

# **Lagebericht 2021**

## **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. Der Aufgabenbereich verlagert sich immer mehr vom Marketing hin zum Management der Tourismusdestination Ulm/Neu-Ulm.

### **B. Wirtschaftsbericht**

#### **1. Gesamtwirtschaftliche, branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Laut ifo-Institut zeigte sich die deutsche Wirtschaft zu Beginn des Jahres beim Geschäftsklima trotz Lockdown robust und zuversichtlich. Bis Mitte 2021 sah es so aus, als könnte die Wirtschaft die Coronakrise abschütteln. Lieferengpässe bei Rohstoffen und Vorprodukten sowie steigende Infektionsraten bremsten dann allerdings die deutsche Konjunktur und sorgten für pessimistischere Ausblicke.

2021 war durch einen langandauernden Stillstand im Tourismusgewerbe charakterisiert, der seit November 2020 bis Mai 2021 fort dauerte und mit Kurzarbeit und Ausfallzahlungen einherging. Keine andere Branche war so stark von den Lockdown-Maßnahmen betroffen wie der Tourismus und dessen artverwandte Branchen wie die Kultur und die Veranstaltungswirtschaft. In den Sommermonaten konnten sich die Übernachtungszahlen im Deutschlandtourismus wieder etwas erholen, so dass wenigstens das Ergebnis des ersten und vorhergehenden Pandemie-Jahres 2020 wieder erreicht oder sogar leicht übertroffen werden konnte. Es zeigte sich jedoch, dass viele Hotel- und Gastronomiebetriebe ihr

Personal nicht halten konnten, wodurch es zu reduzierten Serviceangeboten und Öffnungszeiten, teils auch zu Betriebsaufgaben kam. Berechnungen der Tourismusberatung dwif zufolge belief sich der Umsatzausfall in den Destinationen in Deutschland für den Zeitraum Januar bis Juni 2021 auf 50 Mrd. Euro. Nach einer dwif-Umfrage im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer Ende August 2021 sah sich noch jede fünfte Freizeiteinrichtung in ihrer Existenz bedroht. 6 von 10 Einrichtungen hatten Probleme, die im Rahmen der Öffnungsschritte notwendigen MitarbeiterInnen zu finden. Somit schlägt der Arbeitskräftemangel auch voll auf die Freizeitwirtschaft durch, nicht nur auf die Hotellerie und Gastronomie. Das Jahr 2021 brachte dem Deutschlandtourismus zwar wieder ein leichtes Übernachtungsplus von 2,7% im Vergleich zum Vorjahr, lag aber immer noch um 37,4% unter dem Vorkrisenjahr 2019. Die Gästenachfrage aus dem Ausland, insbesondere Übersee, war nach wie vor deutlich geringer als vor 2020, jedoch waren Zuwächse aus den europäischen Nachbarländern und aus den USA zu beobachten. Aus Asien, Ozeanien und den arabischen Ländern gab es praktisch keine Reisetätigkeit nach Europa. Wie im Vorjahr war in den Sommermonaten eine hohe 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 fand 2021 so gut wie nicht statt, ebenso wenig der Bustourismus mit seinem Gruppengeschäft. Fast sämtliche publikumsträchtigen Großveranstaltungen mussten wieder abgesagt oder verlegt werden.

Nachfrageseitig gab es 2021 einige wenige positive Faktoren:

- Überproportionale Zunahme des Anteils der Inlandsgäste
- Weiterhin steigender Fahrradtourismus laut ADFC-Radreiseanalyse

Die Tourismusbranche zeigte sich im Bereich Digitalisierung flexibel und stellte auf neue kontaktarme Prozesse und online buchbare Leistungen um. Durch eine allerorten großzügigere Gestattung von Außengastronomie präsentierten sich viele Innenstädte in den Sommermonaten mit mehr Freizeitcharakter und Flair als in früheren Jahren. Ein weiterer positiver Effekt in einem ansonsten erneut desaströsen Jahr für die Tourismusindustrie.

## **2. Geschäftsverlauf und Lage**

Der Tourismus in Ulm/Neu-Ulm bewegte sich statistisch gesehen auf dem Niveau des Jahres 2011: das Tourismusjahr 2021 wies mit einem Plus von 19,9% bei den Übernachtungen das höchste Plus aller vergleichbaren Städte in Süddeutschland auf. Dennoch lagen die 594.249 registrierten Übernachtungen bei lediglich 61,4% des bisherigen Rekordjahres 2019. Die Bettenauslastungsquote, die 2019 noch bei 47,4% gelegen hatte, kletterte im Vorjahresvergleich von 27,5% auf 30,1%. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Jahresdurchschnitt wieder 66 von vormals 69 meldepflichtigen Betrieben geöffnet hatten. Die UNT blieb im Jahr 2021 von einem starken Umsatzrückgang nicht verschont und konnte nur

60% ihrer vorgesehenen Einnahmen realisieren. Sämtliche Geschäftsbereiche der UNT mit einer leichten Ausnahme beim Souvenirverkauf blieben aufgrund der Reiseverbote und Schließungen während der Covid-19-Pandemie deutlich unter den Erwartungen. Somit konnte die UNT aus eigener Kraft erneut viel weniger als in früheren Jahren zu ihrer Refinanzierung beitragen. Aufgrund ihres Geschäftsmodells ist die UNT auf eine Refinanzierung ihrer Tätigkeit durch Einnahmen aus Souvenirverkauf, Stadtführungen, Zimmervermittlungen und Werbekostenzuschüsse der lokalen Anbieter angewiesen, was in den letzten beiden Krisenjahren 2020 und 2021 jedoch nur sehr eingeschränkt möglich war. Die fehlenden Großveranstaltungen, der ausgebliebene Bus- und Gruppentourismus, die Verunsicherung potenzieller Gäste durch ständig wechselnde Corona-Regeln und der abgebrochene Ulmer Weihnachtsmarkt samt geringer Reisetätigkeit in der Adventszeit trugen maßgeblich zu einem schwierigen Wirtschaftsjahr bei.

Nur aufgrund der Einführung von 50% Kurzarbeit von Dezember 2020 bis Mai 2021, für einige Mitarbeiterinnen sogar bis in den Juli hinein, und Lohn- und Gehaltseinbußen von 5 bis 10 % in dieser Zeit konnte das wirtschaftliche Ergebnis der UNT positiv beeinflusst werden. Von der Agentur für Arbeit erhielt die UNT rund 93.000 EUR an Kurzarbeitergeld und Sozialversicherungsbeiträgen erstattet.

Besondere Ereignisse für die UNT im Geschäftsjahr 2021: Abgesehen von der monatelangen Kurzarbeitsphase und der technischen Ausstattung einiger Homeoffice-Arbeitsplätze, waren für die UNT Marketingkampagnen mit Unterstützung aus Fördermitteln des Landes Baden-Württemberg in bisher nicht gekanntem Maßstab möglich.

#### **a) Ertragslage**

Die Umsatzerlöse (ohne Erlöse aus Kostenbeteiligung des Deutsche Donau Tourismus e. V.) liegen um rund 160.000 EUR unter dem vorsichtigerweise bereits reduzierten Planansatz. Bei den Warenverkäufen verlief das Geschäftsjahr etwas weniger negativ als bei den Stadtführungen: der Umsatz lag um 35.000 EUR unter dem Planansatz und mit 120.000 EUR immerhin bei fast 77% des erwarteten Werts. Zieht man noch den Aufwand für bezogene Waren heran, so ist der Deckungsbeitrag bei den Warenverkäufen um 9.000 EUR unter dem erwarteten Ergebnis geblieben. Die Stadtführungen für Gruppen, und somit auch die Vermittlungsprovisionen der UNT, waren auch im Jahr 2021 auf einem niedrigen Niveau. Die Zahl der Gruppenführungen nahm zwar von 591 auf 776 zu, lag aber damit deutlich unter dem Wert von 3.369 Gruppenführungen im Jahr 2019. Dies trug maßgeblich dazu bei, dass die Einnahmen aus Veranstaltungen nur 70.300 EUR statt der erwarteten 156.000 EUR betragen, also nur 45% des Planansatzes. Pandemiebedingt hielt die UNT die Gruppengröße bei allen Stadtführungen sehr gering, so dass die Deckungsbeiträge sämtlicher Führungsarten mit Ausnahme der sonstigen Führungen negativ ausfielen. Das heißt, die von der UNT an die GästeführerInnen abgeführten Honorare waren bei den Individualführungen höher als die Einnahmen.

Auch die Provisionen aus Zimmervermittlung (- 10.600 EUR) blieben auf der Einnahmenseite deutlich unter den Erwartungen des Wirtschaftsplans und auch um 3.400 EUR unter dem Vorjahresergebnis. Die Erlöse aus Prospekten, Anzeigen und Gemeinschaftswerbung

blieben im Rahmen der geringeren Erwartungen, während bei den sonstigen Erlösen und beim sonstigen Aufwand unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen berücksichtigt werden muss, dass das geplante Fischerstechen mit dem Vorverkauf über die Tourist-Information 2021 nicht stattfinden konnte.

Beim Materialaufwand erreichte der Aufwand für bezogene Waren mit 75.933 EUR nur etwa 75% des erwarteten Wertes im Planansatz (102.000 EUR), was mit dem prozentualen Ergebnis der Erlöse aus Warenverkäufen korrespondiert. Die Bestandsveränderung fiel mit einer Vermehrung um 641 EUR zum Stichtag der Inventur nur gering aus. Bei den Aufwendungen für bezogene Leistungen, worunter insbesondere die Honorare für die GästeführerInnen und die historischen Straßenbahnfahrten der SWU Verkehr fallen, konnten aufgrund der geringen Anzahl an stattgefundenen Führungen mehr als 40.000 EUR eingespart werden. Beim Tagungspool Ulm/Neu-Ulm konnten weitere Rückstellungen gebildet werden, da Ausgaben für größere Marketingmaßnahmen nicht für sinnvoll erachtet wurden. Dafür gab es bei der Gemeinschaftswerbung mit den beiden benachbarten Landkreisen um 1.000 EUR höhere Ausgaben, da gemeinsame Prospekte und Werbeaktionen finanziert werden mussten.

Beim Personalaufwand ergeben sich Einsparungen in Höhe von 37 T€ im Vergleich zum Wirtschaftsplan und 98 T€ im Vergleich zum Vorjahr. Unter Berücksichtigung der von der Bundesagentur für Arbeit aufgrund von Kurzarbeit erstatteten Sozialversicherungsbeiträge (ausgewiesen als sonstiger betrieblicher Ertrag) erhöhen sich die Einsparungen nochmals um 39 T€.

Die Einsparungen beruhen im Wesentlichen auf geringere Gehaltszahlungen aufgrund von Kurzarbeit und die entsprechenden Erstattungen der Bundesagentur für Arbeit.

Die Abschreibungen entsprachen mit 36 TEUR nahezu dem Planansatz und lagen damit um rund 2.000 EUR über dem Vorjahreswert.

Merkliche negative Abweichungen vom Planansatz gab es 2021 bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in den Bereichen Marketing (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Online-Marketing), bei den Repräsentations- und Bewirtungskosten, bei den eigenen Prospekten und bei den Mitgliedsbeiträgen für Tourismusverbände. Die Mehrausgaben im Marketing in Höhe von 25.500 EUR konnten aus den nicht benötigten Mitteln der beiden Städte für den Tourismusfonds abgedeckt werden. Im Juli 2021 waren die KollegInnen der anderen Städtekreise in Baden-Württemberg und der TMBW an zwei Tagen zu Gast in Ulm, wodurch sich der Aufwand für Repräsentation und Bewirtung erhöhte. Da die UNT 2021 weniger Prospekte produzierte, konnten Einsparungen erzielt werden. Die Mitgliedschaften in Tourismusverbänden gingen im Vergleich zum Vorjahr zurück. Die Sach- und Verwaltungskosten lagen aufgrund der reduzierten Geschäftstätigkeit unter dem Vorjahr. Insgesamt hat sich der sonstige betriebliche Aufwand im Vergleich zum Vorjahr um 51 TEUR reduziert.

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

Kennzahl	Kennzahlenentwicklung
Eigenkapitalquote	= 31% (2020: 18%, 2019: 23%)
Quote Anlagevermögen	= 29% (2020: 16%, 2019: 20%)
Summe Umsatzerlöse	= 312.223 EUR (2020: 254.933 EUR, 2019: 645.461 EUR)
Summe Aufwendungen	= 1.502.357 EUR (2020: 1.643.731 EUR, 2019: 1.927.527 EUR)
Verlustausgleich Ulm	= 857.464 EUR (2020: 1.007.919 EUR, 2019: 925.386 EUR)
Verlustausgleich Neu-Ulm	= 285.821 EUR (2020: 335.973 EUR, 2019: 308.462 EUR)

Die Kennzahlen für 2021 unterscheiden sich teils deutlich von den beiden Vorjahren. Der Zuschuss beider Städte ist trotz der ausgebliebenen Umsatzerlöse zurückgegangen, weil der Personalaufwand und auch die Gesamtaufwendungen geringer waren als zuvor.

Insgesamt wurde in 2021 ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von -1.143.285,51 EUR erzielt, sodass eine positive Abweichung vom Wirtschaftsplan in Höhe von 106.714,49 EUR vorlag.

G.u.V.-Posten	Ergebnis 2021		Plan 2021		Veränderung
	TEUR	%	TEUR	%	TEUR
Umsatzerlöse	312,2	100,0	400,0	100,0	- 87,8
<b>Gesamtleistung</b>	<b>312,2</b>	<b>100,0</b>	<b>400,0</b>	<b>100,0</b>	<b>- 87,8</b>
Sonstige Erträge	46,8	15,0	0,0	0,0	+ 46,8
Materialaufwand	159,0	50,9	225,0	56,2	- 66,0
<b>Rohergebnis</b>	<b>200,0</b>	<b>64,1</b>	<b>175,0</b>	<b>43,8</b>	<b>+ 25,0</b>
Personalaufwand	928,4	297,4	965,0	241,3	- 36,6
Abschreibungen AV	35,8	11,5	36,0	9,0	- 0,2
Sonstiger betriebl. Aufwand	378,9	121,4	425,0	106,3	- 46,1
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>- 1.143,1</b>	<b>366,1</b>	<b>- 1.251,0</b>	<b>312,8</b>	<b>+ 107,9</b>
Sonstige Zinsen/Erträge	0,0	0,0	1,0	0,1	- 1,0
Zinsen/ähnliche Aufwendungen	0,2	0,1	0,0	0,0	+ 0,2
<b>Finanzergebnis</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>1,0</b>	<b>0,3</b>	<b>- 0,8</b>
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>- 1.143,3</b>	<b>366,2</b>	<b>- 1.250,0</b>	<b>312,5</b>	<b>+ 106,7</b>
<b>Erträge aus Verlustübernahme</b>	<b>1.143,3</b>	<b>366,2</b>	<b>1.250,0</b>	<b>312,5</b>	<b>- 106,7</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>+ 0,0</b>

## 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 18% der Bilanzsumme. Sämtliche Verbindlichkeiten können stets innerhalb der Zahlungsziele beglichen werden.

Die Investitionstätigkeit konzentrierte sich im Geschäftsjahr 2021 auf Ersatzbeschaffungen bei der EDV-Ausstattung und neue Hardware für Homeoffice-Arbeitsplätze, die Anschaffung eines Lastenrades als mobile Tourist-Information sowie die Teilzahlung für die Erarbeitung einer „Lauschtour“ (Erlebnisführung per App) in Neu-Ulm, die erst 2022 umgesetzt wird.

Die Liquidität der Gesellschaft konnte in diesem Jahr bis zum Jahresende gewährleistet sein.

### **c) Vermögenslage**

Beim Vermögensplan 2021 gab es mit investiven Ausgaben in Höhe von 34.400 EUR eine negative Abweichung um 6.400 EUR vom Wirtschaftsplan. Dies lag insbesondere an den Kostenabweichungen für die Beschaffung des Lastenrades und für die Teilzahlung der „Lauschtour“ durch Neu-Ulm. Außerdem wurde mehr für Ersatz- und Neubeschaffungen von Hardware ausgegeben als geplant.

Die Struktur des kurz- und langfristig gebundenen Vermögens und der Verbindlichkeiten bei der UNT hat sich etwas verschoben: das Anlagevermögen ist zwar nur um 804 EUR gestiegen, jedoch der Anteil an der Bilanzsumme von 15,9% auf 28,8% gewachsen. Dafür ist das Umlaufvermögen in einem noch stärkeren Maße zurückgegangen, da es keine kreditbedingt hohe Liquidität wie im Vorjahr gab. Die Bilanzsumme reduzierte sich insgesamt um 216.507 EUR auf nunmehr 273.994 EUR.

Bei den Passiva erhöhten sich die Rückstellungen um 7.450 EUR, da Urlaubsrückstellungen gebildet wurden und die Rückstellungen für den Tagungspool und für den Jahresabschluss anstiegen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen halbierten sich beinahe von 98.734 EUR auf 50.054 EUR, während aufgrund der hohen Kreditaufnahme im Vorjahr die sonstigen Verbindlichkeiten deutlich um 177.405 EUR zurückgingen.

Bilanz-Posten	31.12.2021		31.12.2020		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
<b>AKTIVA</b>					
Immaterielle VG	9,5	3,5	5,4	1,1	+ 4,1
Grundstücke/Bauten	16,8	6,1	21,4	4,4	- 4,6
Betriebs- und Geschäftsausstattung	52,5	19,2	51,2	10,4	+ 1,3
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>78,8</b>	<b>28,8</b>	<b>78,0</b>	<b>15,9</b>	<b>+ 0,8</b>
Vorräte, Waren	46,4	16,9	45,7	9,3	+ 0,7
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	18,2	6,7	11,4	2,3	+ 6,8
Sonst. Verm.gegenstände	17,9	6,5	225,8	46,0	- 207,9
Liquide Mittel	112,7	41,1	129,4	26,4	- 16,7
Aktive RAP	0,0	0,0	0,2	0,1	- 0,2
<b>Mittel-/kurzfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>195,2</b>	<b>71,2</b>	<b>412,5</b>	<b>84,1</b>	<b>- 217,3</b>
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>274,0</b>	<b>100,0</b>	<b>490,5</b>	<b>100,0</b>	<b>- 216,5</b>

Bilanz-Posten	31.12.2021		31.12.2020		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
<b>PASSIVA</b>					
Gezeichnetes Kapital	26,0	9,5	26,0	5,3	+ 0,0
Kapitalrücklage	60,0	21,9	60,0	12,2	+ 0,0
Jahresüberschuss	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
<b>Langfristig verfügbares Kapital</b>	<b>86,0</b>	<b>31,4</b>	<b>86,0</b>	<b>17,5</b>	<b>+ 0,0</b>
Sonstige Rückstellungen	52,9	19,3	45,5	9,3	+ 7,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	50,1	18,3	98,7	20,1	- 48,6
Sonstige Verbindlich- keiten	82,3	30,0	259,7	53,0	- 177,4
Rechnungsabgrenzungs- posten	2,7	1,0	0,6	0,1	+ 2,1
<b>Mittel-/kurzfristig verfügbares Kapital</b>	<b>188,0</b>	<b>68,6</b>	<b>404,5</b>	<b>82,5</b>	<b>- 216,5</b>
<b>Gesamtkapital</b>	<b>274,0</b>	<b>100,0</b>	<b>490,5</b>	<b>100,0</b>	<b>- 216,5</b>

### 3. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die Prognose des letzten Jahres für 2021 mit Einnahmerückgängen um rund 40% im Vergleich zu 2019 bewahrheitete sich zwar von der negativen Tendenz her, fiel jedoch mit mehr als 60% Rückgang im Ergebnis noch deutlich schlechter aus als gedacht. Die Einnahmen lagen ohne Sonderfaktoren sogar noch um 15.000 EUR unter dem schwachen Vorjahr. Die Tourismusaktivitäten im Jahr 2021 mussten von Januar bis Mai erneut reduziert werden, so dass die komplette UNT-Belegschaft in eine 50%-ige Kurzarbeit geschickt wurde. Mit etwas reduzierter Kurzarbeit ging es bis Juli weiter. Aufgrund einer weiteren Pandemie-Welle musste der Tourismusbetrieb ab November erneut heruntergefahren werden, aber die Anmeldung von Kurzarbeit war nicht mehr erforderlich. Der Zuschussbedarf für 2021 lag mit 1.143.286 EUR um 106.714 EUR unter der prognostizierten Zahl von 1.250.000 EUR, weil beim Personalaufwand erheblich eingespart werden konnte.

Für die interne Unternehmenssteuerung wurden in den vergangenen Jahren die Kennzahlen Deckungsbeitrag Warenverkäufe, Deckungsbeitrag Stadtführungen und Einnahmen aus der Zimmervermittlungsprovision herangezogen. Im Jahr 2021 sind diese Kennzahlen wie bereits im Vorjahr 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 2021 auf 44.095 EUR (Vorjahr: 50.197 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 GästeführerInnen). Dieser finanzielle Leistungsindikator liegt 2021 bei lediglich 7.204 EUR (Vorjahr: 13.028 EUR) und damit auch erheblich unter sämtlichen Vorjahren. Aufgrund der geringen Gruppengrößen, die wegen der Hygienevorschriften bei den Stadtführungen nur möglich waren, rechneten sich die meisten Führungen für die UNT nicht. Die Führungen sollten wieder stattfinden, um damit ein positives Signal zu setzen und die GästeführerInnen wieder ins Geschäft kommen zu lassen.

Die Einnahmen aus Zimmervermittlungsprovision erreichten 2021 mit 3.427 EUR einen erneuten Tiefststand, nachdem bereits 2020 mit 6.837 EUR der bisher schwächste Wert aller Jahre erzielt worden war. Die UNT konnte im vergangenen Jahr so gut wie keine Vermittlungstätigkeit für Kongresse und Tagungen übernehmen, weil Veranstaltungen nicht möglich waren.

Als nichtfinanziellen Leistungsindikator zieht die UNT die Anzahl der Internet-Besucher auf der Homepage [www.tourismus.ulm.de](http://www.tourismus.ulm.de) heran. Die monatlichen Nutzerzahlen der deutschsprachigen Website stieg deutlich von 8.078 BesucherInnen auf 16.183 an. Social Media-Kennzahlen gibt es für die wachsende Zahl der Follower oder Abos auf Instagram (von 7.120 auf 8.635), Facebook (von 5.122 auf 5.265) und Twitter (von 2.490 auf 2.697). Bei dieser Entwicklung zeigt sich auch fürs Jahr 2021, 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 (2021 waren es wie im Vorjahr 5) und als weiche Faktoren die geringe Mitarbeiterfluktuation und lange Betriebszugehörigkeit bei der UNT. 2021 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 nach wie vor sehr ausgeprägt.

#### **4. Gesamtaussage**

Das im Geschäftsjahr 2021 erzielte Ergebnis weicht deutlich vom von der Geschäftsleitung für das Jahr 2021 aufgestellten Wirtschaftsplan ab. Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Planes im Herbst 2020 war noch nicht absehbar, wie lange und in welcher Intensität die Covid-19-Pandemie und ihre weitreichenden Auswirkungen andauern würden. Es wurde

beim Erstellen des Planes ein optimistischeres Szenario zugrunde gelegt als es dann tatsächlich eintrat.

Es zeigte sich im Wirtschaftsjahr 2021 erneut wie im Vorjahr, 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 deutlich unterschritten werden, was mit den Sonderfaktoren Kurzarbeit und Verwendung der städtischen Mittel für den Tourismusfonds fürs allgemeine UNT-Marketing erklärt werden kann. Wie bereits im Vorjahr bewahrheitete es sich, 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 in einigen Monaten des Jahres 2021 für sehr große wirtschaftliche Schwierigkeiten in der Tourismusbranche.

Auf der Ausgabenseite konnten die Kosten für bestehende Lizenzen und Software-Dienstleistungen, die im Zuge einer immer stärkeren Digitalisierung erforderlich sind, im Rahmen gehalten werden. Die im Wirtschaftsplan vorgesehenen Mittel beider Städte für den Tourismusfonds in Höhe von 35.000 EUR konnten für Maßnahmen der UNT zum Neustart im Tourismus und damit verbundene Kampagnen verwendet werden. Auch 2021 wurde auf eine Beteiligung der privaten Partner im Tourismusfonds verzichtet, so dass dies möglich war.

Die Finanzlage der Gesellschaft war zum Stichtag davon geprägt, dass die Liquidität ausreichend war. Ein Kassenkredit musste in diesem Jahr nicht in Anspruch genommen werden.

Die Vermögenslage war davon gekennzeichnet, dass die Bilanzsumme nach dem letztjährigen Zuwachs wieder um mehr als 216.507 EUR abnahm.

### **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

Die Tourismusbranche nimmt wieder an Fahrt auf, wenngleich die drohende Rezession in Verbindung mit einer hohen Inflationsrate aufgrund des Krieges in der Ukraine erneut einen dämpfenden Einfluss haben dürfte. Zwar ist das Interesse der Deutschen, ins Ausland zu reisen aufgrund einer COVID-Sonderstudie der ITB Berlin von IPK International deutlich angestiegen. Umgekehrt ist aber auch zu erwarten, dass wieder verstärkt ausländische Gäste nach Deutschland reisen werden. Städte- und Rundreisen stehen wie vor der Pandemie gleich nach Badeurlaub an zweiter Stelle der Beliebtheit, glaubt man der Sonderstudie. Die Beratungsgesellschaft MRP Hotels prognostizierte zu Beginn des Jahres 2022, dass sich die Entwicklung von Ferien- und Stadthotellerie deutlich unterscheiden werde. Eine Rückkehr der Übernachtungszahlen von 2019 sei demnach in der Stadthotellerie frühestens 2024 zu erwarten. Allerdings dürfte sich Ulm/Neu-Ulm als kleinere Großstadt, die zu den B- und C-Standorten gehört, rascher erholen als die größeren A-Standorte mit ihren Flughäfen, großen Messe- und Kongresskapazitäten und großem Bettenangebot.

Es dürfte gelingen, die Zahlen des Wirtschaftsplanes 2022 oder zumindest der Planzahlen von 2021 bezüglich der Umsatzerlöse zu erreichen, wenn ab Ostern eine zu erwartende, verstärkte Reisetätigkeit einsetzen wird. Die Unsicherheiten in der Bevölkerung hinsichtlich der Hygienemaßnahmen werden voraussichtlich in den nächsten Monaten immer weiter abnehmen und für ein unbeschwerteres Reisen sorgen. Die UNT geht aus heutiger Sicht davon aus, dass die attraktiven Veranstaltungen 2022 wie geplant stattfinden können und wieder viele Tages- und Übernachtungsgäste anziehen werden. Neue Hotelkapazitäten kommen in diesem Jahr hinzu und werden das Angebot quantitativ und qualitativ verbessern. Damit könnten die Kennzahlen inkl. der finanziellen Leistungsindikatoren wieder deutlich besser ausfallen als 2021: die Deckungsbeiträge für Warenverkäufe dürften leicht ansteigen, für die Stadtführungen/eigene Veranstaltungen deutlich ansteigen und bei den Zimmervermittlungsprovisionen eher stagnieren, da nur wenige Großveranstaltungen wie Tagungen und Kongresse in diesem Jahr anstehen. Die Übernachtungszahlen werden 2022 voraussichtlich erneut zweistellig wachsen, ebenso die Zahl der Stadtführungen. Der Anteil der Umsätze am Gesamtaufwand der UNT könnten damit auch leicht ansteigen. Ob eine weitere Pandemiewelle im Herbst/Winter kommen wird, ist noch nicht abzusehen.

Bereits im letzten Jahr hat sich gezeigt, dass der Anteil der Freizeittouristen in Ulm/Neu-Ulm deutlich gestiegen ist: im August 2021 übernachteten beispielsweise mehr Gäste in der Zweiländstadt als im August 2019. Die groß angelegten Werbekampagnen seit Frühjahr 2021 haben offenbar gewirkt und werden hoffentlich auch 2022 noch Früchte tragen. Aus dem Inland und aus den Nachbarländern Schweiz, Österreich und Benelux sowie aus Italien dürfte es bereits ab Ostern Steigerungsraten bei den Gästezahlen geben. Der Übernachtungstourismus aus den anderen Auslandsmärkten und im Kongress- und Tagungsbereich dürfte frühestens ab Herbst 2022 eine schrittweise Erholung erfahren.

Der Zuschussbedarf dürfte aus heutiger Sicht inklusive des Sonderfaktors Tourismusfonds bei etwa 1.225.000 EUR liegen und damit im Rahmen des Wirtschaftsplanes bleiben. Allerdings ist mit höheren Nebenkosten für Energie in den angemieteten Büroräumen und mit einer steigenden Miete fürs Stadthaus ab Juli 2022 zu rechnen.

Bei den nichtfinanziellen Leistungsindikatoren wird eine bessere Entwicklung als im Vorjahr 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 am Markt geblieben und leistungsfähig sind und wieder eine positive Stimmung für Reisen und Konsumnachfrage vorhanden ist.

Die UNT hat eine engere Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern vor Ort geplant und will diese verstärkt über ihre Arbeit und Kooperationsmöglichkeiten informieren.

2022 kommen zwei weitere neue Hotelobjekte an den Start, was neue Chancen für einen wachsenden Tourismus bringt. Die UNT hat sich zuletzt digitaler aufgestellt und hofft mit ihrem Online-Shop, ihren neuen Vertriebspartnern und den online buchbaren Stadtführungen auf zusätzliche Umsätze.

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:

- Fortsetzung 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“.
- 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. Hierzu werden momentan im deutschen Städtetourismus Modelle für neue qualitative Kennzahlen entwickelt und diskutiert.

## **2. Risikobericht**

Die Risiken sind auch 2022 immer noch hoch, denn es kann sein, dass ein Teil der Feste, Großveranstaltungen, Kongresse und Tagungen und Messen aufgrund einer weiteren Pandemiewelle ausfallen könnte oder nur mit einer reduzierten Besucherzahl stattfinden darf.

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. Geschäftsreisen und Kongresse/Tagungen könnten langfristig auf niedrigerem Niveau als in den Jahren 2010-2019 verbleiben. Damit könnte die Auslastungsquote in den Hotels auch in den nächsten Jahren auf einem niedrigeren Niveau verharren, da die Zahl der neu gewonnenen Freizeittouristen diese Lücke nicht ganz füllen kann.

Im kurzfristigen Bereich finanziert sich die Gesellschaft überwiegend mittels Lieferantenkrediten und bei zu geringer Liquidität zum Jahresende 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.

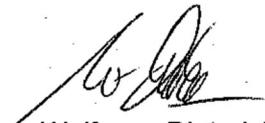
Potenzielle Währungsrisiken, die die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft beeinflussen könnten, bestehen nicht.

## **3. Gesamtaussage**

Grundlegende bestandsgefährdende Risiken gibt es als rein kommunale GmbH nicht, zumal die UNT auch die letzten beiden vor dem Hintergrund der Pandemie schwierigen Wirtschaftsjahre überstanden hat. Veränderte Geschäftsmodelle bei der UNT sind absehbar, da der gesellschaftliche Wandel in punkto Nachhaltigkeit, Konsumverhalten und Digitalisierung Auswirkungen haben dürfte.

Grundsätzlich gilt die Feststellung: Die UNT bleibt weiterhin in hohem Maße finanziell von ihren beiden kommunalen Gesellschaftern abhängig. 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. Ob dieser Stand in den nächsten Jahren wieder erreicht werden kann, ist eher unsicher. Aber es handelt sich bei den Zuschüssen der Städte Ulm und Neu-Ulm nicht nur um eine reine Verlustabdeckung, sondern auch um eine Investition in die Ankurbelung des lokalen Wirtschaftskreislaufes und in die Steigerung des Bekanntheitsgrades und des positiven Images von Ulm/Neu-Ulm.

Ulm, 22.04.2022



Wolfgang Dieterich  
Geschäftsführer

Elektronische Kopie der finalen Fassung

**Bilanz zum 31.12.2021**  
der  
**Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH**

AKTIVA	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro	PASSIVA
<b>A. Anlagevermögen</b>							
I. Immaterielle Vermögensgegenstände							
1. EDV-Software	4.779,00		5.350,45		26.000,00	26.000,00	
2. geleistete Anzahlungen	<u>4.732,66</u>	9.511,66	<u>0,00</u>		60.000,00	60.000,00	
			5.350,45		<u>0,00</u>	0,00	
II. Sachanlagen					86.000,00	86.000,00	
1. Bauten auf fremden Grundstücken	16.775,00		21.443,91				
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>52.503,90</u>	69.278,90	<u>51.191,92</u>		52.932,00	45.481,96	
		<u>78.790,56</u>	<u>77.986,28</u>				
Summe Anlagevermögen							
<b>B. Umlaufvermögen</b>							
I. Vorräte							
1. fertige Erzeugnisse und Waren		46.353,09	45.712,17		50.054,00	98.734,98	
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände					<u>82.268,88</u>	259.674,13	
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18.153,06		11.365,84				
2. sonstige Vermögensgegenstände	<u>17.944,15</u>	36.097,21	<u>225.841,99</u>		132.322,88	358.409,11	
			237.207,83		2.739,43	610,40	
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		112.707,04	129.417,88				
		<u>195.157,34</u>	412.337,88				
Summe Umlaufvermögen		46,41	177,31				
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		<u>273.994,31</u>	<u>490.501,47</u>		<u>273.994,31</u>	<u>490.501,47</u>	
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>							

**Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 01.01.2021 bis 31.12.2021**  
der  
**Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH**

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
1. Umsatzerlöse		312.223,47	254.932,93
2. sonstige betriebliche Erträge		46.847,57	44.905,58
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	75.933,34		63.604,73
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>83.065,71</u>		<u>89.958,02</u>
		158.999,05	153.562,75
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	689.822,37		807.788,63
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	238.620,21		218.909,76
- davon für Altersversorgung Euro 53.700,04 (Euro 64.969,21)			
		928.442,58	1.026.698,39
5. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		35.573,97	33.661,89
6. sonstige betriebliche Aufwendungen		379.136,36	429.467,80
7. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		204,59	340,06
<b>8. Ergebnis nach Steuern</b>		<b>1.143.285,51-</b>	<b>1.343.892,38-</b>
9. Erträge aus Verlustübernahme		1.143.285,51	1.343.892,38
<b>10. Jahresüberschuss</b>		<b><u>0,00</u></b>	<b><u>0,00</u></b>

Elektronische Kopie der finalen Fassung