

Zur Kenntnisgabe im Verwaltungs- und Finanzausschuss
Gemeinderat

am 16.09.2013
am 30.09.2013

Tagesordnungspunkt:

Eigenbetrieb Touristik und Marketing – Zwischenbericht Juni 2013

Sachvortrag:

Zwischenbericht für das Geschäftsjahr 2013 des Eigenbetriebs Touristik und Marketing

Nach § 9 der Betriebssatzung muss die Betriebsleitung des 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 30.06.2013 einen Verlust von 293.415,97 € aus. Nach der Hochrechnung wird sich der Verlust bis zum Jahresende voraussichtlich auf 919.000 € erhöhen. Die Differenz ergibt sich aus einer über planmäßigen Ausgabe in Höhe von 19.016,04 Euro zur Abdeckung einer Patronatserklärung des Regio e.V. gegenüber der Regio Stuttgart Marketing GmbH. Die TM ist Mitglied des Regio e.V. Hierbei geht es um eine mögliche rückwirkende Besteuerung kommunaler Zuschüsse, die momentan geprüft wird.

	Planansatz Wirtschaftsplan 2013	Stand 30.06.2013	Hochrechnung zum 31.12.2013
Erträge			
Umsatzerlöse	1.093.150,00 €	432.274,42 €	
Sonstige Erlöse	1.500,00 €	14.415,81 €	
Gesamterlöse	1.094.650,00 €	446.690,23 €	990.000,00 €
Aufwendungen			
Materialaufwand/Bez.Leistungen	627.500,00 €	103.127,48 €	550.000,00 €
Personalleasing+gestellung	18.500,00 €	1.771,50 €	2.000,00 €
Personalkosten	713.000,00 €	370.686,25 €	725.000,00 €
Abschreibungen	23.000,00 €		23.000,00 €
sonst.Aufwendungen			
Raumkosten	120.200,00 €	45.175,66 €	120.000,00 €
Leasing, Wartung	14.800,00 €	19.677,18 €	20.000,00 €
Plan.Ern. Instand. Risiken	41.800,00 €	9.300,38 €	35.000,00 €
Beiträge Versicherungen	36.850,00 €	27.342,12 €	36.850,00 €
Fahrzeugkosten	500,00 €	287,94 €	500,00 €
Werbe-, Reisekosten, Gema	324.650,00 €	121.738,07 €	299.150,00 €
Allg.Verwaltungskosten	59.850,00 €	22.463,16 €	60.000,00 €
Zinsen	-8.000,00 €	-479,58 €	-1.500,00 €
Periodenfr.Aufwendungen	22.000,00 €	19.016,04 €	39.000,00 €
Gesamtaufwand	1.994.650,00 €	740.106,20 €	1.909.000,00 €
Summe Erträge	1.094.650,00 €	446.690,23 €	990.000,00 €
Summe Aufwand	1.994.650,00 €	740.106,20 €	1.909.000,00 €
Ergebnis	-900.000,00 €	-293.415,97 €	-919.000,00 €

Personal

	Betriebsleitg.	Abteilungs leiter	Mitarb. Touristik	Mitarb. Stadtmark.	Mitar.Ver waltung	Mitarb.Kart enk.	Neubaus.	Summe
Januar 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
Februar 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
März 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
April 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
Mai 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
Juni 13	0,5	2	4	2	2,8	2,9	1,5	15,7
Mutterschutzur laub								
Azubis			2					2

Vermögensplan - Ausgaben

	Wirtschaftsplan 2013	Stand 30.06.2013	Hochrechnung zum 31.12.2013
Büro- u. Geschäftsaustattung	20.000,00 €	9.668,95 €	20.000,00 €
Jahresverlust	900.000,00 €	293.415,97 €	919.000,00 €
Erübrigte Mittel lfd. Jahr	373.629,00 €		354.629,00 €
Finanzierungsbedarf	1.293.629,00 €	303.084,92 €	1.293.629,00 €

Vermögensplan - Einnahmen

	Wirtschaftsplan 2013	Stand 30.6.2013	Hochrechnung zum 31.12.2013
Erübrigte Mittel aus Vorjahren	370.629,00 €		370.629,00 €
Abschreibungen	23.000,00 €		23.000,00 €
Ausgleich Haushalt Stadt	900.000,00 €	300.000,00 €	900.000,00 €
Finanzierungsmittel	1.293.629,00 €		1.293.629,00 €

Forderungen und Verbindlichkeiten TM

Zum Berichtsstichtag 30.06.2013 hat die TM einen Forderungsbestand von € 104.777,67 €
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen € 25.689,64 €.

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. Die Gebühren für die Anmietung sind seit 10 Jahren stabil. Durch Mietanpassungen ab Herbst 2013 sollen diese Defizite reduziert werden.

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 populäres Touristenziel. Die Zahl der Auslandsgäste, die in Schwäbisch Hall Urlaub machen, ist in den ersten sechs Monaten leicht gestiegen (4 %) sowie die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (5,4%). Ein Blick auf das gesamte Halbjahr zeigt allerdings, dass dieses von leichten Übernachtungsrückgängen geprägt ist. Lediglich im April wurde das Vorjahresergebnis knapp übertroffen. Damit schlägt sich der nicht gerade reisefreudige Witterungsverlauf erstmals wieder negativ in den Tourismuszahlen nieder. Nach Feststellung des statistischen Landesamtes ging die Zahl der Gäste in den Monaten Januar bis Juni insgesamt um 9,3 % zurück, die Übernachtungszahlen verminderten sich um 5,5 %. Allerdings sollte dabei auch berücksichtigt werden, dass die im ersten Halbjahr erreichten Übernachtungen immer noch um 6,5 % über dem Niveau von 2011 liegen.

Aufgrund des zunehmenden Interesses an einer aktiven Freizeitgestaltung hat die TM drei neue Radrundtouren ausgearbeitet, die alle in Schwäbisch Hall starten und enden sowie einen neuen Wanderweg, der über den letztes Jahr renaturierten Starkholzbacher See führt.

Bis Ende Juni 2012 wurden 704 Stadtführungen vermittelt. Das sind 10 % weniger als im Vorjahr. Ziel ist es, bis Jahresende an dem hervorragenden Ergebnis von 2012 mit 1895 vermittelten Stadtführungen anzuknüpfen. Hierzu wurden zwei neue Stadtführungen ausgearbeitet. Unter dem Motto „Heller und Batzen“ werden vor den Augen der Gäste handgemachte Pralinen in Form des mittelalterlichen Zahlungsmittel gefertigt. Die andere Führung geht durch die Gelbinger Gasse. Auf Wunsch mit Besichtigung des Josenturms und Abschluss in Halls letzter Bäckerei-Weinstube.

Der Bereich Pauschal- und Gruppenreisen der TM läuft im ersten Halbjahr weniger gut. Der Umsatz sank um ca. 28 % auf 171.721 €. Die Tagespauschalen werden nach wie vor sehr gut nachgefragt, so dass die Zahl der Personen, die eine Pauschale bei der TM gebucht haben, konstant ist. Die Übernachtungspauschalen dagegen sind rückläufig. Es zeigt sich der Trend zu individuellen Buchungen, vermehrt auch über das Internet oder direkt über den Übernachtungsbetrieb. Durch neue Vertriebswege wie die Einrichtung eines regelmäßigen Newsletters und die Ausarbeitung eines Flyers mit individuellen Bausteinen soll die Vermarktung künftig vorangetrieben werden.

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 1. Halbjahr aufgrund des schlechten Wetters mit 34.243 verkauften Karten gegenüber 49.356 Karten in 2012 deutlich unter dem Vorjahresniveau. Jedoch zeichnet sich bereits jetzt ab, dass die Anzahl der verkauften Tickets zum Saisonende deutlich ansteigt. Die populärsten Stücke in diesem Jahr sind „Summer of Love“ und „Im weißen Rössl“. Die Stücke im Haller Globe Theater wie bspw. „Der Brandner Kaspar und das ewig' Leben“ laden zum Schmunzeln ein und versprechen einen Zuwachs. 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 1. 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 Euro erworben werden.

Um Mehreinnahmen zu generieren sind dringend Investitionen notwendig. Eine verbesserte Warenpräsentation, eine kommunikative Verkaufsraumatmosphäre, ein gezieltes Anbieten von Mehrleistungen und neue Vertriebswege im Bereich neuer Medien sind notwendige Investitionen, die sich im Lauf der Zeit tragen werden.

Citymarketing:

Der Haller Frühling und die Shopping Night wurden sehr gut besucht . Die Händlerinnen und Händler waren durchweg zufrieden.

Für das neue Vermarktungskonzept, das im Jahr 2012 eingeführt wurde, konnten 59 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewonnen werden, die gemeinsame Aktivitäten des Citymarketings finanzieren. Das sind 34 % mehr als im Vorjahr. Neben den verkaufsoffenen Sonntagen und einer Weihnachtsaktion ist in diesem Jahr zum ersten mal ein Dankeschöntag geplant, an dem die Gewerbetreibenden Ihren Kunden mit einem kleinen Geschenk danken.

Die Vorbereitungen für den Haller Herbst und den Weihnachtsmarkt auf dem Marktplatz sind in vollem Gange. Das Marktangebot soll durch weitere Stände ausgebaut werden. Ziel ist es, Schwäbisch Hall auch während den Wintermonaten touristisch aufzuwerten. Mit der gezielten Ansprache neuer Zielgruppen durch den Einsatz von Direktmailingaktionen soll Schwäbisch Hall überregional an Bekanntheit gewinnen und die Besucherzahlen in den Wintermonaten gesteigert werden.

Neue Aufgaben wie die Etablierung eines Weihnachtsmarktes auf dem Marktplatz und die Vermarktung der Einkaufsstadt sind mit Ausgaben verbunden, denen kaum Einnahmen gegenüber stehen. Die finanzielle Beteiligung der Shops im Kocherquartier ist nahezu unmöglich. In den Mietverträgen wurde auf die Festlegung einer Marketingumlage verzichtet. Bei denen als Filialen betriebene Shops werden die Marketingaktivitäten zentral gesteuert, so dass die Leiter vor Ort keinerlei Handlungsspielraum haben, in Standortwerbung zu investieren. Um die Attraktivität der Innenstadt und die Kundenfrequenz zu halten bzw. nachhaltig zu steigern, ist jedoch eine kontinuierliche Ansprache der Gäste nötig. Die Vermeidung von Leerstand und die Erhaltung eines zugkräftigen Mieter-Mix sind wichtige Elemente, die es auf lange Sicht zu sichern gilt. Die GWG als Eigentümerin der Immobilie ist hier in der Verantwortung. Durch ein professionelles Marketingmanagement gilt es die Besucherinnen und Besucher mit Außergewöhnlichem zu bereichern und die Attraktivität der Immobilie zu erhalten.

12/09/2013