

**CTS EVENTIM**

**Nichtfinanzieller Konzernbericht 2017**

# Inhalt

1	Vorwort des Aufsichtsratsvorsitzenden .....	3
2	Editorische Notiz .....	4
3	Geschäftsmodell .....	5
4	Kundenorientierung .....	6
	4.1 Zufriedenheit der Endkunden .....	6
	4.2 Zufriedenheit der Geschäftskunden .....	8
	4.3 Beschwerdemanagement .....	9
5	Produktleistung und -sicherheit .....	10
	5.1 Systemverfügbarkeit .....	10
	5.2 Inklusion und Barrierefreiheit .....	11
	5.3 Umgang mit dem Sekundärmarkt .....	11
	5.4 Vermeidung von Ticket-Fälschungen .....	12
	5.5 Datenschutz .....	13
	5.6 Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen .....	14
6	Compliance Management .....	16
	6.1 Ziele und Kultur .....	16
	6.2 Aufbau- und Ablauforganisation .....	17
	6.3 Monitoring und Verbesserung .....	17
7	Arbeitnehmerbelange .....	19
	7.1 Attraktivität als Arbeitgeber .....	19
	7.2 Personal- und Kompetenzentwicklung .....	21
	7.3 Vielfalt und Chancengleichheit .....	22
8	Corporate Citizenship .....	23
	8.1 Organisation des gesellschaftlichen Engagements .....	23
	8.2 Partnerschaften und Dialoge .....	23
	8.3 Spenden und Sponsoring .....	24
9	Klima und Umwelt .....	26
	9.1 Energiemanagement .....	26
	9.2 Weitere Klimaschutz-Maßnahmen .....	26
	9.3 Green Camping auf Festivals .....	27
10	Prüfvermerk .....	29
	Verantwortung der gesetzlichen Vertreter .....	29
	Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung .....	29
	Verantwortung des Wirtschaftsprüfers .....	30
	Prüfungsurteil .....	31
	Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel .....	31
11	Impressum .....	33

## 1 Vorwort des Aufsichtsratsvorsitzenden

Liebe Leserinnen und Leser,

Unternehmertum umfasst seit jeher mehr als nur Umsatz, Gewinn und Profitabilität. Wirtschaftlicher Erfolg ist nicht zuletzt das Ergebnis nachhaltigen, verantwortungsbewussten Handelns.

Das vorliegende Dokument – der erste nichtfinanzielle Bericht (NFB) von CTS EVENTIM – gibt Ihnen einen Überblick darüber, wie Europas führendes Ticketing- und Live Entertainment-Unternehmen diese Verantwortung entlang seiner Wertschöpfungskette gestaltet. Als Aufsichtsrat haben wir uns intensiv mit dem NFB befasst und diesen mithilfe unabhängiger Wirtschaftsprüferexpertise geprüft. Wir betrachten das gesetzliche Veröffentlichungsgebot nicht nur als besondere Verpflichtung, sondern auch als Chance:

Indem das Unternehmen über Maßnahmen und Fortschritte in seinen wesentlichen Handlungsfeldern informiert, werden nicht nur die vielfältigen Berührungspunkte mit seinen unterschiedlichen Stakeholdern transparent gemacht. Es lassen sich vielmehr auch wertvolle Erkenntnisse ableiten, welche Risiken und Chancen die unternehmerische Wertschöpfung von CTS EVENTIM mit sich bringt – für die Gesellschaft wie für den wirtschaftlichen Erfolg des Hauses.

Auf den folgenden Seiten werden die sechs für das Unternehmen wichtigen Berichtsfelder dargestellt, die im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse vorab durch den Führungskreis identifiziert wurden. Entsprechend gliedert sich dieser NFB in die Kapitel Kundenorientierung, Produktleistung und -sicherheit, Compliance Management, Arbeitnehmerbelange, Corporate Citizenship sowie Klima und Umwelt. Als Aufsichtsrat haben wir Wert auf eine transparente, ausgewogene und belegbare Darstellung der Sachverhalte gelegt. Auf diese Weise soll ein belastbares und unverzerrtes Bild des gesellschaftlichen Engagements von CTS EVENTIM gezeichnet werden, auf das sich alle am Unternehmen Beteiligte – Kunden, Mitarbeiter, Investoren – berufen können.

Hieran anknüpfend wird CTS EVENTIM auch in den kommenden Jahren fortlaufend über die Ziele und Initiativen seines gesellschaftlichen Engagements berichten. In diesem Sinne soll dieser Bericht Auftakt einer Fortschrittsberichterstattung im wahrsten Sinne des Wortes sein. Sie, liebe Leserinnen und Leser, sind herzlich eingeladen, CTS EVENTIM auf diesem Wege mit Fragen und Anmerkungen zu unterstützen. Im Namen des Aufsichtsrats wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre!

## 2 Editorische Notiz

Mit dem vorliegenden Konzernbericht kommt CTS EVENTIM der im Handelsgesetzbuch § 315b Abs. 1 festgelegten Pflicht zur Offenlegung nichtfinanzieller Informationen für das Geschäftsjahr 2017 nach. Gegenstand sind die CTS EVENTIM AG & Co. KGaA (im Folgenden: CTS EVENTIM) als Muttergesellschaft und die im Konzernabschluss genannten wesentlichen Mehrheitsbeteiligungen. Für die Berichterstattung nichtfinanzieller Leistungsindikatoren wurden hinsichtlich ihrer Mitarbeiterzahl und ihres Umsatzanteils wesentliche Gesellschaften des Konzerns berücksichtigt.

Zur Auswahl der relevanten Berichtsinhalte führten Fachverantwortliche aus den Stabsfunktionen des Konzerns gemeinsam mit Wirtschaftsprüfern eine Wesentlichkeitsanalyse durch. Sie betrachteten dazu die im Gesetz genannten Aspekte Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt, Menschenrechte und Anti-Korruption sowie deren Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Darüber hinaus wurden auch die Themenfelder Kundenzufriedenheit und Produktsicherheit in die Analyse einbezogen. Abgeleitet wurden daraus sechs für CTS EVENTIM relevante Themenfelder: Kundenorientierung, Produktleistung und -sicherheit, Compliance Management, Arbeitnehmerbelange, Corporate Citizenship sowie Klima und Umwelt. Für jedes Themenfeld wurden die zum Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage des Unternehmens sowie der Auswirkungen der Tätigkeit auf die oben genannten Aspekte notwendigen, wesentlichen Inhalte bestimmt.

Die Berichterstattung zu den Konzepten, mit denen das Unternehmen die ausgewählten Themenfelder managt, lehnt sich an die von der Global Reporting Initiative herausgegebenen GRI-Standards an. Eingang in die Darstellung der Managementansätze in den einzelnen Themenfeldern fand der Indikator GRI 103 „Management Approach“ (DMA). Darüber hinaus wird das Rahmenwerk zum Aufbau einer entsprechenden Kennzahlenerhebung zur künftigen Darstellung der Leistungen in den Themenfeldern genutzt.

Die Inhalte des Berichts hat der Aufsichtsrat der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA geprüft. Das Gremium hat dazu die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beauftragt, eine Prüfung mit begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) durchzuführen. Grundlage war der Standard ISAE 3000.

Aus Gründen der Lesefreundlichkeit wird im Text auf geschlechtsbezogene Doppelnennungen verzichtet und stets die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch – sofern nicht anders vermerkt – stets auf Angehörige beider Geschlechter.

### **3 Geschäftsmodell**

CTS EVENTIM ist einer der international führenden Anbieter in den Segmenten Ticketing und Live Entertainment. Über die Systeme des Unternehmens werden jährlich mehr als 150 Millionen Eintrittskarten für mehr als 240.000 Veranstaltungen vermarktet – stationär, online und mobil. Zu den Onlineportalen zählen unter anderem Marken wie eventim.de, oeticket.com, ticketcorner.ch, ticketone.it und entradas.com. Zu CTS EVENTIM gehören außerdem diverse Veranstalter von Konzerten, Tourneen und Festivals wie „Rock am Ring“, „Rock im Park“, „Hurricane“ oder „Southside“. Darüber hinaus betreibt CTS EVENTIM einige der renommiertesten Veranstaltungsstätten Europas, etwa die Kölner LANXESS arena, die Berliner Waldbühne und das EVENTIM Apollo in London. Eine ausführliche Darstellung zum Geschäftsmodell findet sich im Geschäftsbericht 2017 im Abschnitt „Konzernstruktur und Geschäftstätigkeit“ des Lageberichts.

## 4 Kundenorientierung

Die positive Geschäftsentwicklung des Konzerns ist ein Indiz dafür, dass die Kunden des Unternehmens – etwa Künstler, Veranstalter, Veranstaltungsstätten, Vertriebs- und Medienpartner, Sponsoren und Endnutzer – mit den Produkten und Services von CTS EVENTIM zufrieden sind. Die Zufriedenheit dieser heterogenen Zielgruppen ist für das Unternehmen in einem sich dynamisch entwickelnden Geschäftsumfeld eines der wesentlichsten Themen. Es ist wichtig, Kundenbedürfnisse und -meinungen zu kennen. Nur so kann die Unternehmensführung den Konzern dauerhaft erfolgreich steuern. Aus diesem Grund wird die Kundenzufriedenheit in den Geschäftsfeldern systematisch erhoben. Die Abteilungen E-Commerce und Sales des Segments Ticketing berichten dem Vorstand über die Zufriedenheit der End- bzw. Geschäftskunden im Rahmen regelmäßiger Jour-Fixe-Termine. Im Segment Live Entertainment ermitteln die zuständigen Projektleiter für die einzelnen Events die Zufriedenheit der Besucher und berichten im Falle von besonderen Abweichungen systematisch an die Unternehmensleitung/Geschäftsführung der jeweiligen Live Entertainment-Gesellschaft.

### 4.1 Zufriedenheit der Endkunden

Bestandskunden stellen einen hohen Anteil der Ticketkäufer. Insbesondere deshalb wirkt sich eine hohe Kundenzufriedenheit – so die Erfahrung aus dem Bereich E-Commerce – förderlich auf den Ticketabsatz aus. CTS EVENTIM misst und bewertet die Zufriedenheit seiner Endkunden im Online-Ticketing. Ihr Feedback liefert im Rahmen eines „user-centered design process“, bei dem die Bedürfnisse des Kunden im Mittelpunkt stehen, wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der Onlineplattformen.

Zusammen mit eKomi, Europas größtem unabhängigen Anbieter von transaktionsbasierten Kundenmeinungen und Produktbewertungen, werden Kundenbewertungen eingeholt und strukturiert aufbereitet. Dazu werden Käufer nach ihrer Bestellung im Webshop eingeladen, ihr Einkaufserlebnis zu bewerten. Aktuell liegen mehr als 146.000 Kundenbewertungen vor. Die durchschnittliche Bewertungsnote lag im Jahr 2017 bei 4,5 von 5 möglichen Sternen.

Darüber hinaus erhielten die Webshops von CTS EVENTIM 2017 in Untersuchungen unabhängiger Dritter Höchstnoten im Bereich Kundenzufriedenheit: Im für n-tv erstellten Ranking des Deutschen Instituts für Service-Qualität erreichte eventim.de unter 18 bewerteten Online-Shops aus dem Ticketing-Markt den ersten Platz – sowohl in der Gesamtwertung als auch in allen Teilkategorien Preis-Leistungs-Verhältnis, Angebot, Kundenservice, Internetauftritt, Versand und Rücksendung sowie Bestell- und

Zahlungsbedingungen. Der Zweitplatzierte des Gesamtrankings, Ticket Online, ist ebenfalls eine Marke von CTS EVENTIM. In einer Untersuchung des Marktforschungsinstituts Servicevalue für das Handelsblatt wurde eventim.de zudem von 57,5 Prozent der Befragten als branchenbesten Onlinehändler in der Sparte Ticketshops bezeichnet.

Nicht nur im Ticketing, sondern auch im Live Entertainment holt CTS EVENTIM systematisch Rückmeldungen seiner Kunden ein. Im Anschluss an die großen, von Tochtergesellschaften des Konzerns organisierten Festivals werden die Besucher regelmäßig nach ihrer Zufriedenheit und ihren Wünschen befragt. Die Antworten werden mit wissenschaftlichen Methoden ausgewertet. Bspw. werden sowohl bei „Rock am Ring“, „Rock im Park“ als auch bei allen FKP Scorpio (im Folgenden: FKP)-Festivals wie z. B. „Hurricane“, „Southside“, „Highfield“ und „Deichbrand“ detaillierte Zufriedenheitswerte für die einzelnen Bühnen und weitere Festival-Bestandteile wie Catering oder Camping erhoben. Rückmeldungen von Kunden in den Sozialen Netzwerken oder per E-Mail werden systematisch durch einen branchenerfahrenen Dienstleister oder interne Fachabteilungen ausgewertet und beantwortet.

Aufgrund der Kundenrückmeldungen wurden 2017 folgende drei Großprojekte abgeschlossen bzw. initiiert:

- Im Kundenservice wurde im November 2017 ein neues Customer Care-Tool eingeführt, mithilfe dessen Kundenanfragen und Beschwerden kanalübergreifend (Anruf, E-Mail, Social Media), effizient und professionell bearbeitet werden können. Dieses Tool ermöglicht zudem eine systematische, qualitative Auswertung und Analyse der Kundenanfragen und trägt zu einer verbesserten Erreichbarkeit des Kundenservice sowie einer Verkürzung der Bearbeitungszeiten bei.
- Ebenfalls im Kundenservice wurde die Einführung eines optimierten Adressmanagementsystems vorbereitet, das im Februar 2018 implementiert wurde.
- Umfassend vorbereitet wurden darüber hinaus signifikante Weiterentwicklungen des Webshops auf Grundlage umfangreicher Kundenfeedbacks (direkte Befragungen, User Tests, statistische Analysen).

Im Bereich E-Commerce sind folgende weitere Maßnahmen zu nennen:

- Optimierung der mobilen Saalplanbuchung auf Basis von Kundenfeedbacks
- Vollständige Überarbeitung des sog. Onlinewarteraums bei sehr stark nachgefragten Vorverkäufen für eine verbesserte Customer Experience
- Erweiterung des individuellen Kunden-Log-in-Bereiches „Mein Eventim“ um neue, kundenfreundliche Features (z.B. Bereitstellung der Rechnung als Download, FanBonus-Übersicht, fanSALE-Verkauf)

- Einführung eines neues Risk-Management Systems bei fanSALE zum Schutz von Ticketkäufern
- Beschleunigung der Datenversorgung der mobilen App auf Basis von Kundenfeedbacks
- Integration von Kundenservice-Features in der mobilen App (z.B. E-Mail-Kontaktformular, FAQ-Bereich)
- Regelmäßige Nutzerbefragungen zur Verbesserung der User Experience (sowohl Abfragen bei dedizierten Fokusgruppen als auch Onsite-Befragungen und Onsite-Testings). Im Segment Live Entertainment wurden auf Grundlage der Umfrageergebnisse folgende Verbesserungen vorgenommen:
- Beim „Hurricane“- und „Southside“-Festival wurde ein zwar überschaubarer, aber stetig wachsender Bedarf nach einer Hotline identifiziert, unter der sich Veranstaltungsbesucher und auch deren Angehörige bei Fragen zum Festival melden können. Die daraufhin eingerichtete Hotline wurde während des Festivals rege genutzt.
- Bei der Auswertung der Umfragen zum „Hurricane“-Festival wurde deutlich, dass u. a. die Kapazität für das Disco-Zelt auf dem Campingplatz nicht ausreichte. Daher wurde entschieden, die Disco fortan Open Air durchzuführen.
- Bei „Rock am Ring“ werden künftig statt des bislang obligatorischen kombinierten Camping+Festival-Tickets separate Tickets angeboten, um den spezifischen Bedarfslagen unterschiedlicher Kundengruppen Rechnung zu tragen.

## **4.2 Zufriedenheit der Geschäftskunden**

CTS EVENTIM verfügt über eine Vielzahl von langjährigen, partnerschaftlichen Geschäftskundenbeziehungen und steht in einem intensiven Austausch mit seinen unterschiedlichen Geschäftskunden. Hierzu gehört unter anderem, deren Zufriedenheit regelmäßig und systematisch zu erheben. Die Mitarbeiter des Bereichs Sales befragen ihre bestehenden wie potenziellen Geschäftspartner und Kunden regelmäßig. Für das Produkt INHOUSE erfassen die Vertriebsmitarbeiter schon heute alle Kundenbeziehungen systematisch in einem zentralen Customer Relationship Management-System. Abgefragt werden hierfür z.B. Informationen zur Zufriedenheit mit erbrachten Leistungen im Ticketvertrieb über das EVENTIM-Vertriebsnetz inkl. der Ticketportale, der Ticketing-Systeme und des Service. Künftig soll das System auch in anderen Vertriebseinheiten eingeführt werden.



### **4.3 Beschwerdemanagement**

CTS EVENTIM hat ein hohes Interesse an der stetigen Verbesserung seiner Angebote. Unter Umständen kann schon ein einzelner Kunde durch seine öffentliche Wertung über die Sozialen Medien andere beeinflussen. Aus diesen Gründen nimmt das Unternehmen Beschwerden sehr ernst. Die Bearbeitung und Klärung von Anfragen zum Ticketing ist im Kundenservice effizient gebündelt. Dessen Mitarbeiter prüfen sorgfältig und systemunterstützt alle Reklamationen und erfüllen berechnigte Ansprüche zeitnah. Um Verbesserungspotenzial zu identifizieren, werden Beschwerden zudem statistisch ausgewertet.

Allgemeine Kundenbeschwerden rund ums Ticketing beantworten die geschulten Servicemitarbeiter von CTS EVENTIM direkt. Auf eingehende E-Mails erhalten die Beschwerdeführer in der Regel innerhalb von zwei bis drei Werktagen eine Antwort, über Soziale Medien innerhalb von einem Tag, oft sogar binnen weniger Stunden oder Minuten. Spezifische Beschwerden zu einzelnen von Töchtern des Konzerns organisierten Events werden ebenfalls systematisch bearbeitet. Mitarbeiter dieser Konzerngesellschaften betreuen beispielsweise die Facebook-Kanäle der jeweiligen Festivals vor, während und nach dem Event.

## 5 Produktleistung und -sicherheit

Die Qualität der Produkte und Services von CTS EVENTIM – von der Tourneeplanung über die Veranstaltungsorganisation bis zum Ticketvertrieb – ist eine Grundvoraussetzung für zufriedene Kunden und wirtschaftlichen Erfolg. Besonders wichtig sind aus Sicht der Unternehmensleitung daher die folgenden Aspekte: Die vom Konzern und seinen Tochtergesellschaften angebotenen Produkte und Services sollen die erwartete Leistung jederzeit schnell und in vollem Umfang erbringen. Zu diesem Zweck ist eine dauerhafte Verfügbarkeit der eingesetzten Systeme nötig. Diese sollten zudem für alle interessierten Kunden erreichbar sein. Ticketfälschungen sind konsequent zu bekämpfen. Ferner sollen sich alle User, die einen der Webshops des Unternehmens nutzen, darauf verlassen können, dass ihre persönlichen Daten vor unerlaubtem Zugriff sicher sind. Und nicht zuletzt gilt es, die hohen Erwartungen der Veranstaltungsbesucher an die Sicherheit von Events zu erfüllen.

### 5.1 Systemverfügbarkeit

Stabile IT-Systeme und -Prozesse sind von grundlegender Bedeutung für einen reibungslosen Geschäftsbetrieb. Der Konzernvorstand befasst sich im Rahmen der internen Risikoberichterstattung darum regelmäßig mit Fragen zur Systemverfügbarkeit. Um diese sicherzustellen, arbeitet CTS EVENTIM unter anderem mit externen Systempartnern zusammen, die innovative und leistungsstarke Lösungen anbieten.

Bspw. nutzt CTS EVENTIM drei Frankfurter Rechenzentren eines führenden globalen Anbieters im Bereich Colocation/Housing. Damit soll sichergestellt werden, dass selbst im Falle des Komplettausfalls einer der Anlagen kein Datenverlust entsteht und die Verfügbarkeit gewährleistet ist. Die Rechenzentren sind gemäß den Anforderungen von CTS EVENTIM umfassend zertifiziert: Sie erfüllen die EN ISO Standards 27001 für IT-Sicherheit und 9001 für Qualitätsmanagement, den PCI Standard für bargeldlose Zahlungssysteme und die ISAE-Standards zur Dokumentation finanzwirtschaftlicher Prozesse. 2017 lag die durchschnittliche Systemverfügbarkeit, bezogen auf 24 Stunden, bei mehr als 99,9 Prozent.

Darüber hinaus führt CTS EVENTIM in seinen Webshops kontinuierlich automatisierte Transaktionsprüfungen aus internationalen Rechenzentren durch, die das Fundament bilden, um eine hohe Performance und Verfügbarkeit sicherzustellen.

## **5.2 Inklusion und Barrierefreiheit**

CTS EVENTIM betrachtet es als gesellschaftlichen Auftrag und als wirtschaftliche Chance, einen gleichberechtigten Zugang zu Veranstaltungen zu gewährleisten. Deshalb ergreifen insbesondere die Veranstalter der großen Festivals verschiedene Maßnahmen, um den Veranstaltungsbesuch auch für Menschen mit Handicap so komfortabel wie möglich zu gestalten. FKP bspw. lässt die Möglichkeiten einer barrierefreien Teilnahme an Festivals durch ihre Fachabteilung Festival Production fortlaufend prüfen. Mögliche Verbesserungen werden mit externen Gremien (wie z. B. dem Behindertenbeirat der Gemeinde Zeven für das „Hurricane“-Festival) erörtert und anschließend durch die Fachabteilung in Absprache mit der Geschäftsleitung umgesetzt.

Bei der jeweiligen Festivalplanung achten die Verantwortlichen darauf, dass Menschen mit Handicap über den Backstage Check-in einen ungehinderten Zugang abseits der Massen erhalten und schnell und bequem einchecken können. Es wird zudem auf möglichst kurze Wege zwischen dem behindertengerechten Camping- und dem Veranstaltungsgelände geachtet. Der Nachfrage entsprechend werden ausreichend dimensionierte rollstuhlgerechte Zuschauerpodeste errichtet.

Die Tochtergesellschaft Marek Lieberberg Konzertagentur (im Folgenden: MLK) bietet bei „Rock am Ring“ ein behindertengerechtes Camping mit entsprechend ausgestatteten sanitären Einrichtungen an. Es befindet sich in direkter Nähe zum Haupteingang, um einen schnellen Einlass auf das Festival-Gelände zu ermöglichen. Zusätzlich erhalten Personen mit entsprechendem Bedarf Gelegenheit, kostenfrei einen Campingplatz mit Stromversorgung zu reservieren, auf den das Fahrzeug mitgeführt werden kann. Auch der Check-in erfolgt für Besucher mit Handicap direkt am entsprechenden Campingbereich. Zudem wird jeweils ein rollstuhlgerechter Zuschauerbereich mit Blick auf die Hauptbühne angeboten, der allen schwerbehinderten Besuchern und ihren Begleitpersonen zur Verfügung steht.

## **5.3 Umgang mit dem Sekundärmarkt**

Der Ticketzweitmarkt ist ein wichtiges Instrument, um Ticketkäufern eine legale Option zu bieten, erworbene Eintrittskarten an andere Interessenten zu veräußern. Grundsätzlich ist CTS EVENTIM der Auffassung, dass Fans Gelegenheit erhalten sollten, Eintrittskarten zu erwerben, bevor Ticketkontingente den Zweitmarkt erreichen. Mit der Weiterverkaufsplattform „fanSALE“ bietet das Unternehmen einen fairen, sicheren und transparenten Markt für Transaktionen von Fan zu Fan. Die dort angebotenen Tickets können auf Echtheit geprüft werden, werden schnell und sicher versandt und erst bezahlt, sobald

der Käufer die Tickets erhalten hat. Zudem lassen sich auf der Plattform individuelle Vorgaben des jeweiligen Veranstalters umsetzen: Bspw. lässt sich garantieren, dass der Ticketpreis auf fanSALE nicht über dem Originalpreis von CTS EVENTIM liegt.

Nachdem der weltweit führende Suchmaschinenbetreiber Google im November 2017 angekündigt hatte, Werbemaßnahmen von Ticketing-Zweitmarktanbietern ab April 2018 an strengere Auflagen zu knüpfen, wurde fanSALE umgehend im Hinblick auf das erforderliche Zertifizierungsverfahren optimiert. Da das Angebot die Anforderungen des Suchmaschinenbetreibers in weiten Teilen bereits 2017 erfüllt hat, wurde fanSALE schon im Januar 2018 mit dem Google AdWords-Zertifikat ausgezeichnet.

Um es kommerziellen Weiterverkäufern von Eintrittskarten zu erschweren, Kartenkontingente in größerem Stil zu erwerben, setzt CTS EVENTIM in seinen Webshops Sicherheitsmaßnahmen ein. Hierzu gehört z.B. Captcha Protection, ein Verfahren, mit dem weitgehend sichergestellt werden kann, dass der Websitebesucher tatsächlich ein Mensch ist. Außerdem analysiert das Unternehmen Transaktionen fortlaufend im Hinblick auf potenziellen Missbrauch – etwa, um automatisch generierte Bestellungen durch zu diesem Zweck eingesetzte Computerprogramme (sog. Bots) zu verhindern. Um den gewerbsmäßigen Weiterverkauf von Tickets zu erschweren, wird die Zahl der Tickets in vielen Fällen individuell und in Absprache mit dem Veranstalter pro Kaufvorgang beschränkt. Darüber hinaus bietet das Unternehmen komplexe Lösungen zur Personalisierung von Tickets an – nicht nur pro Bestellung, sondern ggf. pro Besucher. Im Berichtszeitraum fanden diese auf Wunsch des Veranstalters etwa im Falle des Vorverkaufs der Europa-Tournee von Ed Sheeran Anwendung. Zudem arbeitet CTS EVENTIM – nicht zuletzt in Kooperation mit dem Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft – kontinuierlich an weiteren Mechanismen, die einen Weiterverkauf von Tickets über den nicht-autorisierten Zweitmarkt möglichst effektiv unterbinden sollen.

#### ***5.4 Vermeidung von Ticket-Fälschungen***

Der Handel mit gefälschten Eintrittskarten kann das Renommee sowohl der Veranstalter als auch der autorisierten Ticketverkäufer schädigen. Spätestens, wenn sie bei der Einlasskontrolle als ungültig erkannt werden, bieten gefälschte Tickets Anlass zu großer Verärgerung bei den Käufern.

Ein wichtiger Ansatzpunkt, um Kunden vor dem Erwerb von gefälschten Tickets zu schützen, ist eine breit angelegte Kommunikation: So weisen CTS EVENTIM und seine Tochtergesellschaften ihre (potenziellen) Kunden regelmäßig darauf hin, Tickets nur über offizielle und autorisierte Verkaufskanäle zu

erwerben. Bei ausgewählten Veranstaltungen stimmen sich die Security-Experten von CTS EVENTIM bereits im Vorfeld der Veranstaltung und vor Ort eng mit der Polizei ab, um möglicherweise gefälschte Tickets zu identifizieren. Das hierfür eingerichtete Team Falsifikate berichtet bei Auffälligkeiten und Prozessänderungen (beispielsweise im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem international agierenden Polizeinetzwerk) direkt an den Vorstand.

Zudem ist jedes von CTS EVENTIM verkaufte Ticket über eindeutige Identifikationsmerkmale zuzuordnen, sodass eine Doppelnutzung ausgeschlossen ist. Für sog. Hard-Tickets werden Materialien mit besonderen optischen und haptischen Merkmalen eingesetzt. Zusätzlich werden in mittlerweile zwölf Ländern besondere Prägeelemente verwendet, 2017 kam mit Frankreich ein weiterer Markt hinzu. Einkauf und Beschaffung des Ticketmaterials für sämtliche Landesgesellschaften – aus logistischen Gründen mit Ausnahme von Russland – wurden zentralisiert. So werden höchste Sicherheitsstandards hinsichtlich Material, Drucktechnik und Verarbeitung erzeugt und eingehalten. Darüber hinaus betreibt CTS EVENTIM ein gezieltes Monitoring von Zweitmarkt-Angeboten etwa auf Auktionsplattformen.

## **5.5 Datenschutz**

Kundendaten sind für den Betrieb und die Weiterentwicklung des Ticketing-Geschäfts von CTS EVENTIM von großer Bedeutung. Das Unternehmen speichert und verarbeitet personenbezogene Daten, auch um bestehende Angebote zu verbessern sowie neue zu entwickeln, und trägt damit Verantwortung für deren ordnungsgemäße und sichere Handhabung. Um seinen Webshop-Bestandskunden ein höheres Maß an Transparenz und Kontrolle über die von ihnen abonnierten Newsletter zu geben, stellt CTS EVENTIM seit dem Geschäftsjahr 2017 jedem registrierten Nutzer ein Onlinecockpit zur Verfügung. Dort kann der Kunde auf einen Blick sehen, welche Newsletter er abonniert hat, weitere anfordern oder die Zusendung gezielt beenden.

Das Thema Datenschutz erfährt in der Öffentlichkeit eine stetig wachsende Aufmerksamkeit, zumal der Gesetzgeber den Umgang mit Kundendaten reglementiert hat. Eine unautorisierte Nutzung von Kundendaten durch Dritte, etwa für Werbezwecke, kann zu einem Vertrauensverlust seitens der Kunden führen. Vor diesem Hintergrund ist es Ziel von CTS EVENTIM, Kundendaten vor missbräuchlichem Zugriff zu schützen und gleichzeitig eine legale Nutzung der Daten sicherzustellen.

Bei CTS EVENTIM ist ein betrieblicher Datenschutzbeauftragter bestellt, der sowohl Mitglied des Risk Committee als auch des IT-Security-Zirkels ist. Dienstleister, die Zugriff auf personenbezogene Kunden-

oder Mitarbeiterdaten haben, müssen sog. Auftragsdatenverarbeitungsvereinbarungen gemäß § 11 Bundesdatenschutzgesetz unterzeichnen. Zudem bereitete sich das Unternehmen im Berichtszeitraum intensiv auf das Inkrafttreten der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) im Jahr 2018 vor.

Datenbezogene, beim Kundenservice eingehende Auskunftsanfragen von Nutzern werden von den zuständigen Mitarbeitern auf Basis eines klar geregelten und dokumentierten Prozesses umgehend bearbeitet und zeitnah zur Kenntnis des betrieblichen Datenschutzbeauftragten gebracht. Hierfür erhalten die relevanten Mitarbeiter Schulungen zu praxisrelevanten Datenschutz-Themen.

Im Segment Ticketing wurden allein in Deutschland 284 Mitarbeiter individuell im Umgang mit Informationen und Kreditkartendaten nach Payment Card Industry Data Security Standard (im Folgenden: PCI)-Vorgabe geschult. Im Rahmen des laufenden Projekts zur Implementierung der DSGVO sind weitere datenschutzbezogene Schulungen vorgesehen.

## **5.6 Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen**

Sicherheit auf Veranstaltungen hat für CTS EVENTIM eine hohe Priorität. Für jedes Event wird ein den gesetzlichen Anforderungen entsprechendes Sicherheitskonzept erstellt. Es ist individuell auf die örtlichen Gegebenheiten (Infrastruktur, Gebäude, personelle Ressourcen) zugeschnitten, wird mit allen relevanten Behörden einvernehmlich abgestimmt und anschließend ordnungsbehördlich freigegeben. Nur so erhält der Veranstalter die Erlaubnis, die Veranstaltung durchzuführen.

Nach § 43 Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO) ist zwischen Veranstalter, Betreiber und den Behörden mit Ordnungs- und Sicherheitsaufgaben ein Einvernehmen über die im Sicherheitskonzept getroffenen Festlegungen zu erzielen. Dies ist die Voraussetzung für die Erteilung der ordnungsbehördlichen „Erlaubnis zur Durchführung der Veranstaltung“ (etwa im Falle von „Rock am Ring“) bzw. der „Baugenehmigung für die Veranstaltung“ („Rock im Park“). Bei sog. fliegenden Bauten (etwa Zelte oder Open Air-Bühnen) überprüfen die Bauämter, ob die Bauten entsprechend der Ausführungsgenehmigung errichtet worden sind.

Für Großveranstaltungen werden individuelle Mitarbeiterinformationen für Sicherheit und Service erstellt. Diese enthalten detaillierte Anweisungen, wie die Sicherheit der Besucher zu gewährleisten ist, und beschreiben unter anderem Infrastruktur, Meldewege, Zuständigkeiten und personelle Ressourcen.

Während der Veranstaltungen werden die Sicherheitsrisiken in enger Abstimmung mit der Polizei, dem Wetterdienst und anderen offiziellen Stellen laufend überwacht.

Um Sicherheitsrisiken im Rahmen von Events zu reduzieren, setzt CTS EVENTIM neben veranstaltungsauch auf sektorübergreifende Kooperationen. Ein Beispiel ist die jährlich stattfindende Arbeitstagung „Festival“, ausgerichtet von einer der beteiligten Polizeidienststellen im bundesweiten Kooperationsnetzwerk der Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS).

Die großen Festivalveranstalter – etwa FKP und MLK – initiieren im Vorfeld ihrer Großveranstaltungen zudem regelmäßig übergreifende Arbeitsgruppen mit allen BOS und anderen externen Fachleuten (Sicherheitsbeauftragte, Kontrolleure) zur Festivalsicherheit. Die Erkenntnisse aus den unterschiedlichen Arbeitsgruppen werden zwischen den Promotern ausgetauscht und vereinheitlicht, um dem Publikum in Sicherheitsfragen möglichst konsistente Informationen und Handlungsanweisungen zu geben.

Dies führte dazu, dass für unterschiedliche Festivals zum Thema Sicherheit gleichlautende und ausführliche Texte für die jeweiligen Festivalwebseiten erstellt wurden. Egal ob „Hurricane“ oder „Rock am Ring“ – Inhalt und Gliederung sind identisch. Zudem erhält das gesamte Festival-Personal (u. a. Ordner und Gastronomie-Personal) einen „Guide“ im Taschenformat, in dem klar und deutlich beschrieben wird, was in Notfall-Situationen (u. a. Unwetter, Evakuierung, Feuer, medizinischer Notfall) zu tun ist.

Die erarbeiteten Maßnahmen zeigten ihre Wirksamkeit 2017 unter anderem bei zwei besonders publikumsstarken Festivals, die von unvorhergesehenen externen Ereignissen betroffen waren: Bei „Rock am Ring“ kam es zu einer kurzfristigen Unterbrechung des Festivals aufgrund einer Terrorwarnung; die mehr als 80.000 Besucher konnten innerhalb von 45 Minuten ohne Zwischenfall und wie in einem solchen Fall vorgesehen vom Festivalgelände evakuiert werden. Das von FKP organisierte „Hurricane“-Festival war am Hauptanreisetag von schweren Unwettern betroffen. Dank einer frühzeitigen Kommunikation über eine Vielzahl von Kanälen – insbesondere Social Media – konnte die Anreise so orchestriert werden, dass die informierten Besucher keine unnötigen Risiken auf sich nehmen mussten und es bei ihrem Eintreffen auf dem Festivalgelände zu keinen Komplikationen kam.

## 6 Compliance Management

CTS EVENTIM handelt nach anerkannten Prinzipien guter Unternehmensführung. Das Unternehmen achtet die Ansprüche seiner Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner, strebt einen fairen Wettbewerb an und verlangt von all seinen Mitarbeitern, den geltenden rechtlichen und gesetzlichen Vorgaben Folge zu leisten. Dies beinhaltet auch die Einhaltung der Menschenrechte. Integres unternehmerisches Handeln ist eine wichtige Bedingung, um als vertrauenswürdiger Geschäftspartner und Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.

Compliance sicherzustellen, wird als Leitungsaufgabe angesehen. Dazu betreibt der Konzern ein Compliance-Managementsystem (im Folgenden: CMS), das 2017 in Anlehnung an die Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance-Managementsystemen des Instituts der Wirtschaftsprüfer, IDW PS 980, aufgebaut wurde und bereits vorhandene Compliance-Elemente systematisiert hat.

### 6.1 Ziele und Kultur

Das CMS dient dazu, Verstöße gegen geltende Gesetze und ethische Grundsätze im Geschäftsverkehr durch CTS EVENTIM und seine Mitarbeiter zu verhindern. Im Einzelnen verfolgt das CMS die folgenden Ziele:

- Schutz von Vertrauen und Reputation
- Orientierung und Stärkung der Mitarbeiter
- Schutz des Unternehmenswertes
- Erfüllung rechtlicher Pflichten

CTS EVENTIM hat sein Verständnis von integrem Verhalten in einem unternehmensweit verbindlichen Verhaltenskodex niedergelegt. Dieser „Code of Conduct“ dient als zentraler Leitfaden für alle beruflichen Aktivitäten und geschäftlichen Beziehungen der Mitarbeiter. Er setzt länder-, gesellschafts- und rechtsordnungsübergreifende Mindeststandards für ethisches Verhalten insbesondere in den Bereichen Umgang mit Geschäftspartnern, Vermeidung von Interessenkonflikten und Anti-Korruption, Schutz von Informationen und betrieblichem Vermögen, Social Media, Buchhaltung und Aufzeichnungen.



## **6.2 Aufbau- und Ablauforganisation**

Der Konzernvorstand hat die umfassende Verantwortung für Compliance, einschließlich der Einführung, regelmäßigen Kontrolle und kontinuierlichen Verbesserung des CMS und überwacht deren Umsetzung. Er hat einen Compliance Officer benannt, der die Umsetzung und Weiterentwicklung des CMS koordiniert. Dieser berichtet direkt an den Konzernvorstand. Compliance-Koordinatoren in den Zentralbereichen sowie in den beherrschten Tochtergesellschaften wurden benannt. Für spezielle Themenbereiche, z. B. zur Umsetzung der Anforderungen aus dem PCI, der Sicherstellung der IT-Security und des Datenschutzes, sind gesonderte Beauftragte tätig.

Zur Aufnahme und Beurteilung von Hinweisen aus dem Mitarbeiterkreis ist 2017 auf Basis der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex ein internes Hinweismanagement mit einem Hinweisgeberausschuss installiert worden. Es dient der Integrität des Unternehmens, denn es erleichtert die Meldung und Aufklärung von Hinweisen auf mögliche Compliance-Verstöße bzw. dolose und geschäftsschädigende Handlungen und illegale Praktiken, die den guten Ruf gefährden und zu finanziellen Schäden führen können. Hinweise können anonym abgegeben werden. Zu den Grundprinzipien des Hinweismanagements gehört dabei der Schutz des Hinweisgebers.

Die beherrschten Konzerngesellschaften werden über das unternehmensweite Risiko- und Chancenmanagementsystem quartalsweise aufgefordert, ihre operativen Compliance-Risiken zu melden.

Fokusthemen (Anti-Korruption/Bestechung, Wettbewerbs- und Kartellrecht sowie Kapitalmarkt-Compliance) wurden identifiziert und entsprechende Richtlinien veröffentlicht. Das eingerichtete Richtlinienmanagement definiert den Prozess für konzernweit gültige Richtlinien mit dem Ziel, allen Mitarbeitern die für sie wesentlichen Regelungen in verständlicher Form zur Verfügung zu stellen.

Über ein Schulungskonzept sollen die Fokusthemen demnächst ausgewählten Mitarbeitergruppen vorgestellt werden. Die Einhaltung der Anforderungen soll künftig durch die Interne Revision anlassbezogen überprüft werden.

## **6.3 Monitoring und Verbesserung**

Es gehört zu den Grundsätzen von CTS EVENTIM, das CMS kontinuierlich zu verbessern und weiterzuentwickeln. Jährlich erfolgt eine Überprüfung der relevanten Richtlinien und der implementierten

Compliance-Maßnahmen. Auch aus Prüfungsergebnissen der Internen Revision erfolgen Rückkopplungen in das CMS. Dessen Bestandteile werden dementsprechend fortlaufend aktualisiert und dokumentiert.

## 7 Arbeitnehmerbelange

Qualifizierte und leistungsorientierte Mitarbeiter und Nachwuchskräfte sind für den Erfolg von CTS EVENTIM von hoher Bedeutung. Den 3.020 (Stichtag: 31.12.2017) Mitarbeitern ein attraktives und zukunftsfähiges Umfeld zu bieten, ist zentrales Anliegen der Konzernleitung und Arbeitsauftrag für das Personalmanagement des Unternehmens. Gemeinsam setzen sie sich für eine Arbeitskultur der Eigeninitiative, der Kreativität und des Pragmatismus ein.

Funktionsträger des Personalmanagements ist das Human Resources Department (HR). Der HR-Director berichtet unmittelbar an den Vorstandsvorsitzenden. Mitarbeiterbelange können so direkt in zentrale Entscheidungsprozesse eingebracht werden. HR ist als interner Businesspartner mit entsprechenden Service- und Spezialistenfunktionen ausgestattet, auf die alle Tochtergesellschaften aus dem Segment Ticketing zugreifen können. Für das Segment Live Entertainment und die internationale Organisation übernimmt HR eine koordinierende und steuernde Zentralfunktion. Die Abteilung hat Regelprozesse zur Ermittlung und Weiterentwicklung von Potenzialträgern etabliert und Instrumente für eine bedarfsgerechte Förderung aller Mitarbeiter geschaffen.

Die Personalstrategie wird in Abstimmung mit dem Vorstand weiterentwickelt. Im Jahr 2017 lag der Fokus neben einer weiteren Professionalisierung des HR-Managements insbesondere auf der Positionierung der Arbeitgebermarke CTS EVENTIM, der Mitarbeiterförderung sowie der Verankerung agiler Kooperations- und Arbeitsmethoden innerhalb der Organisation. Eine weitere Aufgabe ist die Gestaltung der Berufsausbildung. Der Konzern bildet junge Menschen in verschiedenen Berufsbildern aus und fördert Nachwuchskräfte durch das Angebot von Dualen Studiengängen. Das Personalmanagement der internationalen Tochtergesellschaften beruht auf einem einheitlichen System, mithilfe dessen die Töchter ihre jeweiligen Personalmanagementprozesse gestalten.

### **7.1 Attraktivität als Arbeitgeber**

Die allgemeine demografische Entwicklung und eine gute Konjunktur führen in wichtigen Arbeitsfeldern von CTS EVENTIM zu einem wachsenden Fachkräftemangel. Deshalb werden die Anstrengungen zur Rekrutierung von Potenzialträgern und zur Bindung hochqualifizierter Fach- und Führungskräfte weiter intensiviert. CTS EVENTIM hat sich zum Ziel gesetzt, national und international als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Dazu setzt das Personalmanagement auf flache Hierarchien, gute Entwicklungschancen und eine produktive Arbeitsatmosphäre in interkulturellen Teams. Im Recruiting

verfolgt CTS EVENTIM einen internationalen Ansatz u. a. durch gezielte Ausschreibungen oder Personalsuche auch im europäischen Ausland.

Seit 2016 nutzt CTS EVENTIM im Segment Ticketing für das Recruiting eine etablierte Mitarbeiterempfehlungsplattform. Sie bietet jedem Beschäftigten die Möglichkeit, Vakanzen einzusehen, diese an Kontakte weiterzuleiten, über die Sozialen Medien zu teilen und gezielt Bekannte für die ausgeschriebenen Stellen zu empfehlen. Für Empfehlungen, die zu einer Einstellung führen, wird der Mitarbeiter mit einer Prämie belohnt.

Um auch auf nachfragedominierten Arbeitsmärkten, etwa im Falle ICT-basierter Berufsbilder, eine marktgerechte Vergütung sicherzustellen, erstellt CTS EVENTIM regelmäßig interne und marktübergreifende Benchmarks. International wird die Vergütungsstruktur über entsprechend abgestimmte Budgets gesteuert, die sich an den regionalen Märkten orientieren. Im Tagesgeschäft werden diese Maßnahmen durch die HR-Abteilung überwacht und koordiniert.

Ein weiterer Schwerpunkt der Personalarbeit ist die Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit. CTS EVENTIM erreicht dies u. a. durch eine Beteiligung seiner Beschäftigten an Veränderungsprozessen: Bevor neue Ansätze eingeführt werden, werden die Beschäftigten über Mitarbeitergespräche und interne Plattformen eingebunden. Außerdem hat das Unternehmen präventive, gesundheitsfördernde Angebote geschaffen, barrierefreie Arbeitsplätze eingerichtet und entgegenkommende Lösungen etwa bei der Wiedereingliederung nach der Elternzeit oder der Gestaltung der Arbeitszeiten gefunden. Mitarbeiter erhalten zudem Zuschüsse zum Job-Ticket, Rabatte auf Eintrittskarten aus dem CTS EVENTIM-Ticketportfolio und in einigen Ländern Sonderkonditionen bei lokalen Handels- und Dienstleistungsunternehmen.

Um besser auf die Erwartungen der Mitarbeiter eingehen zu können, analysiert HR neben internen Gesprächen auch externe Dialoge, etwa mit den Besuchern von Jobmessen. Eine wichtige externe Quelle ist das Firmenbewertungsportal Kununu. HR-Verantwortliche kommentieren inhaltliche Bewertungen auf Kununu und gehen auf Kritik ein, die von Mitarbeitern dort geäußert wird. Auswertungen der Kununu-Scores und inhaltlichen Bewertungen zeigten 2017 messbare Verbesserungen im Führungsverhalten und in der Gesamtbewertung von CTS EVENTIM.

Die Personalarbeit von CTS EVENTIM wurde 2017 auch in den Medien gewürdigt. Laut dem Arbeitgebergeber des Magazins Focus Business zählte das Unternehmen 2017 zu „Deutschlands besten Arbeitgebern“.

## **7.2 Personal- und Kompetenzentwicklung**

Immer schnellere technologische Innovation verändert auch die Arbeitsprozesse im Ticketing und Live Entertainment. Um sich als Vorreiter Wachstumschancen zu sichern, muss CTS EVENTIM das in der eigenen Organisation verfügbare Wissen durch Rekrutierung, Ausbildungs- und Traineeprogramme, Förderung und Positionierung von Talenten kontinuierlich erneuern und erweitern.

Das Personalmanagement von CTS EVENTIM zielt u. a. darauf ab, konzernweit alle personellen und arbeitstechnischen Potenziale systematisch zu erfassen und zu fördern, „Kopfmonopole“ (Wissen, das sich auf Einzelpersonen beschränkt) zu überwinden und freie Stellen bevorzugt aus den eigenen Reihen zu besetzen. Hierzu werden im Segment Ticketing in Deutschland im Rahmen von Portfolio-Konferenzen, bei denen Führungskräfte ihre Mitarbeiter hinsichtlich Leistung und Potenzial einschätzen, regelmäßige Reviews durchgeführt. Potenzialträger erhalten besondere Förderung. Zudem werden die jährlichen Mitarbeitergespräche genutzt, um den Qualifizierungsbedarf zu erfassen.

Für die Qualifizierung betreiben CTS EVENTIM und seine Tochtergesellschaften vielfältige Programme. Die Ticketing-Sparte in Deutschland nutzt z. B. ein E-Learning Portal. Weiterhin bestehen Entwicklungsprogramme für Führungskräfte (differenziert nach Funktion und Hierarchie) sowie für Spezialisten und Projektleiter. Angeboten werden zudem Sprachtrainings und Schulungen zu Schlüsselqualifikationen.

Zusätzlich zur Nutzung der verschiedenen E-Learning-Angebote nahm allein in Deutschland im Segment Ticketing 2017 mehr als jeder zehnte Mitarbeiter an zentral organisierter Aus- und Weiterbildung teil. Diese Zahl umfasst Seminare zum Aufbau persönlicher und methodischer Kompetenzen. Zu den inhaltlichen Schwerpunkten gehören Kommunikations- und Verhandlungsmanagement, Überzeugen durch souveränes Auftreten, Innovations- und Kreativitätstechniken sowie Methoden der Konzeptentwicklung. Zudem wurden individuelle, fachliche und bereichsspezifische Weiterbildungsmaßnahmen mit den Themenschwerpunkten Software-Entwicklung und Finanzen extern durchgeführt. Die sprachliche Weiterbildung wird für Englisch und Deutsch angeboten.

Zusätzlich zur Aus- und Weiterbildung wurden 2017 ein Entwicklungsprogramm für Potenzialträger mit 11 Teilnehmern sowie karrierespezifische Entwicklungsprogramme für disziplinarische Führungskräfte, laterale Führungskräfte in agilen Teams und Projektmanager mit insgesamt 241 Teilnehmern durchgeführt.

### **7.3 Vielfalt und Chancengleichheit**

Vielfalt ist nicht nur vom Gesetzgeber gefordert. Für CTS EVENTIM ist sie auch eine wichtige Basis für den unternehmerischen Erfolg. Sie bedeutet mehr Agilität, Kreativität und Austausch und erleichtert die Erschließung neuer internationaler Märkte.

Bei CTS EVENTIM ist Vielfalt gelebte Praxis. Dies reicht vom internationalen Recruiting über barrierefreie Büros und Arbeitsplätze bis zu einer Einstellungspraxis, die sich ausschließlich an fachlichen und persönlichen Kompetenzen ausrichtet. Im Segment Ticketing zeigt sich in Deutschland, dass die Maßnahmen bereits greifen: 2017 waren dort Mitarbeiter aus mehr als 20 Nationen beschäftigt. Dabei werden auch die Alters- und Geschlechterverteilungen systematisch nachgehalten. 2017 zeigte sich ein ausgewogenes Verhältnis zwischen weiblichen (47,4 %) und männlichen Mitarbeitern (52,6 %). Das Durchschnittsalter dieser insgesamt 873 Mitarbeiter betrug 37,9 Jahre. Die Altersverteilung stellte sich wie folgt dar:

- bis 25 Jahre: 10,3 %
- 26 bis 35 Jahre: 34,2 %
- 36 bis 45 Jahre: 30,7 %
- 46 bis 55 Jahre: 20,0 %
- 56 bis 65 Jahre: 4,1 %
- älter als 65 Jahre: 0,6 %

Auch bei der Besetzung der höchsten Führungs- und Aufsichtsgremien verfolgt der Konzern ein Diversity-Konzept. Weitergehende Informationen hierzu können der Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB für das Geschäftsjahr 2017 entnommen werden, die CTS EVENTIM auf seiner Website veröffentlicht hat.

## **8 Corporate Citizenship**

CTS EVENTIM spricht mit seinen Angeboten breite Schichten der Bevölkerung an. Es gibt daher gute Gründe für ein starkes gesellschaftliches Engagement des Konzerns: Großveranstaltungen und kulturelle Events begeistern Menschen. Sie stiften Gemeinschaft und können den gesellschaftlichen Zusammenhalt verbessern. Hinzu kommt, dass viele Künstler mit ihrer Arbeit auch einen persönlichen gesellschaftlichen Beitrag leisten wollen. Indem CTS EVENTIM sie bei der Wahrnehmung ihrer sozialen Anliegen unterstützt, können alle Beteiligten öffentlichkeitswirksam für eine „gute Sache“ eintreten und diese wirksam voranbringen.

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement etwa für soziale Integration oder bessere Bildung kann außerdem dazu beitragen, das gesellschaftliche Umfeld des Unternehmens – und damit die Aussichten auf stabile Absatzmärkte, sichere Rahmenbedingungen und qualifizierte Nachwuchskräfte – zu verbessern.

### ***8.1 Organisation des gesellschaftlichen Engagements***

Aktivitäten zur Förderung des gesellschaftlichen Umfelds hat CTS EVENTIM unter dem Begriff „Corporate Citizenship“ zusammengefasst. Die entsprechenden Initiativen werden überwiegend auf Dachmarkenebene oder von den Tochtergesellschaften selbst gesteuert und berücksichtigen regionale Ansprüche. Einen Schwerpunkt der Aktivitäten bilden Partnerschaften mit Akteuren aus Kultur und Sport (z.B. mit Promotern, Künstlermanagement).

Die Verantwortlichen der Gesellschaften prüfen die Anliegen möglicher Partner wohlwollend. Hierbei werden sie von den zentralen Konzernfunktionen Kommunikation, Sales, HR und IT unterstützt. Diese beobachten die gesellschaftlich relevanten medialen Trends und Herausforderungen systematisch und analysieren Kundenfeedbacks, um herauszufinden, welche Themen genügend öffentliche Resonanz finden, um ein Projekt für beide Seiten erfolgreich zu machen.

### ***8.2 Partnerschaften und Dialoge***

CTS EVENTIM nutzt seine mediale Präsenz, um das Publikum auf den entsprechenden Events für gesellschaftlich relevante Themen zu sensibilisieren. Viele Kunden von CTS EVENTIM – bspw. öffentliche Institutionen wie Schulen, Theater oder Museen – sind wie das Unternehmen im Kulturbetrieb aktiv. CTS EVENTIM hat sich zum Ziel gesetzt, Kunst, Kultur und Spielstätten gezielt zu fördern: Zum einen will

das Unternehmen seinen Partnern Reichweite verschaffen und dazu beitragen, Spielstätten und Programme attraktiver zu machen. Zum anderen soll über eine zeitgemäße Öffentlichkeitsarbeit ein Bewusstsein für den kulturellen Wert von Live Entertainment gefördert werden.

Außerdem kooperiert das Unternehmen mit Hochschulen aus den Bereichen Kultur- und Medienmanagement. Als Beitrag zur Ausbildung seiner dualen Studenten hat CTS EVENTIM nicht nur Lehrinhalte und -konzepte mit entwickelt, sondern fördert den Ausbau dualer Studiengänge sowohl finanziell als auch durch fachliches Know-how. Das Unternehmen ist zudem Mitglied im Förderverein der Hochschule Bremen. In Zusammenarbeit mit der Hochschule für Musik und Theater Hamburg wurde der EVENTIM Popkurs eingerichtet. Der Kurs, für den CTS EVENTIM seit 2008 als Namensgeber und Unterstützer einer gemeinnützigen GmbH fungiert, ist durch das Engagement des Unternehmens dauerhaft gesichert und bringt Jahr für Jahr neue Talente im Bereich Rock und Pop hervor.

### ***8.3 Spenden und Sponsoring***

Als Teil der Kulturbranche ist CTS EVENTIM in der Lage, über Spenden und Sponsorings wirksam für gesellschaftliche Anliegen zu werben und damit zugleich die Reputation des Konzerns oder seiner Marken zu verbessern.

FKP bspw. unterstützt seit vielen Jahren die Stiftung Viva con Agua. Sie ist auf allen Festivals mit zahlreichen Mitarbeitern vertreten und eigenen Ständen präsent. Die Besucher können ihre Pfandbecher spenden, die von Viva con Agua-Mitarbeitern im Publikum eingesammelt werden. Das Pfandgeld kommt Viva con Agua zu Gute. Mitarbeiter, Medien- und sonstige Partner, die das Festival aus beruflichen Gründen besuchen, werden um eine Spende von mindestens fünf Euro zugunsten von Viva con Agua gebeten. 2017 wurde auf diese Weise ein Spendenrekord von 137.000 Euro erzielt, FKP rundete die Summe auf 140.000 Euro auf.

Traditionell fördert CTS EVENTIM die Initiative „Musik Bewegt“. Dabei handelt es sich um eine Online-Plattform, auf der viele der bekanntesten deutschen Musiker Hilfsorganisationen und -projekte vorstellen und fördern. Seit 2016 erhält zudem der Verein zur Förderung der Popkultur eine jährliche Zuwendung in Höhe von 15.000 Euro als Preisgeld für seinen Preis für Popkultur.

Wie schon im Vorjahr unterstützte CTS EVENTIM 2017 das von seiner Tochtergesellschaft Semmel Concerts organisierte „PxP-Festival“ durch einen System- und Onlinegebührenerlass und eine verringerte



Miete für die Waldbühne in Berlin. Der Veranstalter PxP Embassy e.V. setzt sich unter anderem für politisch oder religiös Verfolgte und Flüchtlinge ein und wirbt für den Völkerverständigungsgedanken.

Die Mitarbeiter werden in das gesellschaftliche Engagement des Konzerns mit einbezogen. EVENTIM Nederland ermuntert seine Mitarbeiter einmal im Geschäftsjahr zur Teilnahme an einem Spendenlauf.

Persönlich engagiert sich auch der Vorstandsvorsitzende Klaus-Peter Schulenberg. Er ist langjähriges Mitglied im Advisory Council des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) und betätigt sich damit als Botschafter für die Forschung im Kampf gegen den Krebs. Als Unternehmen unterstützt CTS EVENTIM die Arbeit des DKFZ seit 2015 durch die Finanzierung einer Stiftungsprofessur. Diese nahm 2017 erfolgreich ihre Arbeit auf. Die zugrundeliegende Spende in Höhe von einer Million Euro war die höchste in der Geschichte von CTS EVENTIM. Im Rahmen der jährlichen ZDF-Spendengala „Willkommen bei Carmen Nebel“ spendete das Unternehmen zudem weitere 10.000 Euro zugunsten der Deutschen Krebshilfe.

## 9 Klima und Umwelt

CTS EVENTIM sieht die Bewahrung der Umwelt und den Klimaschutz im Interesse künftiger Generationen als wichtige gesellschaftliche Aufgaben an. Um die Energieverbräuche systematisch zu reduzieren, hat der Konzern in Deutschland ein Energiemanagementsystem eingeführt. Auch die zum Konzern gehörenden Veranstalter achten auf einen umweltschonenden Umgang mit Ressourcen.

### 9.1 Energiemanagement

Größere Konzerne sind in Deutschland laut des Gesetzes über Energiedienstleistungen und andere Energieeffizienzmaßnahmen (EDL-G) verpflichtet, ihren Energieverbrauch von akkreditierten Experten in sog. Energieaudits prüfen zu lassen. Unternehmen, die wie CTS EVENTIM in Deutschland ein Energiemanagementsystem mit entsprechendem Prüfprozess eingerichtet haben, können durch die Zertifizierung dieses Systems von einer solchen Verpflichtung befreit werden. Für die europäischen Tochtergesellschaften bestehen in Österreich vergleichbare gesetzliche Verpflichtungen, beispielsweise nach dem dort geltenden Bundes-Energieeffizienzgesetz (EEffG). In Österreich wurden diese Verpflichtungen mit der Durchführung von sogenannten ÖNORM-Audits durch akkreditierte externe Prüfer erfüllt.

Der Vorstand von CTS EVENTIM führt schrittweise Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs ein. Um hierfür die nötigen Steuerungsinstrumente zu schaffen, beschloss der Vorstand Ende 2015, für die in Deutschland tätigen Konzerngesellschaften ein Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO einzuführen und zertifizieren zu lassen (Multi-Site-Zertifizierung). Grundbestandteil des Systems ist ein permanenter Verbesserungszyklus nach dem Prinzip „Plan-Do-Check-Act“ (PDCA), der allen Managementsystemen der ISO-Serie gemeinsam ist. Im Dezember 2016 wurde das implementierte Energiemanagementsystem durch einen akkreditierten Zertifizierer abgenommen und für eine Laufzeit von drei Jahren zertifiziert. In diesem Zeitraum muss CTS EVENTIM im Rahmen von Überwachungsaudits jährlich nachweisen, dass das System kontinuierlich aufrechterhalten und systematisch optimiert wird.

### 9.2 Weitere Klimaschutz-Maßnahmen

Im Rahmen von einzelnen Beschaffungsmaßnahmen (Auswahl Rechenzentrumsbetreiber, Neuausschreibung Büro-Drucksysteme) achtet CTS EVENTIM bei der Beauftragung von Dienstleistern darauf, dass Energieverbräuche eingespart werden.

Große Mengen an Energie verbrauchen z. B. die Rechenzentren, die für den Betrieb der Ticketing-Systeme verantwortlich sind. Diese werden von externen Dienstleistern betrieben und sind daher nicht durch das Energiemanagementsystem von CTS EVENTIM abgedeckt. Bei der Ausschreibung von Housing-Diensten wurde jedoch die Energieeffizienz der Datenzentren als Entscheidungskriterium herangezogen. So wurde u. a. der Power Usage Efficiency-Wert für Rechenzentren zur Gesamtbewertung einer Auswahl von Rechenzentrumsbetreibern genutzt.

Auch bei der Beschaffung von anderen Energieverbrauchern bezieht CTS EVENTIM Energieeffizienz in vielen Fällen als Kriterium mit ein. Bei einer umfangreichen Neuausschreibung und anschließenden Neugestaltung der Bürogerätelandschaft (Drucker, Multifunktionsgeräte, Scanner) wurde bei der Auswahl bspw. der Energieverbrauch der Geräte der unterschiedlichen Anbieter bewertet. Ein Auswahlkriterium bei der Beschaffung war hierbei der sogenannte TEC-Wert („Typical Energy Consumption“), der von der Organisation EnergyStar als Vergleichsstandard für Stromverbräuche bei Druckern, Kopierern und Scannern entwickelt wurde.

Die Reisetätigkeit der Mitarbeiter wird ebenfalls über das Energiemanagementsystem von CTS EVENTIM gesteuert. Die Energieverbräuche aus der Nutzung von Mietwagen werden ermittelt und fließen in die Gesamtbetrachtung ein. Zusätzlich arbeitet das Unternehmen daran, die Reisetätigkeit seiner Mitarbeiter durch technologische Innovationen auf das erforderliche Mindestmaß zu reduzieren: Im zweiten Halbjahr 2017 startete eine flächendeckende Einführung des Videokonferenz-Dienstes Skype for Business. Dadurch werden einige Geschäftsreisen künftig entbehrlich und Kosten reduziert.

### ***9.3 Green Camping auf Festivals***

Darüber hinaus bestehen weitere Umweltaktivitäten des Konzerns etwa im Bereich der Abfallvermeidung im Segment Live Entertainment. FKP z. B. verfolgt das Ziel, die Belastung der Umwelt durch seine Festivals so gering wie möglich zu halten. Deshalb erfasst und dokumentiert das Unternehmen seit Jahren die Abfallströme auf seinen Festivals. Durch die Auswertung der Daten konnte ein erheblicher Teil des gesamten Abfalls identifiziert werden, der nun seit einigen Jahren über gewerbliche Sortieranlagen den Weg zurück in den Rohstoffkreislauf findet. Zusätzlich sind Händler und Sponsoren zu einer stringenten Trennung von Wertstoffen verpflichtet, um diesem Ziel einen weiteren Schritt näher zu kommen. Ferner wurden weitreichende Kooperationen mit der Deutschen Bahn AG sowie der metronom Eisenbahngesellschaft mbH geschlossen. Damit wurde sichergestellt, dass die Eintrittskarten für die FKP-Festivals „Hurricane“, „Southside“ und „Chiemsee Summer“ auch die Berechtigung zur kostenlosen und

umweltschonenden An- und Abreise per Bahn beinhalten. Dieses Angebot nutzen inzwischen 20 bis 25 % der Festivalbesucher (ca. 35.000 Personen).

MLK führte bereits 2011 ein „Green Camping“-Angebot ein. Hierbei verpflichten sich die Besucher u.a., ihren Müll zu entsorgen und alle mitgebrachten Gegenstände wieder vom Gelände zu entfernen. Seit dem gleichen Jahr warten die FKP-Festivals mit einem ähnlichen Angebot auf, welches bereits 2011 erfolgreich bei einem Vorläufer des „Chiemsee Summer“ getestet worden war. Die Besucher von „Rock am Ring“ verpflichten sich, zu Gunsten einer optimierten Platznutzung auf überflüssiges Campingmobiliar zu verzichten und eine Nachtruhe zwischen 01.00 h und 08.00 h einzuhalten, um eine angemessene Ruhe- und Erholungsphase zu gewährleisten.

## **10 Prüfvermerk**

### ***Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit des gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts***

An den Aufsichtsrat der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA, München

Wir haben den für die CTS EVENTIM AG & Co. KGaA, München, (im Folgenden „CTS EVENTIM“) gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht, sowie den durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt im zusammengefassten Lagebericht „Konzernstruktur und Geschäftsmodell“, nach §§ 315b, 315c i. V. m. §§ 289c bis 289e HGB (im Folgenden „Bericht“) für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2017 einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

### ***Verantwortung der gesetzlichen Vertreter***

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des nichtfinanziellen Konzernberichts in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. §§ 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des nichtfinanziellen Konzernberichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des nichtfinanziellen Konzernberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

### ***Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung***

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

### ***Verantwortung des Wirtschaftsprüfers***

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über den nichtfinanziellen Konzernbericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, ob der nichtfinanzielle Konzernbericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. §§ 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Konzern-ebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Themen und entsprechender Berichtsgrenzen vom CTS EVENTIM Konzern zu erlangen
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung vom CTS EVENTIM Konzern in der Berichtsperiode
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen, Achtung

der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption und Bestechung, einschließlich der Konsolidierung der Daten

- Befragungen von Mitarbeitern, die für die Ermittlung und Zusammenstellung der Angaben zu Konzepten, Due Diligence Prozessen, Ergebnissen und Risiken, die Durchführung von internen Kontrollhandlungen und die Konsolidierung der Angaben verantwortlich sind
- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Standorten gemeldet wurden
- Einschätzung der Angemessenheit der Gesamtdarstellung der Angaben

### ***Prüfungsurteil***

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass der nichtfinanzielle Konzernbericht von CTS EVENTIM für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. §§ 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

### ***Verwendungsbeschränkung/AAB-Klausel***

Dieser Vermerk ist an den Aufsichtsrat der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA, München, gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Aufsichtsrat der CTS EVENTIM AG & Co. KGaA, München, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio. für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

München, den 28. Februar 2018

KPMG

AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Laue

ppa.

Auer

Wirtschaftsprüfer



## 11 Impressum

Herausgeber:

CTS EVENTIM AG & Co. KGaA

Contrescarpe 75 A

28195 Bremen

E-Mail: [info@eventim.de](mailto:info@eventim.de)

Redaktion:

CTS EVENTIM, Unternehmenskommunikation

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg