

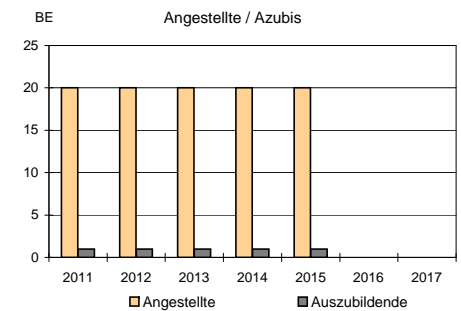
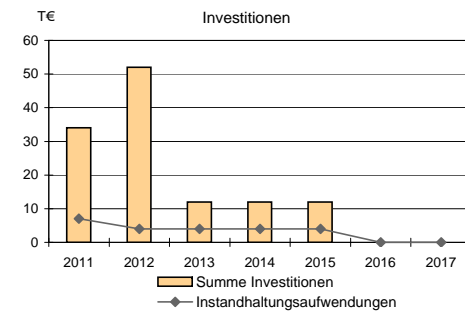
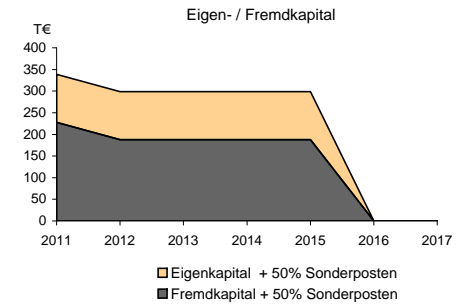
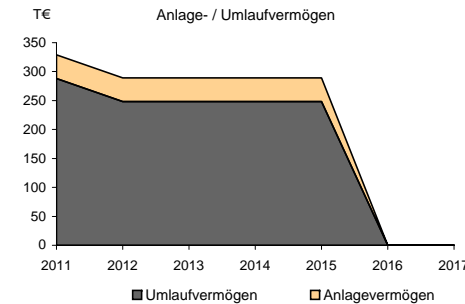
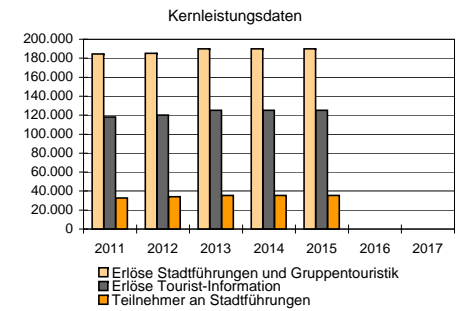
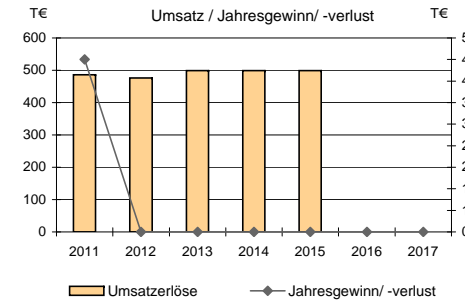
Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Zeitraum 2013 und Folgejahre

		Ist	Erwartung	Plan	Plan	Plan	Plan	Plan
	Einheit	2011	aus Planung	2013	2014	2015	2016	2017
Erfolgs- und Bilanzdaten								
Umsatzerlöse	T€	486	476	499	499	499	0	0
Jahresgewinn/ -verlust	T€	4	0	0	0	0	0	0
Eigenkapital + 50% Sonderposten	T€	111	111	111	111	111	0	0
Fremdkapital + 50% Sonderposten	T€	228	188	188	188	188	0	0
Anlagevermögen	T€	41	41	41	41	41	0	0
Umlaufvermögen	T€	288	248	248	248	248	0	0
Eigenkapitalrendite	%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Umsatzrendite	%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Personaldaten								
Angestellte	BE	20	20	20	20	20	0	0
Auszubildende	BE	1	1	1	1	1	0	0
Finanzdaten								
Cash Flow vereinfacht	T€	18	12	12	12	12	0	0
Liquide Mittel	T€	231	191	191	191	191	0	0
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWVH	T€	1.111	1.111	1.111	1.111	1.111	0	0
Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VWVH	T€	40	0	0	0	0	0	0
Sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle	T€	0	0	0	0	0	0	0
Kapitalerhöhungen der Stadt Halle	T€	0	0	0	0	0	0	0
Kernleistungsdaten								
Erlöse Stadtführungen und Gruppentouristik	€	184.449	185.000	190.000	190.000	190.000	0	0
Erlöse Tourist-Information	€	118.174	120.000	125.000	125.000	125.000	0	0
Teilnehmer an Stadtführungen	Anzahl	32.580	34.000	35.500	35.500	35.500	0	0
Sonstige Angaben								
Gesamterträge	T€	1.695	1.670	1.678	1.678	1.678	0	0
Gesamtaufwendungen	T€	1.691	1.670	1.678	1.678	1.678	0	0
Summe Investitionen	T€	34	52	12	12	12	0	0
Instandhaltungsaufwendungen	T€	7	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>Ab dem Jahr 2013 liegen die Schwerpunkte der Tourismusförderung im Outbound-Geschäft durch höhere Service-Standards sowie Nutzung des touristischen Online-Informationssystems. Im Jahr 2013 erfolgt die Freischaltung des Online-Informations- und Buchungssystems. In Folge dessen erwartet die Gesellschaft einen Anstieg gruppentouristischer Erlöse.</p> <p>Das Planjahr 2013 ist geprägt durch die Umsetzung von Projekten und Marketingaktivitäten zu den Themen Wissenschaft und Kultur. Des Weiteren sollen touristische Magnete („nur bei uns“, „Jubiläumsthema August-Hermann-Franke“, „Luther-Dekade 2013-2017“, „Leben am Fluss“) 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>Die Geschäftsführung beabsichtigt sich für die Ausrichtung eines internationalen Hansetages im Jahr 2019 zu qualifizieren und dafür zu werben. Um an der Vergabe des internationalen Hansetages im Jahr 2019 teilzunehmen beabsichtigt die Geschäftsführung dem Stadtrat der Stadt Halle (Saale) bis März 2013 eine Kosten- und Wertschöpfungskalkulation vorzulegen.</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 (ab 2013 Audioguide, 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.</p> <p>Die geplante Anzahl der Teilnehmer an Stadtführungen für das Jahr 2013 liegt bei 35.500 Besuchern bei einem geplanten Erlös aus Stadtführungen in Höhe von 190 TEUR. Im Vergleich zur Erwartung für das Jahr 2012 mit 34.000 Besuchern und einem erwarteten Erlös in Höhe von 185 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 2013 wird insgesamt mit einem städtischen Zuschuss von 1.111 TEUR geplant (Plan 2012: 1.311 TEUR, Erwartung 2012: 1.111 TEUR). Mittelfristig wird für die Jahre 2014 bis 2015 mit einem gleichbleibenden Zuschuss der Stadt (1.111 TEUR) geplant.</p> <p>Die geplanten Umsatzerlöse für das Jahr 2013 vermindern sich gegenüber der Vorjahresplanung um 64 TEUR auf 499 TEUR. Die Planung geht dabei im Wesentlichen von Erlösen aus projektbezogenen Maßnahmen (120 TEUR), Erlösen aus Verkaufserlösen (120 TEUR) sowie Erlösen aus Stadtführungen/Gruppentouristik (190 TEUR) aus. Die Gesellschaft plant für das Jahr 2013 mit 35.500 Teilnehmern an Stadtführungen.</p> <p>Der geplante Personalaufwand für 2013 in Höhe von 709 TEUR wird gegenüber dem erwarteten Personalaufwand 2012 von 674 TEUR um 35 TEUR erhöht. Die Gesellschaft nennt als wesentliche Gründe für diesen Anstieg den Wegfall der anteiligen Mitfinanzierung einer Stelle durch den Förderverein Region Halle (Saale) e.V. und die Einstellung einer Fachkraft für Kundenakquise ("touristischer Vertriebsprofi"). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen für das Jahr 2013 vermindern sich gegenüber der Erwartung für 2012 um 42 TEUR auf 762 TEUR. Im Vergleich zu der alten Planung für 2013 ergibt sich eine Minderung um 49 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 2013 ist in sich schlüssig und nachvollziehbar.</p> <p>Zum Wirtschaftsplan 2013 kann unter dem Vorbehalt der abschließenden Zustimmung durch den Stadtrat die Bestätigung empfohlen werden.</p> <p>Mittelfristig wurden die Planungsansätze entsprechend der für 2013 geplanten Umsatzerlöse und Leistungsdaten fortgeschrieben. Dabei wird von einem gleichbleibenden Zuschuss in Höhe von 1.111 TEUR ausgegangen.</p> <p>Die Mittelfristplanung stellt in großen Teilen eine statische Fortschreibung der Wirtschaftsplanung 2013 dar und kann zur Kenntnis genommen werden.</p>

Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Mittelfristplanung 2012-2016: beschlossen		Angaben in TEUR												
Mittelfristplanung 2013-2017: Entwurf														
Erfolgsvergleich	Erwartung	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan
	2012	2013	2013		2014	2014		2015	2015		2016	2016		2017
Umsatzerlöse	476	563	499	-64	563	499	-64	0	499	499	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	1.194	1.179	1.179	0	1.179	1.179	0	0	1.179	1.179	0	0	0	0
Materialaufwand	180	199	195	-4	199	195	-4	0	195	195	0	0	0	0
Personalaufwand	674	720	709	-11	720	709	-11	0	709	709	0	0	0	0
Abschreibungen	12	12	12	0	12	12	0	0	12	12	0	0	0	0
sonstige betriebliche Aufwendungen	804	811	762	-49	811	762	-49	0	762	762	0	0	0	0
Finanzergebnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	0	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	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jahresgewinn/ -verlust	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesamterträge	1.670	1.742	1.678	-64	1.742	1.678	-64	0	1.678	1.678	0	0	0	0
Gesamtaufwendungen	1.670	1.742	1.678	-64	1.742	1.678	-64	0	1.678	1.678	0	0	0	0

Plan - Report grafische Darstellung

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

