

Lagebericht 2019

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 2019 bescherte dem Deutschlandtourismus den zehnten Übernachtungsrekord in Folge. Die stetig wachsende Nachfrage, der häufig immobiliengetriebene Boom neuer Hotelansiedlungen in den größeren Städten und Wirtschaftszentren und ein weiterhin expansiver Tagungs- und Kongressmarkt tragen dazu bei. Das positive Image des sicheren Reiseziels Deutschland im Ausland sorgt für jährlich wachsende Gästezahlen insbesondere aus europäischen Ländern und Überseemärkten wie den USA. Auch der Trend zu Kurzreisen im eigenen Land setzte sich fort, was teilweise auch auf das gestiegene touristische Angebot zurückzuführen ist. Beispiele hierfür sind die neue Feriendestination von Center Parcs in Leutkirch im Allgäu oder der Europa-Park in Rust mit erweiterten Hotel- und Freizeitattraktionen. Die klassischen Urlaubsregionen wie Schwarzwald, Allgäu oder Bodensee konnten deshalb im Jahr 2019 wieder etwas aufholen und sich Marktanteile von den urbanen Räumen zurückerobern. Von folgenden zu beobachtenden Nachfragetrends kann auch Ulm/Neu-Ulm zunehmend profitieren:

- Anteil der erdgebundenen Urlaubsreisen nimmt zu Lasten des Flugverkehrs zu
- Steigender Fahrradtourismus
- Städte gewinnen an Attraktivität; boomender Städtetourismus
- Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten als Urlaubsaktivität Nr. 1 im Jahr 2019 (laut GfK DestinationMonitor Deutschland 2019 bei Urlaubsreisen im Inland)
- Zunahme weiblicher Businessreisender

Auf der Angebotsseite gibt es ebenfalls günstige Einflussfaktoren zu konstatieren:

- Verstärkte Konzentration des Hotelmarkts auf die Städte (auch sogenannte B- und C-Standorte kommen zum Zuge)
- Steigendes Qualitätsniveau
- Höhere Berücksichtigung der Nachhaltigkeit bei Anreise, touristischer Infrastruktur, Mobilität vor Ort

Vor allem in der Hotellerie und Gastronomie, aber auch im Einzelhandel, gibt es einen zunehmenden Fachkräftemangel. Die Branche muss aktiv werden und betreibt mittlerweile auch aktives „Employer Branding“, um sich als attraktiver Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb darzustellen. Vor allem in prosperierenden Regionen wie Ulm mit quasi Vollbeschäftigung ist die Entwicklung mit der fortschreitenden Ansiedlung von Hotelketten und Systemgastronomie auf der einen Seite und dem Mangel an Bewerbern und Fachkräften andererseits eine Gefahr für die bisherige Dynamik.

Der viel beklagte Rückstand bei einer flächendeckenden Versorgung mit schnellem Internet und bei digitalen Bezahlförmern in Kombination mit einer vielerorts maroden Infrastruktur und Investitionsstaus könnte mittel- und langfristig den Tourismusstandort Deutschland in seiner weltweiten Konkurrenzfähigkeit gefährden. Der internationale Gast ist verwöhnt und nimmt den technologischen Rückstand immer mehr wahr.

Bisherige Geschäftsmodelle werden in zunehmendem Maße durch Firmen wie Airbnb, Google, Booking, Uber, Tripadvisor, Get your Guide, etc. in Frage gestellt. Zahlreiche Destinationen haben reagiert, indem sie keine eigene Zimmerreservierung mehr auf ihrer Homepage anbieten, den Inhalt ihres Internetauftritts verändern, ihre Tourist-Information verkleinern/auflösen/mobil gestalten oder bestimmte Führungen nicht mehr anbieten. Viele Städte haben bereits ordnungspolitische Gegenmaßnahmen gegen Airbnb ergriffen (z. B. Satzungen über Zweckentfremdung von Wohnraum). Bei Datensammlungen wie z. B. auf einer Homepage geht der Trend in Richtung „Open Data“ bei den Inhalten. Das bedeutet aber, dass man nicht mehr Herr seiner Texte (und Bilder) ist und bisher komplexe Urheberrechte in Frage gestellt werden. Für eine Destination stellt sich die Aufgabe, Dienstleistungen und Produkte anzubieten, die nur mit viel Ortskenntnis bzw. nur mit hoheitlicher Unterstützung möglich sind. Dabei muss darauf geachtet werden, dass nicht gegen EU-Beihilfe-Richtlinien, Pauschalreise- und Vergaberecht verstoßen wird. Die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sorgt seit Mai 2018 auch in der Tourismusbranche für erhöhten Bürokratie- und Zeitaufwand, zusätzliche Kosten und Hemmnissen bei der Datennutzung im Marketingbereich.

Die klassischen Pressereisen von früher sind weitgehend von Bloggern, Vloggern, Influencern und YouTubern ersetzt worden. Der bisherige Marketing-Mix im Tourismus verlagert sich graduell von Print- zu Online-Medien, von Pressearbeit und PR zu Social Media und von der Präsentation auf Publikumsmessen zu Newsletter-Kampagnen und „Trigger-Mails“ im Rahmen der sogenannten „Customer Journey“. Einige von Touristen überlaufene Destinationen setzen mittlerweile nicht mehr auf groß angelegte Marketingkampagnen, sondern bewerben gezielt Qualitätstouristen, sind in den Bürgerdialog eingetreten und haben die Aufgabe von Steuerung und besserer Verteilung der Gäste vor Ort übernommen.

2. Geschäftsverlauf und Lage

Das Tourismusjahr 2019 war erneut von steigenden Übernachtungszahlen geprägt, die sich auch mit Mehreinnahmen bei den Warenverkäufen/Souvenirs und öffentlichen Stadtführungen bemerkbar machten. Die Entwicklung der vermittelten Gruppenführungen und die rückläufigen Provisionseinnahmen aus Zimmervermittlung blieben jedoch unter dem Planansatz. Bereits das zehnte Jahr in Folge gab es einen Zuwachs bei den Übernachtungszahlen (+ 5,3%) auf 967.688 Übernachtungen. In den letzten zehn Jahren gab es demnach einen Übernachtungszuwachs um fast 83%. Die Bettenauslastung, die im Vorjahr aufgrund des noch stärker gestiegenen Bettenangebots erstmals seit drei Jahren wieder zurückgegangen war, hat sich wieder verbessert und liegt bei durchschnittlich 47,4%.

Besonders markante Ereignisse für die UNT waren im Geschäftsjahr 2019:

Die erste dreijährige Laufzeit des Tourismusfonds Ulm/Neu-Ulm endete 2019 mit erstmals zahlreichen bundesweiten Werbemaßnahmen, u.a. in Bahnmedien und Beilegern von Printmedien mit hoher Auflage. Damit waren im Verbund mit den privaten Partnern im Rahmen der Kampagne „Zweilandstadt“ Marketingmaßnahmen möglich, welche die UNT mit ihrem eigenen kleinen Werbebudget bisher nicht realisieren konnte.

Der „Innenstadtdialog Ulm 2030“ startete mit einer Arbeitsgruppe, die sich regelmäßig einmal im Monat zu unterschiedlichen Themen trifft, und öffentlichen Veranstaltungen für die Bürgerschaft. Die UNT ist für die Belange der Touristen, Gästeführer und Hotellerie/Gastronomie mit in der Arbeitsgruppe vertreten und arbeitet in allen Themenbereichen aktiv mit.

Im Mai 2019 wurde das donauweite Netzwerk „danube.pearls“ mit bislang elf Mitgliedern aus den Donauländern gegründet, die sich das Thema nachhaltige Mobilität im Tourismus auf die Fahne geschrieben haben. Die UNT hat nach Vorarbeit des Donaubüros Ulm/Neu-Ulm den deutschen Part übernommen und ist mit Ulm/Neu-Ulm die bislang einzige Mitgliedsdestination entlang der Deutschen Donau.

Die Tourismuskonzeption des Landes Baden-Württemberg, an deren Erarbeitung auch die UNT als einer der zahlreichen touristischen Partner beteiligt war, wurde im Juli 2019 vorgestellt und dient auch für die weitere Arbeit der UNT als Richtschnur: bei der Entwicklung neuer Produkte und Maßnahmen sollten stets die vier Grundprinzipien Qualität, Nachhaltigkeit, Tourismus für Alle und Innovation berücksichtigt werden.

Die technischen Voraussetzungen für einen Relaunch der UNT-Website im kommenden Jahr wurden 2019 vorbereitet. Darunter fallen die Online-Buchbarkeit und –Bezahlungsfunktion für sämtliche Stadtführungen per Kreditkarte oder PayPal, eine Einbettung der Online-Reservierungsmöglichkeit von sämtlichen Unterkünften in Ulm, Alb-Donau-Kreis und Landkreis Neu-Ulm über den Anbieter Lohospo in Ergänzung zur bereits vorhandenen Buchungsplattform der UNT (Feratel) oder die Nutzung einer neuen Kartengrundlage anstelle von Google Maps.

a) Ertragslage

Die Umsatzerlöse (ohne Erlöse aus Einnahmen aus dem Tourismusfonds) liegen um rund 24.000 EUR unter dem Planansatz. Diese Abweichung ist jedoch differenziert zu betrachten, denn die Warenverkäufe erreichten mit 208.000 EUR einen neuen Rekordwert – lässt man das Jahr 2018 mit dem außerplanmäßigen Verkauf von Einstein-Figuren außer Acht – und sind damit um 27.000 EUR höher als die Prognose im Wirtschaftsplan. Dieser Verkaufserfolg lässt sich auch auf ein attraktives und ständig verändertes Souvenirangebot in Verbindung mit einer zunehmenden Besucherzahl in der Tourist-Information zurückführen. Bei den Einnahmen aus Veranstaltungen wie Stadtführungen und Gruppenbausteinen konnte der optimistische Planansatz von 291.000 EUR mit 268.000 EUR nicht erreicht werden. Dies lag vor allem an der geringeren Anzahl vermittelter Gruppenführungen, die durch den Zuwachs bei den regelmäßigen öffentlichen Stadtführungen nicht kompensiert werden konnte. Damit lag der Bereich Veranstaltungen dennoch um 9.000 EUR über den Einnahmen des Vorjahres.

Die Provisionen aus Zimmervermittlung (- 10.500 EUR) blieben auf der Einnahmenseite deutlich unter den Erwartungen des Wirtschaftsplans und auch um 5.000 EUR unter dem Vorjahresergebnis. Und dies, obwohl die Übernachtungszahlen in Ulm/Neu-Ulm seit 2010 kontinuierlich steigen. Bei den Erlösen aus Prospekten, Anzeigen und Gemeinschaftswerbung wurden die Planzahlen um 9.500 EUR unterschritten, obwohl das Ergebnis noch um 13.000 EUR besser als im Vorjahr ausfiel.

Beim Materialaufwand stieg der Aufwand für bezogene Waren um 26.000 EUR im Vergleich zum Planansatz, was aus den um 27.000 EUR höheren Verkaufserlösen resultiert. Umgekehrt konnten bei den Aufwendungen für bezogene Leistungen bei Veranstaltungen 18.500 EUR im Vergleich zum Planansatz eingespart werden, was mit der Planabweichung der Umsätze aus Veranstaltungen in Höhe von 23.000 EUR korrespondiert. Eine deutliche negative Abweichung in Höhe von 13.500 EUR gab es bei den gemeinsamen Werbeausgaben mit den beiden Landkreisen Alb-Donau und Neu-Ulm, weil zum einen im letzten Jahr zu geringe Ausgaben getätigt worden waren, die im laufenden Geschäftsjahr nachgeholt wurden, und zum anderen eine gemeinsame Online-Buchungsplattform für Unterkünfte über den Anbieter Lohospo eingeführt wurde.

Die Personalkosten konnten 2019 im Rahmen gehalten werden und lagen mit 895.500 EUR sogar leicht unter dem Planansatz.

Die Abschreibungen fielen um 7.000 EUR höher aus als im Plan, liegen jedoch auf Vorjahresniveau.

Die höchsten Abweichungen vom Planansatz gab es 2019 bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen, die um 70.000 EUR abwichen. Beim Marketing erforderten insbesondere der Relaunch der UNT-Website und der Aufwand für Fotos, PR und Öffentlichkeitsarbeit mehr Mittel in Höhe von 40.000 EUR. In den übrigen Marketingbereichen und bei den Mieten konnte man den Budgetrahmen weitgehend einhalten. Bei den verschiedenen Sach- und Verwaltungskosten war ein um 12.500 EUR höherer Aufwand für EDV-Service, Software-Lizenzen und externen Datenschutz erforderlich. U. a. waren aufgrund eines einwöchigen Ausfalls von Internet und E-Mail höhere EDV-Dienstleistungen notwendig. Da es in weiteren Bereichen der Sach- und Verwaltungskosten jeweils geringe negative Abweichungen von den Planzahlen gab, summierte sich der Mehraufwand im Vergleich zum Wirtschaftsplan insgesamt auf 23.500 EUR.

Ein Teil der Sach- und Verwaltungskosten in Höhe von 7.600 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 2019 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 wieder eine anteilige Personalkostenerstattung, die zwar auf 39.000 EUR erhöht wurde, aber dennoch reichte das Budget der ARGE für Büro- und Personalkosten nicht aus. Der Differenzbetrag in Höhe von 11.673 EUR steht als Forderung der UNT an die ARGE in den Büchern und wird im nächsten Jahr über das Budget der ARGE für 2020 wieder ausgeglichen.

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

Kennzahl	Kennzahlenentwicklung
Eigenkapitalquote	= 23% (2018: 18%, 2017: 23%)
Quote Anlagevermögen	= 20% (2018: 20%, 2017: 28%)
Umsatz pro Mitarbeiter	= 46.104 EUR (2018: 59.777 EUR, 2017: 46.245 EUR)
Personalaufwand pro MA	= 63.953 EUR (2018: 64.444 EUR, 2017: 61.321 EUR)
Summe Umsatzerlöse	= 645.461 EUR (2018: 824.917 EUR, 2017: 638.186 EUR)
Summe Aufwendungen	= 1.927.527 EUR (2018: 1.940.029 EUR, 2017: 1.686.711 EUR)
Zuschuss Stadt Ulm	= 925.386 EUR (2018: 814.222 EUR, 2017: 755.803 EUR)
Zuschuss Stadt Neu-Ulm	= 308.462 EUR (2018: 271.407 EUR, 2017: 251.935 EUR)

Die Kennzahlen für 2019 unterscheiden sich teilweise deutlich vom Vorjahr, in dem es Sonderfaktoren durch eine Sonderverkaufsaktion gab, und gleichen wie prognostiziert vielmehr dem Wirtschaftsjahr 2017 bei den Kennziffern für Umsatz und Personalaufwand.

Der Zuschussbedarf ist weiter gestiegen, denn den Umsätzen auf dem Niveau von 2017 stehen deutlich höhere Gesamtaufwendungen in 2019 entgegen.

Insgesamt wurde in 2019 ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von -1.233.847,72 EUR erzielt, sodass eine negative Abweichung vom Wirtschaftsplan in Höhe von 98.348 EUR vorlag.

G.u.V.-Posten	Ergebnis 2019		Plan 2019		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Umsatzerlöse	645,5	100,0	635,0	100,0	+ 10,5
Gesamtleistung	645,5	100,0	635,0	100,0	+ 10,5
Sonstige Erträge	48,2	7,5	0,0	0,0	+ 48,2
Materialaufwand	369,6	57,3	355,0	55,9	+ 14,6
Rohergebnis	324,1	50,2	280,0	44,1	+ 44,1
Personalaufwand	895,3	138,7	897,0	141,3	- 1,7
Abschreibungen AV	37,0	5,7	28,0	4,4	+ 9,0
Sonstiger betriebl. Aufwand	625,4	96,9	491,5	77,4	+ 133,9
Betriebsergebnis	- 1.233,5	191,1	- 1.136,5	179,0	- 97,0
Sonstige Zinsen/Erträge	0,0	0,0	1,0	0,2	- 1,0
Zinsen/ähnliche Aufwendungen	0,3	0,0	0,0	0,0	+ 0,3
Finanzergebnis	- 0,3	0,1	1,0	0,2	- 1,3
Ergebnis nach Steuern	- 1.233,8	191,1	- 1.135,5	178,8	- 98,3
Erträge aus Verlustübernahme	1.233,8	191,1	1.135,5	178,8	+ 98,3
Jahresergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0

b) Finanzlage

Unser Finanzmanagement ist darauf ausgerichtet, Verbindlichkeiten stets innerhalb der Zahlungsfrist zu begleichen und Forderungen innerhalb der Zahlungsziele zu vereinnahmen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen 25,5 % der Bilanzsumme. Sämtliche Verbindlichkeiten können stets innerhalb der Zahlungsziele beglichen werden.

Die Investitionstätigkeit konzentrierte sich im Geschäftsjahr 2019 auf EDV-Ausstattung und die Neugestaltung von Hinweisstelen.

Die Liquidität der Gesellschaft war nicht bis zum Jahresende gewährleistet. Wie bereits im Vorjahr musste wieder ein kurzfristiger Kassenkredit bei der Stadt Ulm aufgenommen werden, dieses Mal in Höhe von 120.000 EUR, der in 2020 bereits zurückgezahlt wurde.

c) Vermögenslage

Beim Vermögensplan 2019 gab es anders als in den Vorjahren eine positive Abweichung vom Wirtschaftsplan. Es wurden anstatt 23.500 EUR lediglich 11.382 EUR verausgabt. In den Jahren 2015 bis 2018 wurden bei der UNT deutlich höhere Investitionen getätigt, wodurch auch die Abschreibungen im Laufe der Jahre angestiegen sind. Da 2019 nicht so viele Neuanschaffungen erforderlich waren, konnten auch die Abschreibungen wieder ein wenig reduziert werden.

Die Struktur des kurz- und langfristig gebundenen Vermögens und der Verbindlichkeiten bei der UNT bleibt stabil: das Anlagevermögen ist im Wesentlichen durch planmäßige Abschreibungen im Vergleich zum Vorjahr um 25.300 EUR gesunken. Das Umlaufvermögen ist um 79.400 EUR zurückgegangen, da die Warenvorräte und der Kassenbestand geringer als im Vorjahr waren. Aufgrund des Jahresergebnisses sind jedoch beim Umlaufvermögen als signifikanter Posten die Forderungen an die Gesellschafter um rund 98.000 EUR gestiegen.

Bei den Passiva konnten die Rückstellungen um 16.200 EUR reduziert werden. Die Verbindlichkeiten sind um 90.300 EUR ebenfalls zurückgegangen, sodass die Bilanzsumme insgesamt in 2019 mit 374.394,85 EUR um rund 106.000 EUR geringer ausfällt als im Vorjahr.

Bilanz-Posten	31.12.2019		31.12.2018		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
AKTIVA					
Immaterielle VG	10,6	2,8	20,3	4,2	- 9,7
Grundstücke/Bauten	24,4	6,5	24,2	5,0	+ 0,2
Betriebs- und Geschäftsausstattung	37,9	10,1	53,7	11,2	- 15,8
Langfristig gebundenes Vermögen	72,9	19,4	98,2	20,4	- 25,3
Vorräte, Waren	31,7	8,5	40,9	8,5	- 9,2
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	30,4	8,1	40,5	8,4	- 10,1
Sonst. Verm.gegenstände	208,3	55,6	112,4	23,4	+ 95,9
Liquide Mittel	31,0	8,3	187,1	39,0	- 156,1
Aktive RAP	0,1	0,0	1,2	0,2	- 1,1
Mittel-/kurzfristig gebundenes Vermögen	301,5	80,5	382,1	71,9	- 80,6
Gesamtvermögen	374,4	100,0	480,3	100,0	- 105,9

Bilanz-Posten	31.12.2019		31.12.2018		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
PASSIVA					
Gezeichnetes Kapital	26,0	6,9	26,0	5,4	+ 0,0
Kapitalrücklage	60,0	16,0	60,0	12,5	+ 0,0
Jahresüberschuss	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
Langfristig verfügbares Kapital	86,0	23,0	86,0	17,9	+ 0,0
Sonstige Rückstellungen	62,7	16,7	78,9	16,4	- 16,2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	96,4	25,7	232,8	48,5	- 136,4
Sonstige Verbindlichkeiten	128,2	34,2	82,1	17,1	+ 46,1
Rechnungsabgrenzungsposten	1,1	0,3	0,5	0,1	+ 0,6
Mittel-/kurzfristig verfügbares Kapital	288,4	77,0	394,3	82,1	- 105,9
Gesamtkapital	374,4	100,0	480,3	100,0	- 105,9

3. Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Für die interne Unternehmenssteuerung werden die Kennzahlen Deckungsbeitrag Warenverkäufe, Deckungsbeitrag Stadtführungen und Einnahmen aus der Zimmervermittlungsprovision herangezogen.

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 2019 auf 76.086 EUR und ist seit 2010 der zweitbeste Wert beim Deckungsbeitrag Warenverkäufe nach dem Vorjahr mit 83.790 EUR.

Der Deckungsbeitrag Stadtführungen berechnet sich aus den Umsatzerlösen und Vermittlungsprovisionen aller Stadtführungen abzüglich der Aufwendungen für bezogene Leistungen bei den Stadtführungen (im Wesentlichen Honorare für die freiberuflichen Gästeführer). Dieser finanzielle Leistungsindikator liegt 2019 bei 91.453 EUR (Vorjahr: 97.684 EUR) und damit auch unter den Vorjahren 2015 - 2017.

Die Einnahmen aus Zimmervermittlungsprovision erreichten 2019 mit 19.338 EUR den bisher schwächsten Wert der letzten zehn Jahre (Vorjahr: 24.616 EUR).

Als nichtfinanziellen Leistungsindikator zieht die UNT die Anzahl der Internet-Besucher auf der Homepage www.tourismus.ulm.de heran. Die Nutzerzahlen gingen von 19.960 im Vorjahr auf 11.637 Besucher in 2019 zurück. 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 deutlich zurückgegangen.

Weitere Indikatoren sind die im jeweiligen Wirtschaftsjahr herausgegebenen Publikationen der UNT (2019 waren es 10, im Vorjahr 8) und als weiche Faktoren die geringe Mitarbeiterfluktuation und lange Betriebszugehörigkeit bei der UNT. 2019 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 2019 erzielte Ergebnis unterschreitet den von der Geschäftsleitung für das Jahr 2019 aufgestellten Wirtschaftsplan. Ereignisse, die in die Prognose für das Jahr 2019 nicht mit eingeflossen sind, ergaben sich nicht. Die Mindest Erwartungen für das Jahr 2019 bezüglich des Deckungsbeitrags Warenverkäufe wurden erfüllt, blieben allerdings bei den Indikatoren Deckungsbeitrag Stadtführungen leicht und bei den Einnahmen aus Zimmervermittlungsprovision deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Es zeigte sich im Wirtschaftsjahr 2019, dass die Planansätze bei den Einnahmen zu optimistisch gewählt waren. Die UNT ist 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. In diesen Bereichen entwickelte sich das Jahr 2019 jedoch schwächer als erwartet, obwohl die Warenverkäufe und die Einnahmen aus regelmäßigen öffentlichen Stadtführungen gesteigert werden konnten.

Auf der Ausgabenseite stellte sich im Laufe des Jahres heraus, dass im Zuge bestehender Kooperationen neue Technik und weitere Software-Dienstleistung im Bereich Online-Buchbarkeit und verbesserter Gästeservice erforderlich wurde, um konkurrenzfähig zu bleiben. Mit den neuen Vereinbarungen, generierten Daten und technischen Anforderungen wurde auch eine kontinuierliche Anpassung der Datenschutzmaßnahmen bei der UNT erforderlich, sei es intern mit Mitarbeitern und Gästeführern oder extern bei Angaben im Internet oder bei der Datensicherheit in der Nutzung von neuen Softwarelösungen. Einige Planansätze erwiesen sich vor diesem Hintergrund als zu niedrig gewählt.

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 aufgrund eines Rückgangs sowohl beim Anlagevermögen als auch beim Umlaufvermögen um mehr als 100.000 EUR zurückging.

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

Nach den Erfahrungen der letzten Jahre und nach einer Preisanpassung nach vier Jahren bei den Stadtführungen ab 2020 war zunächst im Wirtschaftsplan 2020 unter der Voraussetzung einer gleichbleibenden Gästenachfrage und guten Wetterbedingungen mit einer leichten Umsatzsteigerung zu rechnen. Diese Hoffnung ist spätestens seit März 2020 dahin, seitdem das Corona-Virus auch den Tourismus bis auf weiteres komplett lahmgelegt hat. Eine verlässliche Vorschau auf die weitere Tourismusentwicklung lokal, national und international ist derzeit kaum möglich. Seit Mitte März 2020 ist das öffentliche und wirtschaftliche Leben in Deutschland zum Erliegen gekommen, sind keine privaten Reisen mehr erlaubt, Reisebüros, Flughäfen, Hotels und Restaurants geschlossen. Die UNT rechnet frühestens im zweiten Halbjahr 2020 mit einer schrittweisen Erholung des privaten Reiseverkehrs. Ausgehend von einer Wiederöffnung der Tourist-Information mit entsprechenden Einnahmen aus Warenverkäufen ab Anfang Mai und einer Wiederaufnahme der Stadtführungen ab frühestens Mitte Juni dürften die Einnahmen bei der UNT um 30 bis 40 Prozent zurückgehen. Sämtliche finanziellen Leistungsindikatoren werden 2020 mit hoher Wahrscheinlichkeit deutlich schwächer ausfallen.

Der Zuschussbedarf dürfte aus heutiger Sicht inklusive der Sonderfaktoren Tourismusfonds - hier ist eine Halbierung der Mittel angedacht - und ARGE Deutsche Donau bei etwa 1.210.000 EUR liegen und damit den Rahmen des Wirtschaftsplanes um mehr als 40.000 EUR übersteigen. Wie hoch der erwartete Fehlbetrag ausfallen wird, hängt stark von der weiteren Entwicklung der anhaltenden Corona-Krise ab, deren Auswirkungen derzeit nicht abzuschätzen sind.

Zur Schadensminimierung und Kosteneinsparung wurden sofort alle möglichen Maßnahmen geprüft, ergriffen und eingeleitet. Das Marketingbudget wurde wo möglich reduziert und angepasst; eine Reduzierung der Personalkosten durch Kurzarbeit ist noch in der Prüfung und hängt u. a. von der Bekanntgabe weiterer Lockerungstermine für Gastronomie, Hotellerie, privaten Reiseverkehr und Veranstaltungen ab.

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, und 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.

Im Jahr 2020 sollen ein neues Wohnmobil-Stellplatzangebot beim Donaubad, ein Relaunch der UNT-Internetseite mit mehr Online-Buchungs- und Bezahlungsfunktionen und eine bessere Inwertsetzung des Themas „Ulm als Geburtsstadt Albert Einsteins“ umgesetzt werden. Dies dürfte zu einer Verbesserung der bisherigen Situation und einem attraktiveren Angebot führen.

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
- Steigerung der Hotelkapazitäten in Ulm/Neu-Ulm auf 6.500 Betten bis Ende 2020
- Etablierung eines „Convention Bureau“ unter Beteiligung der lokalen Messe-, Kongress- und Tagungswirtschaft um aktiv Veranstaltungsakquise für Ulm/Neu-Ulm zu betreiben
- Erfolgte Qualitätsverbesserungen durch ADFC-Klassifizierungen der Fernradwege in der Region können den positiven Trend im Fahrradtourismus weiter verstärken

2. Risikobericht

Die Risiken überwiegen aus derzeitiger Sicht die Chancen bei weitem: ohne Feste, Großveranstaltungen, Kongresse und Tagungen, Messen, Hotellerie und Gastronomie, Kulturangebote, Stadtführungen und Freizeitaktivitäten vor Ort ist der UNT eine Geschäftstätigkeit weitgehend unmöglich. Es gibt keine Einnahmen von Besuchern oder lokalen Partnern zu verzeichnen, aber mit den Personalkosten, Mieten und laufenden Verwaltungskosten sind hohe Fixkosten verbunden. Die Einsparmöglichkeiten sind für die UNT relativ gering und hauptsächlich im Marketingbereich vorhanden. Als Ausgaben entfallen zwar derzeit Honorare an die freiberuflichen Gästeführer, aber dadurch geraten einige dieser für die Arbeit der UNT existenziell wichtigen Partner in große finanzielle Probleme.

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. Das Angebot an Hotel- und Gastronomiebetrieben könnte infolge von Insolvenzen ausgedünnt werden und sich dauerhaft negativ auf die künftige Tourismusedwicklung auswirken. Viele Reisebusunternehmer, 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 erst spät im Jahr 2020 wieder möglich sein, so dass der Incoming-Tourismus nach

Ulm/Neu-Ulm für 2020 nahezu komplett nicht stattfinden wird. Nur mit einer gegebenenfalls steigenden Nachfrage aus dem Inland lässt sich dieser Effekt mit Sicherheit nicht kompensieren. Der Wegfall wohl sämtlicher Großveranstaltungen in 2020 wird für deutlich weniger Tagesbesucher, Übernachtungsgäste und Frequenz in der Stadt sorgen und somit das Ergebnis der UNT negativ beeinflussen.

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 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 könnte sich in absehbarer Zeit noch verstärken, weil der Tourismussektor und damit auch die UNT von den Auswirkungen der weltweiten Corona-Pandemie besonders stark beeinträchtigt werden. 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, den 5. Mai 2020



Wolfgang Dieterich
Geschäftsführer

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 01.01.2019 bis 31.12.2019
der
Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
1. Umsatzerlöse		645.460,60	824.916,79
2. Sonstige betriebliche Erträge		48.218,27	29.325,04
3. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	121.928,81		273.897,51
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>247.612,00</u>		<u>256.528,80</u>
		369.540,81	530.426,31
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	700.885,49		702.388,54
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>194.460,74</u>		<u>186.940,76</u>
		895.346,23	889.329,30
- davon für Altersversorgung Euro 55.050,70 (Euro 53.205,98)			
5. Abschreibungen			
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	34.422,67		37.177,97
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der Kapitalgesellschaft üblichen Abschreibungen überschreiten	<u>2.546,10</u>		<u>0,00</u>
		36.968,77	37.177,97
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		625.376,50	483.048,31
7. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		0,00	157,00
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		<u>293,27</u>	<u>46,67</u>
9. Ergebnis nach Steuern		1.233.846,71-	1.085.629,73-
10. Sonstige Steuern		1,01	0,00
11. Erträge aus Verlustübernahme		<u>1.233.847,72</u>	<u>1.085.629,73</u>
12. Jahresüberschuss		<u>0,00</u>	<u>0,00</u>