

Gewinn- und Verlustrechnung										2018	bis	2022
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH												
Nr.	TEURO	Ist 2016	Erwartung 2017	Plan 2018	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022
1.	Umsatzerlöse	793	778	932	189	189	189	365	1.093	1.099		
2.	Bestandsveränderungen unfertige/fertige Erzeugnisse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	a) Bestandserhöhungen											
	b) Bestandverminderungen											
3.	andere aktivierte Eigenleistungen											
4.	sonstige betriebliche Erträge	1.176	1.191	1.288	356	355	240	337	1.586	1.586		
I.	Gesamterträge	1.969	1.969	2.220	545	544	429	702	2.679	2.685	0	0
5.	Materialaufwand	318	286	300	90	90	60	60	300	300	0	0
	a) bezogenes Material	94	96	90	27	27	18	18	90	90		
	b) bezogene Leistungen	224	190	210	63	63	42	42	210	210		
6.	Personalaufwand	811	841	883	210	210	210	253	1.094	1.094	0	0
	a) Löhne und Gehälter	671	673	706	168	168	168	202	875	875		
	b) soziale Abgaben	140	168	177	42	42	42	51	219	219		
	darunter für Altersversorgung											
7.	Abschreibungen	23	10	10	2	3	2	3	46	46	0	0
	a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen	21	10	10	2	3	2	3	46	46		
	b) auf Umlaufvermögen											
	c) auf Sonderverlustkonto											
	d) auf GWG's	2										
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	837	827	1.035	241	241	161	392	1.238	1.244		
II.	Betriebsergebnis	-20	5	-8	2	0	-4	-6	1	1	0	0
9.	Erträge aus Gewinnabführungsverträgen											
10.	Erträge aus Beteiligungen											
	darunter aus verbundenen Unternehmen											
11.	Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens											
	darunter aus verbundenen Unternehmen											
12.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge											
	darunter aus verbundenen Unternehmen											
13.	Aufwendungen aus Verlustübernahmen											
	darunter aus verbundenen Unternehmen											
14.	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens											
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen											
	darunter aus verbundenen Unternehmen											
III.	Finanzergebnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16.	Steuern vom Einkommen und Ertrag											
IV.	Ergebnis nach Steuern	-20	5	-8	2	0	-4	-6	1	1	0	0
17.	sonstige Steuern	1	1	1		1			1	1		
V.	Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung	-21	4	-9	2	-1	-4	-6	0	0	0	0
18.	Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter											
19.	Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV)											
20.	Erträge aus Verlustübernahme											
VI.	Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-21	4	-9	2	-1	-4	-6	0	0	0	0
21.	Gesamtaufwendungen	1.990	1.965	2.229	543	545	433	708	2.679	2.685	0	0
22.	Gesamterträge	1.969	1.969	2.220	545	544	429	702	2.679	2.685	0	0
	Verwendung des Jahresergebnisses											
	Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr	151	130	134					125	125		
	Einstellung Rücklage											
	Entnahme Rücklage											
	Gewinnausschüttung											
	Verlustausgleich durch Gesellschafter											
	Vortrag auf neue Rechnung	130	134	125					125	125		

Bilanz					2018	bis	2022				
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH											
TEURO					Ist 2016	Erwartung 2017	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022
Aktiva											
A.	Ausstehende Einlagen										
B.	Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes										
C.	Anlagevermögen				29	29	142	106	70		
	I. Immaterielle Vermögensgegenstände						100	67	34		
	II. Sachanlagen				29	29	42	39	36		
	III. Finanzanlagen										
D.	Umlaufvermögen				261	265	256	256	256		
	I. Vorräte				26	26	26	26	26		
	II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				68	68	68	68	68		
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	darunter Forderungen gegen verbundene Unternehmen										
	darunter Forderungen gegen Unternehmen mit Beteiligungsverhältnis										
	darunter Forderungen gegenüber dem Gesellschafter/Träger										
	III. Wertpapiere										
	IV. Liquide Mittel				167	171	162	162	162		
E.	Rechnungsabgrenzungsposten				6	6	6	6	6		
F.	Aktive latente Steuern										
G.	Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung										
H.	Sonderverlustkonto gemäß § 17 (4) DMBilG										
I.	Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag										
Summe Aktiva					296	300	404	368	332		
Passiva											
A.	Eigenkapital				155	159	150	150	150		
	I. Gezeichnetes Kapital/Festgesetztes Kapital/Stammkapital				25	25	25	25	25		
	II. Kapitalrücklage										
	III. Allgemeine und zweckgebundene Rücklagen										
	IV. Gewinnrücklagen										
	1. gesetzliche Rücklagen										
	2. Rücklagen für Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen										
	3. satzungsmäßige Rücklagen										
	4. andere Gewinnrücklagen										
	V. Gewinnvortrag / Verlustvortrag				151	130	134	125	125		
	VI. Bilanzergebnis				-21	4	-9				
	VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag										
	VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeiträgen										
	XI. Sonderrücklagen nach DMBilG										
	X. Verrechnungskonten										
B.	Sonderposten						113	77	41		
	1. Andere Sonderposten für Investitionszuwendungen						113	77	41		
	2. Sonderposten mit Rücklageanteil										
	3. Sonderposten für Baukostenzuschüsse/Abnehmerbeiträge										
	4. Weitere Sonderposten										
C.	Empfangene Ertragszuschüsse										
D.	Rückstellungen				58	58	58	58	58		
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen										
	2. Steuerrückstellungen										
	3. Sonstige Rückstellungen				58	58	58	58	58		
	4. Rückstellungen für Bauinstandhaltung										
E.	Summe Verbindlichkeiten				83	83	83	83	83		
	1. Anleihen										
	davon konvertibel										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	3. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	4. Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen				63	63	63	63	63		
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr				63						
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	5. Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel und der Ausstellung eigener Wechsel										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	6. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	7. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	8. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter/Träger										
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr										
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	9. Sonstige Verbindlichkeiten				20	20	20	20	20		
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr				20						
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr										
	davon aus Steuern										
	davon im Rahmen der sozialen Sicherheit										
F.	Rechnungsabgrenzungsposten										
G.	Passive latente Steuern										
Summe Passiva					296	300	404	368	332		

Finanzplan					2018	bis	2022
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH							
TEURO	Ist 2016	Erwartung 2017	Plan 2018	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022
1. laufendes Geschäft							
1.1. Geldeinzahlungen aus							
Umsatzerlöse	787	778	932	1.093	1.099		
sonstige betriebliche Erträge	5						
Zuschüsse der Stadt Halle VWH	1.111	1.161	1.371	1.511	1.511		
Zuschüsse der Stadt Halle VMH							
Zuschüsse Dritter, dauerhaft							
Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene	59	30	30	39	39		
sonstige Einzahlungen							
Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	1.962	1.969	2.333	2.643	2.649		
1.2. Geldauszahlungen							
in Personalaufwendungen	810	841	883	1.094	1.094		
Lieferungen und Leistungen	336	286	300	300	300		
Zinsen							
Steuern	1	1	1	1	1		
Rückzahlung von Zuschüssen							
sonstige Auszahlungen	846	827	1.035	1.238	1.244		
Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft	1.993	1.955	2.219	2.633	2.639		
1.3. Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft	-31	14	114	10	10		
2. Investitionen/Deinvestitionen							
2.1. Geldeinzahlungen							
Einzahlungen aus Abgängen des Finanzanlagevermögens							
Einzahlungen aus Abgängen des sonstigen Anlagevermögens							
Investitionszuschüsse der Stadt Halle							
Investitionszuschüsse Dritter, dauerhaft/pauschal							
Investitionszuschüsse Dritter, einmalig, objektbezogen							
sonstige Einzahlungen							
Summe Geldeinzahlungen Investitionen/Deinvestitionen							
2.2. Geldauszahlungen							
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen							
Auszahlungen für Investitionen in das sonstige Anlagevermögen	7	10	123	10	10		
Rückzahlung von Investitionszuschüssen							
sonstige Auszahlungen							
Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen	7	10	123	10	10		
2.3. Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen	-7	-10	-123	-10	-10		
3. Finanzverkehr							
3.1. Geldeinzahlungen							
Kapitalerhöhung der Stadt Halle							
Kapitalerhöhungen sonstiger Gesellschafter							
Kredite der Stadt Halle							
langfristige Kredite/Darlehen von Anleihen							
kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit							
aus an Dritte gewährte Darlehen							
Zuschüsse/Finanzbeiträgen							
sonstige Einzahlungen							
im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag							
Summe Geldeinzahlungen Finanzverkehr							
3.2. Geldauszahlungen							
Beteiligung/Finanzanlagen							
Tilgung langfristige Kredite/Rückzahlung von Anleihen							
Tilgung kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit							
aus der Gewährung von Darlehen an Dritte							
Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeiträgen							
Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung							
sonstige Auszahlungen							
im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag							
Summe Geldauszahlungen Finanzverkehr							
3.3. Über-/ Unterdeckung Finanzverkehr							
4. Über-/ Unterdeckung gesamt	-38	4	-9				
5. Liquide Mittel gesamt							
5.1. Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt	205	167	171	162	162	162	162
5.2. Endbestand Liquide Mittel gesamt	167	171	162	162	162	162	162
5.3. verfügbare Kreditlinien							
5.4. verbleibender genehmigter Kreditrahmen							

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan									2018	bis	2022
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH											
TEURO	Ist 2016	Erwartung 2017	Plan 2018	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022
Geldeinzahlungen											
1. Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	1.111	1.161	1.371	348	349	232	442	1.511	1.511		
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWVH	1.111	1.161	1.371	348	349	232	442	1.511	1.511		
Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH											
sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle											
2. Geldeinzahlungen Investitionen/Desinvestitionen											
Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VWVH											
Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VMH											
3. Geldeinzahlungen Finanzverkehr											
Kapitalerhöhungen der Stadt Halle											
Kredite der Stadt Halle											
Zuschüsse/Finanzbeihilfen der Stadt Halle											
Rückzahlungen von Darlehen durch die Stadt Halle											
Verlustausgleich											
sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle											
Summe 1	1.111	1.161	1.371	348	349	232	442	1.511	1.511		
Geldauszahlungen											
1. Geldauszahlungen laufendes Geschäft											
Rückzahlung von Zuschüssen an die Stadt Halle											
sonstige Auszahlungen (z. B. Konzessionsabgaben)											
2. Rückzahlung von Investitionen/Desinvestitionen											
Rückzahlung von Investitionszuschüssen an die Stadt											
3. Geldauszahlungen Finanzverkehr											
Kredittilgung an die Stadt Halle											
Gewährung von Darlehen an die Stadt Halle											
Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen an die Stadt Halle											
Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung an die Stadt											
sonstige Auszahlungen an die Stadt Halle											
Summe 2											
Saldo Summe 1 - Summe 2	1.111	1.161	1.371	348	349	232	442	1.511	1.511		

Personalplan		VBE = Vollbeschäftigteinheiten										
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2016 VBE	Erwartung 2017 VBE	Plan 2018 VBE	Plan Quartal 1 VBE	Plan Quartal 2 VBE	Plan Quartal 3 VBE	Plan Quartal 4 VBE	Plan 2019 VBE	Plan 2020 VBE	Plan 2021 VBE	Plan 2022 VBE
Nr.												
	A: Durchschnittlich Beschäftigte											
1	Angestellte	20,0	20,0	21,0	20,0	20,0	20,0	24,0	25,0	25,0		
2	Arbeiter											
3	Auszubildende	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0		
4	Σ Durchschnittliche Beschäftigte	22,0	22,0	23,0	22,0	22,0	22,0	26,0	27,0	27,0		
B: Durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer nach § 285 Nr. 7 HGB i. V. m. § 267 (5) HGB		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
	Arbeitnehmer	24,0	24,0	25,0	24,0	24,0	24,0	28,0	30,0	30,0		
B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
1	Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes	21,0	25,0	24,0	24,0	24,0	24,0	28,0	30,0	30,0		
2	Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes	25,0	24,0	24,0	24,0	24,0	24,0	28,0	30,0	30,0		

Investitionsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2016 TEURO	Erwartung 2017 TEURO	Plan 2018 TEURO	Plan Quartal 1 TEURO	Plan Quartal 2 TEURO	Plan Quartal 3 TEURO	Plan Quartal 4 TEURO	Plan 2019 TEURO	Plan 2020 TEURO	Plan 2021 TEURO	Plan 2022 TEURO
Nr.												
1	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände			100				100				
2	Investitionen in Sachanlagen	7	10	23	2	3	3	15	10	10		
3	Investitionen in Finanzanlagen											
4	Σ Investitionen	7	10	123	2	3	3	115	10	10		
5	Investitionszuschüsse und Zulagen											

Instandhaltungsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2016 TEURO	Erwartung 2017 TEURO	Plan 2018 TEURO	Plan Quartal 1 TEURO	Plan Quartal 2 TEURO	Plan Quartal 3 TEURO	Plan Quartal 4 TEURO	Plan 2019 TEURO	Plan 2020 TEURO	Plan 2021 TEURO	Plan 2022 TEURO
Nr.												
1	Instandhaltungen	3	4	4	1	1	1	1	4	4		

Leistungsdaten											2018	bis	2022
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH													
		Einheit	Ist 2016	Erwartung 2017	Plan 2018	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022
1	Erlöse Stadtführungen/Gruppentouristik	Euro	335.312,19	320.000,00	350.000,00	30.625,00	99.530,00	112.655,00	107.190,00	350.000,00	350.000,00		
2	Erlöse Tourist-Info	Euro	159.311,09	143.000,00	146.000,00	22.040,00	35.600,00	47.580,00	40.780,00	146.000,00	146.000,00		
3	Teilnehmer Stadtrundgänge (ohne Halunkenschunkel)	Anzahl	33.901,00	34.500,00	37.500,00	4.360,00	10.800,00	10.600,00	11.740,00	37.500,00	37.500,00		
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

Begründung für den Nachtrag im Wirtschaftsplan 2018 der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG)

Für das Vorhaben Standortmarketing werden nachträglich im Wirtschaftsplan 2018 ein zusätzlicher Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 210.000,00 € und eine Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) in Höhe von 176.470,59 € (zzgl. 19 % USt) eingeplant.

Für die Jahre 2019 und 2020 erwartet die SMG Zuschüsse der Stadt Halle (Saale) von jeweils 350.000,00 € und die Projektbeteiligung der MLU jeweils 294.117,65 € zzgl. Umsatzsteuer 55.882,35 €. Darüber hinaus sind Erlöse aus Tagungsmanagement und Marketingerlösen für 2019 in Höhe von 42.900,00 € und 2020 in Höhe 48.900,00 € geplant.

Vorhaben Standortmarketing

Die projektbezogene Maßnahme Standortmarketing beinhaltet die Einrichtung eines Gemeinschaftsprojekts zwischen der MLU und der Stadt Halle (Saale), ausgeführt durch die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG).

Im 4. Quartal 2018 soll mittels Nachtragshaushalt (Beschluss der Gesellschafterversammlung der SMG, vorbehaltlich der Gremienzustimmung) die Arbeitsfähigkeit für das Vorhaben Standortmarketing hergestellt werden. Das neue Vorhaben hat seinen Standort wie die Geschäftsstelle der SMG im Marktplatz 13, Halle (Saale).

Während der Zeitabschnitt 2018 vorwiegend der Installation und Ausstattung der Struktur des Vorhabens dient, steht schon in 2019 die Implementierung der Konzeption sowie die Durchführung und Evaluierung inhaltlicher Maßnahmen an. Die Planung für das Vorhaben wird aufgrund vorliegender Finanzierungsbedingungen vorerst für die Jahre 2018, 2019 und 2020 vorgelegt. Eine Weiterführung ist mit Blick auf die Nachhaltigkeit des Vorhabens gewollt. Laufende Vorgespräche stehen unter positiven Vorzeichen. Das Vorhaben selber besteht aus zwei Teilbereichen:

Teilvorhaben 1: Standortmarketing mit Fokus auf die Studenten-(Erstwohnsitznehmer)-Akquise

- Die Zielstellung im Handlungsfeld „Studierendengewinnung“ besteht darin, den Status quo der MLU bei der Gewinnung und Bindung von Studierenden auszubauen bzw. zu sichern, auch unter dem Aspekt der Sicherung von Wirtschaftskraft zum Nutzen der Stadt Halle (Saale).

Teilvorhaben 2: Standortmarketing mit Fokus auf wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement

- Zielstellung dieses Teilvorhabens ist eine Professionalisierung des Tagungs- und Kongressmanagements und die Etablierung einer zentralen

Ansprechpartnerstruktur für die Akquise und Betreuung von (wissenschaftlichen) Kongressen und Tagungen

Das Budget p.a. des Vorhabens beläuft sich für die Jahre 2018 bis 2020 auf ca. 700.000,00 € p.a. und setzt sich weitestgehend zu gleichen Teilen aus einer Zuschusserhöhung der Stadt Halle (Saale) an die SMG und aus Mitteln der MLU zusammen. Erlöse durch die Beteiligung Dritter und Erlöse aus Provisionen im Bereich des Tagungsmanagements ergänzen das Budget.

Aus dem geplanten Nachtrag zum Wirtschaftsplan ergeben sich in 2018 für die SMG zusätzliche Erlöse aus dem Vorhaben Standortmarketing in Höhe von 386.470,59 €. Diese setzen sich zusammen aus einer Zuschusserhöhung der Stadt Halle (Saale) an die SMG in Höhe von 210.000,00 € und einer Projektbeteiligung am Vorhaben Standortmarketing durch die MLU in gleicher Höhe von 176.470,59 € zzgl. 19 % USt. von 33.529,41 €.

Für die Jahre 2019 und 2020 betragen der auf das Projekt bezogene Zuschuss der Stadt Halle (Saale) jeweils 350.000,00 € und die Projektbeteiligung der MLU jeweils 294.117,65 € zzgl. USt. 55.882,35 €. Darüber hinaus sind Begleiterlöse aus dem Tagungsmanagement und Marketingerlösen für 2019 in Höhe von 42.900,00 € und 48.900,00 € vorgesehen.

- Die ursprünglich für 2018 geplanten Umsatzerlöse in Höhe von 756.000,00 € verändern sich aufgrund der Erträge aus MLU-Mitteln (in Höhe von netto 176.470,59 €) auf neu 932.000,00 €.
- Die sonstigen betrieblichen Erträge erhöhen sich um 97.000,00 € von 1.191.000,00 € auf 1.288.000,00 €. Die Erhöhung der sonstigen betrieblichen Erträge ergibt sich aus der Zuschusserhöhung der Stadt Halle (Saale).

Diesen Erträgen stehen in 2018 folgende vorhabenbezogene Ausgaben gegenüber:

- Die Personalkosten in 2018 verändern sich von ursprünglich 841.000,00 € auf 883.000,00 €. Dies ergibt sich aus den zusätzlichen Personalkosten für das Standortmarketing in Höhe von 42.000,00 €. (Für die Folgejahre 2019 und 2020 werden die Personalkosten mit jährlich 253.000,00 € angesetzt.)
- Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen steigen um 231.470,00 € von geplanten 804.000,00 € auf 1.035.000,00 €. Die Gelder werden für Projekt- und Werbemittel, Anlaufkosten für Masterpläne und allgemeine Verwaltungskosten eingesetzt. (Für die Jahre 2019 und 2020 geht die Planung von laufenden Aufwendungen für das Projekt in Höhe von 434.000,00 € bzw. 440.000,00 € aus.)
- Das ursprünglich geplante Anlagevermögen verändert sich von geplanten 29.000,00 € auf 142.000,00 €. Der Grund dafür sind die geplanten Investitionen in neue Arbeitsplätze und PC-

Ausstattung (Geschäfts- und Betriebsausstattung) und Software für den Kongress- und Tagungsservice von insgesamt 113.000,00 €. (Laut überarbeitetem Wirtschaftsplan 2018 beabsichtigt die SMG Investitionen in Höhe von 123.000,00 €. Dieser Betrag setzt sich aus Investitionen für das Vorhaben Standortmarketing in Höhe von 113.000,00 € und die bereits im Wirtschaftsplan 2018 von der SMG verankerten Investitionen in Höhe von 10.000,00 € zusammen.)

- Der Punkt Sonderposten für Investitionszuwendungen verändert sich von 0,00 € auf 113.000,00 €. Hinsichtlich der geplanten Investitionen von 113.000,00 € macht die SMG im Jahr 2018 von dem Wahlrecht Gebrauch, in gleicher Höhe einen Teilbetrag des Zuschusses der Stadt Halle (Saale) erfolgsneutral in den Sonderposten für Investitionszuwendungen einzustellen. In den Folgejahren nach 2018 erfolgt eine korrespondierende Auflösung des Sonderpostens entsprechend der Abschreibung der Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens in Höhe von jährlich 36.000,00 €.

Erläuterung zur internen Budgetplanung

Für das Jahr 2018 sind für das Vorhaben Standortmarketing Ausgaben in den Bereichen Anlaufkosten, Personal, Büro, Projektkosten Studierendengewinnung und Projektkosten Kongress- und Tagungsmanagement in Höhe von 386.470,00 € geplant.

- Die **Anlaufkosten** belaufen sich auf 56.000,00 € und ergeben sich aus Leistungen wie die Erstellung und Finalisierung von Masterplänen beider Teilvorhaben sowie der Akquise von Mitarbeitern (Stellenausschreibungen).
- Die **Personalkosten** in 2018 in Höhe von 42.000,00 € beinhalten Lohnkosten für Mitarbeiter und studentische Hilfskräfte. Die operative Einheit für beide Teilvorhaben in Form eines neu zu formenden Projektteams wird aus fünf Mitarbeitern und studentischen Hilfskräften bei der SMG installiert. Zum Team gehören zukünftig: 1 Projektleiter, 1 Projektmitarbeiter, 1 Sachbearbeiter Finanzen, 2 studentische Hilfskräfte. Da die Planungen des Vorhabens zunächst nur auf einen Projektlaufzeitraum bis 2020 begrenzt sind, werden die Einstellungen von Mitarbeitern nur befristet erfolgen.
- Der **Kostenpunkt Büro** von insgesamt 25.750 € setzt sich zusammen aus den Mietkosten für die Büroflächen, den Kosten für Büroausstattung und die Einrichtung von Arbeitsplätzen (Bürobedarf, Computer/Monitore, Telefonanschlüsse etc.), Kosten für Post und Fernmeldegebühren sowie Buchführungskosten/Rechts- und Beratungskosten.
- Zu den **Projektkosten Studierendengewinnung** im Umfang von 161.100,00 € gehören Maßnahmen für Printprodukte, digitale Angebote (z. B. Virtual Reality und iBeacons),

Promoterkleidung, Messemodule für In- sowie Outdoor, die Konzeption und Umsetzung verschiedener Kommunikationsmittel und die Mediaplanung inkl. einem dazugehörigen Budget für Marketingmaßnahmen, natürlich auch im Onlinebereich.

- In dem Punkt **Projektkosten Kongress- und Tagungsmanagement** finden sich die Kosten für Software, für die Implementierung eines Onlineauftritts, die Kosten für Fortbildung von Mitarbeitern, die Evaluierung des Vorhabens, Kommunikationsmittel und Werbemittel wieder.

Insgesamt werden für diesen Budgetpunkt 101.620,00 € geplant. Der Grund für die Höhe des Budgetanteils ist die Anschaffung einer professionellen Kongress- und Tagungssoftware.

Diese Investition ist für notwendige Professionalisierung des neu einzurichtenden Standortmarketings dringend notwendig. So sind die Vorbereitung und Durchführung von Kongressen stets mit einem umfänglichen organisatorischen Aufwand verbunden. Dabei ist die Erwartungshaltung von Teilnehmenden, Vortragenden, Kooperationspartnern und Drittmittelgebern insbesondere im internationalen Vergleich sehr hoch. Modernes und effizientes Tagungs- und Kongressmanagement ist gekennzeichnet durch den Einsatz von digitalen Technologien und der möglichst bruchlosen Abwicklung aller Prozesse von der Veranstaltungswebsite, über die Anmeldung und Verbuchung von Teilnahmegebühren bis hin zur Erfassung von Vortragsunterlagen, dem Druck von Namensschildern und der Verwaltung veranstaltungsbezogener Hotelkontingente. Für die Softwarelösung sind die folgenden Leistungsparameter relevant:

- Möglichkeit webbasierter Zugriffe ohne lokale Installation
- Mandantenfähigkeit, d. h. mehrere Veranstaltungen können von mehreren Nutzern parallel ohne gegenseitige Beeinflussung realisiert werden, inkl. Verwendung unterschiedlicher Designs
- Berücksichtigung aktueller Datenschutz- und Datensicherheitsanforderungen
- Datenhaltung in der EU
- Einfache Bedienbarkeit
- Starke Modularisierung als Grundlage für einen flexiblen bzw. mit den Anforderungen mitwachsenden und skalierbaren Funktionsumfang. Typische Module sind:
- Konferenzwebsite(s)
- Konferenz-App
- Online-Registrierung
- Rahmenprogrammverwaltung
- Unterkunftsmanagement
- Teilnehmer-, Referenten- und Mitgliederverwaltung
- Reports

- Zahlungsmanagement
- Projektmanagement-Tools (Kalender, Checklisten, Wiedervorlagen, Alarmer, Budgetverwaltung, CRM-Kommunikation intern/extern, Personaleinsatzplanung)
- Online-Katalog für Miet-Technik und Mobiliar, Ausstellungsbau, Gestaltungs- und Druckleistungen, Transport und Logistik, Catering, Dekoration, Presse- und Teilnehmermappen ... (Einbeziehung lokaler Unternehmen als Dienstleister!)
- Ressourcenmanagement (Räume, Technik, Ausstattungen, Personal ...)
- Abstract Management

Im Rahmen einer Ausschreibung sind diese Parameter in 2018 nochmals verantwortlich zu prüfen sowie zusätzlich bieterbezogene Auswahlkriterien und angebotsbezogene Qualitätskriterien (z. B. Zahlungsbedingungen, Service-Level-Agreements, Mindest- und optionale Anforderungen) für eine Zuschlagserteilung zu definieren.

Zum Vorhaben Standortmarketing sind sowohl rechtliche Fragen (gutachterliche Stellungnahme KKP), inhaltliche Ausrichtung (Masterplan) und finanzielle Unterbreitung (Budgetplanung) zwischen Partnern des Gemeinschaftsprojekts ausführlich erörtert, mit Studien hinterlegt und zu planerischen Endergebnissen geführt worden.