

Zur Kenntnissgabe im Verwaltungs- und Finanzausschuss und
im Gemeinderat

am 28.09.2015
am 07.10.2015

Tagesordnungspunkt:

Eigenbetrieb Touristik und Marketing – Zwischenbericht Juni 2015

Sachvortrag:

Zwischenbericht für das Geschäftsjahr 2015 des Eigenbetriebs Touristik und Marketing

Nach § 9 der Satzung muss die Betriebsleitung den Betriebsausschuss (VFA) über die Entwicklung der Erträge und Aufwendungen sowie über die Abwicklung des Vermögensplans des laufenden Jahres informieren.

Entwicklung der Erträge und Aufwendungen

Die Gewinn- und Verlustrechnung weist zum 30.06.2015 einen Verlust von 125.991,23 € aus. Nach der Hochrechnung wird sich der Verlust bis zum Jahresende voraussichtlich auf 950.000 € erhöhen, der dem Ansatz im Wirtschaftsplan entspricht.

	Planansatz Wirtschaftsplan 2015	Stand 30.06.2015	Hochrechnung zum 31.12.2015
Erträge			
Umsatzerlöse	1.030.660,00 €	636.502,22 €	
Sonstige Erlöse	1.200,00 €	18.764,11 €	
Gesamterlöse	1.031.860,00 €	655.266,33 €	1.150.000,00 €
Aufwendungen			
Materialaufwand/Bez. Leistungen	574.010,00 €	159.031,69 €	693.000,00 €
Personalleasing+gestellung	3.500,00 €	- €	3.500,00 €
Personalkosten	795.600,00 €	359.751,81 €	793.000,00 €
Abschreibungen	36.100,00 €	- €	36.100,00 €
sonst. Aufwendungen			
Raumkosten	117.900,00 €	50.369,04 €	110.400,00 €
Leasing, Wartung/Lizenzgeb.	42.000,00 €	21.508,90 €	43.000,00 €
Plan. Ern. Instand. Risiken	29.500,00 €	7.906,80 €	29.000,00 €
Beiträge, Versicherungen	46.500,00 €	27.744,81 €	55.000,00 €
Fahrzeugkosten	850,00 €	704,10 €	1.000,00 €
Werbe-, Reisekosten, Gema	271.500,00 €	124.357,48 €	270.000,00 €
Allg. Verwaltungskosten	65.400,00 €	27.165,54 €	65.000,00 €
Zinsen	-2.000,00 €	-203,24 €	-2.000,00 €
Periodenfr. Aufwendungen	1.000,00 €	2.920,63 €	3.000,00 €
Gesamtaufwand	1.981.860,00 €	781.257,56 €	2.100.000,00 €
Summe Erträge	1.031.860,00 €	655.266,33 €	1.150.000,00 €
Summe Aufwand	1.981.860,00 €	781.257,56 €	2.100.000,00 €
Ergebnis	-950.000,00 €	-125.991,23 €	-950.000,00 €

Personal

	Betriebsleitg.	Abteilungsleiter	Mitarb. Touristik	Mitarb. Stadtmark.	Mitar. Ver waltung	Mitarb. Kart enk.	Neubaus.	Summe
Januar 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
Februar 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
März 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
April 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
Mai 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
Juni 15	0,6	1,5	3	2	2,7	2,5	1,5	13,8
Elternzeit			0,5			0,5		1
Azubis			3					3

Vermögensplan - Ausgaben

	Wirtschaftsplan 2015	Stand 30.06.2015	Hochrechnung zum 31.12.2015
Büro- u. Geschäftsaustattung	20.000,00 €		20.000,00 €
Jahresverlust	950.000,00 €	125.991,23 €	950.000,00 €
Erübrigte Mittel lfd. Jahr	359.312,00 €		428.135,00 €
Finanzierungsbedarf	1.329.312,00 €	125.991,23 €	1.398.135,00 €

Vermögensplan - Einnahmen

	Wirtschaftsplan 2015	Stand 30.6.2015	Hochrechnung zum 31.12.2015
Erübrigte Mittel aus Vorjahren	343.212,00 €		412.035,00 €
Abschreibungen	36.100,00 €		36.100,00 €
Ausgleich Haushalt Stadt	950.000,00 €	300.000,00 €	950.000,00 €
Finanzierungsmittel	1.329.312,00 €		1.398.135,00 €

Forderungen und Verbindlichkeiten der TM

Zum Berichtsstichtag 30.06.2015 hat die TM einen Forderungsbestand von 201.082,17 €. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen 46.270,75 €.

Bericht:

Vermietung und Verpachtung:

Im Neubausaal, der Hospitalkirche und den Tagungsräumen im Gebäude der TM liegt trotz gleichbleibenden Belegungszahlen weiterhin eine Unterdeckung der Kosten vor.

Organisation und Durchführung von Festen:

Die Ergebnisse des Jakobimarkts und des Sommernachtsfests schlagen sich erst in der zweiten Jahreshälfte nieder.

Touristik:

Schwäbisch Hall ist ein beliebtes Ziel für Städtereisen. Nach Feststellung des statistischen Landesamtes stieg die Gästezahl in der heimischen Beherbergungsbranche (Beherbergungsbetriebe ab 10 Betten oder Stellplätze) um zwei Prozent auf 46.860. Die Zahl der Übernachtungen liegt im ersten Halbjahr 2015 mit 98.214 gegenüber 98.785 Übernachtungen in 2014 knapp unter dem Ergebnis des Vorjahres.

Obwohl in Baden-Württemberg vor allem im Februar und Mai deutliche Steigerungen in den Übernachtungszahlen zu verzeichnen waren, gab es in Schwäbisch Hall erst im Juni eine solch deutliche Steigerung von 6 Prozent (im Landesvergleich nur 2 Prozent). Dies ist neben dem üblichen Zielpublikum –Geschäftsreisende, die in Schwäbisch Hall immer noch die Mehrheit der Übernachtungen ausmachen, auf die Besucherinnen und Besucher der Freilichtspiele und die Ausstellung in der Kunsthalle Würth zurückzuführen. Durchschnittlich blieben die Gäste 2,1 Nächte, ein Indiz dafür, dass Schwäbisch Hall Ziel von vielen Kurzurlauberinnen und -urlaubern ist. Ausländische Gäste sind mit einem Anteil von 10 Prozent vertreten. Nach wie vor bilden die Schweizer, Franzosen und Holländer eine verlässliche Größe.

Neben der touristischen Beratung wurden bis Ende Juni 718 Stadtführungen vermittelt. Das sind 21 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Eine neue Stadtführung „Luther 2017 – Auf den Spuren von Johannes Brenz und Lucas Cranach“ widmet sich dem Thema der Reformation.

Der Bereich Pauschal- und Gruppenreisen der TM lief im ersten Halbjahr sehr gut. Der Umsatz stieg um circa 16 Prozent auf 324.478 Euro. Am Beliebtesten nach wie vor ist das Freilichtspielarrangement „Treppenfreizeit“, welches Übernachtungen mit dem Besuch der Freilichtspiele, einer Stadtführung und einen Besuch im Museum kombiniert. Mit beigetragen zu dem guten Ergebnis haben auch die neu entwickelte Pauschale „Krimitage in Schwäbisch Hall“ sowie ein Jahrestreffen der Mercedes Benz IG, das in Schwäbisch Hall statt fand.

Auch bei Bürgerinnen und Bürgern sowie Menschen aus dem Umland ist die kulturelle Vielfalt von Schwäbisch Hall sehr beliebt. Die Zahl der verkauften Freilichtspielkarten liegt im ersten Halbjahr mit 39.336 Karten deutlich über dem Vorjahresniveau (2014: 33.796). Immer mehr Besucherinnen und Besucher entscheiden sich kurzfristig und nutzen die Möglichkeit, ihre Tickets direkt im Online Shop zu erwerben.

Zur Stärkung der kulturellen Vielfalt und zur Nutzung von Synergien wurde in Zusammenarbeit mit 15 verschiedenen kulturellen Einrichtungen das 2. Kulturbonusheft herausgebracht. Das Heft bietet den Gästen die besten Attraktionen der Stadt bei freiem Eintritt oder den Besuch von Theater- und Musikveranstaltungen zu stark ermäßigten Eintrittspreisen. Es hat einen Gesamtwert von über 75 Euro und kann gegen eine Schutzgebühr von 10 bzw. 20 Euro erworben werden.

Um den Tourismus positiv weiter zu entwickeln hat die TM in einem kooperativen Verfahren mit allen relevanten Akteuren aus Handel, Hotellerie, Gastronomie und Kultur ein Tourismuskonzept erstellt. Den kulturtouristischen Angeboten der Stadt kommt dabei eine besondere Bedeutung zu.

Citymarketing:

Die Shopping Night am 20. März 2015 in der Innenstadt war sehr gut besucht. Highlight war das Ballonglücken auf dem Marktplatz. Mit einer großen Show wurden die Ballons aufgeblasen und leuchteten wie riesige Glühbirnen. Am Marktplatz wurde in der Schirmbar getanzt und gefeiert.

Das Maibaumfest am 30. April, das gemeinsam mit dem Verein Schwäbisch Hall aktiv organisiert wurde, war trotz Dauerregen gut besucht.

Das Bierdorf anlässlich des Haller Frühlings fand wieder auf dem Marktplatz statt und war trotz des regnerischen Wetters gut besucht.

Der verkaufsoffene Sonntag zum Haller Frühling am 3. Mai 2015 hat für viele Besucherinnen und Besucher sowie zufriedene Händlerinnen und Händler gesorgt. Vor allem aber der Samstag brachte das Strahlen in die Augen der Händlerinnen und Händler. Durch das trübe Wetter waren die Geschäfte überdurchschnittlich besucht und so hat der Samstag in diesem Jahr sogar den ebenfalls erfolgreichen verkaufsoffenen Sonntag überflügelt.

Die Vorbereitungen für den Haller Herbst und die Haller Weihnacht sind in vollem Gang. Das Angebot auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Marktplatz wird durch neue Stände erweitert und bietet so noch mehr Abwechslung. Der Markt findet dieses Jahr zum fünften Mal auf dem Marktplatz statt und hat sich mittlerweile sehr gut etabliert mit einer jährlich steigenden

Anzahl an Ständen. Nach 29 Ständen im Jahr 2011 wurde mit 38 Ständen bereits im letzten Jahr eine hohe Anzahl erreicht, die auch 2015 gehalten werden kann.

Auch die Vorbereitungen für die zweite Shopping Night in diesem Jahr laufen auf Hochtouren. Diese findet erstmalig an einem Samstag, dem 12. September statt. Unter dem Motto „Italienische Nacht“ werden die Händlerinnen und Händler italienische Häppchen, Prosecco und viele weitere typisch italienische Köstlichkeiten und Aktionen anbieten. Vier italienische Musikgruppen sorgen für ein Urlaubsfeeling am letzten Sommerferienwochenende. Eine große Herbstmodeschau im Froschgraben ergänzt das Einkaufserlebnis.

Bei den beiden jährlichen Planungsgesprächen des Vermarktungskonzeptes, das 2012 eingeführt wurde, wurden das Programm und die dazugehörigen Werbemaßnahmen für die Shopping Nights, den Haller Frühling, Haller Herbst und die Haller Weihnacht besprochen.

Um die Einkaufsstadt Schwäbisch Hall noch weiter voranzutreiben und eine Übersicht für Touristen ebenso wie für Bürgerinnen und Bürger zu schaffen, soll dieses Jahr ein Einkaufsstadtplan erscheinen. In übersichtlicher Weise werden hier alle Einzelhandels-, Gastronomie- und Hotelleriebetriebe in einem Stadtplan ausgewiesen.

Gesamtbetrachtung

In Anbetracht der vielfältigen Aufgaben sowie der Mehrausgaben aufgrund der langen Öffnungszeiten in der Tourist Information und tariflich bedingter Personalkostensteigerungen ermöglicht der städtische Zuschuss an die TM wenig Spielraum. Um Mehreinnahmen zu generieren sind dringend Investitionen notwendig. Eine verbesserte Warenpräsentation, eine kommunikative Verkaufsraumatmosfera, ein gezieltes Anbieten von Mehrleistungen und neue Vertriebswege im Bereich neuer Medien sind notwendige Investitionen, die sich im Lauf der Zeit tragen werden.