Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

1. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

Als touristische Dachorganisation der Vierländerregion Bodensee fördert und organisiert die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH) das Image und die Vermarktung der internationalen Tourismusregion Bodensee. Dies geschieht in enger Zusammenarbeit mit den Destinationen, Subregionen, Orten, Tourismusorganisationen und den touristischen Unternehmen rund um den Bodensee in Deutschland, Österreich, der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein. Gemäß bestehendem Gesellschaftsauftrag hat die IBT GmbH im Jahr 2015 ihre Tätigkeit zur Förderung des Tourismus in der internationalen Bodenseeregion in sehr erfolgreicher Weise ausgeführt.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

Die kontinuierliche Umsetzung des Systemwechsels, auf Basis der Arbeitsgrundlage des Interreg IV-Projektes „Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee zur Optimierung des Destinationsmanagements“, ist im Jahr 2015 weiter vorangekommen. So wurden die im Rahmen der Internationalisierung erarbeiteten Grundlagen pro Markt, im Einzelnen ein Corporate Wording Bodensee, Basispressetexte und Imageflyer mit Übersichtskarte zur Kurzvorstellung der Vierländerregion, eine Imagepräsentation und der neue Internetauftritt Bodensee.eu mit marktspezifischen Seiten umgesetzt. Für den Veranstaltermarkt entstand ein Sales Guide Bodensee mit ersten Tourenvorschlägen durch die Vierländerregion. Die konzentrierte Kommunikation an die Presse im Markt Italien wurde mit mehreren thematischen Aussendungen und ersten aktiven Pressereisen in 2015 begonnen. Eine abschließende Jahrespressekonferenz fand mit Partnern Mitte März 2016 in Mailand statt. Im Weiteren begann die Bearbeitung des Veranstalterbereiches mittels Einzelrecherche, erster direkter Kontaktaufnahmen sowie Besuche bei rund 15 Reiseveranstaltern. Unabhängig davon nutzt die IBT GmbH sämtliche Möglichkeiten des Kontaktauf- und -ausbaus zu Medien und Veranstaltern bei Workshops wie dem German oder dem Swiss Travel Mart, durch Mitwirken bei Veranstaltungen der Landestourismusorganisationen oder auch durch eigen initiierte Veranstaltungen wie Pressegespräche auf Messen, um das Image der Vierländerregion nachhaltig zu stärken und die Nachfrage zu erhöhen.

Der neue im Rahmen eines ganzheitlichen Kommunikationskonzeptes (Corporate Wording und Design) entwickelte Internetauftritt konnte im August 2015 freigegeben werden und prägt seither den

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

Außenauftritt der touristischen Vierländerregion Bodensee. Ende des Jahres 2015 folgten die jeweiligen internationalen Internetauftritte in italienischer und englischer Sprache, Versionen in holländischer und französischer Sprache dann im ersten Quartal 2016. Dadurch ist der Bodensee ganzheitlich aber thematisch individuell aus den definierten Märkten erreichbar. Mit der Aussage „der Bodensee ist mehr als nur ein Sommer Flirt“ wird das Bewusstsein, ohne Saisongrenzen zu denken und übergreifende Angebote zu schaffen, gestärkt. Mit der neuen Internetseite konnte der BodenseeWinter mit bestehenden und neuen Angeboten von Unternehmen und Leistungspartnern auf ein und derselben Plattform (bodensee.eu) kommuniziert werden. Weiterhin großen Zuspruch fand die für den Veranstaltermarkt als auch für Endkunden entwickelte Zusammenstellung von Weihnachtsmärkten, die überregional in verschiedenen Medien und Messeveranstaltungen eingebunden wurde. Das Thema „Fastnacht“ spielte zunehmend eine Rolle in der Medienkommunikation und löst bereits vereinzelte Nachfrage aus.

Im Jahr 2015 konzentrierten sich die Aktivitäten bei der BodenseeErlebniskarte darauf, das erstmalige Angebot einer Winterkarte umzusetzen. So wurde der entsprechende Erlebnisplaner in neuem Design und Format basierend auf dem Corporate Wording Bodensee erstellt sowie eine Kommunikationskampagne entwickelt. Für das erste Winterangebot 2015/16 haben sich rund sechzig Unternehmen zur Teilnahme vertraglich gebunden. Mit den Schiffsverkehrsbetrieben Fähre Friedrichshafen-Romanshorn und dem Katamaran Konstanz-Friedrichshafen konnte auch ein Teil der Winterschifffahrt für das Produkt gewonnen werden.

Den Auftritt der Vierländerregion Bodensee auf der wichtigen Publikumsmesse CMT in Stuttgart organisierte erneut die IBT GmbH im Auftrag der ausstellenden Partner. Das Projekt Service Center hat die IBT GmbH für die DBT GmbH, die Arbeitsgemeinschaft Tourismus Landkreis Konstanz und den VTWB e.V. durchgeführt. Der Auftrag beinhaltet das Beantworten von Gästeanfragen und den Versand von Informationspaketen, zu denen sich Orte und Unternehmen einbuchen können. Der Auftrag wird gleichlautend noch bis Ende 2016 fortgeführt.

Das durch Interreg IV Alpenrhein, Bodensee, Hochrhein geförderte und bis zum 31.03.2015 verlängerte Projekt „Bodenseegärten“, wurde nach eingehender Prüfung der EU-Finanzkontrolle im Juni 2015 auch formell abgeschlossen. Die Bodenseegärten werden seither ausschließlich durch den Ver-

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

ein Bodenseegärten e.V. als Markenleitprodukt der internationalen Tourismusregion Bodensee weiterentwickelt. Im Rahmen einer Kommunikationsvereinbarung mit der IBT GmbH sowie durch die Tätigkeit des Geschäftsführers der IBT GmbH im Vorstand des Vereins, ist eine enge Verzahnung des Markenleitprojektes mit der IBT GmbH und der Vierländerregion Bodensee gewährleistet. Das Projekt Bodensee Weinregion konnte als Interreg IV gefördertes Projekt mit einer Prüfung der EU-Finanzkontrolle im Jahr 2015 ebenso erfolgreich abgeschlossen werden. Von den Projektpartnern erhielt die IBT GmbH den Auftrag, das Projekt in 2015 weiterzuführen. Für die Weiterentwicklung wurde im Rahmen von Interreg V ein Förderantrag gestellt, der Anfang 2016 positiv entschieden wurde. Mit der neu beginnenden Projektlaufzeit zum 01.01.2016 übernahm das Blauburgunderland Schaffhausen den Vorsitz und Thurgau Tourismus die Administration des Projektes. Dementsprechend wechselte die Stelle der Projektmanagerin in den Thurgau. Die IBT GmbH ist als Projektpartner weiterhin aktiv im Markenleitprodukt eingebunden.

Ertragslage

Der in das Jahr 2014 übertragene Gewinnvortrag in Höhe von EUR 37.977,90 wurde durch den Jahresüberschuss aus 2014 in Höhe von EUR 27.401,71 erhöht. In das Jahr 2015 ist somit ein Gewinnvortrag in Höhe von EUR 65.379,61 zu übertragen. Es besteht keine Überschuldungsgefahr. Für das Jahr 2015 wird ein Jahresüberschuss in Höhe von EUR 6.796,61 ausgewiesen. Dieser Überschuss besteht im Wesentlichen aus nicht verausgabten Geldern bei Anschaffungen, Beratung und aus Projekten.

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 durch die Gesellschafterversammlung zu überprüfen. Zum Geschäftsjahr 2015 wurde eine unveränderte Schlüsselung beschlossen. In diesem Zusammenhang wurde auf eine prozentuale Anpassung als Reaktion auf allgemein steigende Kosten für die Zukunft hingewiesen. Zur Erfüllung der Basisaufgaben gemäß der Tourismusstrategie betrug der Gesamtzuschuss für 2015 EUR 466.000. Für das Geschäftsjahr 2016 wurde eine Anpassung um EUR 46.000 auf EUR 512.000 beschlossen.

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

Vermögens- und Finanzlage

Die IBT GmbH verfügt zum 31.12.2015 über ein bilanzielles Eigenkapital in Höhe von EUR 192.176 und einem Bestand an flüssigen Mitteln in Höhe von EUR 237.871. Für das gesamte Geschäftsjahr 2015 war die Liquidität gewährleistet. Es bestanden keine Darlehen gegenüber Kreditinstituten. Im Zusammenhang mit der projektorientierten Struktur wird die Liquidität mehr als bisher eine Herausforderung darstellen, da unabhängig von Interreg geförderten Projekten generell eine verstärkte Vorfinanzierung von Projekten erforderlich ist.

Gesamtbeurteilung

Die im Geschäftsjahr 2015 geplanten Themen konnten realisiert werden, auch wenn sich im abgelaufenen Geschäftsjahr die Akquise von Projektpartnern und insbesondere zusätzlichen Projektmitteln weiterhin als schwierig gestaltete. Mit Start der internationalen Marktbearbeitung ist jedoch eine positive Entwicklung angestoßen. So konnten durch die Unterstützung einzelner Partner erste bedeutende Maßnahmen für die internationale Entwicklung umgesetzt werden. Auch im Rahmen von Medienreisen oder –veranstaltungen beteiligen sich die Partner aktiv. Damit ist die weitere Umsetzung der Tourismusstrategie der Vierländerregion Bodensee vorangekommen und kennzeichnet ein für die IBT GmbH insgesamt erfolgreiches Geschäftsjahr. Abschließend ist festzuhalten, dass die IBT GmbH in 2015 auch ihre betriebswirtschaftlichen Ziele erreicht und sogar leicht übertroffen hat.

3. PROGNOSEBERICHT

Chancen und Risiken für zukünftige Entwicklung

Mit der weiteren Fortführung des Systemwechsels durch die IBT GmbH wird gezielt an der Umsetzung der projektorientierten Arbeitsweise gearbeitet. Die Gesellschafterversammlung hat im März 2013 Richtlinien definiert, nach denen Projekte in das Portfolio der IBT GmbH passen, die personellen Ressourcen zusätzlich zur Verfügung stehen und die Projektaufträge mit einer Marge kalkuliert werden müssen. Im Geschäftsjahr wurde als weiterer Schritt eine organisatorische Veränderung bei den Gremien umgesetzt. So ist anstelle des Marketingbeirates ein strategisch ausgerichtetes Gremium der Geschäftsführenden aus den Destinationen geschaffen worden, um zukunftsorientierte Projekte erfolgsversprechend initiieren zu können. Die Ausführung von Projekten ist eine Grundvoraussetzung für die Stabilität der IBT GmbH. Darüber hinaus ist hierzu jedoch auch eine kalkulierbare und ausreichend verfügbare Anzahl an Personal als Grundausstattung notwendig. Ohne Projektaufträge mit den

daraus möglichen Einnahmen und ohne entsprechendes Personal würden der IBT GmbH mittelfristig die finanziellen Mittel und Ressourcen für zusätzliche Aktivitäten fehlen. So hat die IBT GmbH vom Verein Bodenseegärten e.V. einen Auftrag zur Kommunikation des Gartennetzwerkes für die nächsten Jahre erhalten. Hingegen besteht die im Jahr 2015 beauftragte Projektkoordination der Weinregion Bodensee für das Jahr 2016 nicht mehr, ebenso läuft der Auftrag für das Service Center zum Ende 2016 ohne Verlängerung aus. Mit dem Messeauftritt der Bodenseeregion auf der CMT in Stuttgart wurde die IBT GmbH in 2016 betraut und konnte in einer ersten Nachbesprechung bereits positive Rückmeldungen für eine Weiterführung des Projektmanagementauftrags für 2017 entgegennehmen.
Die im Oktober 2015 gestartete BodenseeErlebniskarte Winter ermöglicht mittelfristig eine weitere Belebung der nachfrageschwächeren Monate. Sie dokumentiert und bündelt Ausflugsziele und Attraktionen und spricht insbesondere auch den Einheimischen als Besucher und Gast an. Alle Partner der touristischen Vierländerregion sind gefragt die Bekanntheit des Angebotes zu erhöhen, um die BodenseeErlebniskarte Winter nachhaltig etablieren zu können.

Mit der Studie zum Thema Gesundheitstourismus Ende 2014 wurde im Jahr 2015 eine Bestandsanalyse für den Bodensee erstellt. Ergebnis daraus ist, dass die umfangreichen Angebote der Region zum Thema Gesundheit nicht zu einer zusammengehörenden Profilierung führen. In diesem Bewusstsein startet der Arbeitskreis Gesundheit mit Workshops, um Gesundheitsangebote verknüpft mit anderen Bodensee Markenthemen als Reisemotivation in die Vierländerregion zu schaffen. Hierdurch ist mit weiteren Aufgaben für die Plattform IBT GmbH zu rechnen.

Als Partner der DHBW Ravensburg ist die IBT GmbH ein Ausbildungsbetrieb und stellt zusätzlich bis zu zwei Praktikantenplätze zur Verfügung. Ohne diese Arbeitsplätze hat die IBT GmbH unter Berücksichtigung einer längeren krankheitsbedingten Abwesenheit 8,9 auf Vollzeit gerechnete Beschäftigte. Hiervon sind 5,4 der Basis und 3,5 Vollzeitbeschäftigte den Projekten zuzuordnen. Im Hinblick auf Planungssicherheit und vor allem bei der Bereitstellung von kompetenten Personalressourcen bedeuten kurze Vertragslaufzeiten eine zusätzliche Herausforderung für die IBT GmbH. Seit 2004 befinden sich die Firmenräume der IBT GmbH im Gebäude der Bodensee Schiffsbetriebe in Konstanz. Von Seiten des Vermieters liegen aktuell keine Planungen vor, die Räume selbst in Anspruch zu nehmen.

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

Die Bearbeitung neuer und internationaler Märkte gemäß der Tourismusstrategie, auch als Reaktion auf die Abhängigkeit vom deutschsprachigen Markt sowie auf den demographischen Wandel, eröffnet für die Region und vor allem auch für die IBT GmbH weitere Betätigungsfelder. Der Ausbau von Kontakten zu Reiseveranstaltern und Medien verbunden mit einer Stimulierung der Nachfrage für die Vierländerregion, bewirkt eine Zunahme an Organisations-und Koordinationsaufwand. Im Weiteren sind zu den Markenthemen passende Produkte für diese Märkte zu entwickeln und für definierte Zielgruppen auch buchbar zu machen.

Als bedeutende Aufgabe der IBT GmbH wurde die Markenführung Vierländerregion Bodensee definiert. Eine deutliche Positionierung der Marke Vierländerregion Bodensee im Wettbewerb mit anderen internationalen Destinationsmarken sowie für eine umfassende und breite Identifizierung und Nutzung im Binnenmarkt Bodensee selbst, kann jedoch ohne finanzielle Mittel und weitestgehend fehlende Unterstützung der einzelnen Markenpartner, auch aufgrund der Konkurrenz mit weiteren Marken am Bodensee, nicht erreicht werden.

Die IBT GmbH finanziert ihre Tätigkeit auf dem Gebiet der Tourismusförderung durch Zuschüsse der öffentlichen Verwaltung und unterliegt dadurch grundsätzlich dem EU-Beihilferecht. Die Erstellung eines Betrauungsaktes ist mit anwaltlicher Unterstützung eingeleitet worden.

Eine Änderung der Gesellschafterstruktur ist, durch den Wunsch des VTWB e.V. seine Geschäftsanteile bei der IBT GmbH um 50% zu reduzieren und aufgrund einer politischen Entscheidung zur Tourismusförderung im Kanton Schaffhausen, geplant. Die Gesellschafter möchten insgesamt jedoch keine Verringerung der finanziellen Ausstattung sondern neue Gesellschafter suchen oder vereinzelt freiwerdende Anteile übernehmen.

Für das Jahr 2016 sind wie erläutert Zuschüsse in Höhe von EUR 512.000 beschlossen. Verbunden mit bestehenden Projektaufträgen ist eine positive Fortführungsprognose in das Jahr 2016 zu stellen. Der Wirtschaftsplan für das Jahr 2016 sieht einen Einnahmenüberschuss in Höhe von ca. EUR 1.000 vor. Die Geschäftsentwicklung der ersten Monate des Jahres 2016 verläuft entsprechend den Planungen. Die Verlagerung des Interreg Projektes Weinregion Bodensee in den Thurgau hat durch die gleichwertige Planung von Einnahmen und Ausgaben im Gesamtergebnis keine Auswirkung.

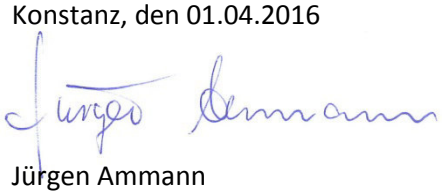
Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Lagebericht 2015

4. NACHTRAGSBERICHT

Abschließend kann festgehalten werden, dass nach dem Bilanzstichtag keine weiteren Vorgänge von besonderer Bedeutung bekannt wurden. Die wesentlichen Chancen und Risiken im Sinne des § 289 Abs. 1 Satz 4 HGB sind beschrieben.

Konstanz, den 01.04.2016



Jürgen Ammann

Geschäftsführer