

---

## Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH, Friedrichshafen

### Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017

#### A. Lage und Geschäftsverlauf

Im Geschäftsjahr 2017 baute das Friedrichshafener Stadtmarketing wichtige Projekte weiter aus und führte einige Neuerungen ein. Strategisch bedeutsame Prozesse wie die Entwicklung einer neuen Stadtmarke wurden gestartet. Einen Schwerpunkt bildeten erneut die Aktionen in der Weihnachtszeit. Bodensee-Weihnacht, Eisbahn und die Veranstaltungsreihe WinterLichtSpiele auf dem Adenauerplatz sorgten für eine Belebung der Innenstadt. Die internationale Marktbearbeitung für die Bodensee-Weihnacht wurde fortgesetzt. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stand neben der Innenstadtbelebung, der Zusammenarbeit und Vernetzung möglichst vieler Akteure vor allem die weitere Profilierung der Marke Friedrichshafen. Insgesamt wurde auch 2017 ein ganzheitliches Stadtmarketing für Friedrichshafen weiter konzipiert, koordiniert sowie durchgeführt und damit den nach der Gemeindeordnung geforderten öffentlichen Zweck erfüllt.

Mit knapp 205.800 € konnten die höchsten Umsatzerlöse der Unternehmensgeschichte verzeichnet werden, was ein Plus von 2,9 % gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Lässt man die gezielte Projektunterstützung des Stadtforums außer Acht, auf die unten gesondert eingegangen wird, so gab es nur bei einzelnen Projekten gegenüber dem Vorjahr deutliche Umsatzrückgänge, so z. B. bei der Häfler Münze um 18,3 % auf nur noch 10.920 € oder bei den verkaufsoffenen Sonntagen (ohne Projektunterstützung des Stadtforums) um 5,4 % auf knapp 14.800 €. Nahezu konstant blieben die Umsatzerlöse für den Gemeinschaftsstand bei der IBO mit 10.275 € oder für die Eisbahn mit 62.690 €. Andere Projekte konnten dagegen gegenüber dem Vorjahr einen deutlichen Anstieg der Umsatzerlöse verzeichnen, wie die Weihnachtsbeleuchtung um 17,8 % auf über 14.900 €, die Beteiligung an den Werbekosten für die Bodensee-Weihnacht um 12 % auf 11.200 € oder die Beteiligung am Projekt der Erstsemesterbegrüßung um 10,7 % auf knapp 2.300 €. Die Steigerung bei den Umsatzerlösen aus Vermietungen um 20,6 % auf knapp 24.400 € ist weniger auf die Vermietung der Vitrinen zurückzuführen als vielmehr auf die erstmalige Untervermietung von Büroräumen. Komplettiert wird der Anstieg der Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr durch Besonderheiten, wie die nur alle 2 Jahre stattfindende Lange Nacht der Technik und Innovation, oder Mehreinnahmen durch Projektbeteiligung beim Schlemmermarkt die in der Summe den Wegfall von Umsatzerlösen unregelmäßig stattfindender Projekte (z. B. Neubürgeraktion) in 2017 mehr als ausgleichen.

Die Friedrichshafener Wirtschaft und Verbände beteiligen sich traditionell auch über das Stadtforum Friedrichshafen e. V., dem Stadtmarketing-Förderverein, an der Finanzierung der Stadtmarketing-Aktivitäten. Dies geschieht durch eine direkte finanzielle Beteiligung des Stadtforums an Projekten der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH (2017: 17.500 €) und der Erstattung für Auslagen und die Betreuung der Stadtforum-Geschäftsstelle (2017: 25.189 €). Insgesamt reduzierte sich die Beteiligung des Stadtforums auf rund 42.690 € und sank damit im Vergleich zum Vorjahr um 2,6 %. Auch 2017 haben sich die örtliche Wirtschaft und andere Partner somit finanziell – im Sinne einer öffentlich-privaten-Partnerschaft – mit bedeutenden Summen an der Projektfinanzierung im Stadtmarketing beteiligt.

Der Anteil der Umsatzerlöse an den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln (diese sind definiert als: Umsatzerlöse zuzüglich sonstige Erträge im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zuzüglich laufende Betriebskostenzuschüsse der Stadt Friedrichshafen) fiel mit 36,3 % ähnlich hoch aus wie im Vorjahr (2016: rund 36,5 %).

Auf der Kostenseite entfällt traditionell der größte Posten auf die Personalkosten. Mit etwas über 213.143 € sind diese um 7,3 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Dies ist auf Gehaltserhöhungen und die zusätzliche Beschäftigung einer Markt-Kümmerein für den Schlemmermarkt (Minijob) zurückzuführen. Zu dem Anstieg der Kosten für die allgemeine Verwaltung haben außerdem höhere Mietkosten aufgrund eines neuen Mietvertrags und der damit verbundenen Vergrößerung der Mietfläche wesentlich beigetragen. Die Mietkosten sind gegenüber dem Vorjahr um 55,1 % auf rund 17.100 Euro angestiegen, was auf der anderen Seite durch Untervermietung von zwei Büroräumen teilweise kompensiert wird.

Größtes Einzelprojekt war auf der Kostenseite wieder die Eisbahn mit rund 80.100 € (- 5,8 % gegenüber 2016) vor der Weihnachtsbeleuchtung, deren Kosten aber mit etwas über 56.800 € aufgrund neuer Verträge (Anschaffung abgeschrieben) um 31,4 % gesunken sind. Aufgrund der aktiven Bewerbung und der ausgebauten Veranstaltungen auf dem Adenauerplatz (WinterLichtSpiele) stiegen die Kosten für Programm und Werbung der Bodensee-Weihnacht auf über 28.900 € (+ 19,5 % gegenüber dem Vorjahr) an. Nahezu konstant blieben mit über 15.400 € die Kosten für den IBO-Gemeinschaftsstand, während die Kosten für Wartung, Strom und Mietzahlung für die Vitrinen mit 11.440 € gegenüber 2016 leicht um 4 % angestiegen sind. Deutliche Rückgänge bei den Projektkosten gegenüber dem Vorjahr gab es bei der Häfler Münze um 20,6 % auf nur noch knapp 14.300 €, den beiden verkaufsoffenen Sonntagen um 17 % auf rund 18.100 € und der Erstsemester-Aktion um 45 % auf knapp 5.200 €. Auch auf der Kostenseite gab es Einmaleffekte, die das Ergebnis beeinflussten, so die Kosten für die erste Phase des Stadtmarken-Projekts mit knapp 19.000 € oder besondere Anstrengungen zur weiteren Attraktivierung des Schlemmermarkts, die zu einem Anstieg der Projektkosten um 94 % auf 8.600 € führten.

Die direkten Projekt- und Werbekosten sind im Jahr 2017 im der Summe um 4 % gegenüber 2016 auf rund 265.348 € gesunken.

Im Geschäftsjahr 2017 wird ein Jahresfehlbetrag von 1.378,03 € ausgewiesen.

## **B. Voraussichtliche Entwicklung**

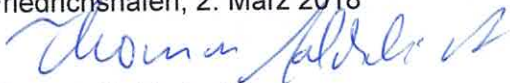
Für das Jahr 2018 und 2019 kann die Gesellschaft aufgrund eines Gemeinderatsbeschlusses vom Dezember 2017 fest mit einem Zuschuss ihres Gesellschafters rechnen, der jeweils höher als 2017 ausfällt. Bei der Unterstützung durch das Stadtforum ist für 2018 mit - gegenüber dem Vorjahr - leicht sinkenden Projektbeteiligungen auszugehen. Außerdem findet 2018 keine Lange Nacht der Technik statt und der Vertriebsvertrag zum Projekt „Traukalender“ endet zum 31.12.17, so dass 2018 hier jeweils keine Umsatzerlöse anfallen. Aufgrund schwankender Umsatzerlöse aus den freiwilligen Projektbeteiligungen der Unternehmen an Aktionen wie z. B. Weihnachtsbeleuchtung oder verkaufsoffenen Sonntagen wurden die Umsätze dieser Aktionen im Wirtschaftsplan 2018 wieder sehr konservativ angesetzt.

---

Auf der Ausgabenseite sind die meisten der für das Jahr 2018 beschlossenen Projekte hingegen gut planbar und es kann auf den Erfahrungen der Vorjahre aufgebaut werden. Aufgrund früher Angebotseinholung ist auch die Erneuerung der EDV mit einem neuen Server und einer neuen Telefonanlage bereits in die Planungen für 2018 eingeflossen. Bei der Eisbahn beginnt frühzeitig die Sponsorenakquise, um die Finanzierung sicher zu stellen. Liegen bis zum Sommer nicht ausreichend Sponsorenzusagen vor, könnte das Projekt nicht durchgeführt werden um keine übergroßen Risiken einzugehen.

Da sich bei der kurzfristigen Entscheidung für die Durchführung zusätzlicher Projekte nur schwer ein Ausgleich durch Sparmaßnahmen an anderer Stelle verwirklichen lässt, werden Anpassungen gegenüber der ursprünglichen Planung weiterhin unter Einbeziehung der aktuellen Entwicklung und der vorhandenen Finanzmittel vom Beirat beschlossen. Es hat sich zudem bewährt, manche Projekte nur dann durchzuführen, wenn im Vorfeld genügend verbindliche Zusagen über eine finanzielle Beteiligung von Projektpartnern vorliegen.

Friedrichshafen, 2. März 2018



Thomas Goldschmidt  
Geschäftsführer