

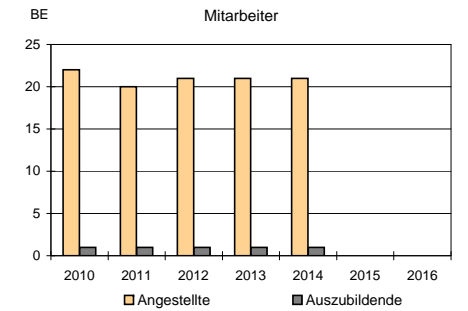
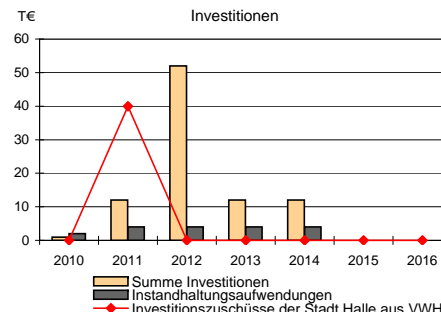
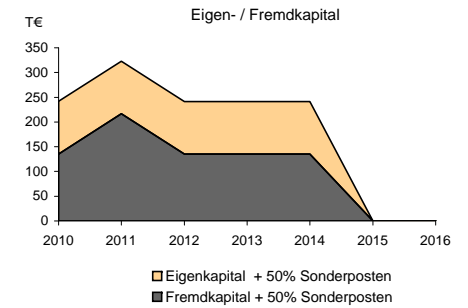
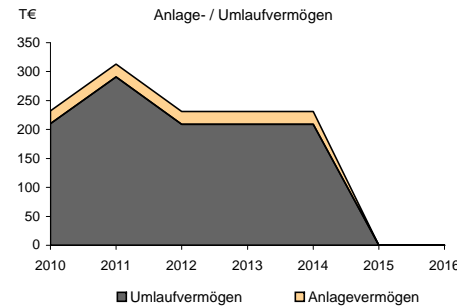
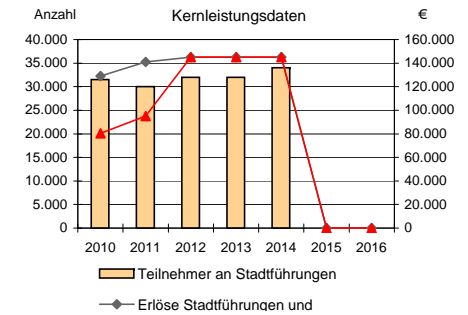
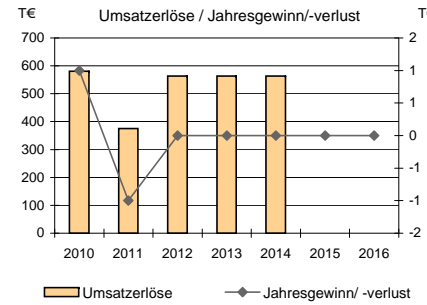
Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Zeitraum 2012 und Folgejahre

| | | Ist | Erwartung | Plan | Plan | Plan | Plan | Plan |
|---|--------|---------|-----------|---------|---------|---------|-------|-------|
| | Ein. | 2010 | aus | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| | | | Planung | | | | | |
| Erfolgs- und Bilanzdaten | | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | T€ | 581 | 375 | 563 | 563 | 563 | 0 | 0 |
| Jahresgewinn/ -verlust | T€ | 1 | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Eigenkapital + 50% Sonderposten | T€ | 107 | 106 | 106 | 106 | 106 | 0 | 0 |
| Fremdkapital + 50% Sonderposten | T€ | 135 | 217 | 135 | 135 | 135 | 0 | 0 |
| Anlagevermögen | T€ | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 0 | 0 |
| Umlaufvermögen | T€ | 210 | 291 | 209 | 209 | 209 | 0 | 0 |
| Eigenkapitalrendite | % | 0,94% | -0,93% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Umsatzrendite | % | 0,17% | -0,27% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Personaldaten | | | | | | | | |
| Angestellte | BE | 22 | 20 | 21 | 21 | 21 | 0 | 0 |
| Auszubildende | BE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Finanzdaten | | | | | | | | |
| Cash Flow vereinfacht | T€ | 12 | 11 | 12 | 12 | 12 | 0 | 0 |
| Liquide Mittel | T€ | 130 | 211 | 129 | 129 | 129 | 0 | 0 |
| Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH | T€ | 1.111 | 1.111 | 1.311 | 1.111 | 1.111 | 0 | 0 |
| Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VWH | T€ | 0 | 40 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle | T€ | 0 | 42 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kapitalerhöhungen der Stadt Halle | T€ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kernleistungsdaten | | | | | | | | |
| Teilnehmer an Stadtführungen | Anzahl | 31.514 | 30.000 | 32.000 | 32.000 | 34.000 | 0 | 0 |
| Erlöse Stadtführungen und Gruppentouristik | € | 129.158 | 141.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 0 | 0 |
| Erlöse Tourist-Information | € | 80.520 | 95.000 | 145.000 | 145.000 | 145.000 | 0 | 0 |
| Sonstige Angaben | | | | | | | | |
| Gesamterträge | T€ | 1.775 | 1.642 | 1.984 | 1.742 | 1.742 | 0 | 0 |
| Gesamtaufwendungen | T€ | 1.774 | 1.643 | 1.984 | 1.742 | 1.742 | 0 | 0 |
| Summe Investitionen | T€ | 1 | 12 | 52 | 12 | 12 | 0 | 0 |
| Instandhaltungsaufwendungen | T€ | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 0 |

| Wirtschaftliche Situation | Risiko | Handlungsbedarf Gesellschafter |
|---------------------------|-----------|--------------------------------|
| rot | rot | rot |
| rot/gelb | rot/gelb | rot/gelb |
| gelb | gelb | gelb |
| gelb/grün | gelb/grün | gelb/grün |
| grün | grün | grün |



Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| Unternehmensziel/Unternehmensstrategie | Entwicklungsprobleme |
|--|--|
| <p>Der satzungsgemäße Gegenstand des Unternehmens ist die Konzipierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen. Letztlich führt die Gesellschaft ihre Tätigkeiten im öffentlichen Interesse aus und verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Ziele.</p> <p>Das Planjahr 2012 ist geprägt durch die Umsetzung von Projekten und Marketingaktivitäten zum Thema „Jahr der Wissenschaft in Halle“. Des Weiteren sollen touristische Magneten ("Die Saale", "Die Hanse") durch Aktivitäten hervorgehoben werden.</p> <p>Wichtige Ziele stellen die Steigerung der Standort-Bekanntheit, die Verbesserung des Images sowie der Selbstwahrnehmung der Stadt Halle in der Meinung der Bürgerinnen und Bürger dar. Die Stadt Halle soll als attraktiver Studien-, Arbeits- und Lebensraum positioniert werden. Dabei stehen Netzwerk- und Marketingaktivitäten im Mittelpunkt.</p> | <p>Der jährlich auf Basis des gemeinsamen Finanzierungsvertrages festzulegende institutionelle Zuschuss der Stadt Halle (Saale) bestimmt letztlich im Wesentlichen die durch die Gesellschaft realisierbaren Maßnahmen, Projekte, Events etc. Das Geschäftsrisiko der Gesellschaft ist dadurch zu relativieren, dass niedrigere Ertragszuschüsse der Stadt Halle (Saale) bis zu einem bestimmten Maß lediglich zu einer Anpassung der Maßnahmen- und Projektplanung führen würden.</p> <p>Bezogen auf das laufende Geschäft des Unternehmens ist eine zunehmende Konkurrenzsituation zu verzeichnen (Mitbewerber für Stadtführungen, Souvenirs etc.). Darüber hinaus versuchen Reiseanbieter speziell von Städtereisen die steigenden laufenden Kosten durch den Einsatz eigener Reiseführer zu senken.</p> <p>Die Gesellschaft hat dieser Entwicklung durch die Platzierung neuer innovativer Angebote entgegengewirkt (Themenbezogene Stadtführungen, Stadtteil-Rundgänge etc.).</p> <p>Zudem erwarb die Gesellschaft zum Jahresende 2010 den Reiseveranstalterstatus und ist damit in der Lage, Pauschalreisen, die mehr als zwei Reiseleistungen beinhalten, zu entwickeln und selbst zu vermarkten. Die geplante Erhöhung der Verkaufserlöse soll durch die Umstrukturierung der Tourist-Information, Übernahme der Merchandisingartikel der Universität auf Kommissionsbasis, erzielt werden.</p> <p>Die geplante Anzahl der Teilnehmer an Stadtführungen für das Jahr 2012 liegt bei 32.000 Besuchern bei einem geplanten Erlös aus Stadtführungen in Höhe von 145 TEUR. Im Vergleich zur Erwartung für das Jahr 2011 mit 30.000 Besuchern und einem erwarteten Erlös in Höhe von 141 TEUR ist eine leichte Steigerung geplant.</p> |
| Wirtschaftsplanung und Mittelfristperspektive | Handlungsempfehlung für den Gesellschafter/Träger |
| <p>Die Planung der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) erfolgt auf Grundlage der speziellen Regelungen der Beteiligungsrichtlinie der Stadt Halle (Saale). Untersetzt werden diese reinen Zahlenteile durch Leistungsdaten (Teilnehmer Stadtführungen, Erlöse Gruppentouristik, etc.) Damit sind die Grundlagen geschaffen, eine Planung letztlich aus betriebswirtschaftlicher Sicht transparent und nachvollziehbar zu gestalten. Der Planungshorizont beträgt abweichend zur Beteiligungsrichtlinie der Stadt Halle (Saale) nur 3 Jahre.</p> <p>Die Ertragslage des Unternehmens ist im Wesentlichen bestimmt durch Zuschüsse der Stadt Halle (Saale). Für das Wirtschaftsjahr 2012 wird insgesamt mit einem städtischen Zuschuss von 1.311 TEUR geplant (Vorjahr 1.111 TEUR). Im Vergleich zu den Vorjahren plant die Gesellschaft mit einem einmalig um 200 TEUR erhöhten Zuschuss der Stadt zum "Jahr der Wissenschaft". Mittelfristig wird für die Jahre 2013 bis 2014 wieder mit einem gleichbleibenden Zuschuss der Stadt (1.111 TEUR) geplant.</p> <p>Die geplanten Umsatzerlöse für das Jahr 2012 erhöhen sich gegenüber der Vorjahresplanung um 189 TEUR auf 563 TEUR. Die Planung geht dabei im Wesentlichen von Erlösen aus projektbezogene Maßnahmen (150 TEUR), Erlösen aus dem Jahr der Wissenschaft (84 TEUR), Verkaufserlösen (145 TEUR) sowie Erlösen aus Stadtführungen/Gruppentouristik (145 TEUR) aus. Der geplante Personalaufwand 2012 von 720 TEUR wird gegenüber dem erwarteten Personalaufwand 2011 von 630 TEUR um 90 TEUR erhöht. Die Gesellschaft nennt als Grund für diesen Anstieg die geplante Einstellung eines Vertriebsfachmanns und Veränderungen im Bereich Tourist-Information.</p> <p>Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen für das Jahr 2012 erhöhen sich gegenüber der Erwartung für 2011 um 172 TEUR auf 1.011 TEUR. Im Vergleich zu der alten Planung für 2012 ergibt sich eine Minderung um 115 TEUR.</p> <p>Im Anhang beigefügt ist eine Gegenüberstellung der alten und neuen mittelfristigen Planansätze aus der die Veränderung auch mittelfristig abzulesen ist.</p> | <p>Die geplanten projektbezogenen Erlöse und Warenumsätze stellen eine anspruchsvolle Zielstellung dar. Auf das Controlling der projektkonkreten Erlöse und Aufwendungen sollte deshalb ein besonderes Augenmerk gerichtet werden.</p> <p>Die Planung für das Jahr 2012 ist in sich schlüssig und nachvollziehbar.</p> <p>Zum Wirtschaftsplan 2012 kann unter dem Vorbehalt der abschließenden Zustimmung durch den Stadtrat die Bestätigung empfohlen werden.</p> <p>Mittelfristig wurden die Planungsansätze entsprechend der für 2012 geplanten Umsatzerlöse und Leistungsdaten fortgeschrieben. Ab dem Jahr 2013 plant die Gesellschaft wieder mit dem ursprünglichen gleichbleibenden Zuschuss in Höhe von 1.111 TEUR.</p> <p>Die Mittelfristplanung stellt in großen Teilen eine statische Fortschreibung der Wirtschaftsplanung 2012 dar und kann zur Kenntnis genommen werden.</p> |

Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| Mittelfristplanung 2011-2015: beschlossen | | Angaben in TEUR | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-------------------|------------------|------------------|----------|------------------|------------------|----------|------------------|------------------|----------|------------------|------------------|----------|--------------|
| Mittelfristplanung 2012-2016: Entwurf | | | | | | | | | | | | | | | |
| Erfolgsvergleich | | Erwartung 2011 | Plan alt 2012 | Plan neu 2012 | Abw. +/- | Plan alt 2013 | Plan neu 2013 | Abw. +/- | Plan alt 2014 | Plan neu 2014 | Abw. +/- | Plan alt 2015 | Plan neu 2015 | Abw. +/- | Plan 2016 |
| Umsatzerlöse | | 375 | 374 | 563 | 189 | 374 | 563 | 189 | 0 | 563 | 563 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bestandsveränderungen Unfertige/Fertige Erzeugnisse | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| andere aktivierte Eigenleistungen | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| sonstige betriebliche Erträge | | 1.267 | 1.583 | 1.421 | -162 | 1.183 | 1.179 | -4 | 0 | 1.179 | 1.179 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Materialaufwand | | 162 | 162 | 199 | 37 | 162 | 199 | 37 | 0 | 199 | 199 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Personalaufwand | | 630 | 657 | 720 | 63 | 657 | 720 | 63 | 0 | 720 | 720 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Abschreibungen | | 12 | 12 | 12 | 0 | 12 | 12 | 0 | 0 | 12 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| sonstige betriebliche Aufwendungen | | 839 | 1.126 | 1.053 | -73 | 726 | 811 | 85 | 0 | 811 | 811 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Finanzergebnis | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| außerordentliches Ergebnis | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung | | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Jahresgewinn/ -verlust | | -1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gesamterträge | | 1.642 | 1.957 | 1.984 | 27 | 1.557 | 1.742 | 185 | 0 | 1.742 | 1.742 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gesamtaufwendungen | | 1.643 | 1.957 | 1.984 | 27 | 1.557 | 1.742 | 185 | 0 | 1.742 | 1.742 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Plan - Report grafische Darstellung

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

