



**WIRTSCHAFTSPLAN 2015  
für die Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)**

(Entwurf, Stand: 15.09.2014)

Inhalt:

1. Erfolgsplan 2015 mit Erläuterungen zur Erfolgsrechnung
2. Vermögensplan 2015
3. Finanzplanung 2014-2018
4. Stellenplan 2015

# 1. Erfolgsplan

Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT)		Plan 2015	Plan 2014	Ergebnis 2013
		€	€	€
1.	Umsatzerlöse	567.000	592.500	629.410
2.	Bestandsveränderungen	0	0	0
3.	Anderer aktivierte Eigenleistungen			
4.	sonstige betriebliche Erträge	0	0	2.920
5.	Materialaufwand	-305.500	-331.000	-337.567
6.	Personalaufwand	-754.000	-720.500	-707.317
7.	Abschreibungen	-32.000	-29.000	-31.265
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	-315.780	-338.300	-385.097
9.	Erträge aus Beteiligung			
10.	Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens			
11.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	500	300	598
12.	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens			
13.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen			
14.	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-839.780	-826.000	-828.318
15.	Erträge aus Verlustübernahme	839.780	866.000	856.051
16.	Aufwendungen aus Verlustübernahme			
17.	außerordentliche Erträge	0	0	0
18.	außerordentliche Aufwendungen	0	-40.000	-27.733
19.	Jahresüberschuss	0	0	0
20.	Verlustvortrag	0	0	0
20.	<b>Jahresgewinn (+) / Jahresverlust (-)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Erläuterungen zur Erfolgsrechnung 2015

	Wirtschaftsplan 2015		Wirtschaftsplan 2014		Ergebnis 2013		Erläuterungen ggf. in Fußzeile
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	
<b>1. Umsatzerlöse</b>		<b>567.000</b>		<b>592.500</b>		<b>629.410</b>	
Warenverkäufe							
Souvenirs	120.000		126.000		121.882		
Literatur	10.000		16.000		11.115		
Sonstiges (UlmCard, Briefmarken)	<u>23.000</u>		<u>26.000</u>		<u>22.219</u>		
	153.000		168.000		<u>155.215</u>		
Veranstaltungen							
Stadtführungen (regelmäßige / Individual)	52.000		46.000		46.611		
Ulmer Extras	33.000		25.000		30.972		
Vermittlung prov. Stadtführungen (Gruppen)	55.000		57.000		51.146		
Abendbummel	5.000		5.000		4.722		
Sonstige Führungen (City-Trip, Nachtwächter,...)	100.000		107.000		103.067		
Pauschal- u. Wochenendangebote	<u>0</u>		<u>20.000</u>		<u>38.886</u>		
	245.000		260.000		275.403		
Provision Zimmervermittlung	36.000		41.000		33.537		
Prospekte/Anzeigen/Gemeinschaftswerbung							
Eigene Prospekte, Internet-Homepage, Werbung	55.000		50.000		64.683		
Gasgeberverzeichnis	34.000		35.000		34.672		
Tagungspool, Beteiligung der Partner	<u>19.000</u>		<u>15.000</u>		<u>18.758</u>		
	108.000		100.000		118.113		
Erlöse Versand-/Bearbeitungskosten, Mahnggeb.	3.000		3.500		3.022		
Sonstiges (inkl. Ausbildung Gästeführer)	22.000		20.000		44.120		1)
<b>2. Sonst. betriebl. Erträge</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>2.920</b>	
<b>3. Materialaufwand</b>		<b>-305.500</b>		<b>-331.000</b>		<b>-337.567</b>	
Aufwendungen für bezogene Waren	93.500		107.000		111.516		
Aufwendungen für bezogene Leistungen							
Stadtführungen	38.000		35.000		36.303		
Ulmer Extras	30.000		24.500		31.331		
Abendbummel	5.000		5.500		4.659		
Sonstige Führungen	89.000		95.000		83.288		
Pauschalen	<u>0</u>		<u>18.000</u>		<u>35.194</u>		
	162.000		178.000		190.775		
Gem. Kongress- u. Tagungswerbung	21.000		18.000		15.813		
Fremdleistungen Gastgeberverzeichnis	19.000		21.000		14.969		
Gemeinschaftswerbung ADK/Lkr. NU/UNT	10.000		0		0		bis 2014 unter Werbung/Anzeigen

	Wirtschaftsplan 2015		Wirtschaftsplan 2014		Ergebnis 2013		Erläuterungen ggf. in Fußzeile
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	
Sonstiges (ergebnisneutr. Aufwand f. Debitoren)	0		7.000		4.494		
<b>4. Personalaufwand</b>		<b>-754.000</b>		<b>-720.500</b>		<b>-707.317</b>	
Löhne u. Gehälter	586.000		558.500		550.497		
Soziale Aufwendungen, ZVK, Sonst. Personalk.	163.000		162.000		151.620		
Auflösung Rückstellg. Altersteilz. / Rückstellungen	5.000		0		5.200		
<b>5. Abschreibungen</b>		<b>-32.000</b>		<b>-29.000</b>		<b>-31.265</b>	
<b>6. Sonst. betriebl. Aufwendungen</b>		<b>-315.780</b>		<b>-338.300</b>		<b>-385.097</b>	
Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung	18.500		25.000		61.011		
Anzeigen / Neue Medien / Online-Marketing	10.000		11.000		14.376		
Öffentlichkeitsarbeit, PR, Fotos	18.000		27.000		26.565		
Verkaufsförderung, Messen u. Workshops	500		1.000		0		2)
Sonstige Veranstaltungen (Neigugga, City)	5.000		5.000		3.717		3)
Sonstiges	52.000		69.000		105.669		
Repräsentation, Bewirtung, Geschenke	4.000		3.500		4.445		
Eigene Prospekte, Plakate	45.000		60.000		64.138		
Mitgliedschaft in Tourismusverbänden	14.000		13.000		12.224		
Raumkosten							
Miete Stadthaus	51.200		51.200		51.168		
Miete Neue Straße 45	29.000		29.000		28.980		
Nebenkosten, Reinigung	<u>18.800</u>		<u>17.800</u>		<u>18.236</u>		
	99.000		98.000		98.384		
Verschiedene Sach- u. Verwaltungskosten							
Versicherungen	3.000		2.800		2.859		
Personaldienstleistungen	10.500		11.000		10.315		
Porto, Zustellkosten	15.500		14.000		15.949		
Telefon, Kommunikation	11.000		12.000		10.742		
EDV-Service, Warenwirtschaft, Kasse	14.500		12.000		13.135		
Fortbildung	2.500		2.500		1.524		
Buchhaltung, Abschluss- u. Prüfungskosten	12.000		13.000		11.259		
Reservierungssystem deskline	10.000		8.000		10.705		
Bürobedarf, Hausdruckerei, Verpackungsmat.	6.000		5.500		2.942		
Sonstige Verwaltungskosten	<u>16.780</u>		<u>14.000</u>		<u>20.806</u>		4)
	101.780		94.800		100.237		
<b>7. Sonst. Zinsen u. ähnl. Erträge</b>	500	<b>500</b>		<b>300</b>	598	<b>598</b>	Saldo: Erträge/Aufw.
<b>8. Ergebnis der gewöhnl. Geschäftstätigkeit</b>		<b>-839.780</b>		<b>-826.000</b>		<b>-828.318</b>	
<b>9. Außerordentlicher Aufwand (Sonderbudget)</b>		<b>0</b>		<b>-40.000</b>		<b>-27.733</b>	

	Wirtschaftsplan 2015		Wirtschaftsplan 2014		Ergebnis 2013		Erläuterungen ggf. in Fußzeile
	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro	
<b>10. Erträge aus Verlustübernahme</b>		<b>839.780</b>		<b>866.000</b>		<b>856.051</b>	
Ulm	629.835		649.500		642.038		
Neu-Ulm	209.945		216.500		214.013		

## Erläuterungen:

1) Sonstiges (Umsatzerlöse) Provision Verkauf City-Gutscheine, Erlöse Verkaufsförderung, Ausbildung Gästeführer, Erlöse sonst. Veranstaltungen							
2) Sonderveranstaltungen sind zu erläutern Beteiligung an Aktionen Ulmer City Marketing	500		500		0		
Präsentationen mit/für die Städte	0		500		0		
Tag des Offenen Hotels ("Neigugga")	0		0		0		
3) Sonstiges (Werbung/ÖA/Verkaufsförderung) Künstlersozialkasse	2.000		2.500		1.028		
Aufw. Gästeführer-Ausbildung	500		0		591		
Marktforschung, Studienarbeiten	500		500		330		
Tourist-Information (Präsentation etc.)	<u>2.000</u>		<u>2.000</u>		<u>1.768</u>		
	5.000		5.000		3.717		
4) Sonstige Verwaltungskosten Kopiergeräte	4.000		2.300		4.478		
Instandhaltung/Reparaturen	1.200		1.000		4.185		
Zeitschriften, Fachliteratur	1.300		1.200		1.267		
Sitzungsgelder Aufsichtsrat	2.500		2.000		3.000		
Nebenkosten d. Geldverkehrs	1.980		1.500		2.078		
Anderer Betriebl. Aufwendungen	1.000		1.000		869		
Allgem. Fahrt- u. Reisekosten	4.800		3.500		4.929		
Forderungsverluste	0		500		0		
	16.780		13.000		20.806		
							Aktivitäten ohne Erlös

## 2. Vermögensplan

A. Finanzierungsmittel (Einnahmen)		Plan 2015	Erläuterung
		€	
1.	Zuführung zum Stammkapital		
2.	Zuführung zu Rücklagen	839.780	
3.	Jahresgewinn		
4.	Zuführungen zu langfristigen Rückstellungen	0	
5.	Kredite (einschl. für Finanzierung wesentlichen Vorratsvermögens)		
	a) von der Gemeinde		
	b) von Dritten		
6.	Abschreibungen und Anlagenabgänge	32.000	
7.	erübrigte Mittel aus Vorjahren	39.373	
8.	<b>Finanzierungsmittel insgesamt</b>	<b>911.153</b>	
B. Finanzierungsbedarf (Ausgaben)		Plan 2015	
		Ausgaben Wirtschafts- jahr	Verpflich- tungsermäch- tigungen des Wirtschafts- jahres
		€	€
1.	Sachanlagen und immaterielle Anlagewerte davon:	32.000	
	a) Ersatzbeschaffung EDV-Ausstattung (16 Arbeitsplätze + 2 Server)	10.000	
	b) Ersatz Büromöbel und -ausstattung	1.500	
	c) Touristische Dauerpräsentation bei Magirus bzw. Setra	3.000	
	d) Aktualisierung Donauradweg-Hinweisstelen	2.500	
	e) Dauerhafte Neupräsentation der UNT- Fahrradvermietung	<b>2.500</b>	
	f) QR-Code-Konzeption für historische Stadtinformationen / virtuelle Zeitreisen	5.000	
	g) neue Info-Säulen-Technik für Stadthaus- Außenbereich und Neu-Ulm, Petrusplatz	7.500	
2.	Freie Mittel	0	
3.	Entnahme aus Rücklagen	839.780	
4.	Jahresverlust		
5.	Entnahme langfristiger Rückstellungen	0	
6.	Tilgung von Krediten		
	a) an Gemeinde		
	b) an Dritte		
7.	Finanzierungsfehlbetrag aus Vorjahren		
8.	<b>Finanzierungsbedarf insgesamt</b>	<b>871.780</b>	
9.	Freie Mittel	39.373	
10.	<b>Gesamt</b>	<b>911.153</b>	

### 3. Finanzplanung

#### 3.1 Erfolgsplan

	Plan 2014	Plan 2015	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018
	€	€	€	€	€
1. Umsatzerlöse	592.500	567.000	580.000	588.000	620.000
2. sonstige betriebliche Erträge (Auflösung Personalrückstellungen Altersteilzeit)	0	0	0	0	0
5. Materialaufwand	-331.000	-305.500	-308.000	-310.000	-322.000
6. Personalaufwand	-720.500	-754.000	-769.100	-784.500	-800.200
7. Abschreibungen	-29.000	-32.000	-30.000	-30.000	-30.000
8. sonstige betriebliche Aufwendungen	-338.300	-315.780	-328.300	-314.300	-334.700
9. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	300	500	500	500	500
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	0	0	0	0
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-826.000	-839.780	-854.900	-850.300	-866.400
16. Erträge aus Verlustübernahme	866.000	839.780	854.900	850.300	866.400
17. außerordentliche Erträge	0	0	0	0	0
18. außerordentliche Aufwendungen	-40.000	0	0	0	0
18. Steuern von Einkommen und vom Ertrag	0	0	0	0	0
19. Sonstige Steuern	0	0	0	0	0
20. Jahresgewinn (+) / Jahresverlust (-)	0	0	0	0	0

#### 3.2 Vermögensplan

A. Finanzierungsmittel (Einnahmen)		Plan 2014	Plan 2015	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018
		€	€	€	€	€
1. Zuführung zum Stammkapital		0	0	0	0	0
2. Zuführung zu Rücklagen		866.000	839.780	854.900	850.300	866.400
3. Jahresgewinn		0	0	0	0	0
4. Zuführung zu langfristigen Rückstellungen		0	0	0	0	0
5. Abschreibungen und Anlagenabgänge		29.000	32.000	30.000	30.000	30.000
6. Erübrigte Mittel aus Vorjahren		14.068	39.373	39.373	41.373	43.373
7. Kredite		0	0	0	0	0
8. Finanzierungsmittel insgesamt		909.068	911.153	924.273	921.673	939.773
B. Finanzierungsbedarf (Ausgaben)		Plan 2014	Plan 2015	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018
		€	€	€	€	€
1. Sachanlagen und immaterielle Anlagewerte		25.000	32.000	28.000	28.000	28.000
2. Rückzahlung von Stammkapital		0	0	0	0	0
3. Entnahme aus Rücklagen		866.000	839.780	854.900	850.300	866.400
4. Entnahme langfristiger Rückstellungen		0	0	0	0	0
5. Freie Mittel bzw. erübrigte Mittel aus Vorjahr		18.068	39.373	41.373	43.373	45.373
6. Tilgung von Krediten		0	0	0	0	0
7. Finanzierungsbedarf insgesamt		909.068	911.153	924.273	921.673	939.773

## 4. Stellenplan UNT für 2015

(Stand: August 2014)

Pers.-Nr.	Funktion	Entgeltgrp. TvÖD 2014	Entgeltgrp. TvÖD 2015	Änderung	Wochen- std. 2014	Wochen- std. 2015	Änderung	Bemerkungen
421 025...								
300081	Geschäftsführer	freier Vertrag	freier Vertrag		39*	39*		
300378	stv. Geschäftsf.	11	11		39	39		Leitung Kommunikation
300032	Abteilungsleiter	9	9		39	39		Verkaufsleiter
300664	Verw.angestellte	9	9		32,5	32,5		Buchhaltung, 83% e. Vollbeschäft.
300238	Abteilungsleiterin	9	9		39	39		Leitung Tourist-Information
300202	Verw.angestellte	8	8		23	23		59% einer Vollbeschäft.
500899	Verw.angestellte	8	8		39	39		
300068	Verw.angestellte	8	8		39	39		
300421	Sachbearbeiterin	6	6		39	39		
300603	Sachbearbeiterin	6	6		28,25	28,25		72% einer Vollbeschäft.
300391	Sachbearbeiterin	6	6		22,5	22,5		58% einer Vollbeschäft.
500653	Verw.angestellte	8	8		39	39		
300688	Verw.angestellte	8	8		32,5	32,5		83% einer Vollbeschäft.
501420	Verw.angestellte	6	6		25,5	25,5		65% einer Vollbeschäft. inkl. 2,5 Std. Wochenenddienst
		<b>Stellenanzahl</b>			<b>12,2 VZK</b>	<b>12,2 VZK</b>		<b>bei 14 Köpfen</b>
<b>Aushilfen</b>	Saisonkräfte							
500480	Aushilfskraft	5	5		6	6		Wochenenddienst Tourist-Info
500401	Aushilfskraft	5	5		6	6		Wochenenddienst Tourist-Info
N.N.	Aushilfskraft	5	5		5	5		Wochenenddienst Tourist-Info
501484	Aushilfskraft	5	5		5	5		Wochenenddienst Tourist-Info
	Studentin DHBW				19,5	19,5		Ausbildungsvergütung
		<b>Stellenanzahl</b>	<b>gesamt</b>		<b>13,3 VZK</b>	<b>13,3 VZK</b>		<b>bei 19 Köpfen</b>

\* = Mehrarbeit wird vorausgesetzt (2013: ca. 44 tatsächl. Wochenstd.)



## **Zu berücksichtigende Faktoren ab dem UNT-Wirtschaftsjahr 2015**

Seit dem Aufsichtsratsbeschluss über das Grundbudget vom 12.07.2013 haben sich einige budgetwirksame Entwicklungen und Verpflichtungen für die UNT ergeben, die bei einer Entscheidung über den Wirtschaftsplan 2015 und teilweise auch für die Folgejahre zu berücksichtigen sind. Diese Posten sind bereits im Entwurf des Wirtschaftsplans 2015 eingeplant und schmälern dementsprechend das zur Verfügung stehende Marketingbudget der UNT.

### **1) Nicht realisierte Einnahmen-Erhöpfungsmaßnahmen:**

- a) Verhandlungen mit den Gästeführern bezüglich der Honorare und Endpreise für Gruppenführungen ab 2015 haben zu keiner Einigung geführt. Aufgrund der Marktsituation werden die Tarife 2015 noch für ein Jahr belassen und können voraussichtlich nur kleinere Einnahmenerhöhungen für die UNT erzielt werden, indem die Preise für die stark nachgefragten Nachtwächterführungen angepasst werden. Die verkürzte Öffnungszeit der Tourist-Information um täglich eine halbe Stunde kann nach Rücksprache mit den anderen Mietern und mit dem Stadthausbüro nicht realisiert werden. Insgesamt ist aus den genannten Gründen mit einer geringeren Einnahme in Höhe von 19.500 EUR zu rechnen als im Konsolidierungsplan vorgesehen – dort sind insgesamt 32.900 EUR für die Jahre 2015 und 2016 als Mehreinnahmen bzw. Einsparpotenzial eingeplant.
- b) Der bisherige positive Deckungsbeitrag in Höhe von rund 4.000 EUR für die UNT-eigenen Pauschalen muss ab 2015 durch z.B. den Verkauf von Gruppenbausteinen und den zusätzlichen Verkauf von Ulm-Cards kompensiert werden.

### **2) Marketingbedingte Verpflichtungen im Rahmen von neuen Werbepartnerschaften:**

- a) Im Rahmen einer neuen Gemeinschaftswerbung für 2015/16 für die Deutsche Donau unter Federführung der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus, Frankfurt) und finanzieller Mitbeteiligung der TMBW (Tourismus Marketing Baden-Württemberg) und der BayTM (Bayern Tourismus Marketing) sollen jährlich 200.000 EUR für Marketingmaßnahmen im In- und Ausland ausgegeben werden. Die regionalen Tourismusverbände, Landkreise und Kommunen an der Donau werden sich kostenmäßig beteiligen. Die UNT trägt aus ihrem Marketingbudget 5.000 EUR bei (siehe im Wirtschaftsplan unter Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Verkaufsförderung).
- b) Unter gestiegenen Mitgliedsbeiträgen ist verbucht, dass die UNT für das LEADER-Förderprojekt Iller-Radweg 2015 einen Beitrag von 1.150 EUR erbringt – weitere 1.150 EUR trägt die Stadt Ulm. Ab 2016 ist für die Bewerbung, Koordinierung und Unterhalt des Iller-Radweges von Ulm nach Oberstdorf als dann (voraussichtlich) ADFC-zertifizierter Radroute mit einem Jahresbeitrag von 2.700 EUR zu rechnen.

### **3) Steigende Verwaltungskosten, neue technische Voraussetzungen und daraus resultierender Support mit Folgekosten:**

- a) Bei den Raumkosten ist mit einer stetigen Steigerung der Nebenkosten (Gebäudereinigung, Strom, Wasser etc.) für die angemieteten Räume im Stadthaus Ulm und in der Neue Str. 45 zu rechnen. Für 2014 sind zusätzlich 1.000 EUR eingeplant.
- b) Zu Beginn des Jahres 2014 hat die UNT nach ständigen technischen Problemen und umsatzschädigenden Ausfällen den Mail-Server von der SWU Telenet zu sich in die Geschäftsstelle geholt, wo dieser betreut wird. Allerdings gegen Kosten, die bisher nie für angefallen waren. Jährlich sind im Rahmen einer Servicevereinbarung mit der seit 1995 für die UNT tätigen Firma Rapl & Partner GmbH aus Neu-Ulm für Hosting und Serverkontrolle rund 4.000 EUR fällig.
- c) Für ihre neue Gästeführerssoftware und deren technische Einbindung in Buchhaltung (Datev) und Homepage der UNT plus für die ständigen Anpassungen der Internetseiten an bestimmte neue Anforderungen fallen derzeit jährlich 4.800 EUR an Agenturkosten der Firma rrooaarr aus Ulm an. Durch die gestiegenen Aktivitäten der UNT im Onlinebereich ist hier ein regelmäßiges Budget erforderlich.
- d) Im Frühjahr 2014 hat sich die UNT eine neue Adressverwaltungs-Software der Firma cobra zu einmaligen Kosten in Höhe von 2.938 EUR angeschafft, um ihr Kundenmanagement zu professionalisieren. Für die Aktualitätsgarantie der Lizenz für 13 Arbeitsplätze fallen jährlich Kosten in Höhe von 624 EUR an.
- e) Die Softwarelizenz für die beiden PC-Kassensysteme in der Tourist-Information im Stadthaus verteuert sich ab 01.01.2015 um 7% auf jährlich 1.094 EUR. Bei der Künstlersozialkasse, für die die UNT jährlich zwischen 2.000 und 3.000 EUR an Beiträgen abführt, gibt es bereits seit 01.01.2014 eine Beitragsanpassung von 4,1% auf 5,2%.
- f) Mit weiteren wiederkehrenden Vertragskosten für Telekommunikation ist zu rechnen, denn derzeit verfügt die UNT lediglich über einen Tablet-PC und drei Smartphone (zwei Android, ein Apple) mit Vertrags-/Verbindungsgebühren von jährlich rund 1.600 EUR.

Die unter 1) – 3) genannten Punkte summieren sich 2015 auf einen Betrag von rund 40.000 EUR, der im Marketingbudget im Vergleich zu den Vorjahren fehlt (ohne dass das 2013 und 2014 zur Verfügung gestellte Sondermarketingbudget in Höhe von jeweils 40.000 EUR Berücksichtigung findet).

Die UNT-Geschäftsführung bittet den Aufsichtsrat, auf Grundlage dieser Vorlage eine Erhöhung des Grundbudgets für 2015 und Folgejahre um 40.000 EUR zu diskutieren.