

An die Gesellschafter
der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH

Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Wirtschaftsplanung 2016 – Erhöhung der Gesellschafterbeiträge

Die IBT GmbH ist die internationale touristische Organisation der gesamten am Bodensee-tourismus teilhabenden Tourismusorganisationen. Ihr obliegt die Aufgabe der Umsetzung der Tourismusstrategie und ihre Weiterentwicklung. Dafür liegen der inhaltliche Lead und auch die Markenführung der Marke Bodensee (Vierländerregion) für den touristischen Bereich bei der IBT. Sie hat die Aufgabe der Marktbearbeitung und Imagewerbung für den internationalen Bodensee in den bestehenden Kernmärkten sowie in neuen und internationalen Märkten. Dazu gehört die Umsetzung der im Mittelfristplan formulierten Marketingaufgaben. Die IBT GmbH verantwortet die strategische Orientierung für den Ganzjahrestourismus (darunter auch MICE). Sie koordiniert Marktforschung und Konkurrenz-beobachtung für den internationalen Bodensee und schöpft Synergien durch Kooperationen der Tourismusakteure. Weiterhin organisiert sie deren Erfahrungsaustausch z.B. durch das Tourismusforum.

Ausgangssituation

Vor dem Hintergrund einer frühzeitigen Information zur Gesellschafterversammlung im November 2015 wurde für die im Juni 2015 stattgefundene Gesellschafterversammlung bereits ein erster Entwurf des Wirtschaftsplanes 2016 eingebracht. Der Geschäftsführer wurde hierauf beauftragt, die Wirtschaftsplanung 2016 auf der Basis einer 10-prozentigen Erhöhung der Gesellschafterzuschüsse für die Gesellschafterversammlung im November 2016 vorzunehmen und diese weiter im Detail auszuarbeiten. Ebenso wurde er beauftragt, ein Grundlagenpapier für die Beratungen der Gesellschaftergremien hierüber zu verfassen.

Beschreibung des Sachverhalts

Der Wirtschaftsplan für 2016 wurde auf Basis der bisherigen Wirtschaftsplanung aufgesetzt und mit einem um 10% angepassten Gesellschafterzuschuss weiter entwickelt. Dem neuen Gesellschafterzuschuss in Höhe von 512.600 € stehen in ähnlichem Umfang die Ausgaben in der Basis für Personal und Gemeinkosten sowie der Saldo von Einnahmen und Ausgaben im Kooperationsmarketing gegenüber.

Das Kooperationsmarketing gewinnt 2016 weiter an Volumen, ist allerdings noch nicht kostendeckend. Bei den Gemeinkosten wird nach Jahren des Stillstandes mit zunehmenden Ausgaben kalkuliert. Mieten, Versicherungen sowie Reparaturen und Instandhaltungen sind in den vergangenen Jahren teurer geworden und nicht länger allein durch Einsparungen zu kompensieren. Die größtenteils aus dem Jahre 2007 stammende IT Infrastruktur wird durch aktuelle Hardware ersetzt. Aufgrund dieser notwendigen Investitionen erhöhen sich die laufenden Ausgaben durch die monatlichen Leasingzahlungen oder bei Kauf durch einmalige Anschaffungskosten und daraus resultierender Abschreibung. Die Internationale Marktbearbeitung mit der verbundenen intensiveren Reisetätigkeit führt zu höheren Ausgaben im Reisekostenbudget und wurde so wie Anpassungen bei Löhnen und Gehältern in der Basis eingeplant.

Dies führt in der Basis zu einem ausgeglichenen Ergebnis.

Die Projekte BodenseeErlebniskarte Sommer und Winter sowie die weiteren Projekte Service Center, Messen, Internationale Marktbearbeitung und Bodenseegärten sind nach heutigem Wissenstand dargestellt und zeigen ein verfügbares Saldo für neue Initiativen.

So sind für 2016 weitere Projekte zur Bearbeitung und Umsetzung vorgesehen. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um die erneute Durchführung eines Workshops mit internationalen Reiseveranstaltern und Leistungsträgern der Vierländerregion, um die Ankunftsahlen internationaler Gäste zu erhöhen. Im Weiteren sollen die bereits bestehenden und erfreulicherweise zunehmenden Anfragen aus internationalen und auch interkontinentalen Märkten (z.B. Asien, USA) besser und stärker bedient werden. Nach der Grundlagenerhebung zum Markenthema Gesundheit wird in 2016 eine Projektkonzeptionierung ausgeführt. Hieraus entstehen ein Wording speziell für dieses Thema sowie erste Ideen zu Touren und Pakete, die den umfassenden Bereich Gesundheit mit Natur, Kultur und Kulinarik sowie Aktivität und Mobilität verknüpfen.

Verbunden mit einer stärker geforderten Vor- und Anschubfinanzierung von Marketingkonzepten zu Letzt genannten Projekten, sieht die Wirtschaftsplanung durch diese Investitionen einen Ausgabenüberschuss vor, der nicht aus der Basis finanziert ist und somit durch die IBT GmbH getragen werden muss.

Antrag

Vor dem Hintergrund, dass die Basisfinanzierung inklusive Internationalisierung seit 2012 konstant geblieben ist, die Kosten allerdings gestiegen sind und seit vier Jahren keine inflationären Anpassungen durchgeführt wurden, wird die vorgeschlagene Erhöhung des Zuschusses der Gesellschafter um 10% beantragt.

Finanzielle Auswirkungen

Gesellschafterbeiträge der IBT GmbH 2015:	466.000 €
geplante Erhöhung um 10 % ab Wirtschaftsplan 2016:	46.600 €
Gesellschafterbeiträge der IBT GmbH ab 2016:	512.600 €

Erhöhung der Gesellschafterbeiträge im Einzelnen:

Landkreis Bodenseekreis	15.299,17 €
Landkreis Konstanz	10.704,02 €
Vorarlberg Tourismus GmbH	4.595,15 €
Oberschwaben Tourismus GmbH	3.838,29 €
Verband der Tourismuswirtschaft Bodensee e.V.	3.838,29 €
Landkreis Lindau	3.081,43 €
Thurgau Tourismus	2.000,31 €
St. Gallen Bodensee Tourismus	1.837,98 €
Liechtenstein Marketing	756,86 €
Schaffhauserland Tourismus	648,52 €

Jürgen Ammann, Internationale Bodensee Tourismus GmbH

Anlage Wirtschaftsplanung 2016

Wirtschaftsplan 2016

	Erlöse	Aufwendungen	Zwischensaldo	
Gesellschafterzuschuss	512.600		512.600	
Basis				
sonstige Erlöse	0			
Personal		288.400		
Gemeinkosten		212.400		
Summe Basis	0	500.800	-500.800	11.800
Kooperationsmarketing				
Koop-M	49.000	60.000		
Summe Koop-M.	49.000	60.000	-11.000	800
BEK Sommer				
Summe Erlöse/Sachaufw.	219.000	152.500		
Summe P-Management		57.600		
	219.000	210.100	8.900	9.700
BEK Winter				
Summe Erlöse/Sachaufw.	158.600	115.800		
Summe P-Management		40.000		
	158.600	155.800	2.800	12.500
Projekte				
CMT	162.000	135.000		
Service Center	54.000	16.500		
Internationale Marktbearbeitung / IT, FR, NL	69.000	51.000		
Bodenseegärten e.V.	6.000			
Summe Erlöse/Sachaufw.	291.000	202.500		
Summe P-Management		76.000		
Summe Projekte	291.000	278.500	12.500	25.000
Interregprojekt				
Weinregion Bodensee	75.000	17.000		
Projekt-Management		58.000		
Summe I-Projekt	75.000	75.000	0	25.000
Zwischenergebnis	1.305.200	1.280.200	25.000	
Weitere Projekteplanungen (Saldo)				
Incoming Workshop 2016	0	8.000		
Kultur / Gesundheit		6.000		
Interkontinental Märkte	0	10.000		
Summe Projektplanungen	0	24.000	-24.000	1.000
Ergebnis	1.305.200	1.304.200	1.000	