

LAGEBERICHT DER INTERNATIONALE BODENSEE TOURSIMUS GMBH

1. GRUNDLAGEN DES UNTERNEHMENS

Als die 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 regionalen Destinationen, Orten und den touristischen Unternehmen der Vierländerregion Bodensee. Gemäß bestehendem Gesellschaftsauftrag hat die IBT GmbH im Jahr 2020, ein Jahr geprägt durch die Coronapandemie, ihre Tätigkeit zur Förderung der Zusammenarbeit und zur Stärkung des Tourismus in der internationalen Bodenseeregion in sehr erfolgreicher Weise ausgeführt.

2. WIRTSCHAFTSBERICHT

Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

Gestartet mit einer sehr gut besuchten Medienkonferenz in Stuttgart und mitten in den abschließenden Vorbereitungen zum Re-Start der Bodensee Card PLUS (BCP) kam das Tourismusjahr 2020 ab März zum Erliegen. Anstehende Medienveranstaltungen wie beispielsweise in Berlin, sowie Reisen und Workshops wurden allesamt abgesagt. Das Tourismusgeschäft erstarb. Die erste Welle der Corona-Pandemie hat nach guten Zuwachsraten bei Übernachtungen in den Monaten Januar und Februar in der Vierländerregion Bodensee ab März zu massiven Einbrüchen bis hin zu Totalausfällen geführt. Eine nicht mehr gekannte Grenzschließung wirkte weit über den Tourismus hinaus. Mit einem dringenden Appell zur Wiederöffnung der Grenzen hin zu mehr Reisefreiheit richtete sich die IBT GmbH, unterstützt von weiteren Verbänden am See, an die Internationale Bodensee Konferenz. Sämtliche Einrichtungen und Leistungsträger mussten den Start in die touristisch starken Monate auf Ende Mai bzw. Mitte Juni verschieben. Die dann folgenden Monate hatten teils noch höhere Nachfragen sowohl im Tages- als auch Übernachtungsgeschäft – ersteres lässt sich allerdings nicht genau beziffern – bis dann ab Ende September und folgend die Restriktionen wieder spürbar zunahm. Somit mussten auch der touristische Jahresausklang und der Start in die Wintersaison, verbunden mit zahlreichen Veranstaltungen und Events, stark verkürzt und abgesagt werden.

Erfreulich hierbei war und sind die innovativen Ideen und Ansätze, die von den Destinationen, den Tourismuspartnern und touristischen Leistungsträgern in Kürze entworfen und umgesetzt wurden, um die Branche zu stützen.

Die bereits im Denkraum Bodensee in 2019 erarbeiteten Positionen und Handlungsfelder für den Tourismus der Zukunft, haben sich mit der Pandemie schneller und deutlicher eingestellt als zuvor erwart-

tet. Vor diesem Hintergrund stehen auch die aktuell geführten Gespräche zur Positionierung und Rollendefinition der IBT GmbH, die angesichts der sich veränderten Anforderungen an die Tourismusakteure an Bedeutung gewonnen haben.

Die Arbeit in Netzwerken, als ein Handlungsfeld aus dem Positionspapier, stand im gesamten Tourismusjahr 2020 im Vordergrund. Durch die ständig neuen Situationen bestand beispielsweise bei den Leistungspartnern der Bodensee Card (BCP) oder auch für Aktionen und Maßnahmen im Projekt internationale Marktbearbeitung steter und erhöhter Bedarf an Absprachen und Informationen. Diese fanden größtenteils digital statt.

In Rahmen des ersten Lockdown wurden bei der IBT GmbH die Möglichkeiten mobil von Zuhause aus zu arbeiten ausgebaut, die Anwesenheiten im Büro wöchentlich in kleinen Teams geplant und auf ein Minimum eingeschränkt. In dieser Phase wurden zunächst Urlaubstage aus 2019 und ebenso aufgelaufene Überstunden abgebaut. Als eine weitere Maßnahme ist das Instrument der Kurzarbeit ab April bis einschließlich Juni genutzt worden, um eine Entlastung des Budgets zu ermöglichen. Das Arbeiten von Zuhause wird seit der zweiten Welle weiterhin praktiziert.

Um den touristischen Re-Start zu unterstützen und die Saison zu verlängern, wurde eine Kampagne für Einheimische unter den Hashtags #UrlaubZuhause #FerienZuhause zur Belebung der Herbstzeit und Winterzeit entwickelt. Mit über vierzig Hotels aus allen vier Ländern konnten in drei verschiedenen Kategorien Einheimische als Gäste für eine kurze Auszeit angesprochen und eingeladen werden. Die Kampagne wurde im Rahmen einer Medienkonferenz der breiten Öffentlichkeit präsentiert. Die dazugehörige Internetseite ist über 60.000-mal aufgerufen worden. Allein über das eingebaute Formular entstanden 300 Buchungsanfragen an die beteiligten Hotels. Da die IBT GmbH über keine eigene Buchungsplattform verfügt, konnte die tatsächlich generierte Nachfrage nicht erhoben werden. Parallel dazu startete ein Online Magazin mit Insider-Tipps von Einheimischen für Einheimische. Mit zehn lesenswerten Geschichten und jeweils Ideen und Vorschlägen zu Ausflügen in der gesamten Bodensee Region, entstand Inspiration für mehrere Tage „Aufenthalt als Gast Zuhause“. Die Ende September eingetretenen Reisebeschränkungen in Vorarlberg und der neuerliche Lockdown haben der Kampagne ein vorzeitiges Ende beschert. Das entstandene Format des Magazins sowie die Geschichten bestehen weiterhin und werden mit einer neuerlichen Kampagne im Herbst 2021 weitergeführt.

Die erstmals bis zum Jahresende gültige Bodensee Card PLUS (BCP) konnte aufgrund der Schließungen erst verspätet von den Kunden genutzt werden. Der Verkauf startete verhalten, jedoch konnten insgesamt in 2020 über 15.000 Karten abgesetzt werden. Dies unterstreicht im zweiten Jahr der BCP

den hohen Zuspruch für dieses flexible Produkt insbesondere auch von Einheimischen. Der Verkauf der Karte 2020 musste vorzeitig zum November eingestellt werden.

Durch die Verpflichtung als Reiseveranstalter konnten die Kunden noch nicht eingelöste Karten zurückgeben und rückabwickeln. Dadurch musste zum Jahresende für die noch offenen Nutzertage eine Rückstellung gebildet werden. Der Vorverkauf für die ab 2021 dann erstmals ganzjährig angebotene BCP startete zum Dezember 2020 und verlief bis zum erneuten Lockdown erfolgreicher als im Jahr zuvor. Damit unterstreicht das Produkt BCP die Strategie eines ganzjährigen und alle vier Länder einbeziehenden Angebotes sowohl für Gäste als auch für die einheimische Bevölkerung.

Zur weiteren Entwicklung der Karte ist die fortschreitende Digitalisierung und damit verbunden auch die Neuerung des eingesetzten Systems zwingend anzugehen. Mit Hilfe der hierfür zuständigen Fachstelle im Landratsamt Konstanz, hat die IBT GmbH eine Ausschreibung entwickelt und lanciert. Das Verfahren musste aufgrund von Formfehlern der Bieter im ersten Quartal aufgehoben werden.

Das gemeinsame, in 2018 initiierte Online Tourenportal, mit umfangreichen Angeboten an Rad- und Wandertouren der Vierländerregion Bodensee, wurde in 2020 weitergeführt. Durch strategische Neuausrichtungen der Destinationen in Baden-Württemberg werden aktuell nun jedoch andere Datenbanken als Basis genutzt. Das durch INTERREG mitgeförderte Projekt, konnte Anfang 2021 final abgerechnet werden. Für die weitere Zukunft ist die Übernahme der Kosten für Lizenzen und Administration erneut zu klären.

Der zur Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) erarbeitete „Travel Guide“, ein Imagemedium in englischer Sprache, dient zur Erstinformation und Inspiration internationaler Gäste. Durch die Corona bedingte Absage der ITB im Frühjahr 2020 und dem folgenden Einbruch bei Reisen internationaler Gäste, konnte das Medium bisher nicht wie geplant eingesetzt und vertrieben werden. Da die Inhalte für eine Nutzung über mehrere Jahre ausgelegt sind, kann der Travel Guide jedoch weiterhin, auch von nicht touristischen Unternehmen, als Imagemedium der Vierländerregion Bodensee verwendet werden.

Für die weitere Internationalisierung der Gästestruktur sind auch im Jahr 2020 verschiedene Maßnahmen im Bereich Business to Business (B2B) durchgeführt worden. So hat die IBT GmbH die Recherche und den Kontaktaufbau zu Reiseveranstaltern über den Besuch von digitalen Incoming Workshops sowie Teilnahmen an Fachforen weitergeführt. Die European Tourism Association (ETOA) bot neben den touristischen Dachorganisationen der Länder und auch privaten Anbietern neue, digitalisierte Formate für diese Treffen an. So konnte die IBT GmbH beispielsweise beim Virtual Germany

Travel Mart (GTM); beim Global European Marketplace (GEM), einem nationalen B2B Workshop mit Bayern Tourismus sowie weiteren Veranstaltungen u.a. dem ETOA Recovery '21 mit mehr als 130 Reiseveranstaltern aus über 25 Ländern deren Programmentwicklung für die nächsten zwei bis vier Jahre mit unterstützen. Das hierbei eingesetzte Kommunikationsmittel Sales Guide Bodensee kam ebenso in digitaler Form zum Einsatz. Ergänzend dazu und speziell für die deutschsprachigen Gruppenreiseveranstalter, begannen in 2020 noch die Vorarbeiten zum digitalen Bodensee-Gruppenplaner, der im Frühjahr 2021 online gegangen ist.

Die Marktbearbeitung in Italien konnte, wenn auch eingeschränkt, in 2020 fortgesetzt werden. Sowohl Medien als auch Busgruppenveranstalter sind weiterhin durch die IBT GmbH mit Themen und Informationen versorgt worden. Daraus haben sich viele gute Veröffentlichungen ergeben, wodurch die Vierländerregion Bodensee als Reiseziel auf diese Weise präsent gehalten wurde. Während verschiedene Medientermine, Veranstaltungen und Sales Touren im italienischen Markt abgesagt und nach 2021 verschoben werden mussten, konnten Produktmanager und Inhaber einzelner Reiseveranstalter und -büros als Höhepunkt im September die Bodensee Region an der nun fünften Studienreise für den Markt Italien besuchen.

Nach einer erfolgreichen Arbeit in 2019, wurde auf Drängen der Destinationsverantwortlichen die Marktbearbeitung des englischen und irischen Marktes eingestellt. Ein Wiedereinstieg ist derzeit aufgrund der weiter vorherrschenden Reisebeschränkungen verbunden mit dem BREXIT nicht vorgesehen. Parallel dazu formierte sich in 2019 bereits eine Interessensgruppe zu asiatischen Märkten, die nach einem weiteren Treffen im Februar 2020 aktuell pausiert. Zum April 2021 steht eine neu zu vereinbarende Projektperiode an. Einen ersten Austausch über eine Weiterführung gab es mit den Geschäftsführenden und weiteren Projektpartnern, um zunächst eine neue Bewertung der Märkte bis Ende des Jahres 2021 durchzuführen. Hierfür steht die Zusage der Projektpartner, die zum Herbst 2020 vakant gewordene Stelle neu besetzen zu können.

Die Strategie der Saisonausweitung steht allgemein im Fokus der Arbeit in den internationalen Märkten. Daher werden Presse- oder Studienreisen in die Region gezielt zwischen Oktober und Mai zu den Themen dieser Jahreszeiten organisiert.

Die Idee der Bodensee Medientage der IBT GmbH, als Alternative zu den Medienkonferenzen der abgesagten Messen CMT in Stuttgart und ITB in Berlin, fand bei den für Kommunikation Verantwortlichen in den Destinationen großen Anklang. Daher konnte das Kooperationsangebot zum Jahresende 2020 erstellt und kommuniziert werden. Die Bodensee Medientage, eine Pressereise an zwei Tagen

mit einer digitalen Pressekonferenz vorab, konnte so im März 2021 mit sechs bzw. neun Partnern aus der Region und vierzig bzw. einhundert Journalisten und Gästen erfolgreich durchgeführt werden.

Die Kommunikationskanäle Facebook und Instagram sind im Jahr 2020 kontinuierlich weiterentwickelt worden. Für Instagram wurden neue Templates erstellt, mit denen die ITB GmbH seit dem Weihnachtskalender in ausschließlich englischer Sprache arbeitet. Bei Berichten und Informationen zur IBT GmbH selbst wird gezielt Facebook eingesetzt.

Das Tourismusforum 2020 fand am 5. November erstmals als rein virtuelle Veranstaltung statt. Aufgrund der Corona Bestimmungen und zum Schutze aller wurden die über einhundert Teilnehmenden an ihren Bildschirmen mit den fünf zugeschalteten Referenten in einem TV-Studio zusammengeführt. Diese Art war sicher kein Ersatz für persönliche Treffen, ermöglichte dennoch den Austausch und die Informations- sowie Erfahrungweitergabe in diesen besonderen Zeiten. Das für den Herbst angedachte Tourismuskonzil fand nicht statt.

Die IBT GmbH setzt weiterhin und ausschließlich auf das Logo „Vierländerregion Bodensee“ mit den jeweiligen Sprachversionen. Als Wortmarke wird „Bodensee“, ausgezeichnet mit einer sehr hohen Bekanntheit (Destination Brand - inspektour), angewandt. Die für 2020 angedachten Treffen zur Zusammenarbeit und Weiterentwicklung der Marke Vierländerregion Bodensee fanden nicht statt. Hier steht aktuell die Neuausrichtung der Bodensee Standort Marketing GmbH, als juristischer Eigentümer der Marke, im Mittelpunkt.

Das abgeschlossene INTERREG Projekt Weinregion Bodensee wird durch die IBT GmbH operativ unterstützt. Im Rahmen einer Kooperation mit dem Blauburgunderland, Schaffhauserland Tourismus und dem Bodensee Wein e.V. werden weiterführende Aktivitäten abgestimmt. Die Broschüre „Weintermine“ konnte zur CMT 2020 noch neu aufgelegt werden, eine Präsentation im Rahmen der Landesgartenschau in Überlingen, wurde letztlich abgesagt.

Im Jahr 2020 gab es erneut personelle Veränderungen im Unternehmen IBT GmbH. Dies bedingte die vorübergehende Übernahme von Aufgaben durch andere Teammitglieder und beschleunigte die Digitalisierung interner Abläufe und Verfahren. Künftig kann somit auch im Bereich Personal und Finanzen verstärkt mobil gearbeitet werden.

Weiterhin stellt die IBT GmbH als langjähriger Partner der DHBW Ravensburg regelmäßig einen Arbeitsplatz im Rahmen der dualen Ausbildung zur Verfügung. Nach dem jetzt im April begonnenen

Sommer Semester beendet eine weitere Mitarbeiterin ihre Ausbildung mit dem Abschluss Bachelor. Der erneut ab Herbst 2021 angebotene Ausbildungsplatz konnte bereits erfolgreich besetzt werden. Zusätzlich bietet die IBT GmbH für Pflichtpraktikanten ein bis zwei Ausbildungsplätze an. Ohne diese Ausbildungsarbeitsplätze hatte die IBT GmbH 7,5 auf Stellenprozent gewichtete Beschäftigte in 2020.

Neben den durch die Pandemie bedingten Veränderungen im täglichen Ablauf sowie im Zusammenspiel der Akteure rund um den See, sorgte die ausgesprochene Kündigung der Geschäftsbeteiligung durch die Oberschwaben Tourismus GmbH (OTG) zum Jahresende für neue Herausforderungen. Von den verbleibenden Gesellschaftern gab es keine Signale, Anteile der OTG zu übernehmen. Da auch keine andere Institution oder Organisation in Aussicht stand als Gesellschafter einzutreten, wurde der Erwerb der Anteile durch die IBT GmbH in der Gesellschafterversammlung beschlossen. Die Basisfinanzierung wird ab 2021 hierdurch allerdings reduziert. Seitens der OTG wurde die Umsetzung des Verfahrens Ende Januar unbestimmt ausgesetzt.

Ertragslage

Der in das Jahr 2019 übertragene Gewinnvortrag in Höhe von EUR 72.068 wurde durch den Jahresfehlbetrag aus 2019 in Höhe von EUR 33.035 vermindert. In das Jahr 2020 war somit ein Gewinnvortrag in Höhe von EUR 39.034 zu übertragen. Für das Jahr 2020 wird ein Jahresüberschuss in Höhe von EUR 19.530 ausgewiesen. Dieser Überschuss rührt aus einem reduzierten Personalaufwand und Zuschüssen der Agenturen für Arbeit, aus Sondereffekten durch die Auflösungen von Rückstellungen für Steuerrisiken sowie durch Einsparungen und Minderausgaben bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Dem gegenüber stehen Ausgaben von bereits im Jahr 2020 angefallener Werbeausgaben für die Bodensee Card PLUS 2021, da diese erstmals ab 1. Januar 2021 startete. Weiterhin konnten aufgrund der Corona bedingten Einschränkungen das Projekt Internationale Marktbearbeitung nicht wie geplant in 2020 durchgeführt werden. Für die hier noch ausstehenden Leistungen wurde eine Rückstellung erfasst.

Der Zuschuss für die Gesellschaft wurde im Geschäftsjahr 2020 an die veränderten Rahmenbedingungen angepasst. Zur Erfüllung der Basisaufgaben gemäß der Tourismusstrategie standen für 2020 demnach insgesamt EUR 550.600 zur Verfügung. Für das Geschäftsjahr 2021 wurde auf Basis des vorgelegten Wirtschaftsplanes und durch den Rückzug der Oberschwaben-Tourismus GmbH aus der Gesellschaft ein Gesamtzuschuss in Höhe von EUR 505.000 beschlossen.

Vermögens- und Finanzlage

Die IBT GmbH verfügt zum 31.12.2020 über ein bilanzielles Eigenkapital in Höhe von EUR 178.564. Der hohe Bestand an flüssigen Mitteln ist geprägt von zum 31. Dezember 2020 noch nicht abgeflossener Margenumsatzsteuer, erwirtschaftet aus der Bodensee Card PLUS, für aus Vorjahren ausstehende Umsatzsteuerzahlungen sowie von einbehaltenen Beträgen für etwaige Ausgleichsansprüche und noch zu erbringende Leistungen im Projekt Internationale Marktbearbeitung. Es bestanden keine Darlehen gegenüber Kreditinstituten. Die Liquidität war für das gesamte Geschäftsjahr 2020 jederzeit gewährleistet. Eine ausreichende Liquidität ist gemäß Planung auch für das Geschäftsjahr 2021 gewährleistet.

Gesamtbeurteilung

Allgemein ist die wirtschaftliche Situation der IBT GmbH als beherrscht, aber angespannt zu bezeichnen. Viele der im Geschäftsjahr 2020 geplanten Maßnahmen und Themen wurden kurzfristig aufgrund der Pandemie neu geplant und verschoben, nachdem zunächst nur das Mittel der Absage möglich schien. Mit dem zielgerichteten Einsatz der eingeschränkten Ressourcen verbunden mit einer starken Fokussierung auf die Aufgaben der IBT GmbH, sind die möglichen Maßnahmen und Themen erfolgreich in Zeiten der Pandemie realisiert worden. Die guten Ergebnisse, insbesondere beim Imageaufbau in den Märkten Italien und Vereinigtes Königreich von England, konnten durch die verschobenen Aktivitäten in Italien und dem völligen Rückzug aus England und Irland in 2020 nicht spürbar weiterentwickelt werden. Dank der qualitativ guten Arbeit in den Vorjahren, den vereinzelt Aktionen mit italienischen Reiseveranstaltern und Medien in 2020 sowie der unlängst durchgeführten digitalen Medienkonferenz für Italien konnte die Bekanntheit und das gute Image der Vierländerregion Bodensee mit Unterstützung und Beteiligung einzelner Partner dennoch gefestigt werden.

Die der IBT GmbH zur Verfügung gestellten Mittel sind angesichts der an sie gerichteten Ansprüche und Erwartungen unzureichend. Sie kann im Wettbewerb mit Landestourismusorganisationen stehend nicht zu deren dort gewährter Unterstützung oder Vorleistung beitragen. Die Akquise von Projektpartnern, insbesondere zusätzlichen Projektmitteln, sowie allgemein die Unterstützung in der Zusammenarbeit war im Geschäftsjahr schwierig zu organisieren. Der große Zuspruch zu den Bodensee Medientagen und auch zur Idee der Herbstkampagne in 2021 sind jedoch gute Zeichen. Für eine Intensivierung der Aufgaben und Themen sind allerdings zusätzliche Kooperationen und Mittel unabdingbar, insbesondere vor dem Hintergrund der fehlenden Basisfinanzierung durch die Veränderungen im Verbund der Gesellschafter.

Abschließend ist festzuhalten, dass die IBT GmbH ihre betriebswirtschaftlichen Ziele eines ausgeglichenen Jahresergebnisses im Geschäftsjahr 2020 trotz dieser schwierigen Umstände erreichen konnte.

3. PROGNOSEBERICHT

Chancen und Risiken für zukünftige Entwicklung

Die durch die Coronapandemie hervorgerufene aktuelle Situation verdeutlicht die Anfälligkeit für globale Dominoeffekte durch internationale Verflechtung, auch für die Vierländerregion Bodensee. Das nahezu unbegrenzte Wachstum der vergangenen Jahre im Tourismus hat auch in der Region einen Dämpfer erhalten. Megatrends wie Globalisierung und Regionalisierung, Bevölkerungsentwicklung, Digitalisierung sowie Klima und Ressourcen dürfen nicht nur oberflächlich betrachtet werden, sondern sind die wesentlichen Dinge der gemeinsamen Zukunft, auf die es sich zu fokussieren gilt. Insbesondere die weiter rasant fortschreitende Klimaentwicklung fordert eine konsequente und gemeinsame Vorgehensweise. Die teils mehr als stabile Nachfrage in den zurückliegenden Jahren hat die Erfordernis überregionaler Zusammenarbeit durch Ichbezogenheiten verdrängt. Grenzsicherungen und Kontaktverbote in Zeiten der Pandemie konnten dieses Erfordernis jedoch wieder ins Bewusstsein rufen. Um qualitative Tourismusangebote weiterentwickeln und zukunftsfähig gestalten zu können, ist die Tourismusgemeinschaft durch die Pandemie noch stärker als bisher gefordert, auf veränderte Erfordernisse einzugehen. Mit innovativen und zukunftsorientierten Entwicklungen kann und muss neue Zusammenarbeit und Solidarität entwickelt werden. Die im Denkraum Bodensee erarbeiteten zehn Thesen erlangen in dieser Situation nochmals mehr an Bedeutung und sind aus Perspektive der IBT GmbH und mit den Erfahrungen der Pandemie die richtige Grundlage, wichtige Entscheidungen für die internationale grenzübergreifende Zusammenarbeit in der Vierländerregion Bodensee zu fällen. Die gemeinsame Tourismusstrategie des qualitativen Wachstums einhergehend mit einer Ausweitung der Saison durch Gewinnung neuer, internationaler Märkte, bleibt generell maßgebend für die Tätigkeit der IBT GmbH. Ein stärkeres Vernetzen und Miteinander, auch getragen durch mehr Wertschätzung und Verständnis füreinander, ermöglicht es der touristischen Gemeinschaft, die Vierländerregion Bodensee für die Zeit nach Corona als wettbewerbsfähigen Gesamttraum aufzustellen.

Die Fortführung der internationalen Marktbearbeitung für und mit den Projektpartnern stellt eine solide Ausgangslage für 2021 dar. Ab Mitte Juli kann die Märkte Evaluation mit der neuen Mitarbeiterin für das Projekt Internationalisierung begonnen werden. Vorbereitet und neu aufgelegt für die Jahre 2022 und 2023 wird der Sales Guide Bodensee. Das aufgelegte Imagemedium Travel Guide er-

möglicht es auch als digitale Ausgabe die Reiselust für die Vierländerregion Bodensee zu fördern. Dieses Produkt vereint die Angebotsvielfalt unter einem gemeinsamen Brand, wie es bisher noch selten gelungen ist. Daraus kann insbesondere unter diesen herausfordernden Zeiten Kraft für noch mehr vereintes Handeln gewonnen werden.

Die sieben Partner in der Projektgemeinschaft unterstützen die Internationalisierung im Jahr 2021 mit rund EUR 85.000, was für dieses Jahr als angemessen zu bezeichnen ist. Angestrebt sind für die künftige Marktbearbeitung bis zu EUR 100.000 je Markt, um mit Medien und Veranstaltern intensiver arbeiten zu können. Das konzentrierte Entwickeln von starken Themen, um daraus konsumierbare Angebote zu erstellen, stärkt den Vertrieb und unterstützt das qualitative Wachstumsziel unter dem Einfluss von vorgenannten Megatrends. Dies mit zu organisieren und zu koordinieren wird weiterhin eine zentrale Aufgabe der Netzwerkarbeit der IBT GmbH sein. Darüber hinaus vertritt die IBT GmbH in den kommenden Monaten auf Basis des Grundauftrags die Vierländerregion Bodensee bei B2B Maßnahmen wie Germany Travel Mart (GTM) und Global European Marketplace (GEM). Für den italienischen Markt finden die gebuchten und verschobenen Sales Touren im Mai und Juni statt. Eine erneute Studienreise ist für Herbst geplant, ebenso die Teilnahme am TTG als die größte Reisefachmesse Italiens in Rimini. Die Medienkonferenz vor Ort in Italien wird ebenso vorbereitet.

Die Weiterentwicklung der Bodensee Card PLUS bleibt auch in 2021 nicht stehen. So verbindet das Kaufprodukt ab Januar 2021 ganzjährig die Vierländerregion Bodensee miteinander. Mit sieben neuen Partnern werden zusätzliche 16 Aktivitäten mit angeboten. Ein besonderes Highlight ist die Sonderkarte zur Gartenschau in Lindau, die für EUR 10,00 Zuzahlung diese Attraktion in Lindau einschließt. Die aktuellen Umstände verzögern die Nachfrage, jedoch rechnen wir zum Sommer hin wieder mit stark steigenden Käufen einhergehend mit einer sich lockernden Reisefreiheit und mit einem gewissen Nachholbedarf an Freizeitaktivität.

Die Anfang des Jahres 2021 lancierte Ausschreibung, um die BCP technisch weiterzuentwickeln, wird zum Mai hin erneut vorgenommen. Die Karte soll dadurch digitaler und mobiler werden. Ebenso wird damit die Grundlage für eine enge (systemische) Zusammenarbeit mit regionalen Gästekarten sowie mit den öffentlichen (Nah)Verkehren geschaffen. Durch die Neuauflage verschiebt sich der Termin der Inbetriebnahme auf Ende 2022.

Die schnell fortschreitende Digitalisierung im Tourismus fordert die am Tourismus beteiligten Partner mehr denn je. Digitale Veranstaltungen, wie die Bodensee Medientage oder Plattformen wie das Tourenportal und künftig auch die BCP, sind die richtigen Schritte. Aber veränderte Bedürfnisse in

Zeiten von Klimaveränderungen und im Nachgang der Coronapandemie sind hiermit noch nicht gemeistert. Diese Herausforderungen machen weder an Destinations- noch an Ländergrenzen Halt. Hieraus entstehen umgekehrt auch enorme Chancen für die Gemeinschaft der Vierländerregion Bodensee, Strukturen neu zu denken, verschiedenste Ideen und Ansätze offen zu diskutieren und zu bewerten, verfügbare Ressourcen und vorhandenes Wissen zusammenzubringen und dadurch die Entwicklungen aktiv zu gestalten.

Weiterhin ist die langfristige und nachhaltige Aufgleisung von Projekten und Projektfinanzierungen als Grundvoraussetzung für die Stabilität der IBT GmbH anzusehen. Hierbei ist es unerheblich, ob dies Marketingprojekte oder strategische und Image fördernde Projekte sind. Vielmehr müssen die Projekte von einer starken Partnerschaft getragen und insbesondere über einen längeren Zeitraum solide finanziert sein. Darüber hinaus ist auch eine stabile und qualifizierte Anzahl an Personal bei der IBT GmbH als Grundausrüstung notwendig. Im Hinblick auf Planungssicherheit und vor allem bei der Bereitstellung von kompetenten Personalressourcen bedeuten kurze Projektlaufzeiten auf Jahresbasis und die stete Akquise jedoch weiterhin eine zusätzliche Herausforderung für die IBT GmbH.

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 durch die betroffenen Gesellschafter ist umgesetzt worden. Für das Jahr 2021 sind wie erläutert Zuschüsse in Höhe von EUR 505.000 beschlossen. Verbunden mit bestehenden Projektaufträgen ist eine positive Fortführungsprognose in das Jahr 2021 zu stellen.

Der Wirtschaftsplan für das Jahr 2021 sieht ein ausgeglichenes Ergebnis vor. Bei der Aufstellung des Wirtschaftsplanes wurde unterstellt, dass mit der Bodensee Card PLUS in 2021 wiederum Erträge in ähnlichem Umfang wie im Jahr 2020 erwirtschaftet werden. Dies setzt voraus, dass die coronabedingten Reiseeinschränkungen ab ca. Mai 2021 zurückgenommen werden.

Werden die aktuellen Reisebeschränkungen erst ab ca. Mitte Juli 2021 aufgehoben, ist damit zu rechnen, dass die Umsatzerlöse aus dem Verkauf der Bodensee Card PLUS um ca. EUR 300.000 unter den Vorjahreserlösen liegen werden. Unter Berücksichtigung des mit einem Umsatzrückgang verbundenen geringeren Wareneinsatzes würde sich das Ergebnis der IBT GmbH in diesem Szenario um ca. EUR 90.000 verschlechtern.

Würden die Reisebeschränkungen erst im Herbst 2021 aufgehoben, wäre nicht mehr mit signifikanten Erlösen aus der Bodensee Card PLUS zu rechnen und es würde bei der IBT GmbH ein Verlust aus bereits erbrachten Vorleistungen von ca. EUR 170.000 drohen.

Die Geschäftsentwicklung des Jahres 2021 verlief mit Einschränkungen bei der BCP bis März entsprechend den Erwartungen. Das Mittel der Kurzarbeit wird derzeit nicht in Erwägung gezogen, vielmehr soll die Möglichkeit der mobilen Arbeitsweise weiter abgesichert werden.

Konstanz, den 29.04.2021



Jürgen Ammann

Geschäftsführer