

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2013**Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft**

Die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT) hat im Jahr 2013 ihre Tätigkeit zur Förderung des Tourismus in der internationalen Bodenseeregion gemäß bestehendem Gesellschaftsauftrag in sehr erfolgreicher Weise ausgeführt. Als touristische Dachorganisation der Vierländerregion Bodensee vermarktet die IBT GmbH die internationale Tourismusregion Bodensee in ihrer Gesamtheit überregional, national und international. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen, Destinationen, Subregionen, Orten und Leistungsträgern rund um den See in Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein.

Auf Basis der gemeinsam diskutierten und abgestimmten Arbeitsgrundlage des InterregIV-Projektes „Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee zur Optimierung des Destinationsmanagements“ ist im Jahr 2013 der Systemwechsel weiter vorangetrieben und umgesetzt worden. Die im Jahre 2012 von einem Teil der Gesellschafter gewünschten und finanzierten Zusatzaufgaben wurden in 2013 von der IBT GmbH teilweise als beauftragte Projekte durchgeführt. Ein weiterer Teil dieser Aufgaben verlagerte sich auf andere Plattformen. Durch diesen Prozess wurden gewohnte und gut sichtbare Maßnahmen reduziert, die bisher als operatives Kerngeschäft der IBT GmbH von Seiten der deutschen Anspruchsgruppen definiert waren. Diese Wahrnehmung des Systemwechsels führt bei den Stakeholdern teilweise aktuell noch zu kontroversen aber meist produktiven Diskussionen. Diese zeigen, dass der Umstellungsprozess die IBT GmbH noch mindestens die nächsten ein bis zwei Jahre begleiten wird. Dafür sind alle Beteiligten aufgefordert, den Wandel durch Festhalten an der definierten Tourismusstrategie konstruktiv zu unterstützen.

Die langjährige Geschäftsführerin Daniela Pahl-Humbert ist zum 30. Juni 2013 aus der IBT GmbH ausgeschieden. Notariell wurde der Wechsel in der Geschäftsführung Ende April vollzogen. Mit diesem Schritt wurde eine Unsicherheit für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der IBT GmbH aufgelöst, die, verbunden mit einer hohen Belastung im Zusammenhang des Systemwechsels, für Stress und zeitweise Demotivation gesorgt hatte. Anfang des Jahres 2013 konstituierte sich das neue Aufsichtsgremium. Zum Vorsitzenden gewählt wurde Dr. Christoph Tobler. Ebenso wurde der Marketingbeirat neu gewählt. Um seine aktive Mitgestaltung sowie seine stärker strategisch ausgerichtete Funktion zu unterstreichen, hat der Marketingbeirat sich eine Geschäftsordnung gegeben. Das Gremium hat nicht mehr nur einen Sprecher, sondern mit Birgit Sauter-Paulitsch seit Mai 2013 eine Vorsitzende.

Im Rahmen einer Vertretungsregelung und zur Wahrung der Geschäftsfähigkeit der GmbH bei Abwesenheit des Geschäftsführers wurden Frau Christiane Stein und Frau Sabine Siebenrock von der Gesellschafterversammlung im Oktober 2013 mit Gesamtprokura ausgestattet.

Lagebericht 2013

Mit der neuen Struktur hat sich das am Gast ausgerichtete operative Geschäft nahezu ausschließlich in Projekte konzentriert. Mit Beauftragung der deutschen Landkreise übernahm die IBT GmbH die Organisation und Durchführung der wichtigen Publikumsmesse CMT in Stuttgart und der Fachbesuchermesse ITB in Berlin. Im Rahmen der Internationalisierung wurde kurzfristig durch eine Trägerschaft der Auftrag an die IBT GmbH erteilt, den zweiten Incoming Workshop Bodensee zu organisieren. Dieser halbtägige B2B Workshop verbunden mit nahezu zwei Tagen Studienreise für Reiseveranstalter in der Bodenseeregion fand in der Region Radolfzell und Untersee statt. Das Projektmanagement wurde mit Vergabe eines Beratervertrages angestoßen und durch einen zur Abwicklung der Messen befristet eingestellten Mitarbeiter weiterentwickelt und schließlich erfolgreich durchgeführt. Verbunden mit der Teilnahme am German Travel Mart konnten für 2013 kurzfristig Veranstalterreisen aus Italien im Zeitraum Advent sowie aus USA und China für den Sommer 2014 gewonnen werden.

Seit April 2013 hat die IBT GmbH das Projekt Service Center für die Landkreise Lindau, Konstanz, Bodenseekreis und Sigmaringen übernommen. Der Auftrag beinhaltet das Annehmen und Beantworten von touristischen Gästeanfragen sowohl telefonisch, schriftlich, per Fax und Email als auch persönlich. Ebenso wird der Versand von Informationspaketen gemanagt. Die Anfragen kommen mehrheitlich aus Deutschland und betreffen auch mehrheitlich die deutsche Region. Allerdings werden sehr stark touristische Leistungsträger nachgefragt, weshalb für das Jahr 2014 der VTWB e.V. als Auftraggeber ins Projekt eingestiegen ist.

Die Weiterentwicklung und technische Umstellung der Bodensee Erlebniskarte (BEK) ist in 2013 vollzogen worden. Nach Berührungängsten beim Handhaben der neuen Karte sowie kleinen technischen Herausforderungen bilanzieren die Unternehmen, dass sich die Kartentechnologie bewährt hat. Auch für die IBT GmbH ist die Durchführung der BEK positiv verlaufen. Vertriebsstärkende Maßnahmen und die Entwicklung einer Winter Erlebniskarte sind eingeleitet.

Die durch InterregIV Alpenrhein, Bodensee, Hochrhein geförderten Projekte Wein, „Weinregion Bodensee“ und Gärten, „Bodenseegärten“ sind im Jahr 2013 operativ gestartet. Beide Projekte werden als Markenleitprodukte der internationalen Tourismusregion Bodensee entwickelt. Für das Management sind durch die Projekte finanzierte Mitarbeiterinnen bei der IBT GmbH angestellt. Die Projektmanagerin Gärten startete im Januar zunächst auf der Mainau und konnte im Laufe des Jahres in die Räume der IBT umziehen. Die Managerin Wein war ab April direkt in den Büroräumen der IBT beheimatet. Die Nähe zur Basis stellte sich für beide Projektmanagerinnen als sehr hilfreich heraus. Die Arbeitszeit im Wein wurde von zunächst 50 Prozent auf 60 Prozent erhöht und ab April 2014 bis zum Ende des Projektes am 31.12.2014 auf 100 Prozent. Die Vollzeitprojektmanagerin Gärten hat die IBT GmbH im November 2013 verlassen. Das Management wird nun geteilt durchgeführt. Einmal per externe Beauftragung sowie zu 50 Prozent durch eine Mitarbeiterin der IBT

Lagebericht 2013

Basis. Diesem Vorgehen ging eine Abstimmung zwischen den Projektpartnern, dem Aufsichtsrat der IBT GmbH und der Geschäftsführung voraus.

Der ursprünglich für das Jahr 2013 vorgesehene Internetauftritt ist ins Jahr 2014 verschoben. Die Definition „Landingpage“ wurde im Marketing Beirat diskutiert und im Nachgang durch die IBT GmbH konzeptioniert. Die kurzfristige personelle Herausforderung (Gärten) innerhalb der IBT GmbH sowie neue Entwicklungen in der Frage, wie mit einer Online Buchungsmöglichkeit auf der Internetseite umzugehen ist, waren Hintergrund einen neuen Internetauftritt und damit die Umsetzung der „Landingpage“ nochmals zu verschieben.

Erfolgreich weiterentwickelt wurde im Rahmen der Saisonausweitung die Winter Internetseite bodensee-winter.eu. Neben der Vorstellung einzelner Bodensee Winter-Destinationen sind touristische Leistungsträger und Veranstaltungen über die Seite kommuniziert worden. Zusätzlich wurde die Seite mit verfügbaren Winterangeboten aus der Hotellerie bereichert. Im Rahmen von Pressekommunikation konnte das Winterthema breit gestreut werden. Neben „Weihnachten“ spielte auch das Thema „Fastnacht“ eine wichtige Rolle in der Kommunikation. Ergänzt durch einen Weihnachtsmarktflyer in 3 Sprachen, der rund um den Bodensee und auch auf internationalen Messen verteilt wurde, konnte die Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für das Thema Saisonausweitung sowohl intern am Bodensee wie auch außerhalb der Region geschärft werden.

Seit 2004 befinden sich die Firmenräume der IBT GmbH im Gebäude der Bodensee Schiffsbetriebe in Konstanz. Ergänzt durch zwei weitere Räume im Jahr 2008 standen zu Jahresbeginn 2013 zehn Arbeitsplätze zur Verfügung. Mit dem Ziel die Projektmanager Wein und Gärten besser ans Team der IBT GmbH anzubinden, wurde die Raumaufteilung komplett reorganisiert. Insgesamt stehen in den Geschäftsräumen der IBT GmbH nun dreizehn Arbeitsplätze zur Verfügung.

Die Zahl der auf Vollzeit gerechneten Beschäftigten lag in 2013 bei 10,5. Veränderungen sind durch die doppelte Geschäftsführung, die Fachkräfte zur Erfüllung der Projekte Messen, Events und Service Center sowie durch die beiden Manager der InterregIV Projekte Wein und Gärten zustande gekommen. Eine weitere Konsolidierung der Aufgabenvielfalt und die Konzentration auf ausgewählte Schwerpunkte als Markenleitprodukte werden helfen, den angestrebten Ausgleich zwischen Überversorgung an Aufgaben und Unterversorgung an Ressourcen zu erreichen.

Mit der projektorientierten Arbeitsweise hat sich auch die Anforderung an das Controlling und die entsprechende Dokumentation der Ergebnisse verändert. Die in 2012 eingeführte transparente Darstellung der I und D Aufträge ist für 2013 bereits wieder hinfällig geworden. Die notwendige Transparenz der Arbeit der IBT GmbH wird neben der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung nunmehr durch ein Fokussieren auf Projektcontrolling hergestellt. So sind die einzelnen Projekte, von

Lagebericht 2013

der BEK über InterregIV-Projekten bis hin zum Kooperationsmarketing, mittels Projektnummern beschrieben und können so ab 2014, auch mit geleisteten Arbeitsstunden hinterlegt, ausgewertet werden.

Wie seit langem angestrebt, konnte im Geschäftsjahr 2013 der Verlustvortrag aus der Handelsbilanz im Rahmen einer vereinfachten Kapitalherabsetzung entfernt werden. Durch Verrechnung mit dem Stammkapital reduzierte sich das gezeichnete Kapital von 431.000 EUR auf 120.000 EUR. Der Verlustvortrag in Höhe von 315.942,45 EUR wurde dadurch und durch den Jahresüberschuss aus 2012 in Höhe von 4.508,27 EUR verringert und ist weiterhin durch das Stammkapital gedeckt. In das Jahr 2013 ist somit ein Verlustvortrag in Höhe von 434,18 EUR zu übertragen. Es besteht keine Überschuldungsgefahr.

In der Bilanz 2013 wird ein Jahresüberschuss in Höhe von 38.412,08 EUR ausgewiesen. Dieser Überschuss besteht mit 37.099,65 EUR im Wesentlichen aus Projektüberschüssen der InterregIV Projekte Wein und Gärten. Hieraus resultiert ein tatsächlich verbleibender Überschuss für die IBT GmbH in Höhe von 1.312,43 EUR. Für das gesamte Geschäftsjahr 2013 war die Liquidität gewährleistet. Es bestanden keine Darlehen gegenüber Kreditinstituten. Die Projektüberschüsse stehen ausschließlich diesen Projekten zur Verfügung. Sie werden im Geschäftsjahr 2014 zur Verauslagung gelangen und die Liquidität belasten. Im Zusammenhang mit der projektorientierten Struktur wird das Managen der Liquidität für die Zukunft eine Herausforderung werden, da seit 2013 der Zuschuss für die Basisaufgaben weniger Spielraum ermöglicht und gleich-zeitig verstärkt eine Vorfinanzierung von Projekten, unabhängig von Interreg Projekten, gefordert wird.

Zur Erfüllung der Basisaufgaben gemäß der Tourismusstrategie betrug der Gesamtzuschuss für 2013 EUR 466.000. Dies wurde für das Geschäftsjahr 2014 gleichermaßen beschlossen und es besteht Konsens bei den Gesellschaftern darin, dass die Zuschusshöhe als unterste Basis zu betrachten ist. Die Höhe des Zuschusses für die Gesellschafter bemisst sich seit der Strukturanpassung zum 01.01.2007 gleichermaßen an der am Nettoumsatz angelehnten Schätzung des kommunalen Steueraufkommens aus dem Tourismus. Der Schlüssel, dem u.a. Variablen der Übernachtungszahlen zugrunde liegen, ist gemäß §13 des Gesellschaftervertrages alle vier Jahre zu überprüfen.

Der Mehraufwand von rund 30.000 EUR durch die doppelte Geschäftsführung ab April konnte durch den Verkauf der Anteile an Radwegreisen ausgeglichen werden.

Die Zahl der zwei Firmenfahrzeuge blieb unverändert.

Lagebericht 2013

Die Finanzstruktur und Vermögenslage der Gesellschaft ergibt sich aus der nachfolgenden Tabelle:

Tabelle Aktiva/Passiva – **Aktiva**

	31.12.2013		31.12.2012		Veränderung	
	TEuro	%	TEuro	%	TEuro	%
A. Anlagevermögen						
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	1,9	0,8	3,1	1,3	-1,2	-38,7
II. Sachanlagen	19,4	8,2	26,4	10,8	-7,0	-26,5
III. Finanzanlagen	<u>0,0</u>	<u>0,0</u>	<u>1,3</u>	<u>0,5</u>	<u>-1,3</u>	<u>-100,0</u>
	21,3	9,0	30,8	12,6	-9,5	-165,2
B. Umlaufvermögen						
I. Vorräte	36,4	15,5	40,1	16,4	-3,7	-9,2
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände						
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	24,1	10,2	38,4	15,7	-14,3	-37,2
2. Sonstige Vermögensgegenstände	18,2	7,7	48,9	20,0	-30,7	-62,8
III. Liquide Mittel	<u>126,8</u>	<u>53,8</u>	<u>82,2</u>	<u>33,5</u>	<u>44,6</u>	<u>54,3</u>
	205,5	87,2	209,6	85,6	-4,1	-54,9
C. Rechnungsabgrenzungsposten	8,8	3,7	4,8	2,0	4,0	83,3
Summe Aktiva	235,5	100,0	245,1	100,0	-9,6	-3,9

Lagebericht 2013

Passiva

	31.12.2013		31.12.2012		Veränderung	
	TEuro	%	TEuro	%	TEuro	%
A. Eigenkapital						
I. Gezeichnetes Kapital	120,0	51,0	431,0	175,8	-311,0	-72,2
II. Verlustvortrag	-0,4	-0,2	-315,9	-128,9	315,5	-99,9
III. Jahresüberschuss	<u>38,4</u>	<u>16,3</u>	<u>4,5</u>	<u>1,8</u>	<u>33,9</u>	753,3
	158,0	67,1	119,6	48,8	38,4	32,1
 B. Rückstellungen						
kurzfristig fällig	27,1	11,5	30,7	12,5	-3,6	-11,7
 C. Verbindlichkeiten						
Lieferverbindlichkeiten	12,7	5,4	30,9	12,6	-18,2	-58,9
Sonstige Verbindlichkeiten	<u>9,3</u>	<u>3,9</u>	<u>6,1</u>	<u>2,5</u>	<u>3,2</u>	52,5
	22,0	9,3	37,0	15,1	-15,0	-6,4
 D. Rechnungsabgrenzungsposten						
	28,6	12,1	57,8	23,6	-29,2	-50,5
 Summe Passiva	235,5	100,0	245,1	100,0	-9,6	-3,9

Für das Jahr 2014 sind wie erläutert Zuschüsse in Höhe von 466.000 EUR beschlossen. Verbunden mit bestehenden Projektaufträgen ist eine positive Fortführungsprognose in das Jahr 2014 zu stellen. Auf die notwendige Unterstützung für den Systemwechsel verbunden mit Projektbeauftragungen sei dennoch hingewiesen.

Lagebericht 2013

Chancen und Risiken für zukünftige Entwicklung

Mit der weiteren Fortführung des Systemwechsels durch die IBT GmbH wurde gezielt an der Umsetzung der projektorientierten Arbeitsweise gearbeitet. Die Gesellschafterversammlung hat im März 2013 Richtlinien definiert, nach denen Projekte in das Portfolio der IBT passen, die personellen Ressourcen zusätzlich zur Verfügung stehen und die Projektaufträge mit einer Marge kalkuliert werden müssen. Mit einem Projektleitfaden sind Anträge an die IBT GmbH zu stellen. Dieser Leitfaden dient wiederum als Basis für den Projektantrag an die Gremien. Generell ist der Marketingbeirat gefordert, die Projektanträge für den Aufsichtsrat vorzubereiten. Dieser entscheidet über die Freigabe zur Konzeptionierung und Durchführung durch die IBT GmbH. Die Gesellschafterversammlung kann zusätzlich in den Freigabeprozess eingreifen, wenn es seitens des Aufsichtsrates gewünscht wird oder die Gesellschafterversammlung dafür votiert. Durch diesen Ablauf ist eine relativ schnelle Prozesslaufzeit gewährleistet.

Die Einreichung eines Leitfadens ist bisher ausschließlich durch die IBT GmbH selbst erfolgt. Diese Vorgehensweise, eigene Ideen und Impulse einzubringen, ist bei den Partnern noch tiefer zu verankern, auch um diese Handlungsweise erfolgreich zu machen. Positiv beschieden durch die Gesellschafterversammlung und dem Aufsichtsrat wurden die Projektanträge für das Service Center, das Thema Kirchen, Klöster und Konzil, den Incoming Workshop Bodensee 2015 und das Thema Gesundheitstourismus. Das Service Center konnte durch die geringe Anzahl an Partner für das Folgejahr 2014 zeitnah vereinbart werden. Allerdings folgt die Auftragsvergabe nicht dem Grundsatz einer mindestens dreijährigen Laufzeit. Somit ist bereits im Sommer 2014 erneut über eine Verlängerung zu verhandeln. Im Hinblick auf Planungssicherheit und vor allem bei der Bereitstellung von kompetenten Personalressourcen bedeutet diese kurze Laufzeit eine zusätzliche Herausforderung für die IBT GmbH. Die Themen Gesundheitstourismus und Kirchen, Klöster und Konzil befinden sich in der Konzeptionsphase. Zu letzterem Projekt gab es bereits eine Arbeitssitzung aus der erste Grundlagen gewonnen wurden. Die bisher von den Partnern bereitgestellten Mittel lassen allerdings neben dem geplanten Management des Projektes durch die IBT GmbH für operative Marketingmaßnahmen nicht mehr viel Spielraum.

Nicht nur die Akquise der Projektpartner sondern insbesondere die Projektfinanzierung gestaltet sich aktuell schwierig. Hier liegt im Rahmen der Willensbildung durch die Partner eine Kernherausforderung, gemeinsame Themen zu identifizieren und sich hierauf zu verständigen. Weiter bedarf es für die Umsetzung von Themen ausreichende Finanzmittel, um entsprechende Effekte erzielen zu können. Aus diesem Grunde muss sich die IBT GmbH in ihrer Arbeit zeitgleich auf weniger Themen fokussieren können und dürfen.

Die ersten Monate Erfahrung im Umgang mit diesem Prozess haben gezeigt, dass Impulse seitens der IBT GmbH notwendig sind, um Themen und Projekte einzugeben. Im Weiteren wurde deutlich,

Lagebericht 2013

dass Partner nur bereit sind Mittel zur Verfügung zu stellen, wenn Maßnahmen und Aktionen genau definiert sind. Hierzu bedarf es eines Projekt- bzw. Marketingplanes, der als Grundlage für die einzelnen Budgetplanungen dient. Die Pläne zu erstellen ist mit dem Systemwechsel jedoch eine Aufgabe der Gemeinschaft, die durch ihre Vertreter im Marketingbeirat wiederum zur Mitsprache aufgerufen sind. Um diesen Vorgang auf eine breite Ebene stellen zu können, ist eine entsprechende Rückkoppelung der Vertreter mit ihrer Basis, für die sie repräsentativ im Gremium sind, unabdingbar. Die IBT GmbH versucht die Partner zum Konsens, die Ziele des Projektes und die Finanzierung des Projektes betreffend, zu führen. Ob für eine Durchführung dann ausreichend Mittel verfügbar werden, kann die IBT GmbH nicht zwingend beeinflussen. Unter diesen Voraussetzungen sind Partner allerdings wiederum nicht bereit, größere und vor allem längerfristige Bindungen einzugehen. Die IBT GmbH kann vom Grundsatz her aber erst intensiv an dem Thema arbeiten, wenn ein Auftrag zustande gekommen ist. Um dennoch Themen voranbringen zu können, ist die Herangehensweise an die Projektumsetzung neu zu überdenken. Ganz besonders die einzelnen Destinationen sind hierbei gefordert und in der Pflicht entsprechend mitzuwirken. Diese Vorgehens- und Arbeitsweise wurde durch den Systemwechsel begründet und muss in allen Ebenen so verstanden und akzeptiert werden.

Mit der Definition eines strategischen Themas ist es zwingend erforderlich, gemeinschaftlich eine detaillierte Konzeption zu erstellen. Dieses Konzept ist dann die Basis für eine Akquise in den Destinationen, die ausreichend Partner und Finanzmittel für eine nachhaltige Umsetzung eines Projektes generieren muss. Ist dieses Ziel erreicht, kann im Rahmen des Projektzyklus die konkrete Erarbeitung von Maßnahmen begonnen werden. Nach der Entwicklung startet die eigentliche Kampagne, welche eine Gesamtlaufzeit von 3 bis 5 Jahren haben sollte, um anhaltende und wahrnehmbare Impulse setzen zu können. Die gemeinschaftliche Entwicklung, die gemeinschaftliche Finanzierung sowie die Kompetenzen der IBT GmbH abzurufen und in die Umsetzung der Projekte einfließen zu lassen, ist die große Chance dieses Systems. Dafür braucht es aber Vertrauen und letztlich auch Mittel und Möglichkeiten für die IBT GmbH, erste Schritte und Maßnahmen in der Vorbereitung einzuleiten und umzusetzen. Aus diesem Grunde ist es anzustreben, die bisherigen Zuschussmittel für die Zukunft mindestens zu fixieren und langfristig eher auszubauen, um die strategischen Grundaufgaben erfüllen sowie neue Impulse setzen zu können.

Um als Tourismusorganisation der internationalen Destination Bodensee die Projektergebnisse, d.h. die Strategie, die Marke und die Markenthemen aber auch die geforderten und beauftragten Projekte als Kompetenz-Zentrum managen zu können, ist eine intensive und offene Kommunikation wichtige Voraussetzung. Ein enger Austausch zwischen allen beteiligten Akteuren, ob Gremien, Gesellschafter oder Institutionen, schafft Verständnis für einander, verbessert das Miteinander und kommt am Ende unserem Gast zugute. Hier konnte im Geschäftsjahr 2013 viel erreicht werden und der positive Effekt daraus wird erkennbar. Die offene Art der Kommunikation hat einerseits dazu beigetragen, den spürbaren Druck auf einzelne Mitarbeiter der IBT GmbH, durch unklare Auftragslagen oder durch

Lagebericht 2013

Unzufriedenheit einzelner Stakeholder, abzubauen. Andererseits erkennen auch die Gesellschafter, Gremien und Institutionen selbst, wie wichtig und dann zielführend guter Austausch untereinander ist. Mit den neuen Strukturen am deutschen Bodensee entwickeln sich auch hier bessere und intensivere Abstimmungsprozesse, die letztendlich den Systemwechsel und die Ausrichtung der IBT GmbH unterstützen.

Ein offener Austausch, der die Gastsicht in den Fokus stellt, schafft für alle Anspruchsgruppen einen Nutzen. Dieser Nutzen entsteht bereits dadurch, wenn auch eine kleine Gruppe von Interessierten ein Bodensee relevantes Thema oder Projekt mit der IBT GmbH bearbeitet und dieses nachhaltig kommuniziert. Werden dadurch mehr Ankünfte und neue Gäste erreicht, erzielt dies auch Vorteile für alle anderen, die nicht direkt am Projekt beteiligt sind. Dieser indirekte Vorteil daraus sollte Ansporn für Projektbeteiligungen sein, auch wenn ein nachvollziehbarer Nutzen erst im zweiten Schritt erkennbar wird. Durch die solidarische Unterstützung erhöhen sich die Chancen, neue interessante und zielführende Projekte entwickeln und umsetzen zu können.

In der Außenwahrnehmung der IBT GmbH sind im laufenden Geschäftsjahr neue Impulse gesetzt worden. Das Verständnis, eine länderübergreifende Tourismusorganisation zu sein und somit nicht ausschließlich einer nationalen Einheit zugeordnet zu werden, wurde den Organisationen Schweiz Tourismus, Deutsche Zentrale für Tourismus und Österreichwerbung verdeutlicht. Die IBT GmbH agiert im Sinne einer „Landestourismusorganisation Bodensee“ für die touristische Vierländerregion. Im engen Austausch mit den Landesorganisationen Vorarlberg Tourismus, Bayern Tourismus und Tourismus Marketing Baden-Württemberg sowie den unmittelbaren Nachbarn Allgäu Marketing und Ostschweiz Tourismus mit Liechtenstein Marketing entstehen neue und unterstützende Kontakte für die Arbeit über die Grenzen der Vierländerregion hinaus.

Hiermit wird im Sinne des § 264 Abs. 2 Satz 3 HGB versichert, dass der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Gesellschaft im Lagebericht so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird. Die wesentlichen Chancen und Risiken im Sinne des § 289 Abs. 1 Satz 4 HGB sind beschrieben.

Konstanz, den 25.04.2014



Jürgen Ammann

Geschäftsführer