

**Anlage 3: Lagebericht für das Geschäftsjahr 2025****A. Lage und Geschäftsverlauf**

Das Jahr 2025 stand für die Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH (SMFN) unter dem Motto „erfolgreiches weiterführen und Konzentration auf das Wesentliche“. Ziel war es, dem anhaltenden Kostendruck durch geeignete Sparmaßnahmen entgegenzuwirken und zumindest alle wichtigen Projekte in gleichbleibender Qualität durchzuführen. Die Planung und Vorbereitung des für das Jahr 2026 anvisierten Zusammenschlusses der Tourist-Informationen Ailingen und Friedrichshafen mit der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH zu einer Organisation wurde im Laufe des Jahres immer konkreter. In der zweiten Jahreshälfte kristallisierte sich heraus, dass die neue Einheit ein Teil der Stadtverwaltung wird, was für die Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH eine Änderung in Art und Umfang der Aufgaben mit sich bringt (siehe Teil B des Lageberichts).

Trotz der Sparmaßnahmen konnten in den Geschäftsfeldern City-, Standort- und Verwaltungsmarketing durch eine Vielzahl von Projekten wichtige Akzente gesetzt werden. Beispielhaft steht hierfür die achte Lange Nacht der Technik und Innovation. Bei dieser nur alle zwei Jahre stattfindenden Veranstaltung präsentierten sich am 16. Mai 2025 an vier über die Stadt verteilten Standorten über 20 Firmen, Einrichtungen und Initiativen aus der Region. Am arbeitsintensivsten waren 2025 erneut die Aufgabenfelder Innenstadtbelebung, Standortmarketing sowie die Betreuung des Friedrichshafener Geschenkgutscheins, der ein wichtiges Kundenbindungsinstrument für Handel, Dienstleistung und Gastronomie in Friedrichshafen ist. Durch die unterstützenden und wirtschaftsfördernden Projekte wurde der nach der Gemeindeordnung geforderte öffentliche Unternehmenszweck erfüllt.

Die Umsatzerlöse sind im Vergleich zum Vorjahr um 13,7 % auf 126.441 € angestiegen (2024: 111.158 €). Dies lag unter anderem an der Lange Nacht der Technik und Innovation mit einem Umsatzerlös von 9.025 € sowie dem nur alle paar Jahre stattfindenden Fest der Betriebsamkeit, einem Gewerbetag in der Ortschaft Kluftern, bei dem ein Umsatzerlös von 6.930 € erzielt wurde. Außerdem stieg die Erstattung des Stadtforums Friedrichshafen e. V. für Auslagen und Betreuung der Stadtforum-Geschäftsstelle aufgrund wachsender Stundenzahlen auf 40.114 € an (2024: 34.904 €, + 14,9 %). Das umsatzstärkste Jahr seit ihrer Einführung im Jahr 2022 verzeichnete die Eisstockbahn auf dem Romanshorner Platz, deren Umsatzerlöse aufgrund eines neuen Preismodells für die Bahn-Anmietung gegenüber dem Vorjahr um 49,2 % auf 17.714 € angestiegen sind (2024: 11.875 €). Bei der Bodensee-Weihnacht konnten die Umsatzerlöse auf 10.706 € gesteigert werden (2024: 8.568 €, + 25,0 %).

Im Gegensatz dazu war auch bei ein paar Projekten ein Rückgang der Umsatzerlöse zu verzeichnen. So sanken beispielsweise die Umsatzerlöse aus den Vermietungen, insbesondere aufgrund des Wegfalls von Vitrinenanlagen in der Karlstraße, um 17 % auf 15.823 € (2024: 19.071 €). Bei den beiden verkaufsoffenen Sonntagen sanken die Umsatzerlöse um 27,6 % auf 12.116 € (2024: 16.744 €), da der Sondereffekt aus der Integration der Veranstaltung „Mittendrinn – ein Fest der Begegnung“ wegfiel. Die Projektbeteiligung an der Weihnachtsbeleuchtung lag mit 6.365 € um 11,3 % unter der aus dem Vorjahr (2024: 7.177 €). In den erzielten Umsatzerlösen waren 2025 keine Projektbeiträge des Stadtforums Friedrichshafen e. V. enthalten (2024: 5.200 €), da sich der Verein aufgrund gestiegener anderer Aufwendungen nicht an einer Finanzierung von Projekten beteiligen konnte. Trotz aller Herausforderungen hat sich aber bei den Projekten die

örtliche Wirtschaft, im Sinne einer öffentlich-privaten-Partnerschaft, wieder auf vielseitige Weise umfangreich an der Projektfinanzierung und damit dem Stadtmarketing beteiligt.

Der Anteil der Umsatzerlöse an den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln betrug 25,5 % und ist damit gegenüber dem Vorjahr merklich angestiegen (2024: 23,1 %). Die zur Verfügung stehenden Finanzmittel sind definiert als: Umsatzerlöse zuzüglich der laufenden Betriebskostenzuschüsse.

Die Personalkosten stellen auf der Kostenseite regelmäßig den größten Einzelposten dar. Sie sanken aufgrund des Wegfalls von 0,25 Stellenanteilen trotz erfolgter Lohnerhöhungen gegenüber dem Vorjahr deutlich auf 249.410 € (2024: 265.083 €, - 5,9 %). Hiermit konnte die größte Kostenersparnis im Jahr 2025 erzielt werden.

Mit 48.485 € Gesamtkosten war die Weihnachtsbeleuchtung auch im Jahr 2025 wieder das kostenintensivste Einzelprojekt, wobei die Kosten gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgingen (2024: 49.079 €, - 1,2 %). Für Programm und Werbung der Bodensee-Weihnacht entstanden Kosten von 20.744 € (2024: 23.521 €, - 11,8 %). Die laufenden Projektkosten für die Eisstockbahn (ohne Abschreibungen) stiegen auf 23.026 € (2024: 19.121 €, + 20,4 %). Für die beiden verkaufsoffenen Sonntage sanken die Kosten aufgrund des Wegfalls des Mittendrins-Festes auf 14.111 € (2024: 17.252 €, - 18,2 %). Beim Schlemmermarkt gingen die Kosten für Aufbau, Programm und Werbung wiederum um - 4,2 % auf 12.665 € zurück (2024: 13.227 €).

Insgesamt stiegen die direkten Projekt- und Werbekosten im Vorjahresvergleich um 3,4 % auf 146.572 € an (2024: 141.707 €). Dabei spielte auch eine Rolle, dass 2025 sowohl die Lange Nacht der Technik und Innovation als auch das Fest der Betriebsamkeit stattfanden.

Es wird für 2025 ein Jahresfehlbetrag von 1.952,09 € ausgewiesen (Jahresfehlbetrag 2024: 20.628,47 €), so dass zusammen mit dem vorhandenen Verlustvortrag aus 2024 (12.096,19 €) ein Bilanzverlust in Höhe von 14.048,28 € verbleibt.

Die Auswertung von Leistungsdaten, die üblicherweise für die Steuerung der Gesellschaft und die Messung ihres Geschäftserfolges verwendet werden, ergibt ein erfreuliches Ergebnis:

| Leistungsdaten                                                  | 2025    | 2024    | Veränderung |
|-----------------------------------------------------------------|---------|---------|-------------|
| Anzahl durchgeführter (größerer) Projekte und Veranstaltungen   | 85      | 78      | + 9,0 %     |
| Verkaufte Friedrichshafener Geschenkgutscheine in €             | 938.970 | 906.662 | + 3,6 %     |
| Buchungen von Gruppen (inkl. Schulklassen) auf der Eisstockbahn | 173     | 162     | + 6,8 %     |

Die Zahl der durchgeführten Projekte und Veranstaltungen konnte gegenüber dem Vorjahr auf 85 gesteigert werden. Der Friedrichshafener Geschenkgutschein, als wichtiges Instrument der Kunden- und Kaufkraftbindung, konnte ein erneutes Rekordjahr verzeichnen; es wurden Gutscheine im Wert von 938.970 € verkauft. Klarstellend weisen wir darauf hin, dass die kassenmäßige Abwicklung der Friedrichshafener Geschenkgutscheine durch das Stadtforum Friedrichshafen e. V. erfolgt. Die Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH verantwortet die operative Durchführung und erhält hierfür vom Stadtforum Friedrichshafen e. V., wie bereits bei den Umsatzerlösen erwähnt, einen Aufwendungsersatz. Im Herbst 2025 wurde das Projekt der Parkgutscheine umgestellt. Diese werden seit 15.11.2025 nicht mehr von der SMFN an die Händler zur

Weitergabe an ihren Kunden verkauft, sondern direkt vom Stadtwerk am See. Die Anzahl der an die Händler zur Weitergabe an ihre Kundinnen und Kunden verkauften Parkgutscheine eignet sich somit nicht mehr als Kennzahl. Erneut erfolgreich verlief die Saison der Eisstockbahn auf dem Romanshorner Platz. Die Zahl der Gruppenbuchungen konnte auf 173 im Jahr 2025 gesteigert werden, darunter waren 65 Schulklassen.

Nachhaltigkeit spielt für die Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH eine wichtige Rolle, so dass die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Projekten und der internen Arbeitsorganisation fortgeführt wurde. Hierzu gehörte unter anderem die Berücksichtigung entsprechender Aspekte bei der Auswahl des Papiers für Printprodukte oder der Einsatz von fairen oder regionalen Give-Aways bei Aktionen. Im Büro werden für die Mitarbeitenden waschbare Stoffhandtücher zur Verfügung gestellt. Kaffee wird im Büro mittels nachhaltiger Kaffee-Pads mit fairem Kaffee zubereitet. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit auf ein JobRad oder ein Job-Ticket.

## **B. Voraussichtliche Entwicklung**

Mit dem Jahreswechsel haben sich Umfang und Art der Aufgaben der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH geändert. So wurde eine ganze Reihe an Projekten zum Jahresanfang 2026 auf die Stadt Friedrichshafen übertragen, wie zum Beispiel die Veranstaltungen rund um die verkaufsoffenen Sonntage, die Aktionen auf dem Schlemmermarkt oder Programm und Marketing für die Bodensee-Weihnacht. Damit einher ging die Übernahme des Personals zum 1.1.2026 durch die Stadt Friedrichshafen. Die Gesellschaft befindet sich damit in einer Umbruchsituation, besteht aber mit ihrem geänderten Aufgabenportfolio auf unbestimmte Zeit fort. Der Projekt- und Wirtschaftsplan für 2026 berücksichtigt dies mit einer gegenüber 2025 angepassten Planung. Nach wie vor wird die Gesellschaft beispielsweise bei der Eisstockbahn zur Belebung der Winterwochen oder beim Standortmarketing involviert sein.

Ein Vorteil ist, dass insbesondere die mit finanziellen Unsicherheiten behafteten Projekte wegfallen und die verbleibenden Aufgaben auch auf der Kostenseite gut planbar sind. Neben den aus den Projekten erwarteten Umsatzerlösen bleibt die Freiwilligkeitsleistung der Stadt Friedrichshafen eine wichtige Säule in der Finanzierung der SMFN. Der Gesellschaftszweck und die Aufgabenstellung der Stadtmarketing Friedrichshafen GmbH implizieren nach wie vor, dass nicht genügend Einnahmen generiert werden können, um die Kosten der Gesellschaft zu decken. Der Fortbestand der Gesellschaft ist mithin nur gesichert, wenn die Gesellschaft auch in Zukunft ausreichend finanzielle Unterstützung durch die Stadt Friedrichshafen erhält. Mit dem Zuwendungsbescheid vom 8. Dezember 2025 wurde eine Freiwilligkeitsleistung von maximal 50.000 € für 2026 zugesichert, die entsprechend bei der Projekt- und Finanzplanung mit berücksichtigt wurde.

Gemäß der Planung wird für 2026 ein ausgeglichenes Ergebnis erwartet.

Friedrichshafen, 20. März 2025



Thomas Goldschmidt  
Geschäftsführer