

Rechenschaftsbericht
Eigenbetrieb
Tourismus & Events Ludwigsburg
Jahresabschluss zum 31.12.2017

Gliederungsübersicht

1. Rechtliche und organisatorische Grundlagen
2. Aufgabenschwerpunkte in 2017
3. Ziele und Strategien
4. Ergebnisrechnung und Ergebnishaushalt
5. Vermögens- und Schuldenlage (Bilanz)
6. Finanzrechnung
7. Vorgänge von besonderer Bedeutung
8. Prognose – Chancen und Risiken
9. Kennzahlen

1. Rechtliche und organisatorische Grundlagen

Organisationsform, Betriebssatzung

Aufgrund von § 4 der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (GemO) in der Fassung vom 24.07.2000, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 16.04.2013, und § 3 Abs. 2 des Eigenbetriebsgesetzes Baden-Württemberg (EigB) in der Fassung vom 08.01.1992, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 04.05.2009, hat der Gemeinderat der Stadt Ludwigsburg am 13.12.2012 die Betriebssatzung für den Eigenbetrieb Tourismus & Events mit Wirkung ab 01.01.2013 beschlossen. Mit Beschluss vom 17.04.2013 wurde die Betriebssatzung neu gefasst. Am 24.02.2016 erfolgte durch Beschluss des Gemeinderats eine weitere Änderung der Betriebssatzung.

Einrichtung / Handelsregistereintragung

Der Eigenbetrieb Tourismus & Events ist nicht im Handelsregister eingetragen.

Der Eigenbetrieb wird als rechtlich unselbständige Einrichtung (als sog. Sondervermögen) der Stadt Ludwigsburg geführt. Er wird in wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht, mit eigenem Wirtschaftsplan und Rechnungswesen, selbständig geführt.

Gegenstand

Der Eigenbetrieb Tourismus & Events Ludwigsburg erfüllt für die Stadt Ludwigsburg deren Aufgaben in den Bereichen des Stadtmarketings, des Tourismus, der Veranstaltungsstätten und der Veranstaltungen und Märkte.

Dem Eigenbetrieb obliegen insbesondere folgende Aufgaben:

- Strategische Ausrichtung des Stadtmarketings und der Tourismusaktivitäten,
- Operatives Stadtmarketing,
- Eventmanagement,
- Betrieb einer Tourist-Information und einer Kartenvorverkaufsstelle,
- Förderung von Einrichtungen und Veranstaltungen des Fremdenverkehrs,
- Betriebsführung, Bewirtschaftung, Verwaltung und Vermarktung dafür geeigneter Veranstaltungsstätten und sonstiger Veranstaltungsflächen in Ludwigsburg,
- Konzeption, Organisation und Durchführung von Eigenveranstaltungen und Märkten.

Stammkapital

Das satzungsgemäße Stammkapital des Eigenbetriebs beträgt 1.000.000,00 EUR (§ 3 Betriebssatzung)

Die Organe des Eigenbetriebs und ihre Zusammensetzung sind der Position 8 des Anhangs zu entnehmen.

2. Aufgabenschwerpunkte in 2017

Bereich „**Stadtmarketing**“: Zum Abschluss der analytischen Phase im Markenprozess wurden zwei Workshops mit internen und externen Vertretern als Grundlage für die Erstellung der finalen Positionierung der Stadt Ludwigsburg und des dazugehörigen Claims: „Ludwigsburg inspiriert“ sowie die Ausschreibung zur graphischen Umsetzung des Claims durchgeführt. Die inhaltliche Zusammenführung der Marke mit dem Stadtjubiläum erforderte enge Kooperationsarbeit mit dem Fachbereich Kunst und Kultur, so dass viele Ideen ausgearbeitet wurden um im Jubiläumsjahr ihre Anwendung zu finden.

Ab März 2017 wurde diesem Bereich, aufgrund einer internen Organisationsumstellung, von der Abteilung Tourismus-Marketing die Zuständigkeit für das Bewirtschaftungs- und Belegungsmanagement der Werbeanlagen wie Ortseingangstafeln, Spannbanner, Parkleitsysteme und Fahnen übertragen. Im Zuge dieser Veränderung wurden Frau Schuster zwei Mitarbeiterinnen (mit jeweils 50 % Stellenanteil) zugeordnet und erstmalig für das Fahnenmasten-System ein Belegungsmanagement von Grund auf neu aufgestellt. Dazu gehörte eine komplette Erfassung und kartographische Verortung der Standorte, sowie eine Neuordnung des Bewirtschaftungsmanagements.

Im zweiten Halbjahr hat die Stadt Ludwigsburg den Markenbildungsprozess „Marke-Ludwigsburg“ mit der Entwicklung des Markenkerns, der Festlegung der Positionierung sowie der Formulierung des dazugehörigen Claims: „Ludwigsburg inspiriert!“ abgeschlossen. Am 23.06.17 wurde zu einem beschränkten Wettbewerb aufgerufen, um den Claim sowie das Erscheinungsbild der Marke in seine graphische Gestalt zu überführen. Dazu wurden 10 Agenturen direkt zum Wettbewerb aufgefordert. Vier Agenturen reichten ihre Bewerbungen und erste Entwürfe ein. Auf Grund der geringen Anzahl an Bewerbern entschied die Kommission, weitere Agenturen anzufragen und die Möglichkeit zu eröffnen im „Nachrückverfahren“ am Wettbewerb teilzunehmen. Das Auswahlverfahren wurde am 27.07.17 unter der Anwesenheit von Kommissionsmitgliedern (Vertreter der Fraktionen, externe Marketingexperten sowie der Projektleitungen) vollzogen.

Zur graphischen Umsetzung der ersten Kommunikationslinie und Implementierung des neuen Markenbildes werden im Jubiläumsjahr 2018 alle Kommunikationsmittel auf das neue Markenbild abgestimmt und ausgerichtet. Das Jubiläum „Stadt werden! 300 Jahre Erhebung Ludwigsburgs zur Stadt und zur dritten württembergischen Residenz“ mit seinem Teilprojekt „Literaturtage Baden-Württemberg“ dient somit als erste umfassende Kommunikationsmaßnahme und zur Einführung des Markenbildes.

In der Abteilung „**Tourismus-Marketing**“ lagen im ersten Halbjahr 2017 die Themenschwerpunkte in diversen Maßnahmen wie etwa in der integrierten Quellmarktbearbeitung durch wichtige Messeteilnahmen: der CMT Stuttgart mit Standpräsenz unter dem Dach der Regio Stuttgart, der Touristikwelt Mainz, der Reise- und Freizeitmesse in Friedrichshafen und dem GTM in Nürnberg. Zusätzlich zu der Weiterentwicklung der Kooperationen mit der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, insbesondere auf dem schweizerischen, italienischen und amerikanischen Markt und der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH, wurde für touristische Partner wie Hotellerie und Tourist-

Informationen in der Region eine Produktschulung in Ludwigsburg organisiert und durchgeführt. Printpublikationen wie der touristische Informationsflyer wurden erstellt und aktualisiert sowie Imagewerbung zu Ludwigsburger Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen sowohl in Print- als auch in Digitalform umgesetzt. Mit Reiseveranstaltern und der Hotellerie wurden Kooperationen für die nächsten Monate fixiert. Für Gruppen sowie für Individualgäste wurden Erlebnispakete erstellt, die als Pauschalen buchbar sind. Die ins Portfolio aufgenommenen neuen öffentlichen Stadtführungen u.a. die Busrundfahrt "Winterliche Stadtrundfahrt: Ludwigsburger 3-Schlösser-Tour", „Klänge der Vergangenheit: musikalische Reise durch Ludwigsburg“, „Märchenstunde zum Wochenmarkt: Geschichten aus vergangenen Zeiten“, „Vergnüglicher Weinspaziergang: auf den Spuren berühmter Literaten“, „Genussvoll durch die Natur: Weinwanderung in den Zugwiesen“ ergänzen das bisherige umfangreiche Programm. Für die Mitarbeiterinnen der Tourist Information und des Ticket Service fanden Schulungen zu verschiedenen Programmangeboten in der Stadt statt. Auch der Verkauf der Gutscheine für die Dauerkarten des Blühenden Barock wurde erneut in der Tourist Information angeboten.

Im zweiten Halbjahr 2017 lag der Fokus insbesondere auf folgenden Maßnahmen:

- Organisation und Durchführung einer zweitägigen Produktschulung für Reiseveranstalter
- Erstellung touristischer Broschüren 2018 (Ludwigsburger City-Guide, Stadtführungsbroschüre, Jahreskalender Leporello)
- Erarbeitung des Stadtführungsprogramms 2018
- Messevorbereitungen und Teilnahme an der Kulturreisemesse in Ludwigsburg
- Überarbeitung der Ludwigsburg Guide App, Aktualisierung mit Veranstaltungen 2018
- Erstellung Erlebnispakete 2018
- Fotoshootings für Cover 2018 und weiteres Bildmaterial
- Überarbeitung der Stadtführungspreise und AGB der Stadtführungen
- Nationale und internationale Quellmarkt-Bearbeitung der Hauptmärkte über TMBW und Regio Stuttgart und daraus resultierende Presse- und Inforeisen der Fachleute der Reiseindustrie

Mit der Besetzung der Stelle des stellvertretenden Geschäftsführers ab dem 01.01.2018 war die Erstellung der Tourismuskonzeption vorgesehen; daher wurde dieser Prozess im Jahr 2017 bewusst nicht initiiert.

Die Abteilung „**Veranstaltungen und Märkte**“ ist für die Organisation, Durchführung, Logistik und die konzeptionelle Weiterentwicklung von Eigenveranstaltungen (u.a. Ludwigsburger Barock- Weihnachtsmarkt, Venezianische Messe, Pferdemarkt, Kinderfest), Märkten (Wochenmarkt an drei Tagen pro Woche), Messen (eMotionen) und alle Platzvermietungen für den Marktplatz, den Rathaushof (u.a. Weinlaube, Brautage), den Akademiehof, den Ehrenhof (ab April 2017) und den Schotterplatz am Stadionbad verantwortlich.

Ab März 2017 wurden die Aufgaben des Veranstaltungs-Marketings (Bewerbung der Eigenveranstaltungen) aus der Abteilung Tourismus-Marketing rausgelöst und direkt in die Abteilung Veranstaltungen und Märkte verlagert. Dieser Vorgang ermöglicht eine direktere Entscheidungsbefugnis und kurzfristigeres, bedarfsgerechteres Agieren. Die Verantwortung für das Produkt liegt somit „in einer Hand“.

Für den Pferdemarkt (25.-28.5.2017) wurde ein umfangreiches, professionelles Sicherheitskonzept erarbeitet.

Für die beiden Jubiläumsveranstaltungen 250. Pferdemarkt 2018 und 250 Jahre Venezianische Messe (in 2018) wurde umfangreich ein detailliertes Konzept erarbeitet und final mit dem FB Kunst und Kultur, als Projektleitung des 300. Jubiläumsjahres, abgestimmt. Zum Pferdemarkt wurden Maßnahmen zur Stärkung der Authentizität und Wertigkeit der Veranstaltung, zur Aufwertung des Umzugs und ein Entwurf zur Umsetzung des Rahmenprogramms (Ausstellung zum Pferdemarkt und internationale Springreitturniere der 50er und 60er Jahre incl. der erstmalige Bewimpelung und Beflaggung der Umzugsstrecke - in 2018 ausgeführt) erarbeitet. Im Oktober 2017 fand in den Attikaräumen des Residenzschlosses eine sehr erfolgreiche Veranstaltung zur Sponsorenakquise der Venezianischen Messe statt. Für den Barock-Weihnachtsmarkt wurden eine neue Preisliste und neue Allgemeine Bestimmungen mit einem Kriterienkatalog zur Vergabe der Standplätze erarbeitet und im Sommer 2017 im Gemeinderat verabschiedet. Des Weiteren wurde das Sicherheitskonzept fortgeschrieben.

Die Abteilung hat des Weiteren die Aufgabe des Zentralen Ansprechpartners (ZAP) für Veranstaltungen Dritter. Der ZAP nimmt die Rolle des Koordinators seitens der Stadtverwaltung für allgemeine organisatorische Fragen und Einholung von städtischen Genehmigungen ein. Dies gilt insbesondere für Vereins- und Stadtteilstädte. Die Beratungsintensität sowie die Zahl der betreuten Veranstaltungen sind im Vergleich zum Vorjahr erneut gestiegen und hat einen Zuwachs von rd. 25 % zu verzeichnen.

Darüber hinaus ist die Abteilung auch zuständig für die Überprüfung und Auszahlung der zu gewährenden Zuschüsse für Traditionsfeste in Ludwigsburg und seinen Stadtteilen.

Der Prozess des Koordinationsverlaufs wurde stärker beleuchtet und verbessert. Es wurde eine Profilschärfung des Dienstleistungskatalogs des ZAP sowie eine Leitfaden-Broschüre für die Vereine und Fremdveranstalter erarbeitet und im Februar 2018 im Betriebsausausschuss ein Erfahrungsbericht über den strukturellen Ablauf des ZAP - Verfahrens präsentiert.

In der Abteilung „**Vertrieb und Marketing**“ konnte in den Veranstaltungsstätten „Forum am Schlosspark, MHPArena und Musikhalle“ im Jahr 2017 der positive Trend in allen Häusern fortgesetzt werden.

Bei der MHPArena konnte im operativen Veranstaltungsbetrieb mit einem Zuschussbedarf von unter 300 T€ ein minimaler Wert erzielt werden. Begünstigt wurde dieses Ergebnis vor allem durch die gestiegene Zahl an Veranstaltungen, z.B. konnte mit den Handball-Bundesliga Frauen aus Bietigheim ein zweiter Dauermieter verpflichtet werden. Bei den Werbe-/Lieferantenvereinbarungen ist das Verhandlungsergebnis des Bierlieferungsvertrages zu erwähnen. Eine über 200%ige Steigerung im Vergleich zu den Vorjahren steht hier zunächst für die kommenden fünf Jahre zu Buche. Neuer exklusiver Bierlieferant für die MHPArena ist das Unternehmen Dinkelacker-Schwabenbräu GmbH & Co. KG.

Beim Forum am Schlosspark konnten die Umsätze aus Vermietung und Verpachtung im Jahr 2017 von 1.871 Mio. EUR auf 1.919 Mio. EUR gesteigert werden. Diese Steigerung basiert weitestgehend auf der Anpassung der Benutzungs- und Entgeltordnung.

Für die Musikhalle haben sich die Marketingaktivitäten positiv auf die Belegungszahlen ausgewirkt und es konnten sowohl die Belegungen als auch der Umsatz gesteigert werden.

Als besondere Veranstaltungsformate ist in der MHPArena das Finale der Deutschen Turnliga besonders zu erwähnen. Olympiasieger Fabian Hambüchen hat uns in der MHPArena den letzten Wettkampf seiner Profikarriere beschert und dadurch nationale und internationale TV-Anstalten und Pressevertreter nach Ludwigsburg geleitet. Im Forum am Schlosspark fand im November die dritte und somit letzte FAMAB-Award Verleihung statt.

3. Ziele und Strategien

Das innerhalb des Stadtmarketingprozesses entwickelte Markenhandbuch positioniert Ludwigsburg als „junge, inspirierende Barockstadt für kulturoffene Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Besucherinnen und Besucher, die gemeinsam die Zukunft der Stadt gestalten.“ Der Claim „Ludwigsburg inspiriert“ ist Quelle, Anspruch und Aufforderung und bildet auch bei Tourismus & Events die Grundlage, um Vision, Ziele und Strategien sowohl innerbetrieblich als auch nach außen darauf aufbauend zu entwickeln. Für 2018 wären das unter anderem:

- Die Optimierung von innerbetrieblichen Prozessen (insbesondere in der Abteilung Technik)
- Die Planung und Umsetzung von Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen der Veranstaltungsstätten inkl. einer mittelfristigen Bauzeitenplanung
- Die Implementierung eines Direktoriums im Forum zur weiteren Verbesserung der Marktpositionierung des Hauses
- Die Verbesserung der Auslastung der MHPArena
- Die Neuausschreibung des Gastronomie-Pachtvertrages in allen drei Häusern sowie des Sicherheitsdienstes in der MHPArena
- Die Erstellung einer Tourismuskonzeption
- Die Etablierung der Marke und der Markenentwicklung
- Die Planung zum Ausbau des öffentlichen WLANs
- Die Implementierung von Social-Media-Marketing
- Die konzeptionelle Weiterentwicklung der Veranstaltungen, auch unter Berücksichtigung des Stadtjubiläums
- Die Identifizierung und Umsetzung von Kostensenkungsmöglichkeiten

4. Ergebnisrechnung und Ergebnishaushalt

Der Eigenbetrieb legt mit dem Jahresabschluss 2017 den dritten Jahresabschluss nach dem Neuen Kommunalen Haushaltsrecht (Kommunale Doppik) vor.

Das Geschäftsjahr 2017 schließt mit einem operativen Geschäftsergebnis / ordentlichen Ergebnis von + 74,6 T€ ab. Diese nicht verbrauchten Mittel des städtischen Zuschusses sollen, vorbehaltlich der Entscheidung des Gemeinderats über deren Verwendung, den Rücklagen aus Überschüssen des ordentlichen Ergebnisses zugeführt werden.

Tourismus & Events Rechenschaftsbericht 2017

Die Ordentlichen Erträge liegen im Jahr 2017 bei 11.566 T €. Die Ordentlichen Aufwendungen betragen 11.488 T€.

Die Erträge des Jahres 2017 liegen mit rd. 372,5 T€ über Plan (und mit rd. 219 T€ über dem Vorjahresertrag, der auch Erträge aus der Venezianischen Messe mit rd. 250 T€ enthält) Die Zuwächse beruhen überwiegend aus der Vermietung der Veranstaltungsstätten, Platzmieten für Flächen (Marktplatz, Rathaus Hof (u.a. Weinlaube, Brautage), Akademiehof und Schotterplatz am Stadionbad) und Standentgelten für diverse Märkte.

in TEUR	Ist 2016	Ist 2017	Veränd. 16/17	Plan 2017	Plan 2018
Zuweisungen und Zuwendungen	188	187	-1	188	188
Zuschuss der Stadt	5.800	6.000	200	6.000	6.100
Umsatzerlöse/Leistungsentgelte	4.974	5.058	84	4.734	5.271
Sonst.betriebl. Erträge/ so.ordentl. Ertr.u. Kostenerstatt.	385	321	-64	272	403
Sonstige Zinsen und ähnl. Erträge	0	0	0	0	0
Betriebsleistung /ordentl. Erträge	11.347	11.566	219	11.194	11.962
Aufw. Sach- u. Dienstleistungen	-4.886	-4.933	-47	-5.117	-5.637
Personalaufwand	-3.019	-3.341	-322	-3.475	-3.665
Abschreibungen	-1.848	-1.878	-30	-1.824	-1.838
Sonstige betr. Aufwendungen/incl. Transferaufw.	-895	-825	70	-902	-980
Zinsen und ähnl. Aufwendungen	-575	-511	64	-516	-485
Steuern vom Ertrag	0	0	0	0	0
Betriebsaufwand/ordentl. Aufwendungen	-11.223	-11.488	-265	-11.734	12.605
Operat. Geschäftsergebnis/ordentl. Ergebnis	124	78	-46	-540	-643
außerordentl. Erträge	0	0	0	0	0
außerordentl. Aufwendungen	-1	-4	-3	0	0
Jahresergebnis/Gesamtergebnis	123	74	-49	-540	-643

Ertragslage

Die Ordentlichen Erträge beinhalten

- Zuweisungen und Zuwendungen Umlagen und aufgelöste Investitionszuwendungen und –beträge (Auflösung von Ertragszuschüssen) und Zuschuss der Stadt

Tourismus & Events Rechenschaftsbericht 2017

- öffentlich-rechtliche Entgelte (z.B. Miet- und Pächterträge aus der Vermietung von Veranstaltungsräumen und –flächen)
- privatrechtliche Leistungsentgelte (z.B. Erträge aus den Gastronomiebetrieben, aus Sponsoring und Werbeeinnahmen, aus dem Verkauf von Marketingartikeln und Führungen)
- Kostenerstattungen und Kostenumlagen (z.B. Betriebskostenersätze)
- Sonstige ordentliche Erträge.

Erläuterungen

Der Zuschuss der Stadt Ludwigsburg wurde in Höhe von 6.000 T€ ausgezahlt.

Zusammensetzung der Umsatzerlöse/ Leistungsentgelte in TEUR	Ist 2016	Ist 2017	Plan 2017
Entg. für Benutzung öffentl. Einrichtungen	3.873	3.972	3.740
Mieten und Pachten	365	372	374
Nutzungsüberlassung	212	278	215
Verkaufserträge	95	105	62
so. privatrechtl. Leistungsentgelte	429	331	343
Umsatzerlöse/Leistungsentgelte gesamt	4.974	5.058	4.734

In den ordentlichen Erträgen sind, außer den Erträgen aus der Benutzung der Einrichtungen 3.972 T€ (2016: 3.873 T€), Mieten und Pachten rd. 372 T€ (2016: 365 T€) und Nutzungsüberlassungen (Pächterträge aus den gastronomischen Betrieben) mit rd. 278 T€ (2016: 212 T€), sonstige privatrechtliche Leistungsentgelte wie z.B. aus Werbeeinnahmen und Sponsorengelder 274 T€ (2016: 309 T€), auch Erstattungen von privaten Unternehmen, überwiegend aus Betriebskosten und Erträge aus Auflösungen von Rückstellungen des Vorjahres mit rd. 12 T€ (2016: 28 T€) enthalten.

Aufwendungen

Die ordentlichen Aufwendungen enthalten die für den laufenden Betrieb der einzelnen Betriebszweige erforderlichen Budgets und werden maßgeblich durch den Aufwand für Sach- und Dienstleistungen und für Personal bestimmt.

Die Aufwendungen 2017 liegen bei 11.488 T€ (2016: 11.223 T€). Für Sach- und Dienstleistungen sind u.a. Aufwendungen für die Instandhaltung der Gebäude incl. Wartung der Anlagen und Unterhaltung/Pflege der Außenanlagen 1.127,6 T€ (2016: 632,9 T€), für Energieversorgung 641 T€ (2016: 613,5 T€), für Steuern, Versicherungen und Reinigung 599 T€ (2016: 639,3 T€), sonstige Sach- Dienstleistungen insbesondere für Veranstaltungen 1.113 T€ (2016: 1.183,5 T€) und Öffentlichkeitsarbeit 500,3 T€ (2016: 521,8 T€) erfolgt.

In der Unterhaltung der Gebäude (ohne Wartung und Außenanlagen) liegt der Aufwand (704,5 T€) mit rd. 78 T€ über dem geplanten Budget. Grund hierfür waren zusätzliche ungeplante Instandhaltungsarbeiten in die Hautechnik (Kälte/Wärme) im Forum am

Schlosspark und in der Musikhalle (z.B: Austausch der Fernwärmeübergabestationen incl. Pumpenanlagen Heizung /Kühlung und diverse Einregulierungsmaßnahmen).

Personal

Der Personalaufwand in 2017 liegt bei 3.341 T€ (2016: 3.019 T€) und mit rd. 134 T€ unter Plan. Auslöser für die Unterschreitung des Personalkostenbudgets waren überwiegend Vakanzen (z.B. in der Betriebsleitung /Neubesetzung der Geschäftsführung ab 01.07.2017 und ihrer Stellvertretung ab 01.01.2018). Überwiegende Ursache für den Zuwachs zum Vorjahr sind die Nachbesetzungen vakanter Stellen, zusätzlicher Personalbedarf, sowie höhere Rückstellungen für Mehrarbeitsstunden und Resturlaubstage zum 31.12.2017 im Vergleich zum Vorjahr.

In 2017 wurde im Eigenbetrieb eine Auszubildende (Kauffrau für Tourismus und Freizeit) bis zu ihrem Abschluss betreut. Nach ihrer erfolgreichen Abschlussprüfung wurde sie befristet für ein Jahr weiterbeschäftigt und die Ausbildungsstelle ab Herbst 2017 neu besetzt.

Sonstige betriebliche Aufwendungen incl. Transferaufwand

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind maßgeblich die Leistungen an verbundene Unternehmen, damit städtische Dienstleistungen anderer Fachbereiche und der TDL rd. 477 T€ (2016: 428 T€) und Zuweisungen/Zuschüsse an Vereine mit 73,6 T€ (2016: 114,7 T€) enthalten. (In 2016 wurden rd. 50 T€ an Zuweisungen /Zuschüssen für das 1.200 jährige Jubiläum von Oßweil, das Landesnarrentreffen /die Neckarweihinger Mistelhexen und das Marktplatzfest gewährt).

Der Zinsaufwand liegt bei 511 T€ (2016: 575 T€) für Verbindlichkeiten aus Darlehen für die Finanzierung der MHPArena und der angeschlossenen Tiefgarage.

Das operative ordentliche Ergebnis wird mit 74,6 T€ ausgewiesen. Das Betriebsergebnis und das Finanzergebnis werden durch den Zuschuss der Stadt gedeckt. Der Jahresüberschuss wird, vorbehaltlich der Genehmigung durch die politischen Gremien, den Rücklagen aus Überschüssen des ordentlichen Ergebnisses zur künftigen Verwendung zugeführt, so dass das Wirtschaftsjahr 2017 mit einem Nullergebnis abschließen kann.

5. Vermögens- und Schuldenlage (Bilanz)

Die Vermögenslage des Eigenbetriebs zum 31.12.2017 ist in den Anlagen zum Rechenschaftsbericht dargestellt. Die Bilanzposten sind nach Liquiditätsgesichtspunkten zu Gruppen zusammengefasst.

Die Bilanzsumme beläuft sich auf 46.361,4 T€ (2016: 46.218,1 T€). Auf der Vermögensseite entfallen 40,226 T€ (2016: 41.522,7 T€) auf das Sachanlagevermögen, was 86,79 % des Gesamtvermögens entspricht.

Die Wertpapiere beinhalten die aus dem Kartenverkauf an die entsprechenden Vertriebssysteme (Easy Ticket, Reservix und Eventim) abzuführenden (haushaltsfremden) Beträge.

Bei den Forderungen handelt es sich vor allem um privatrechtliche Forderungen aus Vermietung. Die Forderungen und die sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit von nicht mehr als einem Jahr.

Im Eigenkapital werden Basiskapital und die Allgemeinen Rücklagen zum Nennwert ausgewiesen.

Das Eigenkapital setzt sich aus dem Basiskapital von 1.000 T€ und den allgemeinen Rücklagen von 28.657,8 T€ zusammen und beträgt damit 61,81 % der Bilanzsumme.

Die Rücklagen aus Überschüssen des ordentlichen Ergebnisses enthalten die Zuführungen der Jahre 2017 und 2016 sowie die der nicht verbrauchten Mittel des städtischen Zuschusses der Jahre 2013 und 2014 (1.077,3 T€) abzüglich des zur Deckung des Fehlbetrags aus dem ordentlichen Ergebnis 2015 (-398,9 T€) erforderlichen Betrags.

Die Rückstellungen von 456,2 T€ (2016: 270,6 T€) beinhalten Rückstellungen für Urlaub und Überstunden 264,7 TEUR (2016: 173 T€) und für Instandhaltung 87,2 T€ und ausstehende Rechnungen 104,2 (2016: 70,4 T€) zum Stichtag 31.12.

Die Verbindlichkeiten beinhalten Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten aus der Finanzierung der MHPArena und Arena-Tiefgarage in Höhe von 10.016,5 T€ (2016: 10.629,9 T€) und belaufen sich auf insgesamt 11.896,8 T€ (2016: 11.758,3 T€). Sie machen damit 25,60 % der Bilanzsumme aus. Im Wirtschaftsjahr 2017 wurden keine neuen Darlehen aufgenommen.

5.1. Investive bauliche Maßnahmen

Investitionsschwerpunkt in 2017 waren im Forum am Schlosspark u.a. die Fertigstellung des Austausches der Brandschutzklappen (Bauabschnitt 4, rd. 80 T€) und die Erweiterung der Sprinkleranlage (rd. 11 T€). In der MHPArena wurden im Bereich der Technikflächen auf dem Dach die Vogelschutzmaßnahmen abgeschlossen (rd. 24,2 T€). Zusätzlich wurden im Außenbereich (Schwieberdinger Str. und Vorplatz) die LED Wände fertig gestellt (rd. 68,8 T€) und in Betrieb genommen. In der Musikhalle wurde in die Bühnentechnik (Installation von Bremsen und Austausch von Handwinden) investiert (28,3 T€).

Die Investitionen in der Betriebs- und Geschäftsausstattung und den technischen Anlagen betraf im Forum am Schlosspark die Fortsetzung der W-LAN Einrichtung und Verkabelung, (rd. 22,6 T€), licht- und tontechnisches Equipment (rd.95,7 T€), sowie in Soft- und Hardware und sonstige Beschaffungen (rd. 52,92 T€), in der MHPArena insbesondere in die Anschaffung eines Handballbodens mit Zubehör (rd. 30,8 T€) in Hardware und sonstige Beschaffungen (30,9 T€). Im Bereich Tourismus /Marketing wurden für die Outdoor-Veranstaltungen Investitionen in (wetterfeste) Tontechnik (17,8 T€), in Sicherheits-/Absperrelemente (23,8 T€) und sonstige Deko-Elemente für die Eigenveranstaltungen investiert (rd. 15,3 T€). Als Marketingmaßnahmen wurden ein touristisches Hinweisschild an der BAB 81 und Werbebanner für die Eigenveranstaltungen angeschafft. (rd. 9,4 T€).

5.2. Verbindlichkeiten

Die Zusammensetzung und die Fristigkeit der Verbindlichkeiten aus Krediten im Einzelnen:

Darlehensgeber	Stand 01.01.2017 EUR	Neuaufnahme 2017 EUR	Tilgung 2017 EUR	Schuldenstand 31.12.2017 EUR
1 Schulden aus Krediten	10.629.908,59	0,00	613.394,11	
MHP Arena				
a) Verbindlichkeit aus Werklohnstundungsraten an Arena GmbH & Co. Objekt Ludwigsburg KG	3.610.112,83	0,00	208.111,57	3.402.001,26
b) Verbindlichkeit aus Forderungskaufvertrag an LBBW	1.391.623,26	0,00	80.836,32	1.310.786,93
Tiefgarage MHPArena				
a) Verbindlichkeiten aus Werklohnstundungsraten an LBBW	5.628.172,50	0,00	324.446,22	5.303.726,28
2 Schulden aus Krediten bei der Stadt	0,00	0,00	0,00	0,00
a) Trägerdarlehen	0,00	0,00	0,00	0,00
3 geplante Kreditaufnahme 2017	0,00	0,00	0,00	0,00
Gesamtsumme	10.629.908,59	0,00	613.394,11	10.016.514,47

6. Finanzrechnung

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Ein- und Auszahlungen:

Ein- und Auszahlungen	Plan 2017 in EUR	Ergebnis 2017 in EUR	Abweichung zu Plan 2017
Einzahlungen aus laufender Verwaltungstätigkeit	11.005.400	11.199.413	-194.013
Auszahlungen aus laufender Verwaltungstätigkeit	-9.909.820	-9.203.008	-706.812
Zahlungsmittelüberschuss / -bedarf des Ergebnishaushaltes	1.095.580	1.996.404	-900.824
Einzahlungen aus Investitionstätigkeit	0	0	0
Auszahlungen aus Investitionstätigkeit	-1.071.000	-373.873	-679.127
Finanzierungsmittelüberschuss / -bedarf aus Investitionstätigkeit	-1.071.000	-373.873	-679.127
Finanzierungsmittelüberschuss / -bedarf	24.580	1.622.531	-1.597.951
Auszahlungen für die Tilgung von Krediten und wirtschaftlich vergleichbaren Vorgängen für Investitionen	-613.400	-613.394	-6
Finanzierungsmittelüberschuss/ -bedarf aus Finanzierungstätigkeit	-613.400	-613.394	-6
Änderung Finanzierungsmittelbestand (ohne Liquiditätskredite)	-588.820	1.009.137	-1.597.957
Änderung Finanzierungsmittelbestand (inkl. Liquiditätskredite)	-588.820	1.009.137	-1.597.957

Die folgende Tabelle zeigt die Zusammensetzung der Auszahlungen im Rahmen der Investitionstätigkeit:

Auszahlungen für Investitionstätigkeit	Plan 2017 in EUR	Ergebnis 2017 in EUR	Abweichung zu Plan 2017
Investitionsförderungsmaßnahmen	0	0	0
Erwerb von Grundstücken und Gebäuden	-20.000	-98.151	78.151
Baumaßnahmen	-570.000	-31.402	-538.598
Erwerb immaterielles und bewegliches Vermögen	-481.000	-244.320	-236.680
Erwerb von Finanzvermögen	0	0	0
Summe	-1.071.000	-373.873	-697.127

7. Vorgänge von besonderer Bedeutung

Vorgänge von besonderer Bedeutung sind nach Schluss des Geschäftsjahres nicht eingetreten.

8. Prognose – Chancen und Risiken

a. Entwicklung Wirtschaftsplan 2018

Der Gesamtergebnisplan 2018 weist einen Fehlbetrag von – 643 T€ aus, bei ordentlichen Erträgen von rd. 11.963 T€ und ordentlichen Aufwendungen von 12.606 T€ (Jubiläumsgjahr zzgl. Venezianische Messe). Der Zuschuss der Stadt liegt bei 6.100 T€.

b. Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung

Durch die Erweiterung der Geschäftsführung des Eigenbetriebs ergibt sich für das Jahr 2018 eine große Chance. Sowohl zeitlich als auch inhaltlich wird es zukünftig einfacher möglich sein, die einzelnen Abteilungen im Sinne der Betriebsleitung zu führen und sowohl positive Entwicklungen voranzutreiben, als auch bei negativen Tendenzen diese frühzeitig erkennen und gegensteuern zu können. Der neuen Doppelspitze ist es auch einfacher möglich, die durch die Vakanzen der letzten Jahre noch vorliegenden „Altfälle“ zügig abzuarbeiten und den Betrieb anschließend zukunftsorientiert und zum Wohle der Stadt auszurichten.

Tourismus & Events Rechenschaftsbericht 2017

Zu Beginn des Jahres 2018 wird damit begonnen, ein umfassendes Risikomanagement aufzubauen. Hier sollen in allen Abteilungen die signifikantesten Risiken erkannt werden, die Auswirkungen finanzieller, zeitlicher, qualitativer oder imagetrager Art auf die einzelnen Abteilungen und den Betrieb haben. Im zweiten Schritt werden die Wahrscheinlichkeit des Eintritts sowie die jeweilige Schwere der Auswirkung analysiert, um dann mögliche präventive Maßnahmen einzuleiten. Dieser Prozess ist insbesondere im Veranstaltungsbereich bereits in einzelnen Sicherheitskonzepten (z.B. Pferdemarkt, Venezianische Messe) abgeschlossen, eine Gesamtbetrachtung des gesamten Betriebs soll nachgeholt und im jährlichen Turnus fortgeschrieben werden. Das Ergebnis der Analyse wird zukünftig als separate Anlage im Wirtschaftsplan dargestellt.

9. Kennzahlen

Nr.	Kennzahl	Ergebnis 2016	Ergebnis 2017	Planung 2017
Tourismus				
1.	Zahl der Übernachtungen	301.255	316.032	306.000
2.	Öffentliche Stadtführungen	202	177	220
3.	Gruppenführungen	321	315	310
Veranstaltungen, Märkte				
1.	Eigenveranstaltungen	7	6	6
2.	Kostendeckungsgrad I. pro Eigenveranstaltung			
2.1.	Venezianische Messe	49%	---	--
2.2.	Pferdemarkt	44%	36%	33%
2.3.	Weihnachtsmarkt	199%	176%	180%
Veranstaltungsstätten				
1.	Belegungen			
1.1.	Forum	1240	1.338	1.280
1.2.	Musikhalle	192	204	210
1.3.	MHPArena Belegungstage	66	84	85
1.4.	davon Veranstaltungstage	54	73	60
2.	Umsatz aus Belegungen			
2.1.	Forum	1.645.436	1.694.798	1.550.000
2.2.	Musikhalle	153.986	188.913	195.000

Mario Kreh

(Geschäftsführung)