

Deutsche Bodensee Tourismus GmbH, Friedrichshafen

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2019

A. LAGE UND GESCHÄFTSVERLAUF

Die Deutsche Bodensee Tourismus GmbH (nachfolgend kurz: „DBT“) wurde am 07.03.2013 als touristische Dachorganisation der nördlichen Bodenseeregion gegründet.

Die **Geschäftsführung** hatte 2019 Frau Ute Stegmann inne.

Der Bereich **Marketing** wurde von Frau Jennifer Frahm geleitet. Unterstützt wurde Frau Frahm in ihrer Abteilung von Herrn Louis Hoffmann (anteilig), Frau Sarah von Drateln und Frau Laura Dilger. Seit November 2019 wird mit Frau Nadja Pagel eine Grafik-Designerin (inhouse) mit einem Beschäftigungsumfang von 50% beschäftigt.

Im **Projektmanagement**, vornehmlich für die ECHT BODENSEE CARD, waren 2019 Frau Manuela Kneissler als Leiterin und Herr Louis Hoffmann (anteilig) beschäftigt.

Im Jahr 2019 betreute Herr Michele Ferraro das **Service-Center der DBT** und ist dabei hauptsächlich für die Gästeanfragen und die Büroorganisation zuständig.

1.) PROJEKTE

Social Media / Homepage / App / Selfie Points

Die Arbeit im Bereich **Social Media** wurde weiter ausgebaut. Facebook und Instagram verzeichnen steigende Fan-Zahlen.

Die **Homepage** „echt-bodensee.de“ wurde in 2019 laufend aktualisiert. Neben allgemeinen Urlaubsthemen wird hauptsächlich die ECHT BODENSEE CARD, das Tourenportal für Rad- und Wandertouren, sowie ein Buchungsportal für Unterkünfte darüber angeboten. Außerdem laufen die Prospektbestellungen über die Homepage.

Die **neue ECHT BODENSEE App** wurde in 2019 fertiggestellt. Sie bietet allen Gästen umfangreiche Urlaubsinformationen zu Ausflugszielen, Veranstaltungshighlights, ÖPNV-Angeboten, Rad- und Wandertouren. Die ÖPNV-Navigation funktioniert in Echtzeit.

Für die **Selfie-Point-Kampagne** wurden in 2019 25 teilnehmende Gemeinden mit insgesamt 50 Selfie-Standorten gewonnen. Zusätzlich gibt es noch Selfie Points vor Ausflugszielen und auf Schiffen, so dass insgesamt über 70 Selfie-Points am Bodensee installiert wurden. Mit Saisonbeginn 2020 wird die Kampagne in den Sozialen Medien starten.

Bilddatenbank pixxio

Eine große Arbeitserleichterung für die Orte, Sicherheit durch Verwaltung von Lizenzen und Nutzungsrechten und ein großer Pool an attraktivem Bildmaterial, das sind die großen Vorteile einer einheitlichen Bilddatenbank für das DBT-Gebiet. Seit Sommer 2019 ist eine Beteiligung aller DBT-Gemeinden zum Selbstkostenpreis möglich.

Neue Printprodukte

Die in 2018 neu entwickelten und für 2 Jahre konzipierten **Rad- und Wanderbroschüren** mussten 2019 bereits nachgedruckt werden, da die Nachfrage sehr groß war. Für 2020 ist eine Überarbeitung im Bereich des Kartenmaterials geplant. Die Broschüre „**Familienferien**“ wurde in 2019 konzeptionell überarbeitet und neu aufgelegt.

Die neue Image-Broschüre „**ECHT BODENSEE Magazin**“ wurde in 2018 komplett überarbeitet und ist zur CMT 2019 erschienen. Die Leitthemen von ECHT BODENSEE – Kultur, Wassererlebnis, Wandern und Radfahren – werden im neuen Magazin durchgängig in Form von Erlebnisberichten präsentiert. Auch alle Orte des DBT-Gebietes werden mit den wichtigsten Infos vorgestellt. Das Magazin wird aus dem Marketing-Budget der DBT finanziert und wird ab sofort jährlich mit aktuellen Urlaubsgeschichten erscheinen.

Der **Reiseführer zur ECHT BODENSEE CARD** wurde in 2018 komplett überarbeitet. Neben kostenlosen Grundeinträgen wurden 2018 auch erstmals Einnahmen durch kostenpflichtige Anzeigen generiert. Im Laufe der Saison 2019 wurde der Reiseführer weiter optimiert und um weitere Vorteilsangebote ergänzt. Zum Saisonbeginn 2020 wird die überarbeitete Version in einer Auflage von 120.000 erscheinen. Erstmals erscheint auch eine kleine Auflage in englischer Sprache.

Qualitätssicherung: Workshops für Tourist-Informationen und Gastgeber

In 2019 wurden wieder zahlreiche Workshops durch die DBT organisiert. Erstmals fanden auch Fortbildungsveranstaltungen für Gastgeber statt.

Messe-Planung

Die DBT veranstaltete in 2019 die **CMT in Stuttgart** als wichtigste Verbrauchermesse für die Bodenseeregion zum zweiten Mal als Hauptorganisator. Auf der **ITB, der wichtigsten Fachbesuchermesse**, präsentierte sich die DBT in der Baden-Württemberg-Halle als Unteraussteller der Tourismus Marketing Baden-Württemberg. Auch bei der Slow Food in Stuttgart ist die DBT gemeinsam mit dem REGIO Konstanz Bodensee Hegau e.V. vertreten.

Für die CMT 2019 in Stuttgart war erstmals der neue Messestand im Einsatz. Das neue, offene Standkonzept wurde von Ausstellern und Gästen sehr gut angenommen. Mitfinanziert wird der Messeauftritt durch eine große Beteiligung der DBT-Gemeinden und durch Unteraussteller aus der internationalen Bodenseeregion.

Apfel- und Frühlingswochen

Wie bereits in den vergangenen Jahren, hat die DBT die Koordination der Frühlings- und Apfelwochen übernommen. Beide Projekte dienen der Saisonausweitung. Die Pressearbeit wurde ebenfalls von der DBT koordiniert. Beide Projekte werden durch Beiträge der teilnehmenden Gemeinden finanziert.

Pressearbeit, Kommunikation und Innenmarketing

Die DBT hat sich in 2019 an zahlreichen nationalen und internationalen Pressereisen unter dem Dach der ITB und der TMBW beteiligt.

Um die Kommunikation mit den Gemeinden und weiteren touristischen Partnern zu verbessern, wurde im Frühjahr 2019 ein Newsletter eingerichtet, welcher danach 4x jährlich erscheinen wird. **Der ECHT BODENSEE Tag** fand am 13. November in Überlingen statt und ist mit einer großen Teilnehmerzahl zu einer wichtigen Veranstaltung für die Tourismusverantwortlichen am Bodensee geworden.

Gästekarte „ECHT BODENSEE CARD“ (EBC)

Im Jahr 2019 waren mit den drei neuen Partnern, Frickingen, Heiligenberg und Immenstaad, insgesamt neun Partner am ECHT BODENSEE CARD Projekt beteiligt. Im Herbst 2019 entschied sich die Gemeinde Hagnau für eine Beteiligung ab April 2020. Folgende Städte und Gemeinden bekundeten ebenfalls ein Interesse und beraten derzeit über eine mögliche Teilnahme im Jahr 2021: Lindau, Überlingen, UHldingen-Mühlhofen und Kressbronn.

Abstimmungen mit dem EBC-Beirat fanden zu zwei Terminen in 2019 statt.

2.) UMSATZSITUATION

Der generierte Umsatz beträgt in **2019 rund 521.300,- € (i. Vj. rund 414.400,- €)**.

Die Umsatzerlöse sind damit gegenüber dem Vorjahr um ca. 26 Prozent gestiegen. Dies ist überwiegend auf die höheren Erlöse aus EBC-Dienstleistungen zurückzuführen. Gegenüber 2018 beteiligen sich seit April 2019 drei zusätzliche Gemeinden, darunter die Gemeinde Immenstaad als größte der insgesamt neun teilnehmenden Gemeinden. Hervorzuheben ist wie bereits im Vorjahr die gute Tourismussaison. Außerdem wurde im Bereich der Printmedien in 2019 die Broschüre „Radfahren/Wandern“ publiziert, wodurch höhere Anzeigenerlöse erzielt werden konnten.

3.) KOSTENSTRUKTUR

Die Personalkosten betragen rund 362.200,- € (i. Vj. rund 382.800,- €). Die Geschäftsführerposition wurde erst zum 01.03.2019 neu besetzt, was den Rückgang der Personalkosten erklärt. Das System der elektronischen EBC ging im März 2019 offline. Hieraus ergibt sich die deutliche Reduzierung des Materialaufwands von in 2018 179.502,- € auf in 2019 31.374,- €. Seit März 2019 ergeben sich an dieser Stelle Systemkosten für die neue EBC App, welche jedoch deutlich geringer sind. Die Abschreibungen erhöhten sich gegenüber 2018 um rund 40.300 EUR. Bei der CMT-Messe 2019 wurde erstmalig der nach den Bedürfnissen der DBT konzipierte Messestand eingesetzt. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf rund 642.200,- € (i. Vj. rund 573.700,- €). Die gegenüber dem Vorjahr höheren sonstigen betrieblichen Aufwendungen liegen einerseits in der vermehrt durchgeführten Öffentlichkeitsarbeit für die EBC begründet. Außerdem erfolgte in 2019 die Neuauflage mehrerer Broschüren, was gegenüber 2018 zur größten Kostensteigerung beiträgt. Zudem wurden der DBT GmbH nachträglich Dienstleistungen aus den Jahren 2016 und 2017 in Rechnung gestellt, für die keine Rückstellungen gebildet worden sind.

4.) JAHRESFEHLBETRAG / JAHRESÜBERSCHUSS

Im Wirtschaftsjahr 2019 wurde ein Jahresüberschuss in Höhe von 139.502,06 € (i. Vj. 94.309,09 €) erzielt.

5.) CASH FLOW

Der Cash Flow der operativen Geschäftstätigkeit betrug in 2019 rund 26.000,- € (i. Vj. rund 150.000,- €). Im Cash Flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit sind Zuschüsse der Gesellschafter in Höhe von 665.000,- € (i. Vj. 732.000,- €) enthalten. Die Ausgaben für Investitionen beliefen sich auf rund 31.600,- € (i. Vj. rund 145.000,- €). Der Cash Flow der Finanzierungstätigkeit betrug in 2019 rund 0,- € (i. Vj. 0,- €). Infolge der wirtschaftlichen Tätigkeit und der Finanzierungstätigkeit haben sich die liquiden Mittel der Gesellschaft in 2019 um rund 5.600,- € verringert.

6.) Bilanzielle Überschuldung

Die DBT GmbH weist zum 31. Dezember 2019 einen nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag in Höhe von 143.537,70 € (i. Vj. 283.039,76 €) aus. Eine insolvenzrechtliche Überschuldung liegt nicht vor, da das Gesellschafterdarlehen des Landkreises Bodenseekreis mit einem qualifizierten Rangrücktritt versehen ist.

B. VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG

Aufgrund des Gesellschafterbeschlusses aus dem November 2019 kann das Unternehmen fest mit einem Zuschuss der Gesellschafter für 2020 in Höhe von 714.000 € rechnen.

Dazu kommen Einnahmen aus Drittmitteln, die abhängig von den umgesetzten Projekten zusammen mit den Partnern sind, sowie Landesfördermittel in Höhe von insgesamt rund 90.000,- €, die zu einem Drittel dem Landkreis Konstanz und zu zwei Dritteln (60.000,-€) der DBT zufließen. Gemeinsam mit dem LK Konstanz wurde ein Marketingplan eingereicht, so dass für 2020 die Mittel wieder als Pauschalförderung wie angestrebt fließen werden.

Die Einnahmen durch den Anteil am Solidarbeitrag wurden Ende 2019 für das Jahr 2020 auf 350.000,- € geschätzt. Aufgrund der aktuellen Situation im Rahmen der Corona-Pandemie und dem damit verbundenen Reiseverbot, lässt sich die aktuelle Einnahmesituation kaum realistisch abschätzen. Für den Fall, dass die Reisebeschränkungen ab Mai / Juni aufgehoben werden, kann man aktuell mit Solidareinnahmen von 250.000,- € planen. Sollten die Reisebeschränkungen noch weiter andauern, wird sich die Einnahmeposition noch weiter verringern.

PROJEKTE 2020

Folgende Marketingprojekte waren Stand Ende 2019 für das Jahr 2020 geplant. Inwieweit es sinnvoll ist, diese aufgrund der aktuellen Situation umzusetzen, wird aktuell sorgfältig geprüft.

Die **Tourismusbörse** CMT in Stuttgart konnte vom 11. – 19. Januar 2020 noch wie geplant in Stuttgart stattfinden und wurde von der DBT hauptverantwortlich organisiert. Die Resonanz der Mitaussteller und Gäste war sehr gut. Die Internationale Tourismusbörse in Berlin (ITB) wurde kurzfristig abgesagt. Hier wäre die DBT wie auch in den Vorjahren in der Baden-Württemberg Halle unter Organisation der TMBW vertreten gewesen.

Mit dem Aufbau der **touristischen Datenbank „toubiz“** unter Federführung der Tourismus Marketing Baden-Württemberg kann planmäßig im 2. Quartal 2020 begonnen werden. Die dafür geplanten Schulungen der Tourist-Informationen werden durch Webinare ersetzt. Zukünftig sollen die generierten Daten dann für die Website, die App, die Tourenprotale und für regionale und überregionale Kanäle genutzt werden. Eine **Neukonzeption der Internetseite** ist für die Jahre 2020/2021 ebenfalls geplant.

Im Bereich der **Printmedien 2020** wird das ECHT BODENSEE Magazin in die 3. Auflage gehen. Der Wassersportführer wird überarbeitet und neu aufgelegt werden, ebenfalls die Rad- und Wanderbroschüren. Als neue Printprodukte werden ein Campingführer, eine Bodenseekarte und ein Flyer „Urlaub mit Hund“ erstmals konzipiert und produziert werden.

Die Kooperationen mit den Tourismusgemeinden zur **Saisonverlängerung** „Frühlingswochen“ und „Apfelwochen“ wurde, bzw. werden in 2020 wie geplant von der DBT umgesetzt.

Die **Auslandsmarktbearbeitung** wird weiterhin vorrangig durch die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT) durchgeführt. Hierfür stellt die „DBT“ der „IBT“ Mittel in Höhe von rund 18.580,- € zur Verfügung. Hinzu kommt in 2020 erstmals die Beteiligung an einer englischsprachigen Erstkontaktbroschüre für die Internationalen Bodenseeregion.

Für die Bewerbung der ECHT BODENSEE CARD sind für 2020 ebenfalls weitere Aktionen geplant. Neben Print- und Online-Werbung ist die Beklebung von Bussen der RAB vorgesehen. Hier ist ein Betrag von 14.000,-€ eingeplant.

Risiken der künftigen Entwicklung und Ausblick auf die Ertragslage

Die Geschäftstätigkeit und Aufgabenstellung der Gesellschaft bedingen, dass Zuschüsse der Gesellschafter bereitgestellt werden müssen, um die bei der Gesellschaft anfallenden Kosten zu decken. Die eigenen Umsatzerlöse der Gesellschaft werden hierfür auch 2020 nicht ausreichend sein.

Als besonderes Risiko sieht die Geschäftsführung die aktuellen Entwicklungen in der Corona-Krise. Noch ist nicht abzusehen, bis wann ein uneingeschränktes Reisen wieder möglich sein wird. Sicher ist bereits jetzt, dass die Übernachtungszahlen im DBT-Gebiet deutlich geringer ausfallen werden wie in den Vorjahren. Somit werden die im Erfolgsplan 2020 vorhergesehenen Einnahmen im Bereich des Solidarbeitrages nicht erreicht werden.

Unklar ist im Moment auch, ob die an einem Beitritt zur EBC für das Jahr 2021 interessierten Gemeinden ihre Entscheidungen, wie ursprünglich geplant, noch in diesem Sommer herbeiführen können. Somit muss auch die Finanzplanung für die Jahre 2021 – 2024 nochmals überdacht werden.

Für das Jahr 2020 erwartet die DBT aufgrund der aktuellen Situation einen Verlust von ca. 100.000,-€

Friedrichshafen, 31.März 2020



Ute Stegmann