

Bereich 22 - Betriebswirtschaft und
Beteiligungsverwaltung, Controlling
Herr Larisch

Datum:
23.05.2018

Beschlussvorlage

Beschließendes Gremium:
Verwaltungsausschuss

Lüneburg Marketing GmbH - Jahresabschluss 2017 Weisungen an die städtischen Beteiligungsvertreter in der Gesellschafterversammlung

Beratungsfolge:

Öffentl. Status	Sitzungs- datum	Gremium
Ö	21.06.2018	Ausschuss für Wirtschaft und städt. Beteiligungen
N	26.06.2018	Verwaltungsausschuss

Sachverhalt:

In der Sitzung des Aufsichtsrates der Lüneburg Marketing GmbH am 08.05.2018 wurde der Jahresabschluss 2017 behandelt.

Die städtischen Beteiligungsvertreter sind für den Beschluss in der Gesellschafterversammlung entsprechend mit Weisungen zu versehen.

Beigefügt sind hierzu die Bilanz (Anlage 1), die Gewinn- und Verlustrechnung (Anlage 2) und der Lagebericht (Anlage 3). Danach schließt der Jahresabschluss 2017 wie folgt ab:

Bilanzsumme:	737.132,44 €
Jahresüberschuss:	41.944,23 €
Vortrag der Vorjahre:	-76.664,85 €
Bilanzverlust:	-34.720,62 €

Hierzu wurde seitens des Aufsichtsrates vorgeschlagen, den Jahresüberschuss auf das Geschäftsjahr 2018 vorzutragen. Der Geschäftsführung und dem Aufsichtsrat ist für das Geschäftsjahr 2017 Entlastung zu erteilen.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ackermann, Behrens & Eggers GmbH, Lüneburg, hat den Abschluss für das Geschäftsjahr 2017 geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der testierte Bericht kann im Beteiligungsmanagement, Reitende-Diener-Straße 17, Raum 112, eingesehen werden.

Beschlussvorschlag:

Die Beteiligungsvertreter in der Gesellschafterversammlung Lüneburg Marketing GmbH werden angewiesen, der Feststellung des Jahresabschlusses 2017, dem Vortrag des Jahresüberschusses von 41.944,23 € auf das Geschäftsjahr 2018 und der Entlastung der Geschäftsführung sowie des Aufsichtsrates für das Geschäftsjahr 2017 zuzustimmen.

Finanzielle Auswirkungen:

Kosten (in €)

- a) für die Erarbeitung der Vorlage: 35,00
 - aa) Vorbereitende Kosten, z.B. Ausschreibungen, Ortstermine, etc.
- b) für die Umsetzung der Maßnahmen: keine
- c) an Folgekosten: keine
- d) Haushaltsrechtlich gesichert:
 - Ja
 - Nein
 - Teilhaushalt / Kostenstelle:
 - Produkt / Kostenträger:
 - Haushaltsjahr:
- e) mögliche Einnahmen: keine

Anlage/n:

Bilanz
Gewinn- und Verlustrechnung
Lagebericht

Beratungsergebnis:

	Sitzung am	TOP	Ein-stimmig	Mit Stimmen-Mehrheit Ja / Nein / Enthaltungen	lt. Be-schluss-vorschlag	abweichende(r) Empf /Beschluss	Unterschr. des Protokollf.
1							
2							
3							
4							

Beteiligte Bereiche / Fachbereiche:

BILANZ

Lüneburg Marketing GmbH

zum

31. Dezember 2017

Amtsgericht Lüneburg, HRB 1928

AKTIVA

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
1. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten		11.984,00	17.399,00
II. Sachanlagen			
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	1,00		1,00
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	<u>133.648,00</u>	133.649,00	157.787,00
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte			
1. fertige Erzeugnisse und Waren		37.474,72	25.046,24
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	56.985,70		60.765,56
2. sonstige Vermögensgegenstände	<u>5.840,47</u>	62.826,17	1.421,85
III. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks		469.985,90	411.862,73
C. Rechnungsabgrenzungsposten		21.212,65	1.574,61
		<u>737.132,44</u>	<u>675.857,99</u>

PASSIVA

	Euro	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital		100.000,00	100.000,00
II. Kapitalrücklage		100.000,00	100.000,00
III. Verlustvortrag		76.664,85-	98.960,13-
IV. Jahresüberschuss		41.944,23	22.295,28
B. Rückstellungen			
1. sonstige Rückstellungen		47.710,00	48.050,00
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	169.479,61		192.864,97
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	86.052,05		59.916,29
3. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	30.687,50		40.917,00
4. sonstige Verbindlichkeiten	<u>228.765,90</u>	514.985,06	210.680,58
- davon aus Steuern Euro 23.909,40 (Euro 19.007,61)			
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit Euro 0,00 (Euro 3.884,71)			
D. Rechnungsabgrenzungsposten		9.158,00	94,00
		_____	_____
		_____	_____
		<u>737.132,44</u>	<u>675.857,99</u>
		=====	=====

**Gewinn- und Verlustrechnung
für das Geschäftsjahr 2017
Lüneburg Marketing GmbH**

	Geschäftsjahr Euro	Vorjahr Euro
1. Umsatzerlöse	1.377.476,76	1.349.142,87
2. sonstige betriebliche Erträge	481.917,66	476.033,47
3. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	124.286,41	140.324,53
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	<u>723.587,08</u>	<u>707.151,76</u>
	847.873,49	847.476,29
4. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	556.884,57	549.956,70
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	<u>113.009,02</u>	<u>112.580,65</u>
	669.893,59	662.537,35
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	44.725,56	41.880,73
6. sonstige betriebliche Aufwendungen	246.142,43	241.776,13
7. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00	190,23
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	<u>7.634,50</u>	<u>8.728,54</u>
9. Ergebnis nach Steuern	43.124,85	22.967,53
10. sonstige Steuern	1.180,62	672,25
	<hr/>	<hr/>
11. Jahresüberschuss	<u><u>41.944,23</u></u>	<u><u>22.295,28</u></u>

Lagebericht der Lüneburg Marketing GmbH für das Geschäftsjahr 2017

1) Geschäftstätigkeit und Geschäftsmodell/Rahmenbedingungen

Die Gesellschaft hat den Zweck, die Hansestadt Lüneburg als Handels- und Wirtschaftsort sowie die Hansestadt Lüneburg und das weitere Gebiet des Landkreises Lüneburg als Touristikstandort zu profilieren und damit die Wertschöpfung in der Region zu fördern. Zur Erfüllung des Gesellschaftszweckes erhält die Gesellschaft Zuschüsse der Gesellschafter, die etwa 24% der Erträge ausmachen. 76% der Erträge resultieren aus Umsatzerlösen. Die einzelnen Tätigkeitsbereiche werden nachfolgend näher erläutert.

2) Geschäftsverlauf

Das wirtschaftliche Ergebnis des Geschäftsjahres 2017 der Lüneburg Marketing GmbH (LMG) mit einem Überschuss in Höhe von 41.944,23 € übertraf deutlich den Planansatz von 19T€.

Der Geschäftsbereich Tourismus zeigte dabei ein deutlich steigendes Ergebnis. Die Abteilungen Veranstaltungen/Events sowie Citymanagement wurden fortwährend mittels Planungsinstrumenten optimiert.

Die touristische Entwicklung in der Hansestadt Lüneburg profitiert weiterhin von der hohen Medienpräsenz durch die ARD-Telenovela „Rote Rosen“ und der Serie „Die Tierklinik“. Auch der Trend der Urlauber zu mehreren, aber dafür kürzeren Reisen fördert die Nachfrage nach Städtereisezielen. Viele Rote-Rosen-Fans pilgern zu den original Drehorten der Salzstadt. Darüber hinaus locken die attraktive Altstadt, die Baudenkmäler, die Museen, der Libeskindbau sowie die tollen Shoppingmöglichkeiten zahlreiche Tages- und Übernachtungsgäste.

Die Entwicklung bei Gästeankünften und -übernachtungen hat sich in der Hansestadt im Berichtsjahr positiv fortgesetzt. Die Anzahl der Gästeankünfte sank nach jahrelangem Dauerplus erstmals leicht auf 160.593, die Übernachtungszahl fiel um 1,2% auf 330.199. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb mit 2,10 Nächten pro Gast annähernd auf Vorjahresniveau. Die Bettenauslastung in Höhe von 44,7% fiel leicht unter die des Vorjahres (44,9%). Im Vergleich änderten sich die touristischen Kennziffern im Bundesland als auch im Landkreis Lüneburg folgendermaßen:

	2012 in Tsd.	2 0 1 3 in Tsd.	2 0 1 4 in Tsd.	2015 in Tsd.	2016 in Tsd.	2017 in Tsd.	Veränderung zum Vorjahr in %
Übernachtungen im Landkreis Lüneburg	593	584	599	611	643	631	-1,9
davon in der Hansestadt Lüneburg	297	306	310	319	334	330	-1,2
Übernachtungen in Niedersachsen	40.003	39.901	40.423	41.300	42.700	43.500	+1,7

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Die Lüneburg Marketing GmbH vermittelt eine Vielzahl von Stadtführungen zu unterschiedlichsten Themen. Die Anzahl der geführten Gruppen im Geschäftsjahr 2017 stieg um 4,18% zum Vorjahr auf insgesamt 5.492 Buchungen an:

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Steigerung zum Vorjahrin %
Stadtführungen (Gruppen)	5.209	5.101	4.740	4.790	5.272	5.492	+4,18%

Quelle: eigene Datenbank

Die Webpräsenz www.lueneburg.info, entwickelte sich durch fortwährende Suchmaschinenoptimierung und stetige Anpassungen positiv im google-page-ranking. So konnte im Ergebnis die LMG-Website die Domain www.lueneburg.de von Platz 1 beim google-page-ranking verdrängen. Die führenden Social Media Kanäle wurden stark bespielt, um die Reichweite der Website weiter zu steigern.

Durch einen gelungenen Angebotsmix, verstärkte Sponsorenansprache und optimierte Kalkulationsvorgänge waren die Veranstaltungen in 2017 in der Quersumme kostendeckend. Der Veranstaltungsbereich führte fünf Großveranstaltungen durch. Das Stadtfest im Juni 2017 wurde von über 100.000 Gästen besucht. Dies ist ein Beleg dafür, dass das Stadtfest weiterhin die prägendste Veranstaltung in der Hansestadt Lüneburg ist.

Die Veranstaltungen „Sülfmeistertage“ und „Kinderfest“ wurden mit großem Engagement organisiert und hatten regen Zuspruch. Trotz alledem wird es zunehmend schwieriger neue, wirtschaftlich starke Sponsoren an das Unternehmen zu binden.

Im Bereich Citymanagement wurden vier verkaufsoffene Sonntage in Abstimmung mit dem Lüneburger Citymanagement e.V. organisiert. Alle vier standen unter einprägsamen Mottos und führten zu starker Resonanz.

Die Weihnachtsstadt Lüneburg war noch beliebter und stärker frequentiert als im Vorjahreszeitraum, da erstmals ein zusätzlicher Feinschmecker Weihnachtsmarkt am Stint seine Tore öffnen konnte.

Die Marketing-Abteilung präsentierte auf Messen und Festen die touristischen Angebote der Hansestadt. Es wurden diverse Magazine und Produkte turnusgemäß neu aufgelegt. Die PR-Abteilung unterstützte Journalisten- und Bloggerreisen, bediente etliche Presseanfragen und zeichnete für den Ausbau der Websites und der sozialen Medien verantwortlich.

Die Lüneburg Marketing GmbH arbeitet im Marketingausschuss der Lüneburger Heide, in der Metropolregion Hamburg sowie in der Werbegemeinschaft „9 historische Städte Niedersachsen“ aktiv mit.

3. Lage der Gesellschaft

Die Lüneburg Marketing GmbH hat im Geschäftsjahr 2017 die im Gesellschaftsvertrag definierten Aufgaben erfüllt. Die Touristinformation hat sich als leistungsfähige Dienstleistungseinrichtung am Markt etabliert. Die Anzahl an Stadtführungen ist wiederholt angestiegen. Das Beherbergungsgewerbe erzielte erneut einen hohen Auslastungsgrad. Die verkaufsoffenen Sonntage haben die gesetzten Frequenzziele erreicht. Die Veranstaltungen der LMG tragen zur Belebung der Innenstadt bei und sind unverzichtbarer Bestandteil des kulturellen Lebens der Hansestadt. Zum Ende des Geschäftsjahres beschäftigte die Lüneburg Marketing GmbH 14 Mitarbeiter/innen in Voll-/ bzw. Teilzeit, zuzüglich 3 Auszubildende. Hinzu kommen 4 permanente Aushilfen in der Tourist-Information sowie weitere Aushilfen veranstaltungsbezogen. Aktuell befinden sich 2 Beschäftigte noch in der Elternzeit.

In allen Geschäftsbereichen werden Prozessoptimierungen und mögliche Konsolidierungsmaßnahmen geprüft, um die Wirtschaftlichkeit kurz- und mittelfristig weiter zu verbessern. Der Geschäftsgang der Gesellschaft kann im Berichtsjahr als gut bezeichnet werden.

a) Ertragslage

Die Ertragsentwicklung der Gesellschaft ist stark abhängig von der touristischen Nachfrage, dem Teilnehmerzuspruch bei Veranstaltungen, den Merchandising-Erlösen in der Tourist-Information sowie dem Anzeigenvolumen in Print- und digitalen Erzeugnissen.

In Summe machen diese Umsatzerlöse 76% der Erträge der GmbH aus. Dem gegenüber stehen 24% an Erträgen aus den Zuschüssen der Gesellschafter.

Die Umsatzerlöse stiegen im Vorjahresvergleich um 2,1% auf T€ 1.377 an. Entsprechend stieg der Rohgewinn (Umsatzerlöse abzüglich Materialaufwand einschl. Fremdleistungen) um T€ 28 von T€ 501 auf T€ 529 an.

Andere Aufwandspositionen blieben im Berichtsjahr in etwa gleich. Alles in allem konnte zum 31.12.2017 ein Jahresüberschuss i.H.v. T€ 42 erzielt werden.

b) Finanzlage

Die deutlich über den Geldabflüssen liegenden Zuflüsse führten zu einer guten Liquiditätslage. Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft war jederzeit gegeben.

c) Vermögenslage

Die Bilanzsumme der LMG hat sich gegenüber dem Vorjahr um T€ 54 erhöht und betrug zum 31.12.2017 T€ 730.

Das buchmäßige Eigenkapital erhöhte sich zum Vorjahr um T€ 42 auf T€ 165.

Die liquiden Mittel entwickelten sich gut und betragen zum Bilanzstichtag T€ 470 gegenüber T€ 412 im Vorjahr.

Die geschäftliche Entwicklung sowie die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage kann unter Berücksichtigung der gesamtwirtschaftlichen sowie branchenspezifischen Entwicklung als zufriedenstellend bezeichnet werden.

4. Voraussichtliche Entwicklung mit Ihren wesentlichen Risiken

Die kaufmännischen Instrumente und Geschäftsprozesse zum Controlling lassen Risiken aus einer negativen Entwicklung der Ertragslage frühzeitig erkennen.

Unabhängig davon muss die Ertrags- bzw. Aufwandssituation der LMG verbessert werden. Dem Rückgang von Spenden/Sponsoring, die wesentlich zur Finanzierung der Aktivitäten in dem Geschäftsbereich Veranstaltungen beitragen, ist entgegen zu wirken.

Die touristischen Vertriebskanäle werden zunehmend von überregionalen, nationalen bzw. weltweit agierenden Internetportalen dominiert. Dies wirkt sich mittelfristig rückläufig auf das Geschäft der LMG, bspw. bei den Zimmervermittlungen, aus. Dem wird durch die Akquise neuer und weiterer Bettenkapazitäten entgegengewirkt. Durch die konsequente Entwicklung von exklusiven, nur über die LMG buchbaren Produkten wird die LMG sich sicherlich am Markt behaupten können. Hierzu sind insbesondere eigene Vertriebskanäle, regionale Kooperationen, Kreativität und eine zeitgemäße Website wichtige Instrumente.

Die Aufgaben einer lokalen Tourismusorganisation werden zukünftig neben dem Vertrieb eigener Produkte auch in der Fortentwicklung der touristischen Infrastruktur sowie in der Schulung der Leistungsträger liegen. Derzeit profitiert der Tourismus noch von der hohen Medienpräsenz durch die ARD-Telenovela „Rote Rosen“ und der Serie „Die Tierklinik“. Gleichwohl muss die LMG zusätzliche Produkte entwickeln, die nach einem Auslaufen der Telenovela greifen und die Gästezahlen nachhaltig sichern helfen.

Ein zunehmendes Risiko zeigt sich in der personellen Ausstattung der Gesellschaft. Langjährige Mitarbeiter zu halten bzw. neue gleich gut qualifizierte als Ersatz zu gewinnen, wird zunehmend schwieriger, da der Arbeitsmarkt in der Metropolregion Hamburg z.T. bessere Arbeitsplatzkonditionen verspricht. Mit eher steigenden Personalausgaben ist daher zu rechnen.

Das Finanzierungsmodell der LMG durch die Gesellschafter hat sich seit 2010 nicht mehr verändert. Um die Grundfinanzierung langfristig zu sichern wurde im Jahr 2016 mit der Hansestadt Lüneburg ein 5-Jahres Zuschuss Vertrag abgeschlossen. Dieser garantiert weiterhin den seit 2011 identisch gezahlten Zuschuss in Höhe von T€ 330. Darüber hinaus wird gegenwärtig über einen 5 Jahre währenden, weiteren Zuschuss in Höhe von T€ 100 p.a. mit dem Gesellschafter Hansestadt Lüneburg verhandelt.

5. Voraussichtliche Entwicklung mit Ihren wesentlichen Chancen.

Das touristische Geschäft stellt eine wesentliche Säule für die Arbeit der Lüneburg Marketing GmbH dar. In den kommenden Jahren wird mit einem moderaten Wachstum der Übernachtungs- und Tagesgäste gerechnet. Dieses Potenzial gilt es für die touristischen und sonstigen Angebote zu erschließen.

Die Hansestadt Lüneburg ist als Einkaufs- und Lebensstandort in der Metropolregion Hamburg sehr beliebt. Die Bevölkerung wächst durch Zuzug stetig. Hiervon profitieren der Einzelhandel und die Gastronomie. Der Geschäftsbereich Veranstaltungen muss diese Kunden an die Hansestadt binden. Die Investitionen der Hansestadt Lüneburg in die historische Bausubstanz, die Museen und die öffentliche Infrastruktur bieten zusätzliche Chancen für die LMG.

6. Gesamtaussage

Im Rahmen des Risikomanagement erfolgt keine quantitative Erfassung und Bewertung von möglichen Chancen und Risiken.

Vor dem Hintergrund der finanziellen Stabilität und der umgesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der Ertrags- bzw. Aufwandssituation sieht sich die LMG für die Bewältigung der künftigen Risiken gut gerüstet. Risiken, die den Fortbestand der Gesellschaft gefährden können, sind derzeit nicht erkennbar.

7. Prognosebericht

Ab dem 25. Mai 2018 muss das Unternehmen zusätzliche Kosten für einen externen Datenschutzbeauftragten tragen, da ab dann die neue EU Datenschutzgrundverordnung zwingend angewendet werden muss. Die Umsetzung der Anforderungen durch einen internen Datenschutzbeauftragten ist leider nicht möglich.

Weiterhin steht ab Juli 2018 die Umsetzung des neuen europäischen Reiserechts an, was aufgrund fachanwaltlicher Beratung zu Mehrkosten führen wird. Ob sich durch die äußerst komplexe Umsetzung des Reiserechts im Tagesgeschäft zurückgehende touristischen Umsätzen ergeben werden, bleibt abzuwarten.

Der Wirtschaftsplan für 2018 geht von einem positiven Jahresergebnis in Höhe von T€ 4 aus. Wegen der vorgenannten Gründe ist es weiterhin notwendig Sponsoring Leistungen einzuwerben.

Lüneburg, 9. April 2017

gez. Schrock-Opitz

Claudio P. Schrock-Opitz
Geschäftsführer