

Bereich 22 - Betriebswirtschaft und
Beteiligungsverwaltung, Controlling
Herr Larisch

Datum:
24.05.2018

Beschlussvorlage

Beschließendes Gremium:
Verwaltungsausschuss

Lüneburger Heide GmbH - Jahresabschluss 2017 Zustimmung zu den Beschlüssen 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 Gesellschafterversammlung der Lüneburger Heide GmbH am 30.05.2018 sind zum Jahresabschluss 2017 der Gesellschaft Beschlüsse gefasst worden.

Beigefügt sind hierzu die Bilanz (Anlage 1), die Gewinn- und Verlustrechnung (Anlage 2) und der Lagebericht (Anlage 3). Danach schließt der Jahresabschluss 2014 wie folgt ab:

Bilanzsumme:	238.463,16 €
Jahresüberschuss:	6.291,48 €
Vortrag der Vorjahre:	6.864,90 €
Bilanzgewinn:	13.156,38 €

Hierzu wurde seitens der Gesellschafterversammlung beschlossen, den Jahresüberschuss 2017 auf neue Rechnungen vorzutragen. Der Geschäftsführung und dem Aufsichtsrat wurde für das Geschäftsjahr 2017 Entlastung erteilt.

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Göken, Pollak und Partner Treuhandgesellschaft mbH 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:

Den zum Jahresabschluss 2017 gefassten Beschlüssen in der Gesellschafterversammlung der Lüneburger Heide GmbH am 30.05.2018 wird zugestimmt.

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 zum

AKTIVA

		31.12.2017	Vorjahr
	€	€	T€
A. Anlagevermögen			
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	71.101,22		39
2. Geleistete Anzahlungen	-		-
		71.101,22	39
II. Sachanlagen			
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung		24.124,00	17
		95.225,22	56
B. Umlaufvermögen			
I. Vorräte		7.360,50	7
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.950,82		75
2. Sonstige Vermögensgegenstände	4.301,95		16
		36.252,77	91
III. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten		90.542,37	148
C. Rechnungsabgrenzungsposten		9.082,30	6
Summe der Aktiva		238.463,16	308

31. Dezember 2017

PASSIVA

		31.12.2017	Vorjahr
	€	€	T€
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	80.000,00		80
Eigene Anteile	- 2.000,00		- 2
		78.000,00	78
II. Bilanzgewinn		13.156,38	7
		91.156,38	85
B. Rückstellungen			
Sonstige Rückstellungen		16.605,00	30
C. Verbindlichkeiten			
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-		3
2. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	30.141,52		47
3. Sonstige Verbindlichkeiten davon aus Steuern: € 11.101,99 (Vorjahr: T€ 25)	39.906,51		28
		70.048,03	78
D. Rechnungsabgrenzungsposten		60.653,75	115
Summe der Passiva		238.463,16	308

Gewinn- und Verlustrechnung
für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

		2017	Vorjahr
	€	€	T€
1. Umsatzerlöse		669.689,91	655
2. Bestandsabbau		694,71	1
3. Sonstige betriebliche Erträge		801.968,74	798
		1.470.963,94	1.454
4. Materialaufwand			
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	4.507,04		5
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	105.462,03		78
		109.969,07	83
5. Personalaufwand		1.360.994,87	1.371
a) Löhne und Gehälter	547.979,25		494
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung; davon für Altersversorgung: € 3.624,00 (Vorjahr: € 6.890,80)	112.979,05		108
		660.958,30	602
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		36.080,74	39
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen		657.625,69	733
8. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		38,66	-
9. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-	-
10. Ergebnis nach Steuern		6.291,48	8
11. Jahresüberschuss/-fehlbetrag		6.291,48	- 8
12. Gewinnvortrag		6.864,90	15
13. Bilanzgewinn		13.156,38	7

Lüneburger Heide GmbH

Lagebericht

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017

Lüneburger Heide GmbH

Allgemeines

Die Lüneburger Heide GmbH, nachstehend LHG genannt, wurde am 21. Dezember 2007 gegründet. Ihr Zweck ist die Förderung des Tourismus in der Region und Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination Lüneburger Heide. Anlass für die Gründung war der vom Land Niedersachsen beauftragte „Masterplan Lüneburger Heide“, der Handlungsempfehlungen für eine neue Tourismusstrategie beinhaltete. Die Gesellschaft wird getragen von den Landkreisen Heidekreis, Lüneburg, Harburg, Celle und Uelzen sowie den Städten Hansestadt Lüneburg, Celle und Bad Bevensen und den privaten Gesellschaftern Heide Park Resort, Serengeti Park und Südsee Camp. Die Finanzierung erfolgt durch Zuschüsse aufgrund gesellschaftsrechtlicher Verpflichtung. Die Stadt Celle hat in 2017 ihre Mitgliedschaft zum 31.12.2020 gekündigt.

Geschäftsverlauf und Geschäftsergebnis

Mit einem Zuwachs von 67.420 Übernachtungen konnte der Tourismus in der Lüneburger Heide erneut auf hohem Niveau wachsen und ein Rekordjahr verzeichnen. Mit 5,56 Millionen Übernachtungen in der amtlichen Statistik wurde das hohe Ergebnis des Vorjahres übertroffen.

Im Ranking der Destinationen in Niedersachsen verteidigte die Lüneburger Heide Platz 2 nach der Nordseeküste.

Insgesamt kann man für 2017 von einem schwer kalkulierbaren touristischen Jahr sprechen. Das Jahr war geprägt von langen Schlechtwetterperioden, die selbstverständlich Auswirkungen auf den Deutschlandurlauber haben. Viele Buchungen wurden kurzfristig getätigt, um die Wettersituation abzuwarten. Die dadurch nötige, hohe Flexibilität im Marketing konnte die Lüneburger Heide GmbH gut gewährleisten und sogar die Provisionserlöse von T€ 90 auf T€ 101 steigern.

Das Jahresergebnis der Lüneburger Heide GmbH für 2017 beträgt 6.291,48 € nach -8.324,43 € im Vorjahr, der aktuelle Bilanzgewinn liegt bei 13.156,38 €. Der Geschäftsverlauf des Jahres entsprach den Erwartungen und war insgesamt unauffällig.

Die Geschäftstätigkeit und die Liquidität waren gesichert durch die jährlichen Zuschüsse der Gesellschafter von T€ 780, die Gesellschaft benötigte kein Fremdkapital.

Weiterhin sehr stark verfolgt wird die strategische Ausrichtung der Region auf das Lifestyle-Marketing und damit verbundene Zielgruppen. Ein Botschafterkreis von Mitgliedern aller Tourismussparten wurde in 2016 gegründet und 2017 fortgeführt, um die Kommunikation mit allen Teilnehmern in der Heide zu verbessern.

Die Digitalisierung und damit Fokussierung auf technische Oberflächen nimmt weiter stark zu. Kernaufgaben verlagern sich in den digitalen Bereich, das Management von Webseiten, Apps und Social Media Plattformen wird immer wichtiger. Die Lüneburger Heide engagiert sich als innovative Region stark in den sprachgesteuerten Diensten, wie Amazon Alexa oder Google Home.

Die Gesellschaft verfügt über ein Eigenkapital von insgesamt T€ 91,2 (Vorjahr 84,9), dieses beträgt 38,2 % (Vorjahr 27,4 %) der Bilanzsumme. Den offenen Verbindlichkeiten von insgesamt T€ 70 stehen Forderungen in Höhe von T€ 36 gegenüber, die liquiden Mittel betragen T€ 90.

Im Jahr 2017 wurden neben dem Geschäftsführer in Spitzenzeiten 21,25 Mitarbeiter beschäftigt, eine Mitarbeiterin befindet sich in Elternzeit.

Lage der Gesellschaft

Die Lüneburger Heide GmbH verfolgt den Zweck, den Tourismus in der Region zu fördern. Die Region definiert sich über die angeschlossenen 5 Landkreise und 3 Städte.

Die Landkreise Harburg und Celle, die Gemeinden Südheide, Fassberg, Flotwedel und Wietze haben die Lüneburger Heide GmbH mit der Durchführung des regionalen Marketings mittels Sonderetat beauftragt. Die Lüneburger Heide GmbH verstärkt damit ihren Einfluss auf die bestehenden Ebenen in den Landkreisen und Orten zugunsten einer schnelleren Vermarktungsstruktur. Diese Umsetzung ist Anforderung des Masterplans Lüneburger Heide.

Die Übernachtungen im Deutschlandtourismus wachsen um 3,8 % gegenüber dem Vorjahr, aus dem Ausland kam ein Wachstum von 5,1 %. In Niedersachsen wuchsen die Übernachtungen um 2,8 %, auch hier kam aus dem Ausland ein stärkeres Wachstum von 3,2 %. Im Jahr 2017 gelang es auch der Lüneburger Heide, den Anteil ausländischer Gäste von 8,5% im Vorjahr auf 8,8% zu steigern. 23.000 Übernachtungen mehr, also gut ein Drittel des Gesamtzuwachses kam aus den ausländischen Märkten.

Ländliche Regionen, wie die Lüneburger Heide, haben vermehrt Probleme durch fehlende Arbeitskräfte, fehlende Infrastruktur und dünne Besiedelung. Stark zu erkennen sind auch Nachfolgeprobleme bei kleinen und mittelständischen Unternehmen, insbesondere bei Ferienwohnungsvermietern, die aufgrund der Überalterung ihre Objekte schließen. Die Lüneburger Heide ist angewiesen auf Neuansiedlung, um die Anzahl der Betten am Markt beizubehalten. Aus diesem Grund hat die Lüneburger Heide GmbH auch in 2017 den Kontakt mit potentiellen Investoren verstärkt.

Die Mitbewerber sind in den anderen Ferienregionen Deutschlands und des benachbarten Auslands zu sehen, insbesondere in den Mittelgebirgen. Die Lüneburger Heide generiert in der Regel Gäste in einem Umkreis von 4 Autostunden mit einer deutlichen Tendenz zum näheren Umfeld. In diesem Umkreis sind für die potentiellen Gäste auch die Ziele Mecklenburg-Vorpommern, Harz, Niederlande, Dä-

nemark usw. zu erreichen. Hauptzielgruppen sind Naturliebhaber, Vitalurlauber, Kulturbegeisterte und Familien.

In den Hauptquellmärkten Nordrhein-Westfalen, Hessen und Berlin steht man zudem im Wettbewerb mit Regionen, die identische Zielgruppen ansprechen, zum Beispiel dem Schwarzwald. Die Lüneburger Heide GmbH beobachtet und analysiert die Mitbewerber ständig und investiert dauerhaft in Marktforschung. Dadurch verbessern sich die Wettbewerbsposition und der Bekanntheitsgrad der Lüneburger Heide weiter ständig, was sich auch an der positiven Entwicklung der Übernachtungszahlen zeigt.

Die Liquidität des Unternehmens ist als gut zu betrachten und wird durch die jährlichen Zuschüsse der Gesellschafter abgesichert.

Im kommenden Jahr plant die Gesellschaft weiterhin mit Erlösen aus der Vermittlung von Übernachtungen, obwohl die neue Pauschalreiserichtlinie der EU das Geschäft deutlich erschwert. Das Internet spielt eine große Rolle, bereits 90% der Deutschen informieren sich für ihren Urlaub darüber. Erlöse aus Katalogprodukten werden weiter sinken.

Seit 01.01.2009 besteht eine Zweigniederlassung in Hanstedt (Landkreis Harburg), die kostendeckend geführt werden konnte und in der 1,5 Mitarbeiter beschäftigt sind. Seit 01.01.2011 besteht eine Zweigniederlassung in Hermannsburg, in Müden (Örtze) und in Wienhausen, alle Landkreis Celle. Alle Filialen wurden kostendeckend geführt.

Voraussichtliche Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen

Die Kommunikation und Vernetzung innerhalb der Region war auch 2017 ein Schwerpunkt der Arbeit der Lüneburger Heide GmbH. Die 2016 neu geschaffenen Strukturen zur besseren Kommunikation untereinander wurden verstärkt. Auch wurde ein neues CRM System angeschafft, um technische Unterstützung zu haben. Ziel ist es, möglichst viele Teilnehmer für die Tourismusstrategie der Region zu gewinnen und damit allseits die Erlöse zu steigern.

Auch die Lüneburger Heide GmbH möchte ihre Umsatzerlöse steigern, um mehr Marketingmittel für die Region zur Verfügung zu haben. Das gelang in 2017 schon gut, die Umsatzerlöse stiegen von T€ 654 auf T€ 669.

Die Chancen der Gesellschaft sind im deutschlandweiten Wettbewerb auch in der gezielteren Ansprache der Gäste zu sehen. Marktforschung hilft dabei, die Wünsche der Gäste zu erfahren und im Produkt umzusetzen. Die Lüneburger Heide GmbH verfolgte auch 2017 weiterhin die erfolgreiche „Lifestyle Strategie“, die zusammen mit der GfK erarbeitet wurde.

Im Bereich der Digitalisierung sieht die Lüneburger Heide GmbH große Chancen im Bereich der sprachgesteuerten Assistenten. Die Ankündigung von Autoherstellern, diese Anwendungen in die

Fahrzeuge einzubauen, kommt der Region entgegen. Die Lüneburger Heide GmbH investiert in Amazon Alexa und Google Home mit einer eigenen Anwendung. Beides konnte sie als erste Region Deutschlands umsetzen. Auch Pilotprojekte in Hotels und Tourist Informationen sind geplant.

Risiken der zukünftigen Entwicklung und sonstige Risiken

Die Pauschalreiserichtlinie der EU muss bis zum 1. Juli 2018 umgesetzt werden und beeinflusst die Arbeit der Tourismusbetriebe zum Teil erheblich. Kombinationen aus verschiedenen Reiseleistungen sind zum Teil nicht mehr möglich, ohne Reiseveranstalter zu werden. Dies hat hohe bürokratische Folgen, es werden zusätzliche Versicherungen und Bürgschaften fällig und eine andere Besteuerung. Es ist damit zu rechnen, dass die Angebotspalette ab 01.07.18 deutlich kleiner wird, da viele Betriebe dieses Risiko nicht eingehen wollen und die Angebote vom Markt nehmen. Dies wird besonders die ausländischen Märkte treffen, dänische Urlauber buchen zumeist Reisepakete.

Das Wetter ist für den Deutschlandtourismus ein ständiges, nicht zu kalkulierendes Risiko. Im Bereich des Deutschlandurlaubes ist eine Tendenz zur immer kurzfristigeren Buchung zu erkennen. Die Urlauber warten ab, ob das Wetter ihren Vorstellungen entspricht und buchen erst dann. In 2017 war die Lüneburger Heide insbesondere während der Heideblütezeit von Schlechtwetter betroffen.

Ebenfalls führt zunehmende Digitalisierung dazu, dass Urlauber ihre Unterkunft nicht mehr vorausbuchten, sondern erst in der Region über das Smartphone eine Buchung tätigen. Dies bedeutet für alle Betriebe fehlende Planbarkeit und andere Routinen.

Öffentlich stark diskutiert wurde die Ansiedlung des Wolfes und damit verbundene Folgen. Das Risiko eines Zwischenfalls mit dem Menschen ist theoretisch vorhanden, aber bisher nicht eingetreten. Aus touristischer Sicht ist in 2017 keine positive oder negative Auswirkung durch die Wolfsansiedlung zu erkennen, aber die Diskussionen werden lauter und die Nachfragen zahlreicher.

Weitere Risiken im Tourismusbereich sind neben der Weiterentwicklung konkurrierender Regionen auch in nicht beeinflussbaren Bereichen wie Naturkatastrophen, Terroranschlägen, Epidemien, auch im Pflanzen- und Faunabereich u. ä zu sehen. Insbesondere, weil die Lüneburger Heide als Naturregion gesehen wird.

Zusätzliche Risiken liegen im Personalbereich, da bei der Größe des Unternehmens jede Abteilung nur mit einer Person besetzt werden kann. Verlässt einer dieser Mitarbeiter die Gesellschaft oder fällt aus, ist die Kontinuität der Arbeit gefährdet. Es gibt daher Regelungen zur Stellvertretung zwischen den einzelnen Abteilungen, um dieses Risiko bestmöglich abzufedern. Ebenfalls werden verstärkt externe Dienstleister ins Tagesgeschäft einbezogen.

Für technische Ausfälle im Internet wurde mit einem entsprechenden Dienstleister ein Vertrag abgeschlossen, der eine Verfügbarkeit von 98 % garantiert. Ebenso ist ein möglicher Ausfall des Servers abgesichert.

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres

Die Gesellschafter holten eine verbindliche Auskunft beim Finanzamt Lüneburg zur Steuerfreiheit der Beiträge ein. Diese Auskunft wird wirksam mit dem Betrauungsakt, der 2017 erteilt wurde und der Eintragung eines neuen Gesellschaftervertrages, der 2018 folgt.

Zum 01.01.2018 haben die privaten Gesellschafter Heide Park Resort, Serengeti Park und Südsee Camp ihre Anteile an die Lüneburger Heide GmbH verkauft.

Die Lüneburger Heide GmbH konnte einen Vertrag mit der Samtgemeinde Amelinghausen über die touristische Vermarktung abschließen, der ab 2018 gilt.

Weitere Vorgänge über die zu berichten wäre, haben sich nicht ergeben.

Lüneburg, den 29.04.2018

.....

(Ulrich von dem Bruch)