

Bilanz

A K T I V A	31.12.2018 EUR	Vorjahr EUR	P A S S I V A	31.12.2018 EUR	Vorjahr EUR
A. Anlagevermögen			A. Eigenkapital		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände			I. Stammkapital	150.000,00	150.000,00
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	53.476,00	41.444,00	II. Kapitalrücklagen	0,00	104.121,89
2. Geleistete Anzahlungen	20.679,00	17.617,95	III. Verlustvortrag	-14.951,39	-101.374,45
	74.155,00	59.061,95	IV. Jahresfehlbetrag	-14.253,27	-17.698,83
II. Sachanlagen				120.795,34	135.048,61
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	92.535,00	122.488,00	B. Sonderposten		
			Sonderposten aus Zuschüssen	140.053,66	128.572,89
III. Finanzanlagen			C. Rückstellungen		
Beteiligungen	1.066,06	1.066,06	Sonstige Rückstellungen	48.655,00	54.443,00
	167.756,06	182.616,01	D. Verbindlichkeiten		
B. Umlaufvermögen			1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	39.027,32	61.940,52
I. Vorräte			- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 39.027,32 (Vorjahr: EUR 34.504,96)		
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,00	6.449,30	- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 27.435,56)		
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände			2. Verbindlichkeiten aus bedingt rückzahlungspflichtigen Zuwendungen	95.582,00	0,00
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.689,57	11.800,09	- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 95.582,00 (Vorjahr: EUR 0,00)		
2. Forderungen gegen Gesellschafter	11.582,00	4.480,00	3. Sonstige Verbindlichkeiten	49.771,46	33.062,84
3. Sonstige Vermögensgegenstände	114.275,98	27.603,26	- davon aus Steuern: EUR 28.674,01 (Vorjahr: EUR 13.709,21)		
- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 18.159,23 (Vorjahr: EUR 18.159,11)			- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: EUR 49.771,46 (Vorjahr: EUR 22.069,28)		
	128.547,55	43.883,35	- davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr: EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 10.993,56)		
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	199.724,76	182.843,88		184.380,78	95.003,36
	328.272,31	233.176,53	E. Rechnungsabgrenzungsposten		
C. Rechnungsabgrenzungsposten	4.466,93	22.684,09		6.610,52	25.408,77
	500.495,30	438.476,63		500.495,30	438.476,63

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Kiel
 Jahresabschluss für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2018 bis zum 31. Dezember 2018

Gewinn- und Verlustrechnung

	2018		Vorjahr
	EUR	EUR	EUR
1. Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln		2.122.213,62	1.699.672,53
2. Umsatzerlöse		117.930,62	193.864,71
3. Sonstige betriebliche Erträge		111.376,87	152.011,68
4. Materialaufwand			
Aufwendungen für bezogene Leistungen		1.171.439,25	1.033.247,84
5. Personalaufwand			
a. Löhne und Gehälter	704.676,93		536.776,34
b. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	130.053,46	834.730,39	110.016,62
6. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		112.785,59	144.877,35
7. Sonstige betriebliche Aufwendungen		245.511,21	235.953,54
8. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		0,24	0,88
9. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		1.224,32	2.232,44
10. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		1,14	0,00
11. Ergebnis nach Steuern		-14.168,27	-17.554,33
12. Sonstige Steuern		85,00	144,50
13. Jahresfehlbetrag		-14.253,27	-17.698,83

Anhang zum 31. Dezember 2018
der
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Kiel

A. Allgemeine Angaben

1. Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Kiel hat ihren Sitz in Kiel und ist eingetragen in das Handelsregister beim Amtsgericht Kiel (Reg.Nr.: HRB 5412).
2. Gemäß § 15 des Gesellschaftervertrages erfolgt die Aufstellung des Jahresabschlusses nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften für große Kapitalgesellschaften. Nach den in § 267 HGB angegebenen Größenklassen ist die Gesellschaft eine kleine Kapitalgesellschaft.
3. Die Gliederung der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung wurde gemäß §§ 266 und 275 HGB vorgenommen und zwecks besserer Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage um den Posten „Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln“ erweitert, da es sich hierbei nicht um Umsatzerlöse und auch nicht um sonstige betriebliche Erträge handelt. Posten, die weder am Bilanzstichtag noch am Bilanzstichtag des Vorjahres einen Betrag ausweisen, wurden nicht aufgeführt. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.
4. Ausweisänderungen in der Gewinn- und Verlustrechnung, insbesondere bei den Posten „Umsatzerlöse“ und „sonstige betriebliche Erträge“, die die Vergleichbarkeit zum Vorjahresausweis wesentlich einschränken würden, haben sich nicht ergeben.
5. Es erfolgte eine Ausweisänderung in der Bilanz im Vergleich zum Vorjahr bei den sonstigen Vermögensgegenständen, weil diese die Forderungen gegen den Gesellschafter enthielt. Gemäß § 42 GmbHG ist ein gesonderter Ausweis der Forderungen gegenüber Gesellschaftern in der Bilanz auszuweisen.
6. In der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgte im Vergleich zum Vorjahr eine Ausweisänderung der nicht abzugsfähigen Vorsteuer in den Posten "Materialaufwendungen", weil die dazugehörige nicht abzugsfähige Vorsteuer anteilig auch den "sonstigen betrieblichen Aufwendungen" in Höhe von € 25.331,60 zuzurechnen sind.

B. Erläuterungen zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

1. Die **immateriellen Vermögensgegenstände** und **Sachanlagen** wurden mit ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten und soweit es sich um abnutzbare Vermögensgegenstände handelt, vermindert um planmäßige Abschreibungen über die voraussichtliche Nutzungsdauer bewertet. Es wurde bei den Zugängen die lineare Abschreibungsmethode angewendet.

Den planmäßigen Abschreibungen liegen folgende Nutzungsdauern zugrunde:

	Jahre
Immaterielle Vermögensgegenstände	3
Betriebs- und Geschäftsausstattung	2 - 13

Geringwertige Anlagegüter mit Anschaffungskosten von nicht mehr als € 800 werden sofort abgeschrieben.

Durch die Erhöhung der unteren Wertgrenze der geringwertigen Anlagegüter resultiert in 2018 ein Bewertungseffekt (Mehraufwand) von rd. T€ 5.

2. **Finanzanlagen** wurden mit den Anschaffungskosten angesetzt.
3. Die **Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** wurden abzüglich Pauschalwertberichtigungen in Höhe 1 % der Netto-Forderungen zum Nennwert angesetzt.
4. Die **sonstigen Vermögensgegenstände** wurden zum Nennwert angesetzt.
5. Die **liquiden Mittel** wurden zum Nennwert bewertet.
6. Der **Sonderposten für Investitionszuschüsse** wurde für erhaltene Investitionszuschüsse gebildet. Er wird zeitanteilig entsprechend der Abschreibung der bezuschussten Vermögensgegenstände aufgelöst.
7. **Rückstellungen** wurden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages gebildet.
8. **Verbindlichkeiten** wurden mit ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt.
9. Erhaltene Zuwendungen aus öffentlichen Mitteln, denen im Geschäftsjahr noch keine Aufwendungen bzw. Investitionen gegenüberstehen wurden im Geschäftsjahr unter dem Posten **Verbindlichkeiten aus bedingt rückzahlungspflichtigen Zuwendungen** passiviert.

C. Erläuterungen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung

I. Bilanz

1. Die Entwicklung des Anlagevermögens ist als Anlage zum Anhang dargestellt.
2. Die Gesellschaft besitzt eine Beteiligung in Höhe von T€ 1 an dem Institut für Tourismus- und Bäderbedarf in Nordeuropa (NIT), Kiel. Das ausgewiesene Eigenkapital im Jahresabschluss 2017 betrug T€ 138, das Jahresergebnis 2017 T€ 4.
3. In den sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen Kautionen i.H.v. T€ 18 (Vorjahr: T€ 18) enthalten.
4. Dem Sonderposten für Investitionszuschüsse werden die im Geschäftsjahr gewährten Zuwendungen soweit sie auf aktivierte Vermögensgegenstände entfallen zugeführt. Die Auflösung des Sonderpostens erfolgt analog zu den Abschreibungen der aktivierten Vermögensgegenstände.
5. Aufgliederung der sonstigen Rückstellungen:

	Stand 01.01.2018	V) A)	Verwendung Auflösung	Zuführung	Stand 31.12.2018
	€		€	€	€
Rückzahlungsverpflichtung aus Zuschussgewährung	16.900,00	A)	6.900,00	0,00	10.000,00
Urlaub	12.043,00	V)	12.043,00	9.596,00	9.596,00
Sonstige Gehaltsansprüche	0,00		0,00	3.839,00	3.839,00
Jahresabschlussprüfung	10.400,00	V)	10.400,00	9.000,00	9.000,00
Steuererklärungen	1.100,00	V)	1.100,00	1.000,00	1.000,00
Jahresabschlusserstellung	6.090,00	V) A)	6.000,00 90,00	6.300,00	6.300,00
Aufbewahrungskosten	4.680,00	V)	4.680,00	5.653,00	5.653,00
Erstellung Mittelverwendungs- nachweise	1.630,00	V)	1.630,00	1.490,00	1.490,00
Beitrag Berufsgenossenschaft	1.600,00	V)	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Leasingabrechnung 2018	0,00		0,00	177,00	177,00
		V)	37.453,00		
	54.443,00	A)	6.990,00	38.655,00	48.655,00

II. Gewinn- und Verlustrechnung

Periodenfremde Erträge sind in Höhe von T€ 8 (im Vorjahr T€ 2), sowie periodenfremde Aufwendungen in Höhe von T€ 2 (im Vorjahr T€ 4) enthalten. Ansonsten sind in der Gewinn- und Verlustrechnung keine weiteren nennenswerten periodenfremden oder außergewöhnlichen Aufwendungen und Erträge enthalten.

D. Sonstige Angaben

1. Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

	Gesamtbetrag T€	2019 T€	2020 T€
Verpflichtungen aus			
Messestand	44	44	0
Leasing	3	2	1
Miete	102	61	41
Stellplatz Miete	5	3	2
Datenschutzbeauftragter	6	4	2
Gesamtsumme in T€		114	46

2. Im Geschäftsjahr wurden im Durchschnitt 17 Stellen besetzt (im Vorjahr 12 Stellen) und 2 Auszubildende (im Vorjahr ebenfalls 2 Auszubildende) beschäftigt.

3. Geschäftsführer im Geschäftsjahr:

- Seit 01.11.2017: Dr. rer. pol. Bettina Bunge, Diplom-Kauffrau, wohnhaft in Kiel

4. Die Gesamtbezüge der Geschäftsführerin beinhalten ausschließlich erfolgsunabhängige Vergütungen in Höhe von T€ 120.

5. Das Honorar des Abschlussprüfers betrug für Abschlussprüfungsleistungen T€ 10.

6. Der Aufsichtsrat besteht aus folgenden Mitgliedern:

Mitglieder

Dr. Thilo Rohlf's	Aufsichtsratsvorsitzender der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Staatssekretär, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein
Dr. Catrin Homp	Geschäftsführerin Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.
Dr. Christiane Sorgenfrei	Referatsleiterin Finanzministerium des Landes Schleswig-Holstein
Kerstin Ehlers	Referatsleiterin Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie des Landes Schleswig-Holstein
Prof. Dr. Martin Lohmann	Geschäftsführer Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH

F. Nachtragsbericht

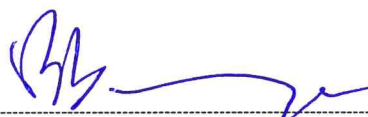
Nach Abschluss des Berichtsjahres sind keine Vorgänge von besonderer Bedeutung eingetreten.

G. Ergebnisverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag in Höhe von € 14.253,27 auf neue Rechnung vorzutragen.

Kiel, den 29. März 2019

Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH



(Dr. Bettina Bunge)
Geschäftsführerin

Entwicklung des Anlagevermögens
 - Anlage zum Anhang -

	Entwicklung der historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten				Entwicklung der Abschreibungen				Restbuchwerte		
	Stand 1.1.2018 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Umbuchungen EUR	Stand 31.12.2018 EUR	Stand 1.1.2018 EUR	Zugänge EUR	Abgänge EUR	Stand 31.12.2018 EUR	Stand 1.1.2018 EUR	Stand 31.12.2018 EUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände											
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	312.854,43	38.310,03	0,00	17.617,95	368.782,41	271.410,43	43.895,98	0,00	315.306,41	41.444,00	53.476,00
2. Geleistete Anzahlungen	17.617,95	20.679,00	0,00	-17.617,95	20.679,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17.617,95	20.679,00
	330.472,38	58.989,03	0,00	0,00	389.461,41	271.410,43	43.895,98	0,00	315.306,41	59.061,95	74.155,00
II. Sachanlagen											
andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	347.948,57	38.936,61	9.186,74	0,00	377.698,44	225.460,57	68.889,61	9.186,74	285.163,44	122.488,00	92.535,00
	347.948,57	38.936,61	9.186,74	0,00	377.698,44	225.460,57	68.889,61	9.186,74	285.163,44	122.488,00	92.535,00
III. Finanzanlagen											
Beteiligungen	1.066,06	0,00	0,00	0,00	1.066,06	0,00	0,00	0,00	0,00	1.066,06	1.066,06
	1.066,06	0,00	0,00	0,00	1.066,06	0,00	0,00	0,00	0,00	1.066,06	1.066,06
Summe Anlagevermögen	679.487,01	97.925,64	9.186,74	0,00	768.225,91	496.871,00	112.785,59	9.186,74	600.469,85	182.616,01	167.756,06

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2018 der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH

A. Grundlagen

Geschäftsverlauf und Rahmenbedingungen

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation in Schleswig-Holstein. Hauptaufgabe der TA.SH ist die Vermarktung des gesamten Bundeslandes als Tourismusstandort. Unter der Dachmarke „Schleswig-Holstein. Der echte Norden“ wird die Vielfalt des touristischen Angebotes kommuniziert mit dem Ziel, potentielle Gäste für eine Reise nach Schleswig-Holstein zu begeistern. Der Fokus liegt dabei klar auf einer zum Reisen inspirierenden Marketingkommunikation, vorwiegend in den deutschsprachigen sowie in relevanten internationalen Zielmärkten.

Die TA.SH wird aus der institutionellen Förderung des Landes Schleswig-Holstein finanziert. Weitere Einnahmen wurden durch kooperative Marketingmaßnahmen erzielt. Die Gesellschaft verfolgt dabei keine Gewinnerzielungsabsicht. Ziel ist die Erfüllung der Aufgaben im vorgegebenen Finanzrahmen.

B. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Das Reiseland Schleswig-Holstein schloss das Jahr 2018 erneut mit sehr guten Werten ab. In den gewerblichen Beherbergungsbetrieben wurden 2018 mehr als 8,6 Millionen Gäste/Ankünfte und mehr als 34,45 Millionen Übernachtungen gezählt, so viele wie nie zuvor. Im Vergleich zum Vorjahr wurden sowohl die Gästeanzahl/Ankünfte (+ 11,2 %) als auch die Übernachtungen (+ 15,3 %) erneut deutlich gesteigert. Insgesamt wurden rund 860 Tausend zusätzliche Gäste gewonnen und rund 4,6 Millionen zusätzliche Übernachtungen generiert. Die Übernachtungszahlen der ausländischen Gäste (ohne Camping) sind 2018 um + 4,2 % gestiegen. Die Ankünfte ausländischer Gäste (ohne Camping) sind ebenfalls um + 0,2 % gestiegen. Schleswig-Holsteins Hauptquellmarkt Dänemark hat dabei in den Ankünften um + 0,5 % und in den Übernachtungen um + 3,0 % zugelegt.

Hinweis: Die hohen Veränderungsraten sind u. a. auch einer Überprüfung und Ausweitung des Berichtskreises geschuldet. Die Zahl der angebotenen Gästebetten bei der Parahotellerie hat sich gegenüber dem Vorjahr stark erhöht.

Quelle: Beherbergung im Reiseverkehr in Schleswig-Holstein 2017-2018, Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein

2. Geschäftsverlauf

Die TA.SH befindet sich weiterhin personell im Aufbau und in der Weiterentwicklung der Themenfelder, wie zum Beispiel Digitales Marketing, Auslandsmarketing und MICE (Meetings–Incentives–Congresses–Events). Der Marketingplan 2018 für den Schleswig-Holstein-Tourismus ist entsprechend der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 ausgerichtet. Strategie ist das anlassorientierte Themenmarketing auf Basis der Stärken der Dachmarke „Schleswig-Holstein–Der echte Norden“.

Besonders hervorzuhebende Maßnahmen und Arbeitsinhalte sind:

- **Digitales Marketing**

Im November fand der Relaunch der neuen B2B-Website der TA.SH statt. Das Portal www.sh-business.de zeigt die Arbeit der TA.SH sowie die Strukturen/Akteure des Schleswig-Holstein-Tourismus. Die Erweiterung um das neue Mediencenter sowie den Marketingshop wurde auf 2019 verschoben. Die Zusammenarbeit mit Dialogwelt wurde fortgeführt. Eine AG Digitales Marketing zur Vernetzung der Akteure im Land wurde gegründet.

- **Auslandsmarketing**

Gemäß der Tourismusstrategie 2025 wurden die als A-Märkte definierten Quellmärkte Dänemark, Schweiz und Österreich bearbeitet. Hier kooperiert die TA.SH eng mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. zusammen. Auf verschiedenen Kanälen wurde hierbei in dieser Kooperation Schleswig-Holstein u.a. als Kurzreiseziel und Kulinarik-Destination beworben. Highlight war ein Kulinarik-Event in Kopenhagen. Zudem ist Schleswig-Holstein Teil der Marketingallianz Deutsches Küstenland e.V., hier wurden in 2018 die Märkte Spanien und Polen bearbeitet. Eine Änderung der strategischen Ausrichtung des DKLs wurde begonnen. Als ein Sonderprojekt fand im September eine Tourismuspräsentation in Hangzhou/China statt, dies im Rahmen einer Delegationsreise des Ministerpräsidenten (Daniel Günther). Eine AG Auslandsmarketing zur Vernetzung der Akteure im Land wurde gegründet.

- **MICE-Marketing**

Medienkooperation mit der Fachzeitschrift CIM (20.500 Auflage), hier wurde der Kongressstandort SH sowie die Akteure in drei Ausgaben den Fachlesern vorgestellt. Weiterhin wurde ein Branchentreff initiiert (30 Partner) und der Umbau der www.tagungstörn.de-Seite begann.

- **Marktforschung**

Zur besseren Vermarktung des Urlaubslandes Schleswig-Holstein wurde nach einer Ausschreibung der Markenberater Brandmeyer beauftragt, für die Urlaubsmarke Schleswig-Holstein eine Markentreiberanalyse durchzuführen. Ziel war eine repräsentative Studie, die die Basis für das Marketing und den Content bildet. Die Studie gilt für das Inlandsmarketing und die Zielgruppe der Privatreisenden.

- **Kampagne**

Die Kampagne „Das ist Glück“ wurde weiterhin durch on- und offline Maßnahmen umgesetzt. U.a. wurden Imagevideos zu verschiedenen Themen und Regionen gedreht, Anzeigen realisiert und Social-Media-Kampagnen umgesetzt.

Im Geschäftsjahr 2018 hat die Gesellschaft abgegrenzte Zuschüsse aus öffentlichen Mitteln in Höhe von 2.122 T€ erhalten und Umsatzerlöse in Höhe von 118 T€ erzielt. Sie schließt mit einem Jahresfehlbetrag in Höhe von 14,3 T€ ab.

Der Geschäftsverlauf wird unter Beachtung der Weiterentwicklungsphase als positiv eingestuft.

3. Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

3.1. Ertragslage

Neben der institutionellen Förderung des Landes Schleswig-Holstein (ca. 95 % der Gesamteinnahmen) erlöst die TA.SH Drittmittel (ca. 4 % der Gesamteinnahmen) aus dem Verkauf von Leistungen an die schleswig-holsteinischen Partner sowie Erlöse aus Vermietung (ca. 1 % der Gesamteinnahmen).

Das finanzielle Leistungsziel ist erreicht, wenn die im Wirtschaftsplan angesetzten Marketingmaßnahmen mit den zur Verfügung stehenden Mitteln umgesetzt werden, so dass am Ende des Jahres ein ausgeglichenes Ergebnis erreicht wird.

Die Gesellschaft weist für 2018 einen Verlust in Höhe von 14,3 T€ aus.

Die Drittmiteleinahmen sanken im Vergleich zum Vorjahr um ca. 75,9 T€ auf 117,9 T€. Das Projekt Kulturtourismus (Förderung durch das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur) wurde nicht fortgeführt, somit fehlen Einnahmen im Vergleich zum Vorjahr von 3,9 T€. Im Bereich Kampagne wurden keine Einnahmen generiert (Vj. 62,9 T€). Ferner sanken die Einnahmen im Bereich Auslandsmarketing um 9,8 T€, gleichzeitig stiegen aber im Bereich MICE die Einnahmen um 11,8 T€.

Für die nächsten Jahre wird mit sukzessiv erhöhten Zuwendungen durch den Zuwendungsgeber gerechnet, um die strategischen Ziele der Marketingarbeit zu erreichen und zusätzlich erforderliche Marketingprojekte bei ausgeglichenen Jahresergebnissen umzusetzen.

3.2. Vermögenslage

Die Investitionen im Jahr 2018 betragen in der Summe 97,9 T€. Die immateriellen Vermögensgegenstände beinhalten 14,9 T€ für die Imagefilme und 23,4 T€ für die neue B2B Website. Die Anzahlungen auf immaterielle Vermögensgegenstände ergeben 17,7 T€ für die Messe-Cloud und 3,0 T€ für den letzten von 12 Imagefilmen. Die Geschäftsausstattung beinhaltet 3,9 T€ für die Nachaktivierung des Messestands aus 2015, 16,2 T€ für einen neuen Messeboden und 9,7 T€ für EDV- und Büroausstattung. Bei den Wirtschaftsgütern wurden 9,2 T€ für Telekommunikation und Büromobiliar aktiviert.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen betragen 2,7 T€ (Vj. 11,8 T€).

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus dem laufenden Geschäftsjahr in Höhe von T€ 39,0 werden mit Hilfe der Zuwendung des folgenden Geschäftsjahres finanziert und haben sich im Vergleich zum Vorjahr um T€ 22 verringert. Somit erhöht eine Forderung gegen

das Land Schleswig-Holstein die Zuwendung des laufenden Geschäftsjahres um 11,6 T€ (Vj. 4,5 T€).

Die aktive Rechnungsabgrenzung verminderte sich auf 4,5 T€ (Vj. 22,7 T€).

Die passive Rechnungsabgrenzung verminderte sich auf 6,6 T€ (Vj. 25,4 T€).

Im Geschäftsjahr wurden Zuwendungen aus öffentlichen Mitteln für Investitionen (Anlagevermögen) in Höhe von 114,1 T€ in den Sonderposten eingestellt, denen planmäßige Auflösungen in Höhe von 102,6 T€ sich vermindert auswirken.

Die Rückstellungen in Höhe von 48,7 T€ (Vj. 54,4 T€) verminderten sich im Wesentlichen durch die Auflösung der Rückstellung für den Verwendungsnachweis 2012.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betragen 39,0 T€ (Vj. 61,9 T€). Sonstige Verbindlichkeiten summierten sich auf 49,8 T€ (Vj. 33,1 T€). Die Verringerung im Vergleich zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus geringeren Verbindlichkeiten gegen einen Lieferanten.

3.3. Finanzlage

Nach Beschluss der Gesellschafterversammlung wurde der Bilanzverlust aus dem Geschäftsjahr 2017 in Höhe von 119.073,28 €, bestehend aus dem Verlustvortrag von 101.374,45 € und dem Jahresfehlbetrag 2017 von 17.698,83 € aus der Kapitalrücklage in Höhe von 104.121,89 € gedeckt und der verbleibende Verlust von 14.951,39 € auf neue Rechnung vorgetragen.

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresfehlbetrag aus 2018 in Höhe von 14.253,27 € auf neue Rechnung vorzutragen.

Zum Bilanzstichtag bestehen Guthaben bei Kreditinstituten in Höhe von 199,7 T€, die sich im Vergleich zum Vorjahr um 16,9 T€ erhöht haben.

C. Prognose, Chancen- und Risikobericht

1. Prognose

Für 2019 wird von der TA.SH erwartet, dass sie unter Berücksichtigung der Tourismusstrategie 2025 und der Ergebnisse der Marken-Treiber-Analyse ihre Marketing-Strategie weiter umsetzt.

Folgende Maßnahmen sind u.a. für das Jahr 2019 geplant:

- **Außenwerbung**

Zur Bewerbung der Nebensaison wird im Januar sowie im Oktober in den Quellmärkten an Fernbahnhöfen Außenwerbung geschaltet, dies durch Großplakate sowie Digital-Out-of-Home. Ziel ist, durch emotionale Ansprache auf das Urlaubsland aufmerksam zu machen.

- **Messen und Events**

In 2019 wird die TA.SH als Vorreiter eine digitale Messecloud auf der ITB-Präsenz initiieren. Die Cloud soll auf lange Sicht die Vielzahl der Prospekte ersetzen und durch spielerische Elemente die Gäste am Stand verweilen lassen. Die Technik ist auch für andere Veranstaltungen nutzbar.

- **Neues Schleswig-Holstein Magazin**

Im Juni 2019 wird erstmalig in einer Verlagskooperation (Res Publica, Berlin) ein Schleswig-Holstein Magazin (Arbeitstitel) veröffentlicht. Die Auflage in Höhe von 270.000 Stück wird durch eine Beilage in passenden überregionalen Tageszeitungen vertrieben.

- **Relaunch Website www.sh-business.de**

Für April/Mai wird die Erweiterung des Portals um das neue Mediacenter sowie den neuen Marketingshop vorgesehen. Als Modul für alle Tourismusakteure wird zusätzlich eine Stellenbörse eingerichtet, auf dem die Tourismusakteure alle offenen Arbeitsplätze bewerben können.

- **Neues Filmkonzept für den SH-Tourismus**

Für den Sommer wird ein Bewegtbild-Konzept erwartet. Ziel ist eine ganzheitliche Betrachtung der verschiedenen Bedarfe in den Abteilungen sowie eine einheitliche Umsetzung. Dies auch mit Blick auf die Ergebnisse der Markentreiberanalyse.

- **Neues im MICE-Marketing**

Ab Mai finden potenzielle Veranstalter/Agenturen unter www.sh-convention.de alle Informationen zum Tagungsstandort Schleswig-Holstein. Die neue Landingpage wird als zentrales Element einen Venue Finder beinhalten, der als Datenbank alle Locations im Land aufzeigt. Dazu sind Messeauftritte und Medienkooperationen geplant.

- **Neues im Auslandsmarketing**

Highlight im Auslandsmarketing werden die drei exklusiven B2B-Events in den jeweiligen Quellmärkten sein. Gemeinsam mit Tourismusakteuren sowie Partnern aus Kulinarik, Kultur und Freizeit präsentiert die TA.SH Neues aus dem Urlaubsland Schleswig-Holstein. Die darauf aufbauenden Pressereisen sind für den Herbst geplant. Für das Frühjahr wird die neue Strategie des Deutschen Küstenlandes e.V. erwartet.

Das Land Schleswig-Holstein finanziert die TA.SH im Jahr 2019 mit dem Betrag von 2.806 T€. Das finanzielle Leistungsziel ist erreicht, wenn die im Wirtschaftsplan angesetzten Marketingmaßnahmen mit den zur Verfügung stehenden Mitteln umgesetzt werden, so dass am Ende des Jahres ein ausgeglichenes Ergebnis erreicht wird.

2. Chancen- und Risikobericht

Im Rahmen des Risikomanagements wird sich auf wirtschaftliche Risiken und finanzielle Risiken fokussiert. Dabei stehen den nachfolgend genannten und beschriebenen Risiken häufig entsprechende Chancenpotentiale gegenüber.

Die wirtschaftliche Stabilität hat sich durch die Übernahme der Gesellschafteranteile durch das Land Schleswig-Holstein deutlich verbessert. Durch den Verzicht des Zuwendungsgebers auf die Zahlung der Forderungen, die sich aus der Prüfung der Verwendungsnachweise 2007-2009 ergaben, ist das Eigenkapital gestärkt worden.

Das Risiko der Reduzierung der Zuwendungen des Landes Schleswig-Holstein wird mittelfristig als gering eingeschätzt. Tendenziell ist eher mit einer Steigerung der Zuwendungen zu rechnen. Ein Risiko besteht in der Gefahr, dass die entstandenen Ausgaben nicht durch die zur Verfügung stehenden Mittel (Zuwendung und Drittmiteinnahmen) gedeckt sind. Dies kann eintreten, falls der Zuwendungsgeber die Ausgaben nicht als „zweckentsprechend“ anerkennt oder falls die Ausgaben innerhalb eines Jahres höher sind als die Einnahmen. Dieser Umstand kann zu einem Liquiditätsrisiko führen. Dieses Risiko wird verringert durch eine enge Abstimmung der Marketingaktivitäten mit dem Wirtschaftsministerium sowie einer monatlich zu erstellenden Controlling-Übersicht und einem entsprechenden Quartalsbericht an den Aufsichtsrat.

Ein Ausfallrisiko auf Forderungen besteht in der Gefahr des Ausfalls eines Kunden und daher maximal in Höhe der Forderungen. Da die Forderungen im Wesentlichen aus der Weiterbelastung von Kosten an die regionalen touristischen Marketing-Organisationen bestehen, wird der Ausfall eines Kunden als sehr gering eingeschätzt.

Um die wirtschaftliche Situation des Unternehmens langfristig zu sichern und die Risiken des Unternehmens abzufedern, werden folgende Maßnahmen getroffen:

- Durch monatliche Soll-Ist-Vergleiche mit den Budgetverantwortlichen sowie der jeweils im Zweimonatsrhythmus stattfindenden Mittelanmeldung beim Zuwendungsgeber ist ein ständiges Controlling zur Liquidität und zum Wirtschaftsplan gegeben.
- Der Aufsichtsrat ist aufgrund des Quartalsberichts regelmäßig über die Lage des Unternehmens informiert.
- Die wirtschaftliche und sparsame Führung der Geschäfte wird durch die Einholung von Vergleichsangeboten und bei größeren Geschäften durch die Durchführung von Ausschreibungen gemäß der VOL/A bzw. UVgO mit Unterstützung der Gebäudemanagement Schleswig-Holstein AöR gewährleistet.
- Überprüfung vorhandener Verträge im Sinne der Reduzierung der finanziellen Belastungen.
- Generierung von Drittmitteln durch weitere Entwicklung von Beteiligungsmöglichkeiten für touristische Partner, Gewinnung strategischer Partner.

Kiel, 29.03.2019



Dr. Bettina Bunge
Geschäftsführerin
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH