

Geschäftsbericht Ortsmarketing Lustenau GmbH

Wirtschaftliche Situation und voraussichtliche Entwicklung

Nachstehender Bericht zeigt die wichtigsten finanziellen und strategischen Themen der Ortsmarketing Lustenau GmbH aus dem Jahr 2020 auf.

1. Ausgangslage & Strategie
2. Personal
3. Projekte 2020
4. Ausblick 2021
5. Anhang:

Lustenau Marketing_Jahresabschluss 2020 (PW: ?5146Wp)

1. Ausgangslage & Strategie

Aufgrund der Corona-Pandemie mussten viele ursprünglich geplante Aktionen und Veranstaltungen verschoben, abgesagt oder neu gedacht werden. Der Geschäftsführerinnenwechsel per 1.Mai 2020 wurde neben der Initiierung neuer Projekte auch für die neue strategische Ausrichtung der Organisation genutzt. Aufgrund der Absagen einiger Veranstaltungsformate und anderer Projekte konnte das vergangene Jahr mit einem Bilanzgewinn von 36.437,80 € abgeschlossen werden.

2. Personal

Das vergangene Jahr war geprägt von Veränderungen und Umstrukturierungen im Team des Ortsmarketings.

Per Ende Januar hat Standortmanager (100%) Markus Bösch das Team auf eigenen Wunsch hin verlassen. Die Position wurde nicht nachbesetzt. Alexandra Ender, welche per 1.Mai nicht mehr als Geschäftsführerin der Ortsmarketing Lustenau GmbH sondern in der Funktion einer Projektleiterin (100%) beschäftigt war hat das Team am 18. Juni aufgrund vorzeitigem Mutterschutz verlassen. Ebenfalls auf eigenen Wunsch hin hat Silvia Hagspiel-Eisenhofer, Marktkoordinatorin (60%), das Team per 30.September 2020 verlassen.

Neben der neuen Geschäftsführerin (100%) Nathalie Roithinger, konnte per 15.September Julia Schneider neu im Team begrüßt werden. Die Jungmama aus Lustenau koordiniert und verantwortet alles rund ums Thema Markt (Wochenmarkt, Sondermärkte, Kilbi, Christkendlmarkt). Aufgrund des geringeren Stundenausmaßes von 40% unterstützt das restliche Team bei diversen Großprojekten zusätzlich. Per 5.Oktober 2020 hat Lorena Liguori als Marketing Mitarbeiterin (100%) im Ortsmarketing gestartet. Neben den Themen Handel, Gastronomie und Loja betreut sie zudem alles rund um das Thema Rad.Lust.

Die Projekte Sommer.Lust am Platz, Lehre und Lustenau Gutschein, etc. wurden wie in den Vorjahren von Projektleiterin (60%) Theresia Schelling umgesetzt. Patricia Almer betreute das BOTTA als Shopleiterin (100%) und setzte digitale Initiativen während der Lockdown-Phasen.

Der Personalaufwand hat sich im Jahr 2020 aufgrund der beschriebenen strukturellen Veränderungen von -313.794 € im Vorjahr auf -250.250 € verringert.

3. Projekte 2020

Nachstehend werden die Kernprojekte sowie deren Kosten lt. Vorjahresvergleich GuV-Rechnung des Jahresabschluss zum 31.12.2020 angeführt und erläutert.

3.1 Veranstaltungen

Aufgrund der Corona-Pandemie konnten die Sommer.Lust am Platz-Konzerte 2020 nicht wie gewohnt stattfinden. Es wurden stattdessen Fahrradkonzerte mit Lustenauer und Vorarlberger Künstlern als Alternative angeboten. Die Gesamtkosten beliefen sich auf -14.219 €.

	2020	2019
Aufwendungen Sommer am Platz		
Aufwand Sommer am Platz 20%	- 9.725,00 €	- 60.140,00 €
Aufwand Sommer am Platz 13%	- 1.000,00 €	- 4.130,00 €
Aufwand Sommer am Platz 10%	- 45,00 €	- 3.669,00 €
Aufwand Sommer am Platz 0%	- 7.915,00 €	- 15.705,00 €
Aufwand Sommer am Platz §19	- 534,00 €	- 2.037,00 €
	- 19.219,00 €	- 85.681,00 €
Erlöse und Subventionen Sommer am Platz		
Erlöse Sommer am Platz 20%	- €	13.970,00 €
Subventionen Land	5.000,00 €	- €
	5.000,00 €	13.970,00 €
	- 14.219,00 €	- 71.711,00 €

Abgesagt werden mussten zudem die Veranstaltungen: Luschnouar Koscht, Lange Nacht der Musik, Silvester am Platz, sowie die Karrieretage. Im Vergleich zum Vorjahr 2019 wurden durch den Ausfall dieser Events 84.998,00 € weniger Budgetmittel aufgewendet.

Auch die Kilbi musste schweren Herzens abgesagt werden (Kosten nicht im Lustenau Marketing Budget enthalten). Als positives Signal an die Bevölkerung wurde der Online-Kilbi-Sônggl gestartet. Das Lustenau Marketing-Team hat 1.056 Sônggl produziert und um 5 EUR / Stück verkauft. Die Kosten des Projektes inkl. technischem Set-Up abzüglich der Einnahmen von 5.280 EUR belaufen sich auf rund 6 TEUR.

3.2 Lustenauer Handel, Gastronomie und Loja

Besonders Handel und Gastronomie wurden hart von der Pandemie getroffen. Dem Lustenau Marketing war es daher ein Anliegen, dass den Betrieben hier besondere Unterstützung zukommt.

Noch während der Geschäftsführerinnenzeit von Alexandra Ender wurde eine Kooperation mit Fortix geschlossen. Jene bieten mit Loja eine Online-Plattform für innovative Kundenbindung an. Neben der Möglichkeit der einfachen und unkomplizierten Kundenbindung hatten die Betriebe auch die Möglichkeit über „Lustenau bringt’s“ ihre Waren während den Lockdown-Zeiten anzubieten.

Seit Dezember 2020 gibt es zudem die Möglichkeit Lustenau-Punkte zu sammeln. Dadurch soll zusätzlich Kaufkraft in Lustenau gehalten werden.

	2020	2019
Aufwendungen Handel / Loja / Gastronomie		
Aufwand Handel / Loja / Gastronomie 20%	- 25.878,00 €	- 13.674,00 €
Aufwand Handel / Loja / Gastronomie 10%	- 603,00 €	- 242,00 €

Aufwand Handel / Loja / Gastronomie 0%	- 5.080,00 €	- 1.532,00 €
Aufwand Handel / Loja / Gastronomie §19	- 15.281,00 €	- 17.287,00 €
	- 46.842,00 €	- 32.735,00 €

Erlöse und Handel / Loja / Gastronomie

Erlöse Handel / Loja / Gastronomie 20%	325,00 €	265,00 €
	325,00 €	265,00 €
	- 46.517,00 €	- 32.470,00 €

3.3 Lustenau Gutschein

Das vergangene Jahr war ein sehr erfolgreiches für den Lustenau Gutschein. Zu seinem 10. Jubiläum bricht der Gutschein alle Rekorde:

Verkäufe 2019: 244.320 EUR

Verkäufe 2020: 457.650 EUR

Im vergangenen Jahr konnten somit 213.300,00 € mehr Lustenau Gutscheine im Vergleich zum Vorjahr verkauft werden. Ein weiteres positives Signal an die Lustenauer Betriebe und Gastronomen. Auch wurden +13.000,00 € im Vergleich zum Vorjahr mehr Gutscheine in den Betrieben eingelöst.

In der Bilanz ist dieser Erfolg im Umlaufvermögen schlagend da die Gutschein-Verkäufe in den KKK der Partnerbanken auf Einlöskonten „geparkt“ sind.

3.4 BOTTA

Im Juli feierte das BOTTA bereits sein einjähriges Bestehen und kann trotz Pandemie auf ein erfolgreiches Jahr 2020 zurückblicken.

Trotz 8 Wochen Lockdown in welchen lediglich über die online Plattform „Lustenau bringt´s“ Waren verkauft werden konnten und trotz Wegfallenden Ticketverkäufen hat sich das BOTTA gut am Markt etabliert und neben vielen Stammkunden gelingt es mit regelmäßigen Aktionen auch Neukunden über die Grenzen von Lustenau hinaus zu gewinnen.

	2020	2019
Aufwendungen BOTTA		
Aufwendungen BOTTA 20%	- 17.626,00 €	- 18.762,00 €
Aufwendungen BOTTA 13%	- 19,00 €	- €
Aufwendungen BOTTA 10%	- 869,00 €	- 1.481,00 €
Aufwendungen BOTTA 0%	- 1.650,00 €	- 2.508,00 €
Auwendungen BOTTA §19	- 52,00 €	- 80,00 €
WES Handelswaren	- 110.340,00 €	- 78.502,00 €
	- 130.556,00 €	- 101.333,00 €

Verkaufserlöse BOTTA

Verkaufserlöse BOTTA 20%	90.470,00 €	48.969,00 €
Verkaufserlöse BOTTA 13%	49,00 €	193,00 €
Verkaufserlöse BOTTA 10%	36.264,00 €	27.878,00 €
Verkaufserlöse BOTTA 5%	5.440,00 €	- €
Verkaufserlöse BOTTA 0%	1.492,00 €	23,00 €
Provisionen Ticketverkauf 20%	664,00 €	332,00 €

134.379,00 €	77.395,00 €
3.823,00 €	- 23.938,00 €

4. Ausblick 2021

Auch wenn das Jahr 2021 mit einem Lockdown gestartet ist, ist das Ortsmarketing Lustenau positiv und mit neuen Ideen und Konzepten in das Jahr gestartet.

4.1 Gruß aus der Küche – der Lustenauer Gastronomie auf der Spur

Impulskonzept in 3 Phasen, um die Gastronomie in Lustenau nachhaltig zu beleben und zu entwickeln. Lustenauer Gastgeber*innen werden sympathisch und menschlich portraitiert. So stellen wir sie und ihre Qualität ins Zentrum und schaffen eine persönliche Grundlage für einen längerfristigen Vermarktungs- und Entwicklungsprozess.

4.2 Lustenau Club (Arbeitstitel) – Lustenau Marketing als Dienstleister

Um den Lustenauer Betrieben und Firmen den bestmöglichen Service zu bieten werden Marketing- und Unterstützungspakete angeboten (Lustenau Club). Damit wird die aktuelle Mitgliedschaft durch ein wertiges und transparentes Modell ersetzt. Je nach Branche (Gastronomie, Handel, Lehrlings-Thema...) können unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden.

4.3 SCHRÄG

Mit der Initiative „SCHRÄG“ sollen innovative, kreative und progressive unternehmerische Kräfte in Lustenau und darüber hinaus vernetzt, unterstützt und gezielt für den Standort eingesetzt werden.

4.4 Innovation Days

Ein neues Veranstaltungsformat soll Lustenau als Gastgeber und Innovationsschmiede aufzeigen. Digital und analog kuratiert Lustenau Marketing Vorträge, Diskussionen, Masterclasses, Designsprints, etc.
