

## Lagebericht zum 31. Dezember 2018

### Stadtmarketing Witten GmbH Gesellschaft für Standortmarketing, Stadtwerbung und Touristik Witten

---

#### A. Geschäft und Rahmenbedingungen

Die Stadtmarketing Witten GmbH hat die Aufgaben die Veranstaltungsorganisation, den Touristik- und Ticket-Service sowie das Stadtmarketing der Stadt Witten durchzuführen.

#### B. Ertragslage

Im Berichtsjahr ergeben sich ein Jahresumsatz von T€ 457,0 sowie sonstige betriebliche Erträge von T€ 450,7, die hauptsächlich aus dem Betriebskostenzuschuss der Stadt Witten (T€ 344,8) und den Nebenleistungen der Gesellschafter (T€ 100,0) bestehen. Der Materialaufwand betrug T€ 354,2 und der Personalaufwand T€ 342,5.

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen i.H.v. T€ 241,3 bestehen im Wesentlichen aus Raumkosten (T€ 82,3), Werbe- und Reisekosten (T€ 15,1) sowie sonstigen Verwaltungskosten (T€ 137,0).

Das abgelaufene Geschäftsjahr endet mit einem Jahresfehlbetrag von T€ 38,0. Ursächlich für den Fehlbetrag waren insbesondere Renovierungs- und Instandhaltungskosten für das Bethaus sowie Verluste im Zusammenhang mit der Zwiebelkirmes, dem Weihnachtsmarkt und der Eisbahn.

#### C. Finanzlage

Im Berichtsjahr standen der Gesellschaft ausreichend Mittelzuflüsse zur Verfügung. Der Bestand an liquiden Mitteln betrug zum Bilanzstichtag T€ 215,8.

#### D. Vermögenslage

Die Bilanzsumme beträgt T€ 333,3. Die Aktiva beinhalten neben dem Anlagevermögen i.H.v. T€ 49,3 das Vorratsvermögen (T€ 19,3), die Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände (T€ 48,9) und liquide Mittel (T€ 215,8).

Das Eigenkapital reduzierte sich durch den Jahresfehlbetrag um T€ 38,0 und beträgt zum Bilanzstichtag T€ 87,1. Der Verlust des Geschäftsjahres ist durch die vorhandenen Gewinnrücklagen gedeckt. Bezogen auf die Bilanzsumme ergibt sich eine Eigenkapitalquote von 26,1 %.

Die Höhe der Rückstellungen beträgt T€ 36,6. Hiervon entfallen T€ 25,4 auf Rückstellungen für Aufwandsabgrenzungen und T€ 11,2 auf Rückstellungen für Jahresabschlusserstellung und Prüfung.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen T€ 129,1, davon bestehen T€ 54,8 gegenüber Gesellschaftern. Die sonstigen Verbindlichkeiten betragen T€ 74,5, davon T€ 8,4 aus Steuern.

### **E. Voraussichtliche Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken**

Für das Geschäftsjahr 2019 werden weitere positive Entwicklungen und Impulse in allen Geschäftsbereichen erwartet.

#### **Geschäftsbereich Touristik und Ticket-Service**

Die Gesellschaft ist nach wie vor der größte und vielseitigste Anbieter für einen bundesweiten Kartenvorverkauf im Stadtgebiet. Der Ticketvorverkauf wird auch weiterhin vor dem Hintergrund bereits geschlossener Kooperationen konstant bleiben respektive leichte Umsatzsteigerungen erwarten lassen. Durch Fokussierung auf nachgefragte Merchandiseartikel, Entwicklung eines neuen Warensortimentes und die Erweiterung bestehender Kooperationen soll in 2019 das Merchandisegeschäft weiter ausgebaut werden. Entwicklung, Durchführung und Vertrieb touristischer Programme und Angebote erfahren besonderes Augenmerk in den Produktfeldern Industriekultur und Radfahren. Das Bethaus erfreut sich nach erfolgter Renovierung und mit der neu restaurierten historischen Schmiede bereits großer Beliebtheit und soll durch erweiterte Zielgruppenansprachen zusätzlich belebt werden.

#### **Geschäftsbereich Veranstaltungen und Märkte**

Durch die Organisation von Traditions- und Kirmesveranstaltungen, aber auch von Trödelmärkten schafft die Gesellschaft nicht nur Möglichkeiten der Freizeitgestaltung, sondern auch Orte der Begegnung und Identifikation. Die von der Stadtmarketing Witten GmbH im Jahr 2018 organisierten Veranstaltungen werden auch in 2019 in bewährter Weise fortgeführt und in die Stadtwerbung eingebunden werden. Neue Veranstaltungsformate werden als imagefördernde Veranstaltungen konzipiert, ein Ruhrpicknick (Stadt an der Ruhr mit Freizeit- und Lebensqualität) oder ein Open Air Kino an der Zeche Nachtigall (Industriekultur) sind in Planung.

Die Gesellschaft unterstützt und berät auch weiterhin bei Veranstaltungen Dritter, so beispielsweise den Tummelmarkt, die Rotary Rundfahrt als auch die Aktionen und Rahmenprogramme der Werbegemeinschaften zu den verkaufsoffenen Sonntagen.

Die Wochenmärkte sollen in 2019 durch die Erweiterung des regionalen Angebotes sowie durch die Gestaltung als Mottomärkte und Aktionsmärkte an Qualität gewinnen und zusätzlich belebt werden, eine in den Markt integrierte Verweilzone soll vor allem in den warmen Monaten zur Steigerung der Aufenthaltsqualität dienen.

## **Geschäftsbereich Stadtmarketing/Standortmarketing**

Das einheitliche Konzept der Weihnachtsbeleuchtung ist ein großer Erfolg. Die Stadtmarketing Witten GmbH wird auch in 2019 in Kooperation mit den Fachämtern der Stadt die weitere Lichtkonzeption begleiten. Die gute Zusammenarbeit mit den Standortgemeinschaften, der IHK mittleres Ruhrgebiet und der städtischen Wirtschaftsförderung wird in bewährter Art fortgeführt werden.

In enger Zusammenarbeit mit den Standortgemeinschaften sind die verkaufsoffenen Sonntage für die Innenstadt (3 Sonntage) und Herbede (2 Sonntage) festgelegt worden und werden gemeinsam mit den Akteuren gestaltet. Auch das Thema „Online-Handel und stationärer Handel“ wird Gegenstand gemeinsamer Erörterung und gemeinsamer Projekte werden.

Das virtuelle Stadtbild ist ebenso prägend für Städte wie ein Bummel durch die Geschäftsstraßen oder eine Stadtbesichtigung. Ein neues Stadtmarketingportal soll den Themenbereichen „Entdecken & Erleben, Einkaufen & Genießen, Leben, Arbeiten & Wohnen“ mehr Raum für emotionalere Darstellung und Leistungsschau geben, Onlinebuchbarkeit gewährleisten und das Onlinemarketing stärken. Kampagnen zur Industriekultur, Universitätsstadt, Freizeitwert und Lebensqualität erweitern die Kommunikation.

### **Personal**

Der Aufwand für die Projektbewältigung sowie Urlaub und Krankheit bedingen zur Aufrechterhaltung des laufenden Betriebes die Beschäftigung von Aushilfskräften.

## **F. Prognosebericht**

Wir gehen davon aus, dass der Betriebskostenzuschuss der Stadt Witten in 2019 weiterhin geleistet wird und die Umsatzerlöse aus Ticketing, Tourismus und Veranstaltungen mindestens auf Vorjahresniveau bleiben. Für 2019 rechnen wir mit einem ausgeglichenen Ergebnis.

Stadtmarketing Witten GmbH

Witten, den 3. April 2019

Dr. Silvia Nolte, Geschäftsführerin