

Lagebericht 2020

der

Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

A. Grundlagen des Unternehmens

1. Geschäftsmodell des Unternehmens

Als kommunale Gesellschaft für Tourismusmarketing fördert und unterstützt die UNT den Wirtschaftsfaktor Tourismus. Hierbei übernimmt sie tourismusbezogene Koordinierungs-, Werbe- und andere Marketingfunktionen. Die UNT hat als Aufgabe, (Tages-)Gäste anzuwerben, Ulm/Neu-Ulm touristisch in nah und fern bekannt zu machen, guten Gästeservice vor Ort zu bieten und eine positive Visitenkarte abzugeben. Im Rahmen des Binnenmarketing will die UNT mehr Akzeptanz und Verständnis für Tourismus bei Politik, Wirtschaft, Medien und einheimischer Bevölkerung schaffen.

Da die UNT auch gehalten ist, eigene Einnahmequellen zu erschließen, ist eine anteilige Refinanzierung ihrer Arbeit mit Stadtführungen, Souvenirverkauf, Provisionen aus Zimmervermittlung oder Werbeeinträgen in UNT-eigenen Medien vorgesehen. Diese derzeitigen Geschäftsfelder der UNT werden immer wieder auf einen aktuellen Stand gebracht und einer kritischen Prüfung unterzogen.

B. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche, branchenspezifische Rahmenbedingungen

Das Jahr 2020 bescherte dem Deutschlandtourismus nach zehn Übernachtungsrekorden in Folge einen ungeahnten Rückgang von 40% bei den Übernachtungszahlen und einen Rückfall auf das Niveau von vor zehn bis 15 Jahren. Die Ursache hierfür war die weltweite Covid-19-Pandemie seit März 2020, die im Laufe des Jahres immer wieder zu einem teilweisen oder vollständigen Lockdown führten und somit auch die Tourismustätigkeit stark einschränkte oder gar unmöglich machte.

Die Gästenachfrage aus dem Ausland, insbesondere Übersee, ging besonders drastisch zurück. Einzig in den Sommermonaten war eine erholte Inlandsnachfrage nach (Kurz-)Urlaub im eigenen Land festzustellen. Davon profitierten allerdings eher der Landschaftstourismus und Unterkunftsformen wie Ferienwohnungen und Camping/Caravaning als der Städtetourismus mit seinem großen Hotelangebot. Das Messe-, Tagungs- und Kongressgeschäft kam vollständig zum Erliegen, ebenso der Bustourismus mit seinem Gruppengeschäft, und fast alle publikumsträchtigen Großveranstaltungen mussten abgesagt oder verlegt werden.

Nachfrageseitig gab es 2020 einige wenige positive Faktoren:

- Zunahme des Anteils der erdgebundenen Urlaubsreisen zu Lasten des Flugverkehrs
- Steigender Fahrradtourismus bei den Tagesausflügen laut ADFC-Radreiseanalyse

Auf der Angebotsseite musste der technologische Rückstand der Branche im Bereich Digitalisierung pandemiebedingt rasch reduziert und aufgeholt werden, z.B. bei der Kontaktnachverfolgung oder bei online buchbaren Leistungen. Ein weiterer positiver Effekt in einem ansonsten desaströsen Jahr für die Tourismusindustrie.

2. Geschäftsverlauf und Lage

Binnen eines Jahres fiel der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm um mehr als 15 Jahre zurück: das Tourismusjahr 2020 war von einem gravierenden Rückgang der Übernachtungszahlen um fast 49% geprägt, was einherging mit Umsatzeinbußen für die Branche in Ulm/Neu-Ulm in dreistelliger Millionenhöhe. Auch die UNT blieb von einem starken Umsatzrückgang nicht verschont und konnte nur 40% ihrer vorgesehenen Einnahmen realisieren. Dies entspricht gerade einmal dem Jahresergebnis von 2003. Sämtliche Geschäftsbereiche der UNT blieben aufgrund der Reiseverbote und Schließungen während der Covid-19-Pandemie deutlich unter den Erwartungen. Somit konnte die UNT aus eigener Kraft viel weniger als in den Vorjahren zu ihrer Refinanzierung beitragen. In den Monaten April/Mai und November/Dezember kam die Tourismustätigkeit deutschlandweit komplett zum Erliegen. Aufgrund ihres Geschäftsmodells ist die UNT auf eine Refinanzierung ihrer Tätigkeit durch Einnahmen aus Souvenirverkauf, Stadtführungen, Zimmervermittlungen und Werbekostenzuschüsse der lokalen Anbieter angewiesen. In der Krise jedoch kollabiert das System, da es nur in guten Zeiten funktionieren kann.

Rechnete man bei der UNT damit, 2020 nach zehn Jahren mit stetigen Zuwachsraten erstmals die Schallmauer von 1 Mio. Übernachtungen zu durchbrechen, so folgte alsbald ein böses Erwachen: die Übernachtungszahlen gingen um 48,7% von 967.688 Übernachtungen im Vorjahr auf 496.360 zurück. Die Bettenauslastungsquote ging von 47,4% auf 27,5% zurück, wobei zu berücksichtigen ist, dass im Jahresdurchschnitt nur 63 von vormals 69 meldepflichtigen Betrieben geöffnet hatten.

Besonders markante Ereignisse für die UNT waren im Geschäftsjahr 2020:

Der seit 2017 etablierte Tourismusfonds Ulm/Neu-Ulm mit seiner „Zweilandstadt“-Kampagne musste in diesem Jahr pausieren, da darauf verzichtet wurde, die Beiträge der privaten Partner aus Hotellerie, Gastronomie und Handel zu erheben. Der vorgesehene Beitrag der beiden Städte konnte dennoch wie geplant fließen und ermöglichte der UNT eine Erweiterung ihrer Werbemaßnahmen.

Der neue Wohnmobilstellplatz der Städte Ulm und Neu-Ulm ging im Juni 2020 mit einer Kapazität von 49 Plätzen an den Start und ergänzte damit das touristische Angebot.

Die Online-Buchbarkeit und –Bezahlungsfunktion für sämtliche Stadtführungen per Kreditkarte oder PayPal, eine Einbettung der Online-Reservierungsmöglichkeit von sämtlichen Unterkünften in der Tourismusregion Ulm sowie neue Funktionen auf der UNT-Website wie die Karte „Mein Ulm/Dein Ulm“ mit Lieblingsplätzen der User in beiden Städten und ein Pilotprojekt mit der Ulmer Softwarefirma Wilken zur besseren Kundenorientierung konnten umgesetzt werden.

a) Ertragslage

Die Umsatzerlöse (ohne Erlöse aus Einnahmen aus dem Tourismusfonds) liegen um rund 382.000 EUR unter dem Planansatz. Bei den Warenverkäufen verlief das Geschäftsjahr etwas weniger negativ als bei den Stadtführungen: der Umsatz lag um 79.500 EUR unter dem Planansatz und mit 115.500 EUR immerhin bei fast 60% des erwarteten Werts. Zieht man noch den Aufwand für bezogene Waren heran, so ist der Deckungsbeitrag bei den Warenverkäufen um 34.800 EUR unter dem erwarteten Ergebnis geblieben. Die Stadtführungen für Gruppen, und somit auch die Vermittlungsprovisionen der UNT, gingen im Jahr 2020 dramatisch zurück. Der Rückgang um 82% von 3.369 auf 591 Gruppenführungen trug maßgeblich dazu bei, dass die Einnahmen aus Veranstaltungen nur 69.000 EUR statt der erwarteten 286.000 EUR betragen, also nur 24% des Planansatzes. Betrachtet man auch hier den Deckungsbeitrag einzelner Bereiche, so sind die regelmäßigen Individual-Stadtführungen um 10.600 EUR, die Ulmer Extras um 8.200 EUR und die Sonstigen Führungen um 11.200 EUR unter den Planzahlen geblieben. Einzig der wirtschaftlich relativ unbedeutende Abendbummel blieb beim Deckungsbeitrag im erwarteten Bereich. Die hohe Planabweichung bei den Vermittlungsprovisionen aus Gruppen-Stadtführungen in Höhe von 57.100 EUR hat bei den freiberuflichen GästeführerInnen der UNT einen Einnahmeausfall in nochmals dreifacher Höhe zur Folge gehabt, ein Betrag, der in diesem Jahresabschluss gar nicht auftaucht.

Auch die Provisionen aus Zimmervermittlung (- 19.200 EUR) blieben auf der Einnahmenseite deutlich unter den Erwartungen des Wirtschaftsplans und auch um 12.500 EUR unter dem Vorjahresergebnis. Die Erlöse aus Prospekten, Anzeigen und Gemeinschaftswerbung wurden in Relation zum Vorjahr und zu den Planzahlen geradezu halbiert, denn es wurden 2020 nicht nur weniger Prospekte gedruckt, sondern auch nur geringe Einnahmen bei den lokalen Leistungspartnern aus Hotellerie, Gastronomie, Handel, Freizeit und Tagungswirtschaft generiert.

Beim Materialaufwand erreichte der Aufwand für bezogene Waren mit 65.300 EUR nur rund 59% des erwarteten Wertes im Planansatz (110.000 EUR), was mit dem prozentualen Ergebnis der Erlöse aus Warenverkäufen korrespondiert. Die hohe Bestandsveränderung mit einer Bestandserhöhung von 14.000 EUR zum Stichtag der Inventur sorgte für insgesamt geringere Aufwendungen, da aufgrund der kurzfristigen Schließungen vorhandene Ware nicht abverkauft werden konnte. Bei den Aufwendungen für bezogene Leistungen, worunter insbesondere die Honorare für die GästeführerInnen fallen, konnten aufgrund der geringen Anzahl an stattgefundenen Führungen mehr als 129.500 EUR eingespart werden. Auch beim Tagungspool und bei weiteren Fremdleistungen und Gemeinschaftsaktionen konnten die Ausgaben analog zu den fehlenden Einnahmen reduziert werden.

Die Personalkosten konnten 2020 im Rahmen gehalten werden, obwohl eine neue Halbtagesstelle in der Tourist-Information geschaffen wurde und zwei Mitarbeiterinnen höhergruppiert wurden. Mit 948.100 EUR lagen sie zwar um fast 53.000 EUR höher als im Vorjahr, aber auch um 19.900 EUR unter dem Planansatz. Hierbei wirkte sich die Auflösung der Überstundenrückstellung in Höhe von 6.400 EUR aufgrund der Beantragung von Kurzarbeitergeld ab Dezember 2020 positiv aus.

Die Abschreibungen entsprachen mit 33.700 EUR nahezu dem Planansatz und lagen damit um rund 3.000 EUR unter dem Vorjahreswert.

Merkliche negative Abweichungen vom Planansatz gab es 2020 bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in den Bereichen Marketing (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Online-Marketing), bei den Mitgliedsbeiträgen für Tourismusverbände und bei den Kosten für EDV-Service, Software-Lizenzen und Internet, die unter den Sach- und Verwaltungskosten aufgeführt sind. Die Mehrausgaben im Marketing in Höhe von 23.200 EUR konnten durch einen um 23.400 EUR geringeren Aufwand für die Erstellung eigener Prospekte kompensiert werden. In die Mitgliedsbeiträge floss 2020 erstmals der Kostenbeitrag der UNT von 7.700 EUR für den Marketingkreis Städtetourismus bei der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg ein, der in Vorjahren unter Anzeigenwerbung verbucht war. Außerdem machten sich zusätzliche Beiträge für Unterhalt, Qualitätskontrolle und Marketing für die vier ADFC-zertifizierten Radfernwege bemerkbar. Der Mehraufwand bei den Sach- und Verwaltungskosten konnte durch den Beitrag beider Städte in Höhe von 35.000 EUR für den Tourismusfonds ausgeglichen werden. Die UNT hat mittlerweile mit Firmen wie feratel, Wilken, Lacos, Shyftplan, Adobe, Google, Cookiebot, Wedeko Visuscreen (Info-Monitore im Stadthaus), Lohospo oder rrooaarr interactive solutions Lizenzvereinbarungen abgeschlossen, um die Digitalisierungsprozesse ihrer Tourismustätigkeit weiter vorantreiben zu können. Diese unterliegen auch einer laufenden datenschutzrechtlichen Überprüfung, bei welcher die UNT durch den externen Dienstleister Data-S – inzwischen umfirmiert unter „audius“ – unterstützt wird.

Ein Teil der Sach- und Verwaltungskosten in Höhe von 7.200 EUR konnte wie bereits in den Vorjahren an die Arbeitsgemeinschaft Deutsche Donau weiterberechnet werden, mit der seit Mai 2015 eine Bürogemeinschaft besteht. Für dieses in den Räumlichkeiten der UNT angesiedelte Büro gab es auch 2020 von den beiden UNT-Gesellschaftern einen zweckgebundenen Beitrag in Höhe von 40.000 EUR, welcher vollständig ausgeschöpft wurde. Von der ARGE Deutsche Donau gab es eine anteilige Personalkostenerstattung, die zwar wie bereits im Vorjahr auf 39.000 EUR erhöht wurde, aber dennoch reichte das Budget der ARGE für Büro- und Personalkosten nicht aus. Der Differenzbetrag in Höhe von 13.558 EUR steht als Forderung der UNT an die ARGE in den Büchern und wird der ARGE, die seit 01.01.2021 als Deutsche Donau Tourismus e. V. firmiert, im laufenden Jahr in Rechnung gestellt.

Zur Analyse der Ertragslage der Gesellschaft wurden die folgenden Rentabilitätskennzahlen und Aufwandsstrukturkennzahlen ermittelt.

Kennzahl	Kennzahlenentwicklung
Eigenkapitalquote	= 18% (2019: 23%, 2018: 18%)
Quote Anlagevermögen	= 16% (2019: 20%, 2018: 20%)
Umsatz pro Mitarbeiter	= 17.953 EUR (2019: 46.104 EUR, 2018: 59.777 EUR)
Personalaufwand pro MA	= 66.766 EUR (2019: 63.953 EUR, 2018: 64.444 EUR)
Summe Umsatzerlöse	= 254.933 EUR (2019: 645.461 EUR, 2018: 824.917 EUR)
Summe Aufwendungen	= 1.643.731 EUR (2019: 1.927.527 EUR, 2018: 1.940.029 EUR)
Zuschuss Stadt Ulm	= 1.007.919 EUR (2019: 925.386 EUR, 2018: 814.222 EUR)
Zuschuss Stadt Neu-Ulm	= 335.973 EUR (2019: 308.462 EUR, 2018: 271.407 EUR)

Die Kennzahlen für 2020 unterscheiden sich aufgrund der gravierenden Auswirkungen der Corona-Pandemie teils deutlich von den Vorjahren. Der Zuschuss beider Städte ist durch die ausgebliebenen Umsatzerlöse gestiegen, jedoch sind auch die Gesamtaufwendungen der UNT 2020 stark zurückgegangen. Die UNT konnte Sparmaßnahmen ergreifen beim Materialaufwand, wo der Warenbezug im Vorjahresvergleich um 66.500 EUR und die Gemeinschaftswerbung mit den beiden Landkreisen um 19.000 EUR reduziert wurden, und bei den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Hierbei gingen die Ausgaben im Bereich Werbung/Öffentlichkeitsarbeit/Verkaufsförderung um 55.200 EUR sowie bei den eigenen Prospekten um 20.700 EUR im Vergleich zu 2019 zurück.

Insgesamt wurde in 2020 ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von -1.343.892,38 EUR erzielt, sodass eine negative Abweichung vom Wirtschaftsplan in Höhe von 175.893 EUR vorlag.

G.u.V.-Posten	Ergebnis 2020		Plan 2020		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Umsatzerlöse	254,9	100,0	637,0	100,0	- 382,1
Gesamtleistung	254,9	100,0	637,0	100,0	- 382,1
Sonstige Erträge	44,9	17,6	0,0	0,0	+ 44,9
Materialaufwand	156,5	61,4	350,0	54,9	- 193,5
Rohergebnis	143,3	56,2	287,0	45,1	- 143,7
Personalaufwand	948,1	371,9	968,0	152,0	- 19,9
Abschreibungen AV	33,7	13,2	33,0	5,2	+ 0,7
Sonstiger betriebl. Aufwand	505,1	198,2	455,0	71,4	+ 50,1
Betriebsergebnis	- 1.343,6	527,1	- 1.169,0	183,5	- 174,6
Sonstige Zinsen/Erträge	0,0	0,0	1,0	0,1	- 1,0
Zinsen/ähnliche Aufwendungen	0,3	0,1	0,0	0,0	+ 0,3
Finanzergebnis	- 0,3	0,1	1,0	0,1	- 1,3
Ergebnis nach Steuern	- 1.343,9	527,2	- 1.168,0	183,4	- 175,9
Erträge aus Verlustübernahme	1.343,9	527,2	1.168,0	183,4	+ 175,9
Jahresergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0

b) Finanzlage

Das Finanzmanagement der UNT ist darauf ausgerichtet, Verbindlichkeiten stets innerhalb der Zahlungsfrist zu begleichen und Forderungen innerhalb der Zahlungsziele zu vereinnahmen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen 20% der Bilanzsumme. Sämtliche Verbindlichkeiten können stets innerhalb der Zahlungsziele beglichen werden.

Die Investitionstätigkeit konzentrierte sich im Geschäftsjahr 2020 auf Ersatzbeschaffungen bei der EDV-Ausstattung und neue Homeoffice-fähige Geräte, Umgestaltungen im Technikraum der UNT, eine Erneuerung der Küchenzeile sowie die Beteiligung an der Informations-Steile für Gäste auf dem neuen Wohnmobil-Stellplatz.

Die Liquidität der Gesellschaft konnte in diesem Ausnahmejahr nicht bis zum Jahresende gewährleistet sein. Wie bereits in einigen Jahren zuvor musste ein kurzfristiger Kassenkredit bei der Stadt Ulm aufgenommen werden, dieses Mal allerdings in der bisherigen Rekordhöhe von 250.000 EUR. Dieser Kredit wurde bereits im Januar 2021 wieder zurückgezahlt.

c) Vermögenslage

Beim Vermögensplan 2020 gab es mit investiven Ausgaben in Höhe von fast 39.000 EUR eine negative Abweichung um 11.000 EUR vom Wirtschaftsplan. Dies lag insbesondere an der notwendig gewordenen hohen Ausgabe für Datensicherheit, da im Technikraum nicht nur ein leistungsfähigerer Server ersatzbeschafft werden musste, sondern auch ein EDV-Schrank als sichere Einhausung für die Geräte installiert wurde. Die Kosten hierfür lagen bei fast 20.000 EUR.

Die Struktur des kurz- und langfristig gebundenen Vermögens und der Verbindlichkeiten bei der UNT hat sich u.a. durch die genannten Investitionen etwas verschoben: das Anlagevermögen ist zwar um mehr als 5.000 EUR gestiegen, dennoch ist sein Anteil an der Bilanzsumme zurückgegangen. Noch stärker gestiegen ist das Umlaufvermögen, das sich aufgrund des hohen Warenbestandes sowie der kreditbedingt hohen Liquidität im Vergleich zum Vorjahr um 111.000 EUR erhöhte. Die Bilanzsumme stieg somit um 116.100 EUR auf nunmehr 490.500 EUR.

Bei den Passiva konnten die Rückstellungen weiter um 17.200 EUR reduziert werden. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen blieben in etwa auf gleichem Niveau, nur die sonstigen Verbindlichkeiten stiegen aufgrund der hohen Kreditaufnahme um 131.500 EUR an.

Bilanz-Posten	31.12.2020		31.12.2019		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
AKTIVA					
Immaterielle VG	5,4	1,1	10,6	2,8	- 5,2
Grundstücke/Bauten	21,4	4,4	24,4	6,5	- 3,0
Betriebs- und Geschäftsausstattung	51,2	10,4	37,9	10,1	+ 13,3
Langfristig gebundenes Vermögen	78,0	15,9	72,9	19,4	+ 5,1
Vorräte, Waren	45,7	9,3	31,7	8,5	+ 14,0
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	11,4	2,3	30,4	8,1	- 19,0
Sonst. Verm.gegenstände	225,8	46,0	208,3	55,6	+ 17,5
Liquide Mittel	129,4	26,4	31,0	8,3	+ 98,4
Aktive RAP	0,2	0,1	0,1	0,0	+ 0,1
Mittel-/kurzfristig gebundenes Vermögen	412,5	84,1	301,5	80,5	+ 111,0
Gesamtvermögen	490,5	100,0	374,4	100,0	+ 116,1

Bilanz-Posten	31.12.2020		31.12.2019		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
PASSIVA					
Gezeichnetes Kapital	26,0	5,3	26,0	6,9	+ 0,0
Kapitalrücklage	60,0	12,2	60,0	16,0	+ 0,0
Jahresüberschuss	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
Langfristig verfügbares Kapital	86,0	17,5	86,0	23,0	+ 0,0
Sonstige Rückstellungen	45,5	9,3	62,7	16,7	- 17,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	98,7	20,1	96,4	25,7	+ 2,3
Sonstige Verbindlich- keiten	259,7	53,0	128,2	34,2	+ 131,5
Rechnungsabgrenzungs- posten	0,6	0,1	1,1	0,3	- 0,5
Mittel-/kurzfristig verfügbares Kapital	404,5	82,5	288,4	77,0	+ 116,1
Gesamtkapital	490,5	100,0	374,4	100,0	+ 116,1

3. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Prognose des letzten Jahres für 2020 mit Einnahmerückgängen um 30% bis 40% bewahrheitete sich zwar von der negativen Tendenz her, fiel jedoch mit 60% Rückgang im Ergebnis noch deutlich schlechter aus als gedacht. Die Tourismusaktivitäten im Jahr 2020 mussten im Laufe des Jahres erneut reduziert und ab November sogar komplett eingestellt werden, womit vor einem Jahr noch nicht gerechnet werden konnte. Aufgrund der Corona-Pandemie und ihrer zweiten Welle im Herbst/Winter lag der Zuschussbedarf für 2020 mit 1.343.900 EUR auch um 133.900 EUR über der prognostizierten Zahl von 1.210.000 EUR.

Für die interne Unternehmenssteuerung wurden in den vergangenen Jahren immer die Kennzahlen Deckungsbeitrag Warenverkäufe, Deckungsbeitrag Stadtführungen und Einnahmen aus der Zimmervermittlungsprovision herangezogen. Im Jahr 2020 sind diese Kennzahlen jedoch pandemiebedingt nur von sehr geringer Aussagekraft und Vergleichbarkeit. Der Deckungsbeitrag Warenverkäufe berechnet sich aus den Umsatzerlösen aus Warenverkäufen abzüglich der Aufwendungen für bezogene Waren und

berücksichtigt auch die Veränderungen beim Warenbestand. Diese Kennzahl beläuft sich für 2020 auf 50.197 EUR – im Vorjahr waren es noch 76.086 EUR.

Der Deckungsbeitrag Stadtführungen berechnet sich aus den Umsatzerlösen und Vermittlungsprovisionen aller Stadtführungen abzüglich der Aufwendungen für bezogene Leistungen bei den Stadtführungen (im Wesentlichen die Honorare für die GästeführerInnen). Dieser finanzielle Leistungsindikator liegt 2020 bei lediglich 13.028 EUR (Vorjahr: 91.453 EUR) und damit auch erheblich unter sämtlichen Vorjahren.

Die Einnahmen aus Zimmervermittlungsprovision erreichten 2020 mit 6.837 EUR einen Tiefststand, nachdem bereits 2019 mit 19.338 EUR der bisher schwächste Wert der letzten zehn Jahre erzielt worden war.

Als nichtfinanziellen Leistungsindikator zieht die UNT die Anzahl der Internet-Besucher auf der Homepage www.tourismus.ulm.de heran. Die monatlichen Nutzerzahlen gingen von 11.637 im Vorjahr auf 8.078 Besucher in 2020 zurück, was natürlich auch pandemiebedingt ist. Seit der Einführung der DSGVO und der erforderlichen Zustimmung für die Nutzung von Cookies im Jahr 2018 sind die offiziell registrierten Besucherzahlen auf der UNT-Homepage weiter zurückgegangen. Social Media-Kennzahlen gibt es für die wachsende Zahl der Follower oder Abos auf Instagram (von 4.490 auf 7.120), Facebook (von 4.568 auf 5.122) und Twitter (von 2.274 auf 2.490). Bei dieser Entwicklung zeigt sich auch, dass sich die Online-Medien und deren Nutzung immer mehr auffächern und dass die stetige Arbeit des Teams Online-Marketing bei der UNT Früchte trägt.

Weitere Indikatoren sind die im jeweiligen Wirtschaftsjahr herausgegebenen Publikationen der UNT (2020 waren es 5, im Vorjahr 10) und als weiche Faktoren die geringe Mitarbeiterfluktuation und lange Betriebszugehörigkeit bei der UNT. 2020 hat keine UNT-Mitarbeiterin den Betrieb aus Gründen eines Wechsels der Arbeitsstelle verlassen. Die UNT verfügt über neun Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die bereits mehr als 15 Jahre im Betrieb sind. Die Treue zur Firma und die Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber UNT und dem Arbeitsumfeld und –klima sind sehr ausgeprägt.

4. Gesamtaussage

Das im Geschäftsjahr 2020 erzielte Ergebnis weicht in erheblichem Maße vom von der Geschäftsleitung für das Jahr 2020 aufgestellten Wirtschaftsplan ab. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Planes im Herbst 2019 waren die Covid-19-Pandemie und ihre weitreichenden Auswirkungen noch nicht absehbar.

Es zeigte sich im Wirtschaftsjahr 2020, dass die Planansätze bei den Umsatzerlösen bei weitem nicht erreicht werden konnten. Dementsprechend fiel auch ein geringerer Materialaufwand als geplant an. Beim Personalaufwand und bei den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen konnten die Planzahlen jedoch weitgehend eingehalten werden. Es bewahrheitete sich im Laufe des Jahres, dass die UNT in hohem Maße auf die Souvenirverkäufe in der Tourist-Information, auf die Zimmervermittlung bei Kongressen und

Großveranstaltungen, auf die Vermittlung von Stadtführungen und Bausteinangeboten an Gruppen oder auf Partnerbeiträge aus Hotellerie, Gastronomie, Handel, Kultur und Freizeit bei der Realisierung ihrer Werbemedien angewiesen ist. Das Ausbleiben von Gästen und Veranstaltungen und die zeitweise Schließung sämtlicher Partnerbetriebe sorgten für sehr große wirtschaftliche Schwierigkeiten in der Tourismusbranche.

Auf der Ausgabenseite stellte sich im Laufe des Jahres heraus, dass im Zuge bestehender Kooperationen immer weitere Lizenzen und weitere Software-Dienstleistung im Bereich Online-Buchbarkeit und verbesserter Gästeservice erforderlich wurden, um digital gut aufgestellt zu sein und konkurrenzfähig zu bleiben. Der Druck auf eine stärkere Digitalisierung hat sich pandemiebedingt verstärkt und beschleunigt.

Die Finanzlage der Gesellschaft war zum Stichtag davon geprägt, dass die Liquidität nicht ausreichte und ein Kassenkredit in Anspruch genommen werden musste.

Die Vermögenslage war davon gekennzeichnet, dass die Bilanzsumme nach dem letztjährigen Rückgang wieder um mehr als 116.000 EUR zunahm.

C. Zweigniederlassungen

Die Geschäftsstelle der UNT betreibt als Zweigstelle und als zentrale Anlaufstelle für Besucher eine Tourist-Information, die sich in angemieteten Räumen im Stadthaus auf dem Ulmer Münsterplatz befindet.

D. Prognosebericht

Nachdem die Tourismusbranche zur Zeit der Erstellung dieses Lageberichts immer noch zur Untätigkeit verurteilt ist, fällt eine Prognose für 2021 sehr schwer. Es dürfte gelingen, die Zahlen des Wirtschaftsplanes 2021 bezüglich der Umsatzerlöse zu erreichen, wenn eine Öffnung sämtlicher Wirtschaftsbereiche spätestens ab Juni wieder möglich sein wird. Damit könnten die Kennzahlen inklusive der finanziellen Leistungsindikatoren etwas besser ausfallen als 2020, da mit keiner weiteren Pandemiewelle im Herbst/Winter zu rechnen ist wie im Vorjahr. Es steht aufgrund von Sondermitteln des Landes ein deutlich höheres Marketingbudget als in den Vorjahren zur Verfügung, um die Nachfrage wieder in Schwung zu bringen. Gleichzeitig hat die UNT bereits im letzten Jahr damit begonnen, neue Angebote in den Bereichen Aktiv (Wandern, Radfahren, Aktivitäten auf der Donau) zu kreieren und sich gemeinsam mit den Hotelpartnern um weitere Vertriebswege bemüht. Die UNT rechnet also erst ab dem zweiten Halbjahr 2021 mit einer spürbaren Erholung des privaten Reiseverkehrs aus dem Inland und aus den Nachbarländern Schweiz und Österreich. Der Übernachtungstourismus aus den anderen Auslandsmärkten und im Kongress- und Tagungsbereich dürfte frühestens ab 2022 eine schrittweise Erholung erfahren. Es ist zu

erwarten, dass ab Herbst 2021 die Mehrheit der europäischen Bevölkerung geimpft ist und ein unbeschwerteres Reisen wieder möglich sein wird.

Der Zuschussbedarf dürfte aus heutiger Sicht inklusive des Sonderfaktors Tourismusfonds - hier ist eine Halbierung der Mittel- angedacht bei etwa 1.210.000 EUR liegen und damit im Rahmen des Wirtschaftsplanes bleiben. Die Sondermittel für den Deutsche Donau Tourismus e.V. (früher ARGE) sollen nicht mehr über die UNT, sondern direkt von beiden Städten an den e.V. abfließen. Die Einsparungen beim Personalaufwand durch den Bezug von Kurzarbeitergeld von Januar bis voraussichtlich Mai könnten diese Prognose begünstigen und die Finanzierung einiger Restart-Maßnahmen vor Ort möglich machen.

Bei den nichtfinanziellen Leistungsindikatoren wird eine Entwicklung auf Vorjahresniveau erwartet.

E. Chancen- und Risikobericht

1. Chancenbericht

Es gilt in diesem Wirtschaftsjahr, die Chancen zu nutzen, wenn Inlandsreisen im Laufe des Jahres wieder möglich sein sollten, um von einem zu erwartenden Boom und Nachholeffekt zu profitieren. Dies kann aber nur gelingen, wenn möglichst viele Leistungsträger und Anbieter aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Freizeit und Handel wirtschaftlich überlebt haben und wieder eine positive Stimmung für Reisen und Konsumnachfrage vorhanden ist.

2021/22 sollen zwei neue Hotelobjekte von bekannten Hotelketten an den Start gehen, was mit Sicherheit für einen Neugiereffekt und zusätzliche Vertriebschancen sorgen wird. Die UNT hat sich digitaler aufgestellt und hofft mit ihrem Online-Shop und den online buchbaren Stadtführungen auf zusätzliche Umsätze. Ab Sommer 2021 wird die UNT mit dem Angebot ihrer täglichen Stadtführungen auch Partner der „AlbCard“ des Schwäbische Alb Tourismusverbandes, bei der 150 Übernachtungsbetriebe, 140 Erlebnispartner und alle sieben Verkehrsverbände im Verbandsgebiet mitwirken. Weitere Kooperationen mit Plattformen wie „get your guide“ und „Trivago“ sind ebenfalls in Vorbereitung und dürften die Sichtbarkeit Ulm/Neu-Ulms als attraktives Städtereiseziel weiter steigern.

Unter der Voraussetzung eines Wiederauflebens des Tourismus und dem Wegfall der Corona-Beschränkungen könnten sich folgende Faktoren weiterhin positiv auf die Geschäftstätigkeit der UNT auswirken:

- Wiederaufnahme des Trends zu mehr Urlaub und Freizeit im eigenen Land und Ausbau der Marketingkooperationen mit anderen Städten und der Region, insbesondere zum Thema Donau, nachhaltige Mobilität, UNESCO-Label „Höhlen und Eiszeitkunst auf der Schwäbischen Alb
- Etablierung eines „Convention Bureaus“ unter Beteiligung der lokalen Messe-, Kongress- und Tagungswirtschaft, um aktiv Veranstaltungsakquise für Ulm/Neu-Ulm zu betreiben

- Die Anzahl der ADFC-klassifizierten Fernradwege, die durch Ulm/Neu-Ulm führen, wird von fünf auf sechs steigen, womit der positive Trend im Fahrradtourismus weiter verstärkt werden kann

Wenn der Tourismus von der Stadtgesellschaft als effiziente Form der Wirtschaftsförderung erkannt wird, benötigt er auch eine entsprechend auskömmliche finanzielle Ausstattung, denn damit kommen auch Handel, Hotellerie und Gastronomie, Freizeit und Kultur nach Zeiten des Lockdown wieder ins Laufen. Neben dem ökonomischen Wert leistet der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm auch einen großen Beitrag für die Lebens- und Erlebnisqualität für BürgerInnen und trägt bei zur Lebendigkeit der Stadt und Attraktivität des Wirtschafts- und Arbeitsraumes. Es besteht die Chance, dass die Arbeit der UNT nicht nur wie bisher an Quantität (z.B. Übernachtungszahlen), sondern auch an Qualität gemessen wird.

2. Risikobericht

Die Risiken in diesem Jahr sind immer noch sehr hoch, denn ohne Feste, Großveranstaltungen, Kongresse und Tagungen und Messen werden auch 2021 deutlich weniger Tagestouristen und Übernachtungsgäste nach Ulm/Neu-Ulm kommen als in früheren Jahren. Falls Hotellerie und Gastronomie, Kulturangebote, Stadtführungen und Freizeitaktivitäten vor Ort erst wieder am Start sein können, wenn aufgrund der Impfungen voraussichtlich bis Herbst 2021 eine Herdenimmunität erreicht sein wird, dürfte es für einige Anbieter zu spät sein. Es ist auch in Ulm/Neu-Ulm mit etlichen Insolvenzen im Handel und in der Hotellerie/Gastronomie zu rechnen. Auch das freie Kulturangebot, das ebenfalls Bestandteil eines attraktiven Stadterlebnisses ist, könnte schrumpfen.

In Zeiten der Corona-Pandemie mit wohl länger anhaltenden Abstandsregelungen in der Öffentlichkeit ist zu befürchten, dass Stadtführungen wie bisher nicht mehr oder nur noch in kleinen Gruppen gefragt sein und angeboten werden dürfen. Dies ist mit einer erheblichen Gewinnschmälerung für die UNT in diesem Bereich verbunden. Viele Reisebusunternehmen, die bisher mit Gruppen nach Ulm zur Stadtführung kamen oder einen längeren Aufenthalt reserviert hatten, werden vom Markt verschwinden und darunter dürfte auch künftig die Nachfrage leiden. Insbesondere Reisen aus dem Ausland nach Deutschland werden frühestens Ende des Jahres 2021 wieder möglich sein, so dass der Incoming-Tourismus nach Ulm/Neu-Ulm für 2021 nahezu komplett nicht stattfinden wird. Nur mit einer gegebenenfalls steigenden Nachfrage aus dem Inland lässt sich dieser Effekt mit Sicherheit nicht kompensieren.

Die Global Business Travel Association (GBTA) prognostiziert, dass die Zahl der Dienstreisen erst Anfang 2025 wieder auf demselben Niveau sein wird wie vor der Corona-Krise. Vom Zeithorizont ähnlich dürfte es sich beim Incoming aus Überseemärkten nach Deutschland verhalten. Ob der Markt an Kongressen, Tagungen und Dienstreisen sich wieder komplett erholen wird, ist fraglich, denn die Zahl der Flugverbindungen ist geschrumpft, und viele Firmen und Verbände haben sich alleine schon aus Kostengründen und Zeitersparnis an Videokonferenzen und hybride Formate gewöhnt.

Im kurzfristigen Bereich finanziert sich die Gesellschaft überwiegend mittels Lieferantenkrediten und über Kassenkredite der Gesellschafter. Skonti werden regelmäßig in Anspruch genommen, um die Liquidität der Gesellschaft zu gewährleisten.

Beim Management der Finanzpositionen verfolgt das Unternehmen eine konservative Risikopolitik. Ziel des Finanz- und Risikomanagements der Gesellschaft ist die Sicherung des Unternehmenserfolgs gegen finanzielle Risiken jeglicher Art.

Potenzielle Währungsrisiken, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft beeinflussen könnten, bestehen nicht.

3. Gesamtaussage

Grundlegende bestandsgefährdende Risiken gibt es als rein kommunale GmbH zwar noch nicht, aber es zeichnet sich vor dem schwer abzuschätzenden Hintergrund ab, dass sich die Tourismuslandschaft in den nächsten Monaten und Jahren komplett verändern dürfte und es damit bereits ab 2021 auch zu Strukturveränderungen und anderen Geschäftsmodellen bei der UNT kommen könnte.

Grundsätzlich gilt die Feststellung: Die UNT bleibt in hohem Maße finanziell von ihren beiden kommunalen Gesellschaftern abhängig. Diese Abhängigkeit dürfte in den nächsten Jahren in verstärktem Maße bestehen, weil der Tourismussektor und damit auch die UNT von den Auswirkungen der weltweiten Corona-Pandemie besonders stark beeinträchtigt wurden. Der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm hat sich bis einschließlich 2019 in absoluten Zahlen zu einem immer bedeutsameren Wirtschaftsfaktor entwickelt und somit von Jahr zu Jahr mehr zum lokalen Volkseinkommen beitragen können. Deshalb handelt es sich bei den Zuschüssen der Städte Ulm und Neu-Ulm nicht um eine reine Verlustabdeckung, sondern um eine Investition in die Ankurbelung des lokalen Wirtschaftskreislaufes und in die Steigerung des Bekanntheitsgrades und des positiven Images von Ulm/Neu-Ulm.

Ulm, 04.05.2021



Wolfgang Dieterich
Geschäftsführer

**Bilanz zum 31.12.2020
der
Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH**

AKTIVA

PASSIVA

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro		Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
A. Anlagevermögen				A. Eigenkapital			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				I. Gezeichnetes Kapital		26.000,00	26.000,00
1. EDV-Software		5.350,45	10.626,17	II. Kapitalrücklage		60.000,00	60.000,00
II. Sachanlagen				III. Jahresüberschuss		0,00	0,00
1. Bauten auf fremden Grundstücken	21.443,91		24.395,48	B. Rückstellungen			
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>51.191,92</u>		<u>37.853,00</u>	1. Sonstige Rückstellungen		45.481,96	62.661,53
		72.635,83	62.248,48	C. Verbindlichkeiten			
B. Umlaufvermögen				1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	98.734,98		96.379,94
I. Vorräte				2. Sonstige Verbindlichkeiten	<u>259.674,13</u>		<u>128.226,32</u>
1. Fertige Erzeugnisse und Waren		45.712,17	31.703,28			358.409,11	224.606,26
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				D. Rechnungsabgrenzungsposten		610,40	1.127,06
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	11.365,84		30.378,13				
2. Sonstige Vermögensgegenstände	<u>225.841,99</u>		<u>208.267,17</u>				
		237.207,83	238.645,30				
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		129.417,88	31.036,62				
C. Rechnungsabgrenzungsposten		177,31	135,00				
		490.501,47	374.394,85			490.501,47	374.394,85

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 01.01.2020 bis 31.12.2020
der
Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
1. Umsatzerlöse		254.932,93	645.460,60
2. Sonstige betriebliche Erträge		44.905,58	48.218,27
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	63.604,73		121.928,81
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>89.958,02</u>		<u>247.612,00</u>
		153.562,75	369.540,81
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	745.808,65		700.885,49
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>202.268,75</u>		<u>194.460,74</u>
		948.077,40	895.346,23
- davon für Altersversorgung Euro 59.659,34 (Euro 55.050,70)			
5. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	33.661,89		34.422,67
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der Kapitalgesellschaft üblichen Abschreibungen überschreiten	<u>0,00</u>		<u>2.546,10</u>
		33.661,89	36.968,77
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		508.088,79	625.376,50
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>340,06</u>	<u>293,27</u>
8. Ergebnis nach Steuern		1.343.892,38-	1.233.846,71-
9. Sonstige Steuern		0,00	1,01
10. Erträge aus Verlustübernahme		1.343.892,38	1.233.847,72
		<u> </u>	<u> </u>
11. Jahresüberschuss		<u>0,00</u>	<u>0,00</u>