

Lagebericht der Geschäftsführerin für das  
Geschäftsjahr 2018

**Lagebericht**

der Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH (QTM)  
für das Geschäftsjahr 2018

**I. Grundlagen der Gesellschaft**

**1. Geschäftsmodell**

Die Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH (QTM) ist zu 100% eine Tochtergesellschaft der Welterbestadt Quedlinburg. Sie wurde per 01.01.1999 aus der Stadtverwaltung ausgegliedert. Hintergrund war die Idee, dass eine GmbH durch wirtschaftliche Tätigkeit eine höhere Eigenfinanzierungsquote, und damit eine Entlastung des städtischen Haushaltes, erreichen kann. Das Jahr 2018 war das 20. Geschäftsjahr für die QTM GmbH.

**2. Ziele und Aufgaben**

Gegenstand der Gesellschaft sind die Förderung des Tourismus in der Welterbestadt Quedlinburg und deren Ortsteilen sowie die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Herausstellung der Vorzüge Quedlinburgs, insbesondere als attraktives Reiseziel und Tagungs- und Kongressstandort. Die Gesellschaft tritt dabei auch als Veranstalter auf. Dadurch steht die QTM im unmittelbaren Zusammenhang mit den vielen Restaurants, Cafés, Einzelhandelsgeschäften und weiteren touristischen Dienstleistern in der Welterbestadt. Diese leben zum größten Teil von den vielen nach Quedlinburg reisenden Tagesbesuchern.

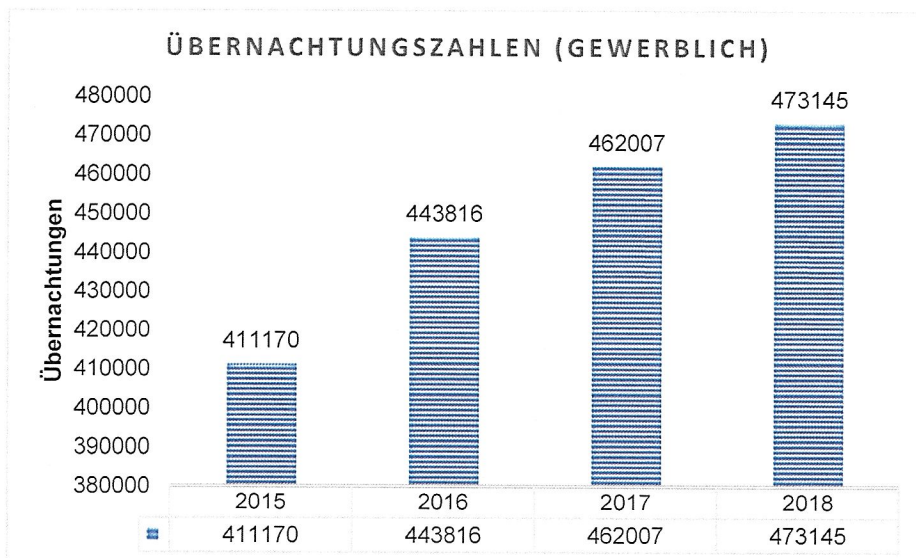
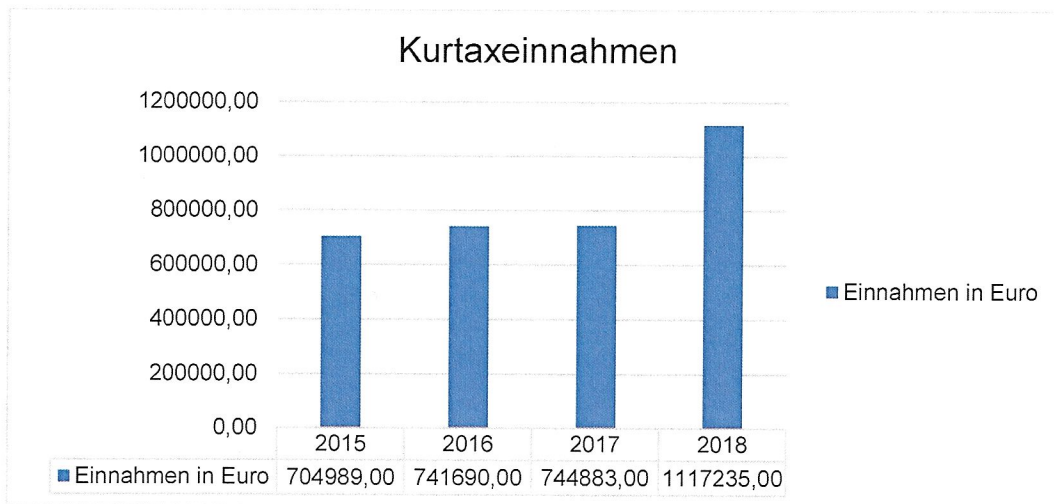
Der Stadtrat der Welterbestadt hat am 05.03.2015 einen Betrauungsakt für die QTM beschlossen. Für zunächst zehn Jahre ist damit die QTM beauftragt, für die Bereiche Tourismus und Stadtmarketing Wirtschaftsförderung durchzuführen. Die Richtlinien zum EU-Beihilferecht wurden umgesetzt.

**II. Wirtschaftsbericht**

**1. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen**

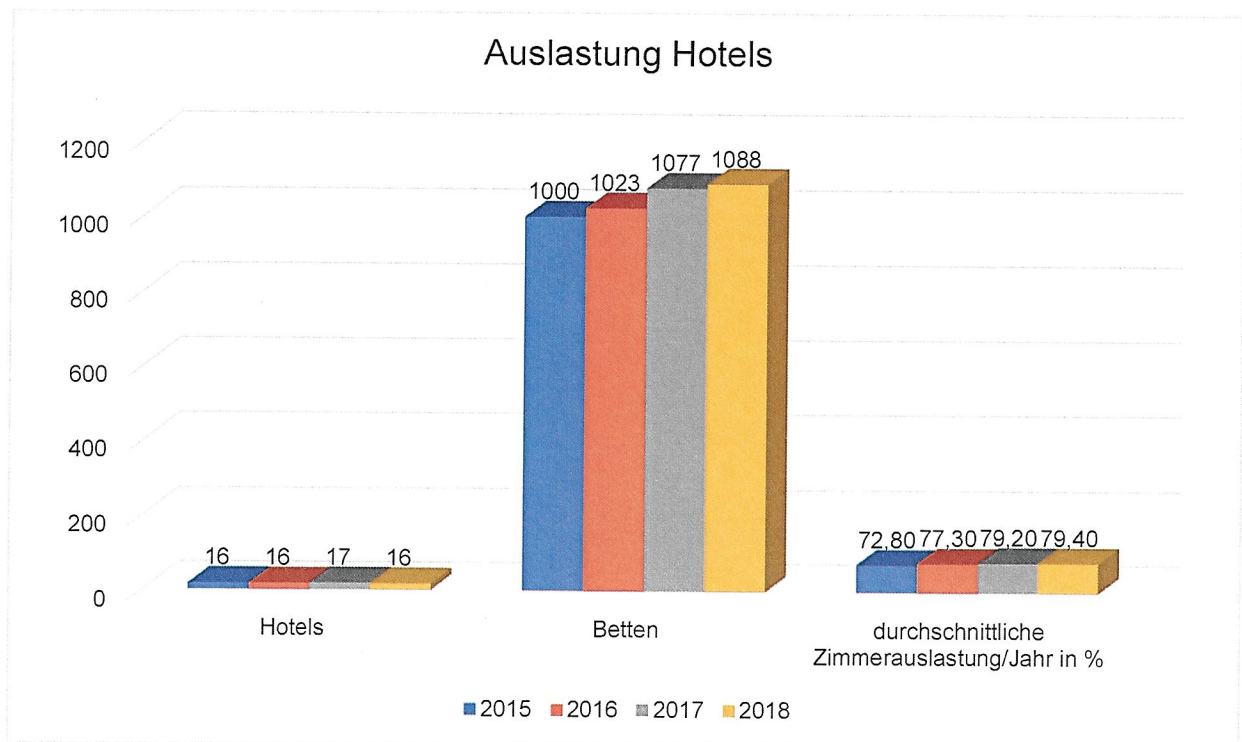
Zum neunten Mal in Folge steigt die Zahl der Übernachtungen in Deutschland und erreicht 2018 eine neue Bestmarke: 477 Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem In- und Ausland zählten Deutschlands Hotels, Pensionen, Jugendherbergen und Campingplätze laut einer Prognose des Statistischen Bundesamtes. Das sind vier Prozent mehr Übernachtungen als 2017. Die positive Entwicklung in den letzten Jahren hängt nicht nur vom Wetter und Terroranschlägen ab. Im Reiseland Deutschland stimmen Qualität und Angebot. 2018 war Themenjahr „kulinarisches Deutschland“ seitens der DZT und Sachsen-Anhalt stellte alles unter das Thema „25 Straße der Romanik“. In beidem finden sich die vielfältigen Szenen der Welterbestadt Quedlinburg wieder. Ausschließlich deswegen änderte sich die Buchungssituation nicht, jedoch der Gesamttrend Deutschlandreisen führte zu erneuten Steigerungen der Übernachtungszahlen.

Für Sachsen-Anhalt hat das Statistische Landesamt nach dem guten Plus von 4,4% in 2017 nun nur einen Zuwachs von 1,2 % auf 8,2 Mio. (Stand Dezember 2018) Übernachtungen ermittelt. Die Ankünfte und Übernachtungszahlen (in meldepflichtigen Betrieben-ab 10 Betten) in der Gesamtstadt Quedlinburg haben sich 2018 gegenüber dem Vorjahr abermals, diesmal um 2,1 % auf 473.145 Übernachtungen, gesteigert und damit erstmals in der Stadtgeschichte die historische Marke der Kurtaxeinnahmen von 1,0 Mio. € überschritten. Hinzu kommen noch geschätzt 75.000 - 85.000 Übernachtungen in nichtmeldepflichtigen Betrieben, vorwiegend Ferienwohnungen.



Quedlinburgs Beherbergungsmarkt ist in den letzten Jahren gravierend im Ferienwohnungsbereich (vor allem nicht meldepflichtig, unter 10 Betten) gewachsen. Jedoch stagniert dies im Hotelsektor; obwohl die Welterbestadt Quedlinburg ungleich bekannter ist und die touristischen Ankünfte und Übernachtungen jährlich steigen. Ein Kapazitätsausbau ist gerade im B&B Hotel Bereich (ein Objekt mit mind. 100 Betten) dringend geboten. Jedoch muss hier ganz klar auch auf die Fachkräftesituation geachtet werden. Es darf nicht zu einer Verschiebung der Arbeitskräfte innerhalb der Unternehmen führen. Kleine bzw. familiengeführte Hotels würden sonst in ihrer Existenz bedroht. Mit dieser Investition würden für Quedlinburg neue Zielgruppen erschlossen, Studienreisen aber auch Aktivtouristen könnten somit neu gewonnen werden. Gerade für die Initiative „Fahrradfreundliche Stadt“ ist dies eine wichtige Maßnahme.

Die kulturelle Vielfalt der Welterbestadt Quedlinburg, die hohe Gästezufriedenheit und der hervorragende Preisleistungsindex beweisen das Vertrauen der Besucher in den Standort Quedlinburg.



## 2. Darstellung des Geschäftsverlaufs

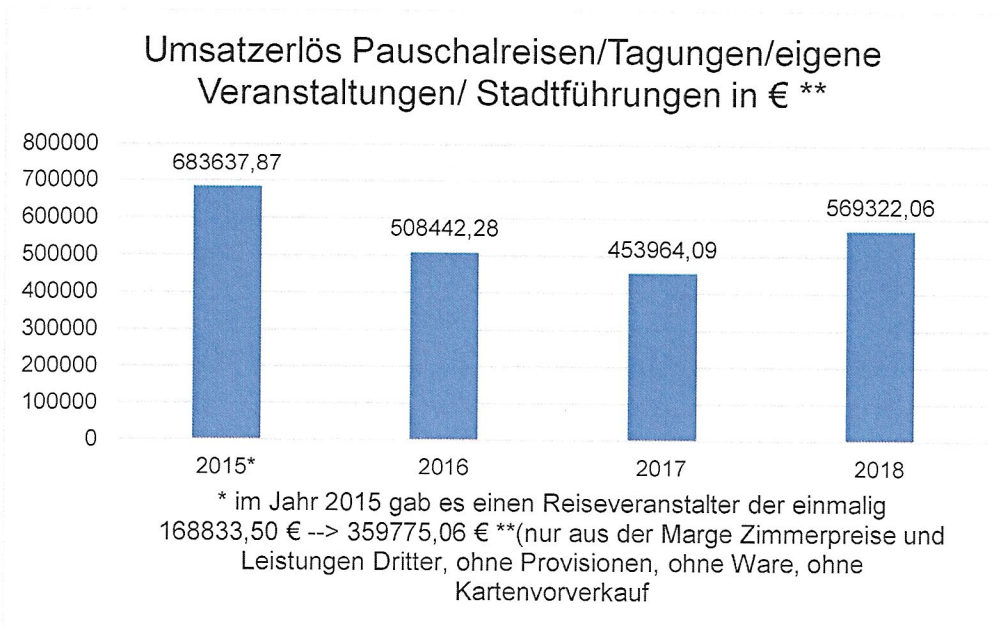
Die QTM GmbH richtete ihren Fokus im Geschäftsjahr 2018 auf die Bewerbung des Festjahres 2019 mit seinen drei fundierten Säulen und zahlreichen Veranstaltungen, die Integration in das Jubiläum „25 Jahre Straße der Romanik“, die Fortführung der Kooperationen mit dem Harzer Tourismus Verband, die Vermarktung innerhalb des Themenjahres der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) „Kulinarisches Deutschland“ sowie die Fortführung der Zusammenarbeit mit dem Unesco-Welterbeverein, die Akquisition und Betreuung neuer Reiseveranstalter, Tagungen und Reisejournalisten. Über bundesweite und teilweise international ausstrahlende Kampagnen bestimmter Netzwerke vor allem unter dem Thema Kulturlandschaft, Unesco Welterbe und Harz vermarktete die QTM GmbH in den Zielmärkten Deutschland, Niederlande, Skandinavien und der Schweiz. Die QTM vertrat die Interessen Quedlinburgs im Verein „UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V.“, im HTV, bei der IMG, in der neuen Hanse. Geschäftsführend tätig ist die QTM weiterhin für den Selkestieg-Pool. Darüber hinaus vertritt die Geschäftsführerin Quedlinburg im Tourismusbeirat des Landkreises.

Weitere Kernziele der touristischen Arbeit der QTM GmbH sind die Erschließung zusätzlicher Märkte sowie die Steigerung der Erlöse als Reiseveranstalter. Expedienten-Reisen und Famtrips (sehr persönlich und liebevoll gestaltete Reiseprogramme mit individueller Betreuung seitens der QTM-Mitarbeiter) sind die erfolgreichsten Methoden, Reiseunternehmern die Welterbestadt Quedlinburg und seine Ortsteile vorzustellen sowie Reisejournalisten Themen für ihre Berichterstattungen über das Reiseziel Quedlinburg und den Harz anzubieten.

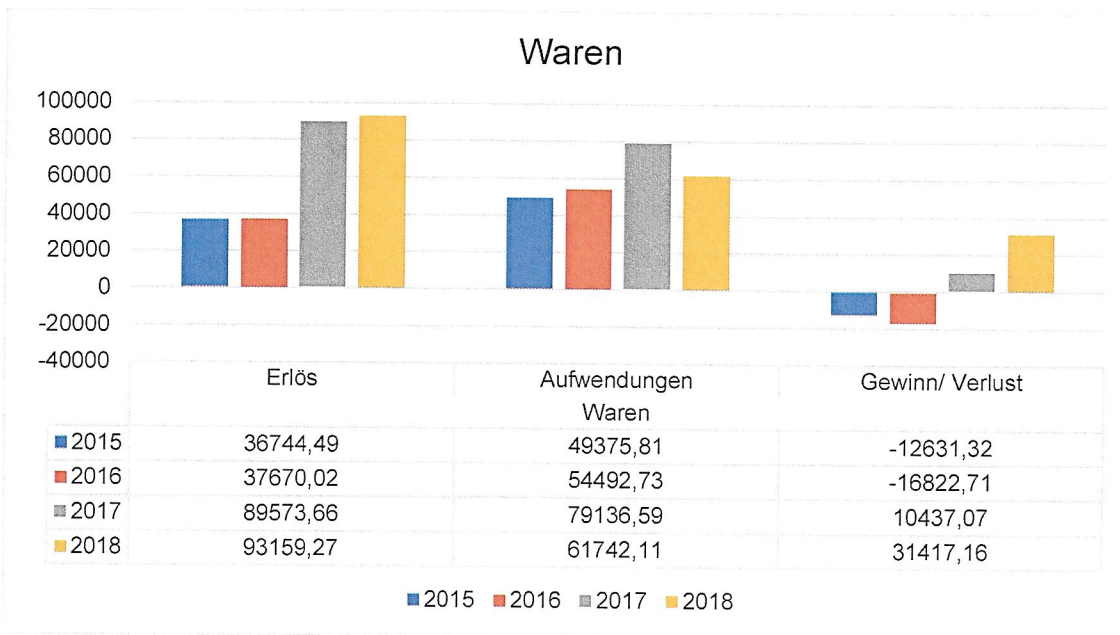
Bei Messeauftritten setzt die QTM GmbH unvermindert auf Kooperationspartner; wie heimische Hotels und das Kultur-Netzwerk. Somit verteilen sich Messekosten und Beratung auf mehrere Partner, was eine Teilnahme an weiteren ausgesuchten Messen in Deutschland, Dänemark und den Niederlanden ermöglicht. Die QTM GmbH präsentierte die Welterbestadt Quedlinburg im Jahr 2018 u. a. auf ausgewählten Messen wie der Vakantiiebeurs (Utrecht, NL), Reisemarkt Dresden, Internationale Tourismusborse (ITB, Berlin), German Travel Mart (GTM), Nordeuropaworkshop Kopenhagen, Berliner Reisemarkt, CMT Stuttgart.

## 2.1. Betrachtung Einnahmen/ Ausgaben

Großen Anteil an den Umsatzerlösen hatten die Einnahmen aus gruppentouristischen Leistungen; Tagungen einschließlich der Stadtführungen, die mit 118,61 Prozent (569.322,71 Euro) weit über dem Jahresplan von 2018 lagen. Sicherlich ist bei Betrachtung der einzelnen Positionen teils ein Rückgang zu verzeichnen, wie zum Beispiel bei den Stadtführungen und Pauschalreisen, jedoch wiederum bei den Tagungen und Tagesprogrammen ein absoluter Anstieg von 172.304,83 Euro gegenüber dem Vorjahr, wobei hier die Innenministerkonferenz zu berücksichtigen ist. Der in 2017 unter Vertrag genommene dänische Busreiseveranstalter führte mehrere Fahrten mit guter Resonanz in die Welterbestadt Quedlinburg durch und wird für eine weitere Zusammenarbeit vertraglich gebunden. Letztendlich wurde im vergangenen Jahr 52.838,86 € weniger Umsatz im Pauschalbereich erzielt. Parallel dazu verringerten sich die Aufwendungen für Pauschalreisen erheblich mit 56.566,12 €. Trotz der vielen Maßnahmen, in Bezug auf den Wettbewerb bei den Stadtführungen, gab es in 2018 erneut einen kleinen Rückgang von 4.108,20 € bei den Erlösen. Jedoch konnten auch die Aufwendungen geringfügig gesenkt werden. Um eine optimale Fortsetzung der Stadtführungen zu gewährleisten wurden Vertragsverhandlungen zwischen der QTM GmbH und dem Gästeführerverein Quedlinburg e.V. geführt. Hierbei wurde zum einen die Umsatzsteuersonderprüfung vom Finanzamt inhaltlich erfasst als auch die Wirtschaftlichkeit für die QTM GmbH berücksichtigt. Die Verträge wurden im Dezember 2018 beiderseits unterschrieben. Grundsätzlich gibt es im Bereich Pauschalreisen und Tagungen ein wesentliches Problem - ohne weitere Unterkunftsmöglichkeiten im Hotelsektor ist eine Steigerung in beiden Sparten nicht möglich und somit ein Rückgang der Erlöse prognostiziert. Abhängig davon sind natürlich auch die Gruppenführungen der QTM GmbH.



Bei den Verkaufserlösen in der Tourist-Information ist ebenfalls eine kontinuierlich positive Entwicklung zu verzeichnen. Die Steigerung gegenüber dem Vorjahr beträgt 72,63 Prozent. Die Umsätze konnten in vielen Bereichen durch Optimierung des Wareneinkaufs, Umstellung des Sortiments, Verhandlung neuer Verträge mit Leistungsträgern und gezielte Marketingstrategien gesteigert werden.



Gestiegen sind ebenfalls die Erlöse aus der Adventsstadt, da eine ständige Kostenüberwachung, kontinuierliche Planung des Budgets und die Kostenweiterberechnung erfolgte. Die Einnahmen betrugen 187.325,20 Euro (2018) gegenüber 166.583,95 Euro in 2017. Hier konnte eine Steigerung von fast 14 Prozent erzielt werden. Die Kalkulation der Standgebühren des Weihnachtsmarktes in 2017 wurde sukzessiv fortgeführt. Die Einteilung in 7 Kategorien hat sich bewährt, somit zahlt jeder Standbetreiber entsprechend einen einheitlichen und nachvollziehbaren Mietpreis. Dieser berechnet sich anhand eines Festpreises je Kategorie \* Veranstaltungstage \* Größe der Hütte in m<sup>2</sup>.

Im Bereich Stadtmarketing hat die QTM zum zwölften Mal den Weihnachtsmarkt veranstaltet. Es konnten insgesamt 58 Hütten aufgestellt werden. Davon konnten 6 desolate Hütten von der QTM durch Hütten von der Lebenshilfe ersetzt werden. Die sanierungsbedürftigen Hütten müssen zwingend entsorgt werden, da eine Aufarbeitung den Wert einer Neuanschaffung übersteigen würden. Weitere fünf Hütten der QTM GmbH müssen für 2019 aufgearbeitet werden. Das Sortiment reichte von regional bis international, von Handwerk bis Kulinarik. Der Weihnachtsmarkt wurde vom Ambiente und Flair aber auch inhaltliche von Händlern und Gästen gleichermaßen als sehr positiv bewertet.

Es gab in 2018 im Rahmen der Veranstaltung Advent in den Höfen 23 Höfe mit einem sehr vielfältigen Angebot. Die sehr gute Zusammenarbeit mit der AG Advent in den Höfen unter Federführung von Frau Vester aus den Vorjahren setzte sich auch in 2018 fort. Eine unproblematische Kommunikation ermöglichte die schnelle Weitergabe von Informationen über Frau Vester an die Hofbetreiber. Die Beleuchtung des Mühlgrabens fand bei vielen Gästen positiven Anklang. Ein großes Lob gilt allen Beteiligten, die auch in 2018 zur erfolgreichen Durchführung der Advent in den Höfen Veranstaltung mit Weihnachtsmarkt unterstützt haben. Dies gilt vor allem dem gesamten Fachbereich 2 mit Herrn Scheller als Fachbereichsleiter, dem Bauhof, den Kameraden der Feuerwehr Quedlinburg, den Sanitätern und Rettungskräften von ASB und DRK, dem Polizeikommando

Quedlinburg unter der Führung von Andreas Gebhardt, dem Sicherheitsdienst ESPA, dem Marktmeister der Firma QST GmbH, den Stadtwerken Quedlinburg und der AG Advent in den Höfen mit Frau Vester als Spitze.

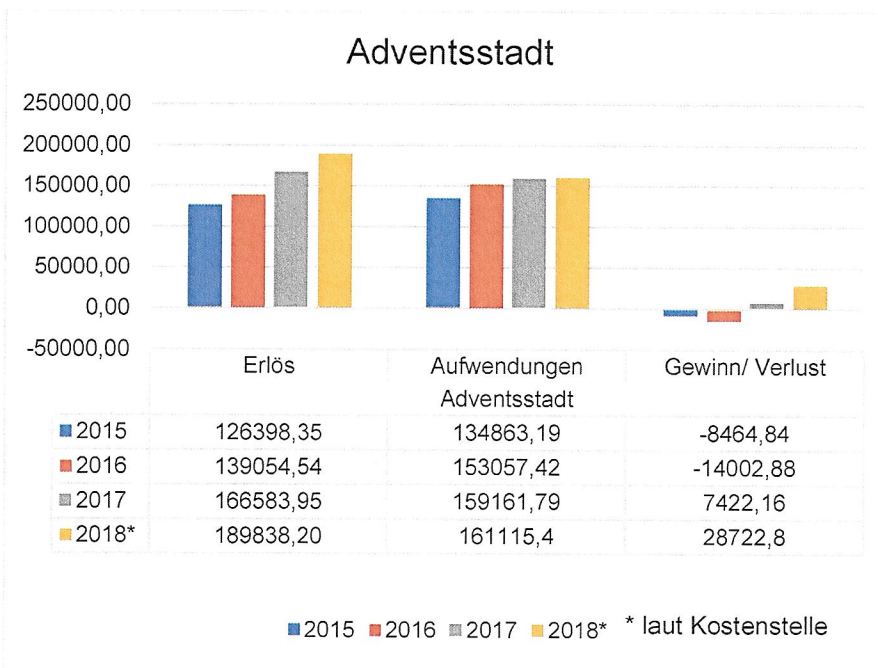
Der Mathildenbrunnen mit seinem „Winterzaubermarkt“ wurde 2018 nach einer Unterbrechung wieder durch einen Drittveranstalter bespielt. Das Angebot auf dem Mathildenbrunnen war in vielerlei Hinsicht eine Bereicherung für die Adventsstadt Quedlinburg. Die ausgestellten Hütten sind neu und von hervorragender Qualität, das historische Kinderkarussell passt hervorragend in das historische Ambient der Neustadt. Insbesondere an den Wochenenden des Advents in den Höfen ist der Markt gut besucht und bildet einen wichtigen Lückenschluss zu den Höfen (1-3, 5, 7, 8, 12, 13) in der historischen Neustadt. Die enge Zusammenarbeit des Dienstleisters mit Quedlinburger Kindergärten und Schulen zeigt seine Verbundenheit zum Ort und verstärkt die Ausrichtung (familienfreundliches Angebot) nochmals. Die Öffnung des Markts über die Weihnachtsfeiertage und Silvester hinaus ist eine Bereicherung für Quedlinburger und Gäste der Welterbestadt.

Der 13. Lebendige Adventskalender ist zum zweiten Mal in Folge durch die Anwohner des Schlossberges organisiert und dieses Mal auch an allen 24 Tagen durchgeführt. Der federführende Organisator, Jörg Fink, spricht von stabilen Besucherzahlen - zum Teil bis zu 50 Kinder am Tag. Die QTM übernimmt weiterhin die Vermarktung der Veranstaltung über die bekannten Medien (Flyer, Urlaubskatalog, [www.adventsstadt.de](http://www.adventsstadt.de), Soziale Medien) und unterstützt mit der Tourist-Information am Finkenherd als Startpunkt. Daher haben die Protagonisten des Adventskalenders einen zentralen Anlaufpunkt zur Aufbewahrung der Materialien und Geschenktüten (Süßigkeiten). In Zusammenarbeit mit der Oskar-Kämmer-Schule wurde zudem das Märchenzimmer im Finkenhäuschen umgestaltet und wertet die Veranstaltung damit weiter auf.

Der Grubenlichtermarkt und die Harzer Bergparade sind eine Gemeinschaftsveranstaltung der QTM und des HarzKlub Zweigverein Bad Suderode, wobei eine grundsätzliche Aufteilung der Aufgaben klar geregelt wurde. Nachdem in 2017 der Termin auf nur noch einen Tag reduziert wurde, gab es in diesem Jahr nochmals eine Verschiebung von Sonntag auf Samstag (des zweiten Advents) ausgehend vom HarzKlub. Da der Grubenlichtermarkt ohne die Bergparade kaum funktioniert, wurde entschieden die gesamte Veranstaltung am Samstag, 08.12.2018 durchzuführen. Auch wenn diese Verschiebung nachvollziehbar und sinnvoll ist, ist die Änderung mitten im Jahr (Sitzung vom 14.08.2018) höchst umstritten, da dies schwierig zu kommunizieren ist. Die QTM übernimmt weiterhin die Beauftragung aller Firmen, sowie die Anmeldung der Marktfestsetzung, Vertragsgestaltung mit allen Händlern und verschiedene weitere organisatorische Aufgaben. Der HarzKlub ist hauptverantwortlich für die Bergparade. Entgegen der ursprünglichen Absprachen, die Veranstaltung ausschließlich auf städtischem Kurpark-Gelände abzuhalten, hat der HarzKlub eigene Hütten auf dem Gelände des ehemaligen Kurzentrums platziert. Zudem wurde, ohne jede Kommunikation an den Veranstalter das ehemalige Kurzentrum nicht nur für Besucher zur Toilettenbenutzung geöffnet, sondern es sind auch Händler im Gebäude untergebracht. Die bereits in 2016 und 2017 aufgetretenen Probleme konnten auch in 2018 nicht gänzlich aus dem Weg geräumt werden. Die Zusammenarbeit zwischen QTM und HarzKlub ist trotz mehrjähriger Anstrengungen nicht verbessert wurden. Die Veranstaltung ist neben den organisatorischen Schwierigkeiten, finanziell auch noch höchst defizitär. Die Einnahmen aus den Hüttengebühren liegen unter 500 €, dem gegenüber stehen Ausgaben von fast 10.000 € für Beleuchtung, Weihnachtsbäume / Grünschnitt, Hüttentransport, etc. Eine Fortführung der Veranstaltung unter Federführung der QTM muss dringend überdacht werden. Der Kirchhof der Stiftskirche St. Cyriakus bot am dritten Advent wieder den perfekten Rahmen für den Advent im Stiftshof. Insgesamt ist diese Veranstaltung als erfolgreiches Kooperationsprojekt zwischen Veranstalter, Pfarramt Gernrode und allen Beteiligten zu sehen. Die Zuständigkeiten und alle anfallenden Aufgaben sind mittlerweile klar verteilt, sodass die grundlegende Organisation und Durchführung als Erfolg zu bezeichnen sind. Das Programm unter Einbeziehung der Schulen und Chöre ist gut organisiert und wird entsprechend von den zahlreichen Gästen gut angenommen. Eine Herausforderung war es auch in diesem Jahr alle

Hütten zu belegen. Das Angebot an Foodprodukten ist kein Problem, Handwerk und Handel ist allerdings schwierig. Die einbezogenen Partner (Fa. Kuschel Baustoffe, Fa. Elektro Wagner, Bauhof der WES QLB) haben alle angeforderten Leistungen termingerecht ausgeführt. Bewährt hat es sich einen Marktkoordinator vor Ort zu benennen, der Ansprechpartner bei allen Fragen vor Ort ist. Finanziell ist die Veranstaltung auch weiterhin als Herausforderung zu betrachten, da auf Grund des kurzen Zeitraums die Einnahmen für die QTM GmbH deutlich unter den Ausgaben liegen. Wo möglich sollten daher fortwährend Einsparungsmöglichkeiten geprüft werden.

Die Parkplatzeinnahmen zum Advent in den Höfen konnten trotz der Entscheidung, die Parkgebühren auf der Kleerswiese/An den Fischteichen auf 8,00 € ganztägig und 5,00 € ab 17:00 Uhr zu differenzieren auf 40.511,73 erhöht werden. Dies entspricht einer Steigerung von 13 Prozent.



Der Verkauf von Tickets für die HSB, Eventim, Nordharzer Städtebundtheater, Quedlinburger Musiksommer, Philharmonisches Kammerorchester Wernigerode, Wipertihof, Kulturzentrum Blasiikirche, Reichenstraße, Buchhandlung Gebecke u.v.m. wird dauerhaft erweitert und optimiert. Ebenso konnte die sich bereits etablierte Veranstaltung „Der Name der Rose“ in Kooperation mit dem Nordharzer Städtebundtheater auch in 2018 erneut bewähren und erfreute mehr als 1.000 Besucher in der Stiftskirche St. Servatius und krönte somit auch das Jubiläumsjahr 25 Jahre Straße der Romanik.

Am 22. September wurde der Marktplatz der Welterbestadt Quedlinburg erneut zur Bühne für eine ganz besondere, orchestrale Neuvertonung der mittelalterlichen Textsammlung „Carmina Burana“. Die Inszenierung bestach durch ein imposantes Sinfonieorchester und einen stimmungsgewaltigen Chor verbunden mit den treibenden Dudelsack- und Trommelklängen der Berliner Band „Corvus Corax“. In bester „Games of Thrones“-Manier entstand hierbei eine beeindruckende Symbiose aus mitreißenden Rhythmen, feinen Sinfonien und packenden Klängen, deren Magie sich niemand entziehen konnte. Garniert mit einer spektakulären Bühnen- und Lichtshow vor einer unvergleichlichen, authentischen Kulisse im Herzen der Welterbestadt Quedlinburg, wurde eine nahezu mystische Atmosphäre kreiert.

Auch im Kaiserhof wurde versucht eine Veranstaltungsreihe mit unterschiedlichsten Genres zu beginnen. Hier bedarf es aber perspektivisch einer besseren Abstimmung in der zeitlichen Durchführung von Veranstaltungen, um so auch Überschneidungen oder eine Häufung von Events zu vermeiden. Dieser Bereich kann ausgebaut werden. Jedoch um sich hier gerade bei den heimischen

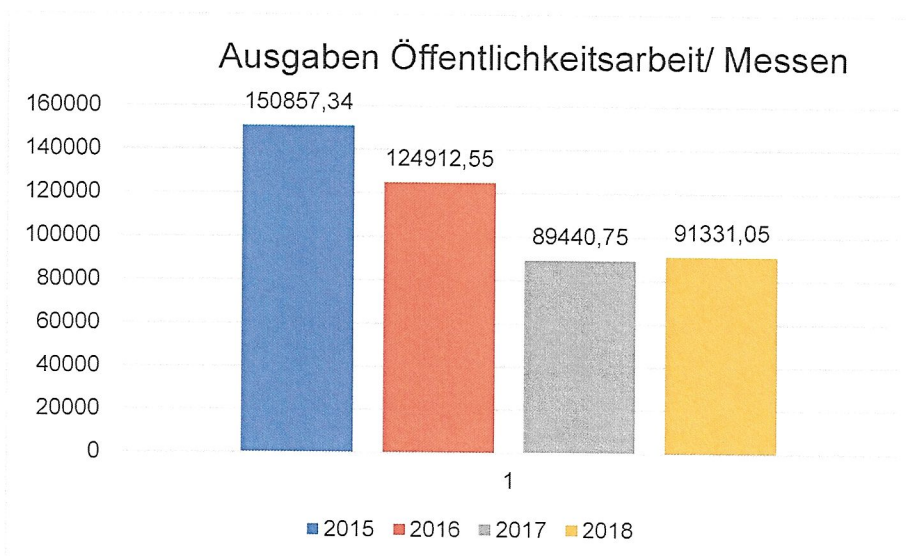
Gästen zu bewähren, bedarf es einer Kontinuität und wird nicht bei allen Veranstaltungen die sofort erwünschten positiven Zahlen bringen. Die bereits bekannten Weihnachtskonzerte mit dem Julia Gräber Ballorchester und dem Philharmonischen Kammerorchester sind jedes Jahr beinahe ausverkauft.

Ebenso führte die Vermarktung der Veranstaltungen von z.B. Triathlon „Hölle von Q“, „Ottonenlauf“, „Mensch Heinrich“ innerhalb der Pauschalen zu guter Resonanz.

2018 war hinsichtlich der Besucherzahlen für Quedlinburg als Gesamtstadt wieder ein erfolgreiches Jahr. Die Zahl der meldepflichtigen Übernachtungen stieg nochmals um 2,1 % (Stand Dezember 2018) zum Vorjahr und die Aufenthaltsdauer von 2,8 Tagen blieb konstant. In absoluten Zahlen bedeutet dies 473.145 Übernachtungen. In der Kernstadt ist eine weitere Steigerung von 4,4 % (anhand Statistik Landesamt) zu verzeichnen. In der Stadt Gernrode ist ebenso ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr von 2,6 % zu verzeichnen. In Bad Suderode sind die Übernachtungszahlen leicht (-1,7 %) gegenüber dem Vorjahr gesunken. Ein weiteres Wachstum ist aber auch hier nur schwer möglich, da die Bettenauslastung mit 56,6 % die höchste in der Gesamtstadt Quedlinburg ist. Auch wenn dies sehr positiv zu honorieren ist, stoßen wir als Vermittler für Unterkünfte oft an die Grenzen der Buchungskapazitäten und haben keine Möglichkeit zur Steigerung der Zahlen. Der Tagestourismus liegt ebenfalls im positiven Trend.

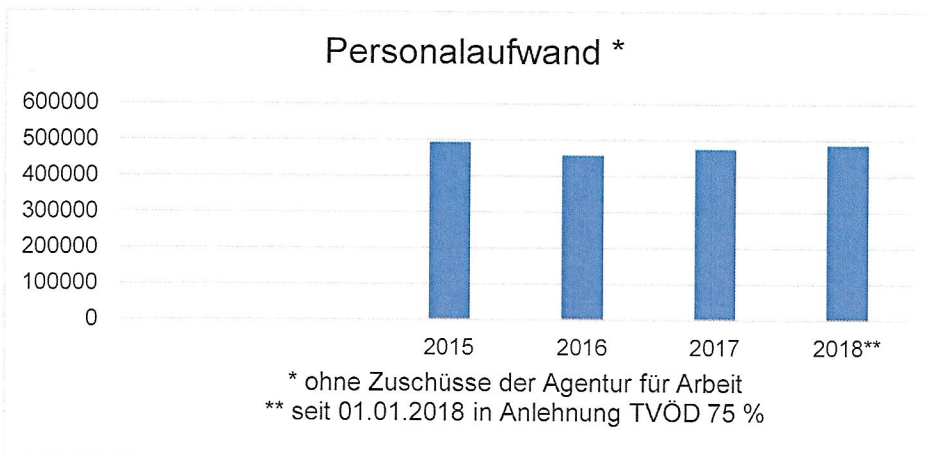
Das Geschäft der QTM mit ihren vier Tourist-Informationen muss sehr differenziert gesehen werden. Während in Quedlinburg ein sehr starkes Touristenaufkommen in der Information zu verzeichnen ist und hier oft die personelle Belastbarkeit erreicht wurde, gab es in Gernrode die Situation, dass mit den Einnahmen (vorwiegend Dienstleistungen für Einheimische z.B. Müllsäcke) nicht einmal annähernd ein vertretbares Kosten – Nutzen Verhältnis erzeugt wurde. Während der Urlaubszeit und im Falle von Krankheit (hier liegt die QTM glücklicherweise auch weiterhin deutlich unter dem Durchschnitt) sind die Öffnungszeiten nur mit Hilfe von Honorarkräften abzudecken. Bad Suderode erreicht mittlerweile ein relativ ausgeglichenes Verhältnis und bietet auf Grund der stark anwachsenden Besucherzahl einen guten Vorortservice. Die im Oktober 2017 angepassten Öffnungszeiten der Tourist-Informationen in den Ortsteilen wurden in 2018 beibehalten. Die Touristinformation am Finkenherd 1/2 hat sich mittlerweile etabliert und bietet vielen Besuchern des Schlossberges die nötigen Informationen.

Durch gezielte Kampagnenschaltung, klare Budgetierung für Messen und Printanzeigen konnten die Kosten fast auf dem Niveau von 2017 gehalten werden.



Auf Grund der starken Positionierung von Online-Buchungsportalen wie Booking.com nimmt trotz steigender Anzahl von Unterkünften im nichtgewerblichen Bereich, die Buchungsquantität über die Internetseite der QTM ab. Eine Steigerung der Provision in der Vermittlung ist kaum möglich, es sei denn dies kann durch unvorhersehbare Film- bzw. Studienprojekte kompensiert werden. Die Provisionserlöse aus der Zimmervermittlung sanken erneut leicht von 47.738 € auf 44.926,14 €.

Die Personalkosten von 2018 sind im Vergleich zu 2017 ca. 2.000 € höher. Auf Grund der Tarifverhandlungen im öffentlichen Dienst wurden die Löhne prozentual angepasst. Für die einmalige Bonuszahlung an Mitarbeiter wurden 3.300 € mehr Rückstellungen gebildet. Einsparungen ergaben sich durch den Abbau der Überstunden und Resturlaubstage von ca. 12.000 €.



Das wichtigste Marketinginstrument für Quedlinburg ist die gemeinsam von der Welterbestadt und der QTM getragene Internetpräsentation. Personell bedingt ist die ständig nötige Datenpflege nur in einem Mindestmaß möglich. Insgesamt muss festgestellt werden, dass die Internetseite in seiner jetzigen Form immer weniger den aktuellen Standards im Hinblick auf Darstellung, Usability, Ladezeiten und Inhalt entsprechen. Viele Informationen werden mehrfach in verschiedenen Bereichen angezeigt. Insbesondere aus diesen Gründen wird die QTM eine eigene touristische Internetseite erstellen. Die Finanzierung hiervon ist zu großenteilen durch den Fördermittelantrag („Sachsen-Anhalt erleben, IB Sachsen-Anhalt) abgedeckt. Die Vergabe des Auftrags erfolgte im 4. Quartal 2018.

Die Social-Media-Aktivitäten der QTM beschränken sich weiterhin auf Facebook und Twitter. Ein effektives Wachstum bei Facebook ist ausschließlich mit hochwertigen Inhalten (z. B. Fotos und Videos) und gleichzeitigem Einsatz finanzieller Mittel zu erreichen. Erfreulich ist, dass auch die Welterbestadt Quedlinburg im Hinblick auf das Festjahr 2019 eigene Social-Media-Accounts betreibt. Eine Vernetzung zwischen den Portalen ist durch die angenehme Zusammenarbeit mit den Redakteuren problemlos möglich.

### 3. Wirtschaftliche Lage

#### 3.1. Vermögenslage

Dass negative Bilanzergebnis aus 2017 von 42.778,49 € und der Verlustvortrag von 32.669,58 € wurden seitens der Welterbestadt Quedlinburg ausgeglichen. Im Rahmen der Feststellung des Jahresabschlusses wurde eine Ausgleichszahlung nach § 4 Abs. 5 des Betrauungsaktes vom Gesellschafter beschlossen. Das Eigenkapital ist gestiegen und beträgt nunmehr 14,2 % der Bilanzsumme. Auf Grund des Gewinns im kommerziellen Bereich (51.851,70 €) waren die

Zuwendungen für den DAWI-Bereich (lt. Betrauungsakt) zu verringern, so dass zum Bilanzstichtag ein ausgeglichenes Ergebnis ausgewiesen wird.

### 3.2. Finanzlage

Die Mittelzuführungen der Welterbestadt Quedlinburg von somit 340.681,12 € sowie der Gewinn aus dem kommerziellen Bereich reichten aus, um daraus den Mittelabfluss aus der normalen operativen sowie der Investitionstätigkeit vollständig zu finanzieren. Die Gesellschaft konnte jederzeit ihren bestehenden Zahlenverpflichtungen nachkommen. Seit 01.01.2017 besteht ein separates Konto für Kurtaxeinnahmen, welches monatlich mit der WES QLB abgeglichen und ausgebucht wird.

### 3.3. Ertragslage

Die Umsatzerlöse der QTM haben seit 2015 erstmals wieder die 1 Mio. für das Jahr 2018 überschritten, sie betragen 1.063.707,62 und waren damit 148.552,57 € höher als im Vorjahr. Einen großen Anteil an den positiven Umsatzerlösen hatten die Einnahmen aus dem Tagungsgeschäft und die Erlöse Weihnachtsmarkt. Bei den Verkaufserlösen in der Tourist-Information ist ebenfalls eine stetig steigende positive Tendenz zu verzeichnen.

Eine weitere Verbesserung des Ergebnisses der Gesellschaft ist nur durch Ausweitung der Hotelkapazitäten möglich. Auch der Aufbau eines neuen „Standbeines“ im Bereich Veranstaltungen/ Events, um die Verlustzuweisungen zu senken ist unerlässlich. Zur Durchführung der „Weihnachtsmärkte“ in den Ortsteilen muss eine finanzielle und strukturelle Lösung gefunden werden. Die Mitgliedschaften wurden optimiert und sollten so optimal eingestuft werden.

### 3.4. Rückstellungen

Rückstellungen wurden gebildet für die Archivierung der Geschäftsunterlagen (2.800 €), noch nicht genommene Urlaubstage und Überstunden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (8.600 €) sowie die erfolgsabhängige Zahlung einer Prämie (18.600 €). Der Anteil für die Prämie stieg um 3.300 €. Der Betrag für die Rückstellungen zur Archivierung blieb gleich und der für den Resturlaub sank um 7.900 € und für Überstunden um 4.000 €. Rückstellungen für ausstehende Gerichtsverfahrens für anwaltliche Beratung in Höhe von 4.495,23 € und 25.254 € Lohnkosten 2017 für den ehemaligen Geschäftsführer wurden aufgelöst. 4.800 € wurden auch noch für das Wirtschaftsprüfungsunternehmen Göken Pollak und Partner für die Jahresabschlussprüfung 2018 zurückgestellt.

### 3.5. Investitionen

Die Investitionstätigkeit der Gesellschaft beschränkt sich weitgehend auf Neu- oder Ersatzbeschaffungen für die Bereiche Büro und EDV sowie für den Weihnachtsmarkt. Größere Investitionen, z. B. im Bereich Immobilien, nimmt die Gesellschaft bisher nicht vor. Im Jahr 2018 wurden folgende für die QTM nennenswerte Investitionen getätigt:

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Software                       | 180 €   |
| Büroeinrichtung                | 750 €   |
| Geringwertige Wirtschaftsgüter | 1.640 € |

### **III. Prognose-, Chancen- und Risikobericht**

#### **1. Prognosebericht**

Die QTM GmbH hat 2018 erneut solide gewirtschaftet, das bundesweite Image und die Presseberichterstattung mit Kampagnen, Messeauftritten und Journalistenreisen forciert, die touristischen Übernachtungszahlen um 2,1 Prozent sowie die eigenen Erlöse gerade in der Gruppentouristik/Tagungen und bei Stadtführungen um weitere 18,6 Prozent gesteigert. Insgesamt schloss die QTM GmbH das Wirtschaftsjahr 2018 mit einem ausgeglichenen Ergebnis ab.

Trotzdem hängt der kontinuierliche nationale und internationale Image-Aufbau und Ausbau der Welterbestadt Quedlinburg nicht nur vom institutionellen Zuschuss, sondern zunehmend auch von der Beherbergungssituation in Quedlinburg ab. Mit der derzeit vorhandenen Gesamtanzahl der Betten, vor allem im Hotelbereich hat Quedlinburg gegenüber dem steigenden Niveau der Gästeankünfte keine ausreichenden Bettenkapazitäten.

Hier tut ein Kapazitätsausbau gerade im Bed&Breakfast Segment dringend not. Bereits bei der Vorstellung des Sparkassen-Tourismusbarometers Ostdeutschland auf der Internationalen Tourismus Börse 2016 betonte Prof. Dr. Mathias Feige, dass touristische Zuwächse nur noch zu erzielen seien, wenn die ostdeutschen Städte ihre Hotel-Infrastruktur, die Qualitätsstandards, die Innovationen und die Investitionen (z. B. Barrierefreiheit, Bed & Bike, Wellness, Dehoga-Klassifizierung, Sprachenkompetenz, Öffnungszeiten der Kultureinrichtungen, Zahlungskomfort, Digitalisierung) verbessern.

Der Geschäftsbetrieb der Gesellschaft wird auf absehbare Zeit keine vollständige Eigenfinanzierung erwirtschaften können. Ein Fortbestand der Gesellschaft ist daher nur möglich, wenn die nicht durch Einnahmen gedeckten Aufwendungen durch Verlustzuweisungen entsprechend des Gesellschaftsvertrages und des Betrauungsaktes ausgeglichen werden. Diese Feststellung ist umso wichtiger, je mehr die QTM weitere Aufgaben übertragen bekommt, welche keine oder kaum Erlöse erwirtschaften lassen.

In den neuen Ortsteilen liegen ebenfalls weitere Möglichkeiten zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit des Unternehmens. Für die bessere Vermarktung der Aktiv- und Gesundheitsangebote ist eine zeitnahe Reaktivierung des Kurzentrums in Bad Suderode von entscheidender Bedeutung.

Im Geschäftsjahr 2019 wird mit einem ausgeglichenen Ergebnis unter Berücksichtigung der Verlustzuweisung und des Zuwendungsbescheides der Investitionsbank Magdeburg (Fördermittel) gerechnet, wenn einerseits weiter intensiv an der Kostenstruktur im Bereich Werbung, Wareneinkauf (durch neue Verträge), Kalkulation der Tagungen und Pauschalen gearbeitet wird. Ebenso werden durch die Anpassung des Warensortiments an neue Trends erhöht werden. Der Ausbau des Veranstaltungsbereiches auf dem Parkplatz der Stadtwerke Quedlinburg und im Kaiserhof sowie einer Open Air Veranstaltung auf dem Marktplatz wird im Jahr 2019 nicht fortgeführt. Die Vielzahl der kostenlosen Veranstaltungen im Festjahr 2019 bieten einem gegenstehendem zu bezahlendem Produkt keinen Raum. Trotz Berücksichtigung dieser Fakten ist die QTM im Jahr 2019 auf die Verlustzuweisung weiterhin angewiesen. Das Jahr 2019 steht stark im Fokus der Umsetzung für das Festjahr 2019, in dem die QTM GmbH stark personell eingebunden ist. Auf Grund der finanziellen Zuwendung aus dem Fördermittelbescheid (106.000 €) ist es möglich, nachhaltig Produkte für die QTM GmbH zu realisieren; neue touristische Internetpräsenz, Sales-Guide, Anzeigenschaltungen in wesentlichen Medien, Storytelling, Audioguides, Tagungsblöcke als Imagewerbung, Einkaufstüten, Ausmalbücher für Kinder diverse Messeauftritte. Ein verstärktes Augenmerk sollte auf die Online-Aktivitäten der QTM – hier insbesondere die Internetseite, die eigenen Social-Media-Aktivitäten und die Kooperation mit reichenweitenstarken Partnern gelegt werden.

Weiterhin muss im Jahr 2019 auch das Energieaudit aktualisiert werden, welches mit Kosten von ca. 3.000 € zu beziffern ist.

## 2. Risikobericht

Das durch die neue EU-Beihilferegelung mögliche Risiko bei der Finanzierung der QTM konnte durch den Betrauungsakt der Welterbestadt Quedlinburg deutlich reduziert werden. Jedoch wurde von der EU-Kommission am 31.01.2019 ein neues Schreiben „SA.44264 (2016/MX) – Überwachung von unter den DAWI-Beschluss fallenden Beihilferegelungen – Beihilfen im Bereich der Wirtschaftsförderung“ veröffentlicht. Hierzu wird gerade durch das Wirtschaftsprüfungsunternehmen Dr. Röhrich und Dr. Schillen geprüft, ob und in welchem Rahmen der Betrauungsakt Bestand hat bzw. in welcher Form Veränderungen vorzunehmen sind.

Grundsätzlich ein Risiko für die Gesellschaft könnten diverse Krisenherde in Europa und im Nahen Osten sein. Derzeit wirken sich dieser allerdings positiv für den Tourismus in der Region aus, weil vor allem deutsche Urlauber noch stärker als bisher im eigenen Land Urlaub machen, und dabei den leichten Rückgang internationaler Gäste wettmachen. Extreme Witterungseinflüsse können ebenfalls das Reiseverhalten vorübergehend verändern. Die Erfahrungen zeigen aber, dass Kultur- und Städtereisedestinationen in solchen Fällen meist unbeeinflusst bleiben.

Internationale Gäste nutzen Online-Portale für ihre Reisebuchung noch viel mehr als deutsche Gäste. Die Stagnation im Hotelangebot der Welterbestadt Quedlinburg führt dazu, dass das Angebot auf solchen Portalen immer geringer wird. Daher ist festzustellen, dass die Zahl internationaler Übernachtungen seit mehr als zwei Jahren stagniert bzw. sogar entgegen dem Deutschlandtrend zurückgeht. Folglich suchen sie sich andere Übernachtungsmöglichkeiten, entweder in der Region oder z. B. in anderen Welterbestätten.

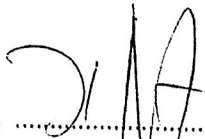
Der Verkauf des bisherigen Kurzentrums in Bad Suderode entwickelt sich immer mehr zum Ärgernis im Ort auf Grund der Verzögerung der Umsetzung des Konzeptes. Das liegt vor allem an dem sehr großen ungenutzten Gebäudekomplex. Auf die Entwicklung der Gästezahlen hatte vor allem der lange Schließungsprozess negative Auswirkungen. Seit Übernahme des Marketings durch die QTM konnten allerdings auch neue Zielgruppen angesprochen werden, so dass sich die Übernachtungszahlen seit Juli 2014 wieder deutlich positiv entwickeln. Um diesen Trend fortzuführen ist es wichtig, den dortigen Gästen eine stabile Gestaltung vorzuweisen (Pflege im Ort, Kurpark usw.) Die QTM benötigt eine Klärung beim ehemaligen Kurzentrum, weil nur unter Berücksichtigung der dortigen Planungen eine eindeutige Positionierung Bad Suderodes im Marketing möglich ist und sich ggf. auch neue Erlösmöglichkeiten (Tagungen, Konzerte etc.) erschließen ließen.

### 3. Risikomanagementsystem

Bei der Größe der QTM liegt kein eigenes Risikomanagementsystem im Unternehmen vor. Die vorhandenen Kontrollmechanismen sind jedoch geeignet, den Fortbestand des Unternehmens gefährdende Risiken frühzeitig zu erkennen.

Grundsätzlich unterliegt ein städtisches Unternehmen wie die QTM sehr strengen Auflagen aus der Kommunalgesetzgebung heraus. Daher gibt es bei der Welterbestadt ein Beteiligungsmanagement, das regelmäßig die Quartalsberichte der Geschäftsführung prüft und auch bei anderen wichtigen Angelegenheiten, wie z. B. beim Betrauungsakt, sehr eng mit der Geschäftsführung zusammenarbeitet.

Quedlinburg, 10.4.2019

  
.....  
Doreen Post (Geschäftsführerin)  
Quedlinburg-Tourismus-Marketing GmbH