

Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft

Bericht über den Stand der Durchführung von Kooperationsprojekten im Zusammenhang mit der Expo Shanghai 2010 (Titel 6610.791.04)

1. Anlass und Zielsetzung

Bezugnehmend auf die Drucksache 19/472: „Durchführung von Kooperationsprojekten im Zusammenhang mit der ‚Expo Shanghai 2010‘“ soll die Bürgerschaft über den bisherigen Verlauf und die Kostenentwicklung des Hamburger Expo-Projektes („Hamburg House“) unterrichtet und die Wirtschaftlichkeit des Projektes erhärtet werden.

2. Sachstand und Projektablauf

Auf Grund veränderter Rahmenbedingungen hat sich der zeitliche Ablauf des Expo-Projektes gegenüber dem in Drucksache 19/472 beschriebenen Zeitplan anders entwickelt als ursprünglich geplant.

Wie bereits in Drucksache 19/2000 Ziffern 285 und 286 dargestellt, wurde Hamburg eine andere Fläche in der „Urban Best Practice Area“ (UBPA-Gelände) zugewiesen. Dies war verbunden mit einer unausweichlichen Vergrößerung der Nutzfläche von 2000 m² auf 2300 m². Neben erhöhten Anforderungen an Brandschutz und Statik führte dies zu einer Umplanung des Gebäudes und damit zu einer Zeitverzögerung der Ausführungsplanung sowie der Erstellung der Haushaltsunterlage Bau (HU-Bau) gem. § 24 Landeshaushaltsordnung (LHO). Schließlich konnte mit dem Bau Ende März 2009 begonnen werden. Das Gebäude soll bis Ende Januar 2010 fertiggestellt sein.

Im Februar 2009 wurde der Teilnahmevertrag zwischen der Expo-Gesellschaft und Hamburg unterzeichnet, nachdem eine Kostenobergrenze und eine 50:50 Teilung der Baukosten vereinbart wurden. Diese sind im trilateralen Vertrag zwischen Expo-Gesellschaft, dem Generalunternehmer Shanghai Construction Group und Hamburg festgelegt. Der trilaterale Vertrag regelt alle wesentlichen Aspekte der Bau-

abwicklung zwischen den drei Parteien und begrenzt den Hamburger Kostenanteil auf max. rd. 2,1 Mio. Euro.

Die Abstimmung von deutschen und chinesischen Planungsunterlagen und Baustandards hat zu erheblichen Problemen geführt. Zusammen mit Zertifizierungsanforderungen und Importbedingungen für deutsche Produkte führte dies zu einem höheren technischen Planungs- und Organisationsaufwand. Die Begleitung dieser intensiven Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse vor Ort bedingt wiederum einen größeren vertraglichen Leistungsumfang der Bauprojektsteuerung.

Diese Probleme konnten im Wege einer konstruktiven Abstimmung von Architekten, Projektsteuerung vor Ort, Hamburg Liaison Office Shanghai (HLO), chinesischen Planern, UBPA-Gesellschaft und Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt (BSU) letztlich gelöst werden.

Im Einvernehmen mit der Behörde für Kultur, Sport und Medien (BKSM) und in Abstimmung mit der Hamburg Marketing Gesellschaft (HMG), der Senatskanzlei (SK), der Behörde für Wirtschaft und Arbeit (BWA), der Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC) und den Architekten wurde auf Basis eines Rahmengautes die Erarbeitung eines Ausstellungs- und Kulturprogramms für das Hamburg House in Auftrag gegeben. Ende November 2009 wurde der Expo-Gesellschaft eine erste Präsentation zum Ausstellungs-konzept vorgelegt. „Das Haus der verborgenen Energien“ setzt nicht nur Maßstäbe für ökologisches Bauen, sondern wird zugleich als Ausstellungsgegenstand und Ausstellungsraum genutzt. Leitmotiv der Ausstellung wird ein „Baum der guten Wünsche“ sein, der sich durch das gesamte Gebäude ziehen wird. In Anlehnung an die chinesische Tradition der Wunschbäume nimmt er die Wünsche und Hoffnungen der Menschen an eine zukunfts-fähige

Stadt auf. Er beantwortet sie in interaktiven Modulen mit beispielhaften Lösungen aus Hamburg, das sich als innovative und lebenswerte Metropole am Wasser präsentiert. Hiermit ist Kontrapunkt (KP), Agentur für Kommunikation GmbH, beauftragt. Planung und Realisation der Ausstellung werden in enger Abstimmung zwischen KP, HMC und HLO erstellt bzw. ausgeführt. Die Ausstellung wird im April 2010 installiert sein.

HMC hat ihre Arbeiten zum General Management wie geplant aufgenommen und auch die Vorbereitungen für den Betriebsablauf während der Expo 2010 getroffen (z. B. Personalauswahl, Gastronomiekonzept). Ein Probetrieb des Hamburg House ist im April 2010 vorgesehen.

HMG hat im Verlauf des Projektes ihre unterstützende und beratende Funktion ausgeweitet. Die Aufgabe der HMG im Rahmen des Hamburg Auftritts auf der EXPO 2010 Shanghai ist die Steuerung des Rahmen- und Kulturprogramms außerhalb des Hamburg House sowie der nationalen und internationalen Kommunikation. Kernbotschaft und Ziel aller Kommunikations- und Marketing-Maßnahmen rund um das Hamburg House ist es, Hamburg und die Metropolregion bekannt zu machen, und zwar nicht nur in der Partnerstadt Shanghai sondern in ganz China. Als Zielgruppe der Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen wird in China die sogenannte „Creative Class“ angesprochen, die als Meinungsbildner für den internationalen Wettbewerb der Metropolregionen besonders relevant ist.

Um die Chance des Expo-Auftritts zu nutzen, werden zusätzlich zum Projekt Aktivitäten auf den Gebieten Kommunikation, Marketing und Kulturveranstaltungen außerhalb des Hamburg House entfaltet. Hierfür stellt die SK Mittel in Höhe von 350 Tsd. Euro aus dem Titel 1100.683.01 „Förderung des Standortmarketings“, die BKSM Mittel in Höhe von 40 Tsd. Euro aus dem Titel 3720.686.16 „Kulturaustauschprojekte“ sowie HMG 400 Tsd. Euro zur Verfügung.

Aus diesen Mitteln kann v.a. das Kulturprogramm im Hamburg House um Veranstaltungen im Deutschen Pavillon und an anderen Orten innerhalb und außerhalb des EXPO-Geländes ergänzt werden. Auch das Programm des „Hamburg Tages“ auf dem EXPO-Gelände am 31. Mai 2010 soll auf diese Weise ausgeweitet werden.

3. Kosten und Finanzierung

Die Kosten des Hamburger Expo-Projektes wurden in Drucksache 19/472 abgeschätzt und beim Titel 6610.791.04 „Durchführung von Kooperationsprojekten im Zusammenhang mit der ‚Expo Shanghai 2010‘“ veranschlagt. Seitdem haben sich die Kosten konkretisiert und verändert. Der veranschlagte Kostenrahmen von 6 Mio. Euro wird

durch Umschichtungen im Budget insgesamt eingehalten (s. nachfolgende Übersicht). Einen partiellen Mittelrückfluss wird es allerdings nicht geben. Der Beitrag der chinesischen Seite dient dazu, die gestiegenen Gesamtbaukosten aufzufangen.

Vor dem Hintergrund der veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, insbesondere der Wirtschaftskrise, haben sich auch die Möglichkeiten einer Refinanzierung durch Sponsoren verringert. Dennoch besteht Interesse von Sponsoren an einer Beteiligung am Hamburg House vor allem in Form von Sachmitteln und Dienstleistungen, jedoch in geringerem Umfang als 2008 geschätzt. Erste Sponsor-Verträge werden derzeit von HMC und HLO vorbereitet bzw. sind bereits abgeschlossen.

Auf Grund von veränderten chinesischen Planungsvorgaben waren Umplanungen des Gebäudes erforderlich. Auch während der Bauphase mussten Planungskorrekturen vorgenommen werden, die nicht nur zu Zeitverzögerungen, sondern auch zu Kostenerhöhungen bei Bau und technischer Planung führten. Parallel hierzu hat sich im Bereich Projektsteuerung der Anteil für Architektur/Bau infolge zeitaufwendigerer Verhandlungen und Koordinierungen in Shanghai erhöht. Durch Absenkungen der Projektsteuerungsmittel für Ausstellung/Betrieb und Kreativleistung konnte jedoch der Gesamtaufwand für diesen Bereich leicht verringert werden.

Nach intensiven und schwierigen Verhandlungen mit dem Generalunternehmer und der Expo-Gesellschaft wurde eine Kostenobergrenze für die Baukosten von rd. 4,2 Mio. Euro festgelegt – mit einem Hamburg-Anteil von rd. 2,1 Mio. Euro. In diesem Anteil sind auch deutsche Produkte (Glasfassade, Fenster) enthalten, die in gleichwertiger Qualität nicht auf dem chinesischen Markt angeboten werden. Die Kostenobergrenze konnte nur durch konsequente Nutzung von Einsparmöglichkeiten und Sponsoring in Form günstigerer Produktpreise erreicht werden.

Gegenüber dem Zeitpunkt der Erstellung der HU-Bau zum Ende 2008 zeigte der Wechselkurs der chinesischen Währung Renminbi (RMB) gegenüber dem Euro eine steigende Tendenz. Das bedeutet, dass neben den Planungsänderungen auch der Wechselkurs einen Druck auf das Budget ausübte, da die Kosten in China in RMB anfallen.

Die von Hamburg zu tragenden Baukosten erhöhen sich nach Gegenrechnung des chinesischen Beitrages von 1,8 Mio. auf rd. 2,1 Mio. Euro. Dennoch wird das Gesamtkostenvolumen des Projektes von 6 Mio. Euro nicht überschritten, indem Reduzierungen in den Bereichen General Management, Projektsteuerung, Ausstellungskonzept, Ausstellung und Betrieb vorgenommen werden.

Übersicht der Kosten (Titel 6610.791.04):	Drs. 19/472	Ansatz neu
Planung:	700.000 Euro	850.000 Euro
Bau:	1.800.000 Euro	2.100.000 Euro
General Management:	500.000 Euro	450.000 Euro
Projektsteuerung (Architektur/Bau, Ausstellung/Betrieb, Kreativleitung):	750.000 Euro	730.000 Euro
Ausstellungskonzept:	150.000 Euro	120.000 Euro
Ausstellung:	1.500.000 Euro	1.200.000 Euro
Betrieb:	600.000 Euro	550.000 Euro
Gesamtkosten	6.000.000 Euro	6.000.000 Euro

Bei den reduzierten Ansätzen für Ausstellung und Betrieb ist zu berücksichtigen, dass Sponsoringbeiträge diesen Ansätzen zufließen können. Das professionelle Sponsoringmanagement seitens HMC und HLO zeigt in dieser Hinsicht erste Erfolge. So konnten bereits zehn Verträge mit Sponsoren abgeschlossen werden, zwei weitere stehen kurz vor dem Abschluss (Stand Dezember 2009).

Die aufgenommenen Verhandlungen über die Nachnutzung des Gebäudes nach Beendigung der Expo bestätigen, dass Hamburg durch die Nachnutzung keine zusätzlichen Kosten entstehen. Vielmehr sind mit dem zukünftigen Eigentümer, der Stadt Shanghai, voraussichtlich günstige Nachnutzungsbedingungen aushandelbar, die auch Hamburger Nachnutzern zugute kommen werden.

4. Wirtschaftlichkeitsbetrachtung

Gemäß § 7 LHO sind Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zu beachten. Hierzu sind angemessene Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen durchzuführen, bei Maßnahmen von erheblicher finanzieller Bedeutung Nutzen-Kosten-Untersuchungen anzustellen und während und nach der Durchführung der Maßnahmen die Zielerreichung, Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit anhand von Erfolgskontrollen zu prüfen.

Eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung des Hamburger Expo-Beitrags kann in erster Linie nur unter qualitativen Aspekten erfolgen. Eine monetäre Bewertung der nachfolgend genannten Effekte ist nur bedingt möglich. Dennoch soll hier – strukturell angelehnt an eine Nutzen-Kosten-Untersuchung – eine qualitative gesamtwirtschaftliche Bewertung des Expo-Projektes vorgenommen werden.

Die Zielsetzungen des Hamburger Expo-Beitrages („Hamburg House“) sind im Wesentlichen folgende:

1. Hamburg als weltoffene, innovative und lebenswerte Metropole sowie Kultur- und Medien-Stadt vorstellen, die Tradition und Moderne verbindet.
2. Erfahrungen und Kenntnisse in nachhaltiger Stadtentwicklung und ökologischem klimaschonenden Bauen vorstellen.
3. Einen Beitrag zur internationalen Kooperation im Klimaschutz leisten.
4. Plattform für die Präsentation der Hamburger Wirtschaft in China herstellen und weiterentwickeln.

Zur Bewertung der Wirkungen (Nutzen) des Hamburger Expo-Beitrages ist folgendes anzumerken: Mit mehr als 400 chinesischen Unternehmen ist Hamburg in Europa die Metropole mit den meisten chinesischen Firmenansiedlungen bzw. Niederlassungen. Einige große chinesische Unternehmen haben in Hamburg ihre Europazentrale (z. B. China Shipping, Sinosteel, Cosco). Ca. 700 Unternehmen sind in Hamburg angesiedelt, die mit China Wirtschaftsbeziehungen unterhalten. Räumlicher Schwerpunkt ist mit etwa 50 Firmen die Partnerstadt Shanghai. Hamburgs eigenständiger Auftritt auf der Weltausstellung 2010 in Shanghai bietet die Chance, diese Spitzenposition Hamburgs in China und in Shanghai weiter auszubauen.

Mit gezielter Ansprache und Kommunikation der Vorzüge Hamburgs als Unternehmensstandort in den Bereichen der Hamburger Wirtschaftsknoten, dem Verweis auf bereits bestehende Ansiedlungskonzepte und der konkreten Hilfestellung des Hamburger Senats für ansiedlungswillige Firmen kann Interesse für Hamburg als europäischer Standort für chinesische Firmen geweckt werden.

Im Besonderen wird dabei das Profil Hamburgs im Hinblick auf nachhaltige und klimaschonende Technologie geschärft. Dies bietet angesichts wachsenden Interesses in China an solchen Themen nicht nur wirtschaftlich interessante Perspektiven. Vielmehr gibt der Hamburger Expo-Beitrag Anstöße zum Klimaschutz in China, wo solche Impulse auf Grund der Größe und Dynamik des Landes und der bisherigen, wenig an Nachhaltigkeit ausgerichteten Orientierung Chinas besonders starke Effekte hätten. Durch das Haus selbst und in Teilbereichen der Ausstellung werden Wissen und Techniken für klimaschonendes Bauen vermittelt. Damit soll das Interesse an neuen, klimaschonenden Bautechniken bei der chinesischen Öffentlichkeit geweckt sowie die Kenntnisse beim fachspezifischen Publikum vertieft werden. Mit der Weitergabe von Fachinformationen sowie der Weiterentwicklung von Kontakten mit fachbezogenen Ansprechpartnern verdeutlicht Hamburg sein Know-how und seine Kapazitäten in diesem Bereich. Geschäftsbeziehungen und Aufträge können sich hieraus ergeben.

Das Hamburg House bietet eine ideale Plattform für diverse Hamburger Wirtschaftszweige, wie z. B. Kommunikations- und Medienwirtschaft, Architektur und Bauwirtschaft, Ingenieurtechnik, Tourismus etc. Hamburgs wirtschaftliche China-Kompetenz wird durch ein hervorragendes Netzwerk von Institutionen gestützt, die einen regen Kontaktaustausch pflegen. Darüber hinaus besteht ein umfassendes Angebot von auf China spezialisierten Dienstleistern (Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Übersetzer). Auch in den Bereichen Wissenschaft, Forschung, Bildung gibt es zahlreiche Kompetenzträger sowie auf China ausgerichtete Institutionen und Vereine. Insbesondere wird durch den Expo-Auftritt das Ziel der Hamburger China-Initiative befördert, die Attraktivität und Bekanntheit Hamburgs bei chinesischen Unternehmen und Investoren zu steigern.

Die Hamburger und die deutsche Wirtschaft bringen sich in vielfältiger Weise ein: In Form von finanzieller Beteiligung und Sponsoring durch Beiträge zu Baumaterialien, Einrichtungsgegenständen und Technik; in Bezug auf Dienstleistungen in der Bau- oder Betriebsphase sowie mit inhaltlichen Beiträgen zur Ausstellung.

Hierbei werden auch die Bereiche Kommunikations- und Medienwirtschaft sowie HMG einbezogen, auch um eine Ausrichtung an den „Markenbausteinen“ Hamburgs zu erreichen. Mit dem Hamburg House auf der Expo 2010 in Shanghai sowie die um diesen Auftritt herum gestalteten kulturellen Veranstaltungen bietet sich die Gelegenheit, ein breites Publikum auf Hamburg als moderne, lebenswerte, grüne und dynamische Metropole aufmerksam zu machen. Dies verbessert die Voraussetzungen für weitere, vertiefte Kontakte: sei es im Bereich Wissenschaft und Forschung, Austausch von Studenten, Tourismus oder Wirtschaftsbeziehungen. Insgesamt soll so die internationale Ausstrahlung der Metropole Hamburg gestärkt werden.

Bei dem Kooperationsprojekt-Projekt ecobuild shanghai 2006 der beiden Partnerstädte Hamburg und Shanghai wurden in Shanghai Developer-Projekte chinesischer Investoren erfolgreich entwickelt. Die Realisierung der Bauprojekte ermöglichte den Aufbau eines Netzes von Produzenten und Dienstleistern sowie praktischen, wissenschaftlichen, sozialen und administrativen Einrichtungen. Die Erfahrungen von ecobuild sind Maßstab und Vorbild für die Auswirkungen des Expo-Projektes: Zum einen soll das Netzwerk „econet china“ dadurch ausgebaut werden, zum anderen werden neue Klimaschutz-Maßstäbe als Teil

einer internationalen Klimaschutzstrategie im Bereich nachhaltigen Bauens beispielhaft demonstriert.

Im Hamburg House geplante Fachvorträge und Symposien werden Fachleute aus Shanghai bzw. China und Hamburg bzw. Deutschland zusammenbringen. Das bestehende Netzwerk aus Fachvertretern wird vertieft und verbreitert. Erste Kontaktaufnahmen auf der Expo zwischen Hamburger Unternehmen, Architekten, Stadtplanern und ihren chinesischen aber auch weltweiten Counterparts können zu konkreten Geschäftskontakten und Aufträgen für Hamburger Firmen führen.

Der in der Ausstellung geplante Tourismuscounter spricht gezielt Chinesen an und präsentiert ihnen die Stadt Hamburg als interessantes Ziel. Durch die Zusammenarbeit mit der Hamburg Tourismus GmbH (HHT), die vor Ort Informationen zur Verfügung stellt, werden Besucher der Expo auf Hamburg und seine Vorzüge aufmerksam gemacht, für Hamburg interessiert und gegebenenfalls zu einer Reise nach Hamburg motiviert.

5. **Petition**

Der Senat beantragt, die Bürgerschaft wolle von den Ausführungen dieser Drucksache Kenntnis nehmen.