: 44,16 %, 2011: 41,12 %). Als die Bäder von der Stadt Köln betrieben wurden, erreichte der Kostendeckungsgrad, ohne Abschreibungen und Zinsen, weniger als 20 %.

Die erfreuliche Entwicklung des Kostendeckungsgrades wirkte sich seit Gründung der KölnBäder GmbH im Jahr 1998 positiv auf die wichtige Kennziffer „Verlust in Euro je Besucher“ aus. Der Wert liegt deutlich günstiger als im Bundesdurchschnitt.

Als wachstumsorientiertes Unternehmen, das für seine Kunden Spitzenleistungen erbringen möchte, gibt sich die KölnBäder GmbH mit den bisher erreichten Erfolgen nicht zufrieden. Ihr fester Wille ist es, die KölnBäder so nachhaltig zu gestalten, dass die Bürgerinnen und Bürger auch in wirtschaftlich problematischen Zeiten eine flächendeckende, attraktive Bäderlandschaft nutzen können.

Was kostet ein Badegast?

	2016	2015	2014
	€	€	€
Erträge pro Badegast			
a) durchschnittlicher Umsatzerlös (allgemeiner Bäderbetrieb, Gruppennutzungen, Kursangebote etc.)	5,62	5,06	4,96
b) sonstige betriebliche Erträge (z.B. Mieten, Pachten etc.)	1,06	0,73	0,64
c) andere aktivierte Eigenleistungen für Investitionsmaßnahmen	0,00	0,05	0,08
Erträge gesamt pro Badegast	6,68	5,84	5,68
Aufwendungen pro Badegast			
a) Materialaufwand (Energie, Strom, Wasser, Gas, Reparaturen, Fremd- und Firmenleistungen)	3,94	3,72	3,74
b) Personalaufwand (als Dienstleister im Hinblick auf Sicherheit und Hygiene)	5,48	5,22	5,16
c) Kapitaldienst für Investitionen (137,4 Mio. € von 1999 – 2016)			
Abschreibungen	1,83	1,81	1,84
Zinsen	0,76	0,80	0,91
d) sonstige betriebliche Aufwendungen (Versicherungen; Grundbesitzabgaben: Müllabfuhr, Blockabfuhr, Straßenreinigung, Kanalbenutzungsgebühren; Beiträge zu Mitgliedsverbänden; Telefongebühren; Bürobedarf; Fortbildungsmaßnahmen; Werbekosten; Postaufwand)	1,60	1,46	1,53
e) sonstige Steuern	0,15	0,11	0,14
Aufwendungen gesamt pro Badegast	13,76	13,12	13,32
Betriebsergebnis insgesamt			
Erträge	6,68	5,84	5,68
Aufwendungen	13,76	13,12	13,32
Zuschuss pro Badegast (statistisch)*	7,08	7,28	7,64

* inkl. Erlöse aus Anlageverkäufen in 2016

ERGEBNISSE DER GESCHÄFTSJAHRE 2007 BIS 2016 IM VERGLEICH

Das interne Konsolidierungskonzept wird seit dem 15. September 2003 erfolgreich umgesetzt und fortgeschrieben, so dass sich die Entwicklung der Betriebsergebnisse der KölnBäder GmbH in den letzten acht Jahren auch im Verhältnis zu den Planungen wie folgt darstellt:

Wirtschaftsplan 2007	- 12.448 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2007	- 12.405 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2008	- 13.697 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2008	- 12.824 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2009	- 15.143 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2009	- 14.075 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2010	- 16.551 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2010	- 14.591 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2011	- 18.499 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2011	- 17.990 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2012	- 19.413 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2012	- 18.851 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2013	- 19.190 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2013	- 18.966 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2014	- 19.440 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2014	- 19.079 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2015	- 19.410 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2015	- 18.714 Tsd. €
Wirtschaftsplan 2016	- 19.608 Tsd. €
Unternehmensergebnis 2016	- 17.591 Tsd. €

Offenlegung von Leistungsvereinbarungen bzw. Beraterverträgen

Die KölnBäder GmbH hat im Berichtsjahr keine Mandate oder Liefer-/Leistungsaufträge an kommunale Mandatsträger (Ratsmitglieder) erteilt.

Bürgerbeiräte der KölnBäder GmbH

Im Jahr 2009 hat die KölnBäder GmbH Beiräte eingerichtet. Sie bieten den Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit, sich aktiv für ihre Stadtteilbäder einzusetzen. Im Vordergrund steht der Informationsaustausch über die Situation der jeweiligen Bäder – wie zum Beispiel Sanierungsmaßnahmen, Besucherzahlen, Öffentlichkeitsarbeit oder Vereins- und Schulnutzung. Außerdem erhält die Gesellschaft von den Beiräten interessante Anregungen und Verbesserungsvorschläge. Diese Form des Dialogs erwies sich auch im Geschäftsjahr 2016 als konstruktiv. Die KölnBäder GmbH wird diese Gespräche deshalb weiter fortsetzen.

ENERGIEMANAGEMENT

Im Berichtsjahr lag der Schwerpunkt der Arbeiten im Gebäudemanagement auf der kontinuierlichen Optimierung der Betriebsführung und der weiteren Senkung des Energieverbrauchs.

Die KölnBäder GmbH verfolgt auch zukünftig das ehrgeizige Ziel, im Bereich der Energieeffizienz und der nachhaltigen Betriebsführung Maßstäbe zu setzen. Die sukzessive Sanierung von energetischen Schwachstellen sowie die schrittweise Umsetzung eines Energiesparkonzeptes sollen einen spürbaren Beitrag dazu leisten, die Betriebskosten zu reduzieren und den CO₂-Ausstoß zu senken.

Marketing und Unternehmenskommunikation

Neben der kontinuierlichen Optimierung des umfassenden Angebots, dem profitablen Wachstum und der dauerhaften Sicherung von Arbeitsplätzen gehört zu den Zielen der KölnBäder GmbH auch, ihre starke Position im Wettbewerb zu behaupten und auszubauen. Dafür müssen die Bürger mit immer neuen und begeisternden Aktivitäten über das attraktive Leistungsportfolio informiert und für die Nutzung des Angebotes motiviert werden. Zu den erfolgreichen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen der KölnBäder GmbH gehörten 2016 zum Beispiel:

- die Fortführung der Freibadampel mit einer dreitägigen Vorschau auf der Internetseite www.koelnbaeder.de, die täglich von insgesamt rund 4.600 Gästen besucht wird. Im August lag die durchschnittliche Besucherzahl pro Tag aufgrund der dynamischen Freibadampel bei rund 5.500.
- der Ausbau der Aktivitäten in den sozialen Netzwerken: Mit inzwischen rund 8.500 Fans findet auf Facebook ein reger Austausch statt, der aktive, sport-, freizeit-, und saunaaffine Gäste für die KölnBäder gewinnt bzw. an diese bindet. Neu hinzugekommen sind im Berichtsjahr ein eigener Youtube-Kanal sowie eine Instagram-Seite.
- der dienstleistungsorientierte „Gästedialog“ per E-Mail, für den seit Anfang 2015 geschulte Call-Center-Mitarbeiter Standardfragen beantworten und damit „Wogen glätten“, Unklarheiten beseitigen und Verständnis für Entscheidungen fördern.
- das erneut nach dem Ende der Freibadesaison im Freibad Stadionbad durchgeführte „Kölner Hundeschwimmen“ mit Hundetrainern und einem Hunde-Unterwasserfotografen.

WINTERDIENST

Trotz des Einsatzes externer Unternehmen für Weidenbad, Rodenkirchenbad und Zollstockbad sowie einer größeren Anschaffung an Winterkleidung konnte im Winterdienst 2015/2016 gegenüber dem Vorjahr erneut eine Verringerung der Kosten erzielt werden. Für die Winterperiode 2016/2017 ist mit nochmals sinkenden Kosten zu rechnen, da nach dem Verkauf und der Übergabe des Weidenbades die Verkehrssicherungspflicht nicht mehr bei der KölnBäder GmbH liegt.