



LAGEBERICHT

zum 30.09.2016

der

KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH

Lippstadt

I. Grundlagen des Unternehmens

Die KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH ist 100% ige Tochtergesellschaft der Stadt Lippstadt. Satzungsgemäßer Gegenstand der Gesellschaft ist neben der Stadtwerbung die Durchführung, Förderung und Betreuung kultureller Veranstaltungen in Lippstadt.

Das Unternehmen gliedert sich seit 2009 in die beiden Geschäftsbereiche Kultur und Lippstadt Marketing.

Im Geschäftsbereich Kultur wird der Satzungszweck insbesondere verwirklicht durch

- die Durchführung eines vielseitigen Theaterprogramms für die Bereiche Schauspiel-, Musiktheater-, Tanz- und Kindertheateraufführungen sowie anderer szenisch darstellender Programme im Stadttheater Lippstadt und anderen Spielstätten
- die organisatorische Verwaltung des Stadttheaters einschließlich der Personalverantwortung und der Führung des Belegungskalenders
- die organisatorische und kommunikative Unterstützung auch anderer, vornehmlich ehrenamtlich tätiger Veranstalter und Vereine im kulturellen Bereich im Sinne einer koordinierten und effektiven Kommunikationsstrategie
- den Betrieb der "Kulturinformation im Rathaus" als zentralem Lippstädter Ticket- und Informationsbüro

Im Geschäftsbereich Lippstadt Marketing wird der Satzungszweck insbesondere verwirklicht durch

- den Betrieb der "Stadtinformation im Rathaus" als zentraler Adresse für touristische Informationen und Dienstleistungen
- die Förderung des Stadtbewusstseins und der Lebensqualität durch die Organisation von Traditions-, Groß- und Sonderveranstaltungen
- die Entwicklung touristischer Konzepte und Angebote
- die Stadtwerbung im Sinne der Heimatpflege und nicht unter Verfolgung wirtschaftlicher Zwecke

II. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche, branchenbezogene Rahmenbedingungen

Mit dem Stadttheater Lippstadt verfügt die KWL über eine Spielstätte mit Alleinstellungsmerkmal im Kreisgebiet und darüber hinaus. Der Veranstaltungsmix, der hier in anderer Qualität und Breite präsentiert werden kann als z.B. in Stadt- oder Mehrzweckhallen, wirkt entsprechend profilbildend im Einzugsgebiet.

Im touristischen Bereich können die landesweit positiven Entwicklungen auch in Lippstadt verzeichnet werden. Hier sind besonders gute Erfolge im Bereich Radtouristik (Römer-Lippe-Route), beim Tagestourismus (Historische Altstadt und Mix der Stadtfeste) sowie bei der niederländischen Zielgruppe erreicht worden.

2. Geschäftsverlauf

Die Gesellschaft hat in dem Geschäftsjahr 2015/2016 Umsätze in Höhe von TEUR 1.065,2 und sonstige betriebliche Erträge von TEUR 80,3 erwirtschaftet. Diesen stehen Gesamtaufwendungen von TEUR 1.823,8 gegenüber. Der Fehlbetrag des Geschäftsjahres beträgt TEUR 677,3 und bewegt sich unterhalb der durch die Gremien verabschiedeten Planung. Er wird voraussichtlich durch Verrechnung mit vorhandenen Kapitalrücklagen vollständig ausgeglichen.

a) Geschäftsbereich Kultur

Die Spielzeit 2015/2016 war die 22. Theatersaison unter KWL-Regie für die Bereiche Schauspiel, Musik- und Tanztheater, Kinder- und Jugendtheater sowie anderer szenisch darstellender Programme im Stadttheater Lippstadt.

Insgesamt wurden 68 Veranstaltungen (Vorjahr: 80) angeboten, die sich aus **27** Vorstellungen im Abonnement (Vorjahr: 27), **27** Kindertheatervorstellungen (Vorjahr: 28) und **15** freien Veranstaltungen (Vorjahr: 25) zusammensetzten.

Wir konnten 26 mal ausverkauftes Haus melden (Vorjahr: 32).

Absolut konnte in der Spielzeit mit insgesamt 34.804 Besuchern das Vorjahresergebnis (Vorjahr: 41.742) nicht erreicht werden. Dies ist im Wesentlichen durch die gegenüber dem Vorjahr um zwölf Veranstaltungen geringere Gesamtzahl der Veranstaltungen im Bereich der freien Veranstaltungen erklärt.

Die durchschnittliche Besucherzahl liegt bei 512 Besuchern pro Veranstaltung (Vorjahr: 521).

Die Besucher verteilen sich wie folgt:

Abo-Veranstaltungen	14.365	(Vorjahr: 14.318)
freie Veranstaltungen	7.633	(Vorjahr: 12.913)
Kindertheater	12.806	(Vorjahr: 14.511)

Veranstaltungen im Abonnement 2015/2016 (Vorjahr)

Abo-Reihe (Anz. Verantst.)	Anz.Stamm Abonnenten	Besucher insgesamt	Durchschnitt pro Verantst.	Auslastung
A (5)	129 (136)	2.690	538	73 %
B (5)	100 (105)	2.478	496	67 %
C (5)	77 (68)	1.649	330	45 %
E (4)	118 (140)	1.911	478	65 %
G (4)	170 (170)	2.925	731	99 %
N (4)	266 (252)	2.712	678	92 %
Gesamt (27)	860 (871)	14.365 (14.318)	532 (530)	73,5% (74%)

Darüber hinaus hatte die KWL im Geschäftsjahr **368** Wahlabonnenten (Vorjahr: 399).

b) Geschäftsbereich Stadtwerbung

Der Kernbereich dieser Sparte bestand in dem Geschäftsjahr in der Organisation folgender Traditions-Veranstaltungen:

- Lippstädter Lenz
- Altstadtfest
- Lippstadt Culinaire
- Lippstädter Herbstwoche
- Lippstädter Weihnachtsmarkt

Für die Geschäftsführung standen hierbei sowohl qualitative, als auch quantitative Verbesserungen der Veranstaltungen im Vordergrund. Mit dem Ausbau und den Aufwertungen der Innenstadtveranstaltungen wurde die Zielsetzung verfolgt, Lippstadts Bekanntheitsgrad zu vertiefen und durch qualitätsvolle Stadtfeste und Aktionen attraktive Anlässe für eine erhöhte Besucherfrequenz zu bieten.

Die Innenstadtveranstaltungen „Lippstädter Lenz“ und „Lippstadt Culinaire“ wurden in enger Zusammenarbeit mit der Lippstädter Werbegemeinschaft organisiert. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit mit dem Städtischen Verkehrsverein stand die weitere Aufwertung der Lippstädter Traditionsveranstaltungen Altstadtfest, Herbstwoche und des Lippstädter Weihnachtsmarktes.

Für alle Veranstaltungen wird der KWL seitens der Beteiligten, der Kooperations- und Sponsorpartner sowie der Presse eine hohe Durchführungsqualität bescheinigt.

Im touristischen Bereich ist die erfolgreiche DTV-Zertifizierung der Touristinformation im Rathaus besondere Motivation und Ansporn im Bereich der Leistungsoptimierung und Qualitätssicherung.

Die breite Angebotspalette im Bereich der Themenstadtführungen konnte 2016 mit 7.167 Gästen in 462 Führungen (Vorjahr: 6.577 in 404 Führungen) die hervorragenden Vorjahreszahlen deutlich übertreffen.

3. Lage

a) Ertragslage

Die Umsatzerlöse verzeichnen gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang in Höhe von 63,8 T€. Im Geschäftsbereich Kultur resultiert der Rückgang in Höhe von 95,6 T€ im Wesentlichen aus der geringeren Veranstaltungszahl mit entsprechend geringeren Besucherzahlen und entsprechend geringeren Einnahmen aus Kartenverkäufen. Im Geschäftsbereich Lippstadt Marketing erhöhten sich die Umsatzerlöse um 31,9 T€. Diese Steigerung resultiert im Wesentlichen aus erhöhten Umsatzerlösen in den Bereichen Herbstwoche, Lippstadt Culinaire und Stadtinformation.

Dem gegenüber steht insgesamt ein um 49,8 T€ verminderter Materialaufwand. Der Anstieg des Personalaufwandes liegt mit 6,7% über dem Vorjahreswert. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen unterliegen den üblichen Schwankungen. Insgesamt ergibt sich gegenüber dem Vorjahr somit ein um 68,6 T€ höherer Betriebsverlust.

b) Finanzlage

Die Eigenkapitalquote verringerte sich im Geschäftsjahr auf 15,1% (Vorjahr: 28,2%). Die Finanzierungsverhältnisse der Gesellschaft sind nach wie vor insgesamt als ungünstig zu beurteilen. Die Eigenkapitalausstattung kann aufgrund der nachhaltigen Verlustsituation weiterhin nur aufrecht erhalten werden, wenn die Stadt Lippstadt auch weiterhin Mittel zur Verlustabdeckung zur Verfügung stellt.

c) Vermögenslage

Die Bilanzsumme erhöhte sich im Berichtsjahr um 38,1 T€ bzw. 7,2 % auf 569,0 T€.

4. Finanzielle und nicht -finanzielle Leistungsindikatoren

Wir stützen unsere interne Unternehmenssteuerung insbesondere auf die Kennzahlen Auslastung der vorhandenen Angebote, Personaleinsatz- und -aufwandsquote, sowie Liquidität auf kurze Sicht.

Aufgrund unserer Satzungszwecke ist unsere Geschäftstätigkeit nicht in erster Linie auf Gewinnerzielung ausgerichtet. Folglich ist unsere Tätigkeit auf eine langfristige Substanz- und Vermögenserhaltung ausgerichtet. Dieses Ziel haben wir im Geschäftsjahr im Wesentlichen erreicht.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren sind vor allem die - geringe - Fluktuationsquote beim Personal sowie die durch verschiedene Teambuildingmaßnahmen zu konstatierende Zufriedenheit der Mitarbeiter.

III. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung nach dem Abschlusstag lagen nicht vor. Die Gesellschaft wurde keiner zusätzlichen kommunalen Prüfung unterzogen.

IV. Prognosebericht

Nach dem vorliegenden Wirtschaftsplan bzw. der Finanzrechnung für das Jahr 2016/2017 für die Sparte Kultur geht die Geschäftsleitung davon aus, dass Gesamtausgaben in Höhe von T€ 1.083 Einnahmen in Höhe von T€ 483 gegenüberstehen. Entsprechend errechnet sich hierfür eine Unterdeckung in Höhe von T€ 600,0.

Der Wirtschaftsplan für die Sparte Stadtwerbung ist ausgeglichen: Gesamtausgaben in Höhe von 602 T€ stehen Einnahmen in Höhe von 602,2 T€ gegenüber.

V. Chancen- und Risikobericht

Unsere Marktposition betrachten wir nach über 20-jähriger Geschäftstätigkeit grundsätzlich als gefestigt.

Ein Veranstaltungsspektrum und ein Dienstleistungsangebot, wie es sich aus der KWL-Satzung ergibt, sind ohne Zuschüsse nicht realisierbar. Neben diesen Zuschüssen ist die Gesellschaft als gemeinnützig anerkannte Gesellschaft auf Spenden angewiesen. Durch die Ausweitung der Marketingaktivitäten ergibt sich in diesem Zusammenhang keine gravierende Änderung.

Durch entsprechende Beschlüsse der Gesellschafterversammlung ist der Verlustausgleich für das kommende Geschäftsjahr – wie in den Vorjahren – durch Einlagen der Stadt Lippstadt abgedeckt. Für spätere Geschäftsjahre besteht keine rechtliche Sicherheit. Gleichwohl kann durch die Beschlussfassung davon ausgegangen werden, dass zumindest für die folgenden fünf Jahre ein den Vorjahren entsprechender Verlustausgleich beabsichtigt ist.

Besondere Herausforderungen werden sich für den Geschäftsbereich Kultur durch den gravierenden Sanierungsbedarf im Stadttheater Lippstadt ergeben. Frühestens ab Mitte 2018 wird sich die Hauptspielstätte der Gesellschaft voraussichtlich für rund 2 Jahre umfangreichen baulichen Maßnahmen unterziehen müssen, die keinen parallelen Spielbetrieb ermöglichen.

Die für die Geschäftsentwicklung bestehenden Chancen im Sinne der Sicherung der Erlöse durch attraktive Veranstaltungsplanung und Risiken im Sinne der Kostensteigerungen im Bereich der Sach-, Personal- und Honorarkosten wurden in der Wirtschaftsplanung berücksichtigt.

VI. Risikoberichterstattung über die Verwendung von Finanzinstrumenten

Die Finanzlage der Gesellschaft ist als gesichert zu bezeichnen. Das Finanzmanagement ist darauf ausgerichtet, Verbindlichkeiten innerhalb der Zahlungsfrist zu begleichen und Forderungen innerhalb der Zahlungsziele zu vereinnahmen.

Die Gesellschaft ist zum größten Teil eigenfinanziert. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen nicht.

Lippstadt, 20.01.2017



.....
(KWL Kultur und Werbung Lippstadt GmbH, Lippstadt)
- vertreten durch die Geschäftsführerin -