



## Lagebericht der Ulm/Neu-Ulm Touristik GmbH (UNT) für das Geschäftsjahr 2007

### A. Überblick über den Geschäftsverlauf

#### 1. Beschreibung der Geschäftstätigkeit

Das Geschäftsjahr 2007 wies eine geringere Anzahl an Veranstaltungshöhepunkten in Ulm/Neu-Ulm auf als das Vorjahr 2006. Dennoch gab es erfreulicher Weise auf der Einnahmenseite wieder rund 40.000 EUR an Mehreinnahmen im Vorjahresvergleich, was bereits von 2006 zu 2005 der Fall war. Die Fortführung dieser positiven Entwicklung liegt ganz besonders in den Steigerungen und neuen Angeboten bei den Stadtführungen begründet, aber auch beim Souvenirverkauf in der Tourist-Information machten sich zusätzlich neue, starke Verkaufsartikel bemerkbar. Die Einnahmen aus Zimmervermittlungsprovision konnten ebenfalls deutlich gesteigert werden und erreichten beinahe das Rekordniveau des Spitzenjahres 2004. Ein Grund hierfür lag in der verstärkten Akquise bei Veranstaltern, die den Service der UNT in Anspruch nahmen. Nicht nur das Vorjahresergebnis, auch die Ansatzzahlen des Wirtschaftsplans 2007 konnte übertroffen werden. Nur im Bereich „Eigene Prospekte, Internet-Homepage“ konnten die gesteckten Erlösziele nicht erreicht werden, weil die Neugestaltung der UNT-Internetseiten mehr Zeit in Anspruch nahm und mit ihren Werbemöglichkeiten für Partner noch nicht umgesetzt werden konnte.

Ein Schwachpunkt der Vorjahre bei den touristischen Geschäftsfeldern – die Wochenendpauschalen der UNT – entwickelte sich 2007 mit einem Umsatzplus von rund 4.000 EUR erstmals wieder positiv. Die Angebotsvielfalt mit neuen attraktiven Pauschalen (z.B. „Ladies first“ oder „ulm: kunstvoll“ in Verbindung mit der neu eröffneten Kunsthalle Weishaupt) und Vermarktung der Angebote konnten hierbei verbessert werden. Dem Handlungsbedarf konnte die UNT entsprechend Rechnung tragen.

Als reiner Durchlaufposten im Ergebnis nicht enthalten sind die City-Gutscheine des Ulmer City Marketing e.V. im Wert von über 120.000 EUR, die die UNT im Jahr 2007 verkauft und hierfür eine Provision in Höhe von 2 % des Betrages erhalten hat.

Da die meisten Posten auf der Einnahmenseite der UNT mit der Ausgabenseite in enger Korrelation stehen, muss auch dieser Aspekt näher beleuchtet werden: die Ausgaben für Wareneinsatz lagen 2007 um rund 17.000 EUR über dem Wert des Vorjahres, da neue Verkaufsartikel produziert wurden. Alte Warenbestände der Vorjahre konnten weiter abgebaut werden. Allerdings ging der Deckungsbeitrag beim Souvenirverkauf von 34.397 EUR im Jahr 2006 auf 20.014 zurück. Die UNT wird sich aus diesem Grund künftig um besonders margenstarke Verkaufsprodukte bemühen. Einige Souvenirs werfen nur geringen Gewinn ab, weil ein Teil des Erlöses beispielsweise in den Bauernhalt des Ulmer Münsters geht.

Die gemeinsame Kongress- und Tagungswerbung für den Standort Ulm/Neu-Ulm schöpfte 2007 nicht ihr gesamtes geplantes Budget in Höhe von 25.000 EUR aus, da ein Teil der Marketingmaßnahmen erst 2008 realisiert werden. Rund 8.000 EUR sollen dafür ins nächste Jahr übertragen werden.

Die Personalkosten der UNT machten 2007 über 50 % des gesamten Budgets aus. Die tatsächlichen Aufwendungen lagen im Bereich des Planansatzes und sogar unter dem Vorjahresergebnis. Dies hing damit zusammen, dass in den nächsten Jahren drei Mitarbeiterinnen ein Altersteilzeit-Modell in Anspruch nehmen werden, wofür jedoch deutlich höhere Rückstellungen als ursprünglich geplant gebildet werden mussten. Der Planansatz wurde deshalb um mehr als 40.000 EUR überschritten. Diese Tatsache wurde den beiden Gesellschaftern rechtzeitig mitgeteilt, so dass der UNT entsprechend liquide Mittel zur tatsächlichen Bildung der Rückstellungen zur Verfügung gestellt werden konnten.

Die Abschreibungen lagen 2007 etwas unter den Planzahlen. Dennoch musste die UNT höhere Investitionen tätigen als im Vermögensplan vorgesehen. Ein neues Kassensystem mit Warenwirtschaftsfunktion und mehreren Arbeitsplätzen ersetzte die bisherige, nicht mehr ausreichende Einzelplatz-Kassenlösung und kostete rund 12.600 EUR inklusive Hardware, Software und Lizenzen. Damit ist die Organisation des Kassen- und Finanzwesens bei der UNT erheblich verbessert und modernisiert worden. Eine Ersatzbeschaffung in diesem Bereich war für 2007 nicht vorgesehen gewesen, weshalb die UNT auf eine Dauerpräsentation mit Bildschirm-Display in der Tourist-Information verzichtete. Bei der Erneuerung der touristischen Hinweisstelen und der Bestückung neuer Standorte konnten die vorgesehenen Kosten in Höhe von 9.000 EUR nicht eingehalten werden: Fundamente, Kartografie und Metallbau waren teurer als angenommen, so dass insgesamt Kosten von rund 17.000 EUR anfielen (davon 7.000 EUR Rückfluss an Dienststellen der Stadt Ulm). Es war bei der UNT genügend Liquidität vorhanden, um die höheren Ausgaben zu tätigen, die in den kommenden Jahren als erhöhte Abschreibungen im Aufwand gebucht werden.

Im Marketingbereich wurden weniger Mittel benötigt als geplant, was alleine auf den hohen noch vorhandenen Prospektbestand der Vorjahre (Werbeprospekte „Zwei Donaustädte laden ein“ in mehreren Sprachversionen) und den weggefallenen Zuschuss zur Veranstaltung „Lichterserenade“ zurückzuführen war. Im Bereich Werbung – alleine 24.000 EUR wurden für die Neugestaltung des Internet-Auftritts ausgegeben – und Messen/Verkaufsförderung konnte hingegen der Planansatz nicht ganz eingehalten werden. Das zur Verfügung stehende Marketingbudget der UNT mit 2007 rund 185.000 EUR hat in Relation zum Gesamtbudget mit 17 % Anteil einen neuen Tiefstand erreicht. Für das Bekannt machen einer immer attraktiver werdenden Doppelstadt wie Ulm/Neu-Ulm ist das auch vor dem Hintergrund eines steigenden Wettbewerbs am untersten Limit.

Die Raumkosten lagen rund 4.500 EUR unter dem Planansatz, weil es hier eine Rückzahlung der Nebenkosten vom Vorjahr gab. Die größten Abweichungen im Wirtschaftsplan bei den Sach- und Verwaltungskosten gab es 2007 bei den Telefon- und Kommunikationskosten (- 4.000 EUR zum Plan) und beim EDV-Service (- 6.500 EUR), wobei letzteres wieder in erster Linie mit den notwendigen Installationen anlässlich der Einführung des neuen Kassen- und Warenwirtschaftssystems zusammenhing.

## **2. Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Die Zahl der Übernachtungen ging 2007 leicht zurück, aber die Gästeankünfte in Ulm/Neu-Ulm erreichten 2007 einen neuen Höchststand. Der allgemeine Trend zu einer immer kürzeren Aufenthaltsdauer setzte sich somit fort. Erstmals seit einigen Jahren gab es wieder deutliche Zuwachsraten bei den inländischen Gästezahlen, während nach dem starken Fußball-WM-Jahr mit vielen ausländischen Gästen diese Zahlen nach längerer Zeit wieder einmal eine negative Veränderungsrate aufwiesen. Um hier gegenzusteuern, müsste die UNT über größere finanzielle Möglichkeiten im Auslandsmarketing verfügen und es noch mehr international ausstrahlungskräftige Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten geben. Die größten Veranstaltungen 2008 in Ulm/Neu-Ulm, die Landesgartenschau Neu-Ulm und die Heimattage Baden-Württemberg in Ulm, dürften jedoch bestenfalls im süddeutschen Raum von Relevanz sein.

Bereits seit mehr als zehn Jahren gibt es im Städtetourismus eine positive Entwicklung. Dies trifft auch für Ulm/Neu-Ulm zu, wenngleich 2007 in gebremster Form. In den letzten Jahren und auch im Geschäftsjahr 2007 waren die Zuwachsraten leicht unter dem Durchschnitt, zumal die Bettenkapazität stagnierte und sogar weiter rückläufig war. Das begrenzte Bettenangebot in Ulm/Neu-Ulm führte nach Angaben von Veranstaltern

und Messeexperten immer wieder dazu, dass geplante Großveranstaltungen hier nicht abgehalten werden konnten und abwandern mussten. Diese Entwicklung war im Städtevergleich sehr untypisch und problematisch. Mit der Neuansiedlung geeigneter Hotelprojekte kann diese Situation ab 2009/10 voraussichtlich entscheidend verbessert werden. Die UNT schätzt die Doppelstadt Ulm/Neu-Ulm aufgrund ihres attraktiven Angebots und ihrer zentralen Lage in Süddeutschland als Tourismusstandort ein, der noch über beträchtliches Ausbaupotenzial verfügt.

### 3. Wesentliche Entwicklungen im abgelaufenen Geschäftsjahr

Die wesentlichen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2007 der UNT waren:

- Im Jahr 2007 stiegen die Umsatzerlöse der UNT um 12 % im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig erhöhte sich aber auch der Aufwand von 1,049 Mio. EUR auf 1,099 Mio. EUR (+ 5 %). Der Anteil der eigenen Umsätze am Gesamtaufwand stieg erneut, in diesem Jahr von 31,6 % (2006) auf 33,8 %.
- Die wirtschaftlichen Ziele der UNT konnten hinsichtlich der Erfüllung der Zahlen des Planansatzes nicht ganz erreicht werden, wofür jedoch ausschließlich die nach oben korrigierten Rückstellungen für Altersteilzeit verantwortlich waren. Gesamtwirtschaftlich für den Tourismus in Ulm/Neu-Ulm gesehen gab es Rekordmarken bei Gästeankünften (323.995) und bei der Anzahl sämtlicher Gästeführungen (3.874).
- Besonders positiv entwickelte sich das wirtschaftliche Ergebnis bei den Bereichen Warenverkäufe in der Tourist-Information (107.762 EUR), Stadtführungen (mit 102.112 EUR erstmals Erlöse über 100.000 EUR!) und Provisionseinnahmen aus Zimmervermittlung (mit 35.943 EUR das zweitbeste Ergebnis sämtlicher bisherigen Wirtschaftsjahre).
- Die UNT konnte im Vergleich zu den Vorjahren erneut fast alle ihre wirtschaftlichen Kennzahlen verbessern. Eine markante Ausnahme ist der Bereich Marketing, wo in Relation zum Gesamtbudget ein sehr geringes Budget zur Verfügung stand. Die Marketingkosten je Gast und je Übernachtung sind ebenfalls auf die niedrigsten Werte seit Erfassung der Kennzahlen zurückgefallen.

## B. Darstellung der Lage der Gesellschaft

### 1. Darstellung der Vermögenslage

Bilanz-Posten	31.12.2007		31.12.2006		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
<b>AKTIVA</b>					
Immaterielle VG	5,1	1,7	0,7	0,3	+ 4,4
Grundstücke/Bauten	33,1	11,0	19,1	8,0	+ 14,0
Betriebs- und Geschäftsausstattung	17,5	5,8	17,5	7,3	+ 0,0
<b>Langfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>55,7</b>	<b>18,5</b>	<b>37,3</b>	<b>15,6</b>	<b>+ 18,4</b>
Vorräte, Waren	44,1	14,7	52,2	21,9	- 8,1
Forderungen aus Lieferungen/Leistungen	16,5	5,5	23,1	9,7	- 6,6
Sonst. Verm.gegenstände	22,4	7,5	43,3	18,1	- 20,9
Liquide Mittel	161,6	53,8	82,7	34,7	+ 78,9
Aktive RAP	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
<b>Mittel-/kurzfristig gebundenes Vermögen</b>	<b>244,6</b>	<b>81,5</b>	<b>201,3</b>	<b>84,4</b>	<b>+ 43,3</b>
<b>Gesamtvermögen</b>	<b>300,3</b>	<b>100,0</b>	<b>238,6</b>	<b>100,0</b>	<b>+ 61,7</b>

Bilanz-Posten	31.12.2007		31.12.2006		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
<b>PASSIVA</b>					
Gezeichnetes Kapital	26,0	8,7	26,0	10,9	+ 0,0
Kapitalrücklage	60,0	20,0	60,0	25,2	+ 0,0
Verlustvortrag	- 1,4	- 0,5	- 1,4	- 0,6	+ 0,0
<b>Langfristig verfügbares Kapital</b>	<b>84,6</b>	<b>28,2</b>	<b>84,6</b>	<b>35,5</b>	<b>+ 0,0</b>
Sonstige Rückstellungen	103,8	34,6	36,3	15,2	+ 67,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	61,2	20,4	78,3	32,8	- 17,1
Sonstige Verbindlich- keiten	50,7	16,9	39,4	16,5	+ 11,3
<b>Mittel-/kurzfristig verfügbares Kapital</b>	<b>215,7</b>	<b>71,8</b>	<b>154,0</b>	<b>64,5</b>	<b>+ 61,7</b>
<b>Gesamtkapital</b>	<b>300,3</b>	<b>100,0</b>	<b>238,6</b>	<b>100,0</b>	<b>+ 61,7</b>

## 2. Darstellung der Ertragslage und des Geschäftsergebnisses

G.u.V.-Posten	2007		2006		Veränderung TEUR
	TEUR	%	TEUR	%	
Umsatzerlöse	371,3	100,0	331,2	100,0	+ 40,1
<b>Gesamtleistung</b>	<b>371,3</b>	<b>100,0</b>	<b>331,2</b>	<b>100,0</b>	<b>+ 40,1</b>
Sonstige Erträge	0,4		0,3		+ 0,1
Materialaufwand	204,2	55,0	173,5	52,4	+ 30,7
<b>Rohergebnis</b>	<b>167,5</b>	<b>45,1</b>	<b>158,0</b>	<b>47,7</b>	<b>+ 9,5</b>
Personalaufwand	564,3	152,0	528,3	159,5	+ 36,0
Abschreibungen AV	14,5	3,9	12,1	3,7	+ 2,4
Sonstiger Aufwand	316,0	85,1	334,8	101,1	- 18,8
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>- 727,3</b>	<b>195,9</b>	<b>- 717,2</b>	<b>216,5</b>	<b>- 10,1</b>
Sonstige Zinsen/Erträge	2,5	0,7	1,8	0,5	+ 0,7
Zinsen/ähnliche Aufwendungen	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
<b>Finanzergebnis</b>	<b>- 724,8</b>	<b>195,2</b>	<b>- 715,4</b>	<b>216,0</b>	<b>- 9,4</b>
<b>Ergebnis der gewöhn- lichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>- 724,8</b>	<b>195,2</b>	<b>- 715,4</b>	<b>216,0</b>	<b>- 9,4</b>
A.o. Erträge	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
A.o. Aufwendungen	0,0	0,0	0,0	0,0	+ 0,0
<b>Erträge aus Verlustübernahme</b>	<b>724,8</b>	<b>195,2</b>	<b>715,4</b>	<b>216,0</b>	<b>+ 9,4</b>
Ertragsteuern		0,0		0,0	+ 0,0
Sonstige Steuern		0,0		0,0	+ 0,0
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>+ 0,0</b>
Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr	0,0	0,0		0,0	+ 0,0
Ausschüttungen	0,0	0,0		0,0	+ 0,0

Die Übersicht der Erträge und Aufwendungen des Berichtsjahres zeigt, dass die höheren Umsatzerlöse im Vergleich zum Vorjahreswert durch den höheren Personalaufwand mehr als ausgeglichen wurden. Die UNT reagierte auf den absehbaren höheren Aufwand, indem sie versuchte, in der zweiten Jahreshälfte 2007 die Ausgaben für Marketing und Verwaltungsaufwand nach Möglichkeit zu drosseln.

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

Kennzahl	Kennzahldefinition
Eigenkapitalquote	= 28 % (2006: 35 %, 2005: 49 %)
Quote Anlagevermögen	= 19 % (2006: 16 %, 2005: 15 %)
Umsatz pro Mitarbeiter	= 33.796 EUR (2006: 31.541 EUR, 2005: 29.076 EUR)
Personalaufwand pro MA	= 51.304 EUR (2006: 50.314 EUR, 2005: 50.219 EUR)
Summe Erlöse	= 371.341 EUR (2006: 331.179 EUR, 2005: 290.759 EUR)
Summe Aufwendungen	= 1.099.060 EUR (2006: 1.048.703 EUR, 2005: 984.858 EUR)
Zuschuss Stadt Ulm	= 543.636 EUR (2006: 536.555 EUR, 2005: 518.894 EUR)
Zuschuss Stadt Neu-Ulm	= 181.212 EUR (2006: 178.852 EUR, 2005: 172.965 EUR)

Die UNT bleibt hinsichtlich ihrer Ertragslage in hohem Maße von ihren beiden kommunalen Gesellschaftern abhängig. An diesem Zustand wird sich auch in absehbarer Zeit nichts ändern. Dennoch handelt es sich bei den Zuschüssen der Städte Ulm und Neu-Ulm nicht um verlorenen Kapitaleinsatz, sondern um eine Investition in die Ankurbelung des lokalen Wirtschaftskreislaufes und in die Steigerung des Bekanntheitsgrades und des positiven Images von Ulm/Neu-Ulm. Die entsprechenden messbaren Effekte und Aktivitäten sind im Geschäftsbericht 2007 der Gesellschaft nachzulesen.

## C. Darstellung der voraussichtlichen Entwicklung

### 1. Darstellung der voraussichtlichen Entwicklung

Das Tourismusjahr 2007 war für die UNT durch die Einführung neuer Angebote in den Bereichen Erlebnis-Gästeführungen und Pauschalangebote geprägt. 2008 wird dies weiter ausgebaut, wobei die Landesgartenschau Neu-Ulm 2008 ohnehin zusätzliche Führungen und Erlöse aus Souvenirverkauf bringen wird. Mit einem absehbaren Zuwachs an Hotelbetten ab 2009 fällt die Prognose für die kommenden Jahren also optimistisch aus. Möglicherweise ergibt sich für die UNT auch der Bereich Kartenvorver-

kauf als neues Geschäftsfeld, wenn sich in den angemieteten Geschäftsräumen 2009 Veränderungen in der Mieterstruktur auf tun.

Im Bereich Gästeservice strebt die UNT weitere Verbesserungen an, indem elektronische Stadtführungen und zusätzliche Informationsdienste bereitgestellt werden sollen. Dies ist jedoch mit zusätzlichen Investitionen verbunden.

## **2. Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2008**

Erwartung: Aufgrund der zahlreichen Großveranstaltungen mit erwartetem höherem Gästeaufkommen und einer weiteren, temporären Verkaufsstelle auf dem Gelände der Landesgartenschau ist eine weitere Steigerung der Einnahmen von 2007 um etwa 17-18 % zu prognostizieren. Zudem wurde ein so genannter „ulm shop“ mit entsprechender Dekoration deutlich sichtbar im Schaufenster der Tourist-Information im Stadthaus eingerichtet, was sich ebenfalls positiv auf die Verkaufsumsätze auswirken dürfte.

Gleichzeitig werden jedoch auch die Personalkosten infolge zusätzlicher Jobkräfte und der Aufstockung der Arbeitszeit vorhandener Teilzeitkräfte während der Hauptsaison ab April/Mai 2008 steigen und müssen für die Altersteilzeit dreier Mitarbeiterinnen hohe Rückstellungen gebildet werden.

Die neuen Erlebnis-Angebote im Bereich Stadtführungen (z.B. Nachtwächterführungen und auch verstärkt „Erlebnisführungen im historischen Gewand“ für die einheimische Bevölkerung), die damit verbundenen Werbemaßnahmen sowie die Stadtrundfahrten und Landesgartenschau-Führungen lassen hier ein Mehr an Einnahmen von etwa 22-25 % im Vergleich zu 2007 erwarten. Aufgrund der Sonderfaktoren Landesgartenschau und Heimattage wird das Ergebnis 2008 jedoch gänzlich anders ausfallen als in den Vorjahren, da es erheblichen Sonderaufwand in Höhe von etwa 130.000 EUR geben wird. Würde man das reguläre Betriebsergebnis - um die Rückstellungen für Altersteilzeit bereinigt - prognostizieren, so dürfte es ein noch erfolgreicher Wirtschaftsjahr werden als 2007.

## **D. Risiken der voraussichtlichen Entwicklung**

Es existiert bei der UNT ein monatliches Planungs- und Berichtswesen, welches vierteljährlich mit der Beteiligungsverwaltung der beiden Gesellschafter Stadt Ulm und Stadt Neu-Ulm abgestimmt wird. Eine monatliche Fortschreibung der Hochrechnung/Prognose bis zum Jahresende stellt sicher, dass im Falle von kurzfristigen Entwicklungen und Einnahmeausfällen rechtzeitig reagiert werden kann (z.B. mit einem Ausgabenstopp im Bereich Marketing oder Wareneinkauf).

Externe Risiken sind in einem geringen Maße vorhanden: durch den verstärkten Markteintritt von Mitbewerbern im Bereich Zimmervermittlung und Souvenirverkauf sind künftige Einnahmerückgänge möglich. Im Laufe des Jahres 2009 könnte ein „Münsterkiosk“ auf dem Ulmer Münsterplatz in unmittelbarer Nachbarschaft zur Tourist-Information eröffnet werden. Dann wäre mit verstärkter Konkurrenz beim Souvenirverkauf zu rechnen. Allerdings wird sich die UNT dann auch selbst um den Betrieb eines „Münsterkiosks“ bewerben, weil sie hierfür die besten Voraussetzungen mitbringt. Im Bereich Stadtführungen gibt es derzeit keine nennenswerten Mitbewerber. Dennoch ist auch hier jederzeit möglich, dass ein neuer Konkurrent in diesem Bereich Marktanteile erringt.

Aus heutiger Sicht sind aber keine bestandsgefährdenden Risiken erkennbar.

## **E. Sonstige Angaben**

### **1. Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Schluss des Geschäftsjahres**

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Schluss des Geschäftsjahres im Sinne des § 289 Abs. 2 Nr. 1 HGB sind nicht eingetreten.

### **2. 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.

