

		2020		bis		2024		
TEURO		Ist 2018	Erwartung 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024
Aktiva								
A.	Ausstehende Einlagen							
B.	Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes							
C.	Anlagevermögen	34	34	34	34	34		
	I. Immaterielle Vermögensgegenstände							
	II. Sachanlagen	34	34	34	34	34		
	III. Finanzanlagen							
D.	Umlaufvermögen	487	283	283	283	283	283	
	I. Vorräte	22	22	22	22	22	22	
	II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	120	120	120	120	120	120	
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr							
	darunter Forderungen gegen verbundene Unternehmen							
	darunter Forderungen gegen Untermehmen mit Beteiligungsverhältnis							
	darunter Forderungen gegenüber dem Gesellschafter/Träger							
	III. Wertpapiere							
	IV. Liquide Mittel	345	141	141	141	141	141	
E.	Rechnungsabgrenzungsposten	8	8	8	8	8	8	
F.	Aktive latente Steuern							
G.	Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung							
H.	Sonderverlustrückkonto gemäß § 17 (4) DMBilG							
I.	Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag							
	Summe Aktiva	529	325	325	325	325		
Passiva								
A.	Eigenkapital	101	103	103	103	103	103	
	I. Gezeichnetes Kapital/Festgesetztes Kapital/Stammkapital	25	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	112	78	78	78	78	78	
	VI. Bilanzergebnis	-36	2					
	VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag							
	VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeiträgen							
	XI. Sonderrücklagen nach DMBilG							
	X. Verrechnungskonten							
B.	Sonderposten							
	1. Andere Sonderposten für Investitionszuwendungen							
	2. Sonderposten mit Rücklageanteil							
	3. Sonderposten für Baukostenzuschüsse/Abnehmerbeiträge							
	4. Weitere Sonderposten							
C.	Empfangene Ertragszuschüsse							
D.	Rückstellungen	63	63	63	63	63	63	
	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	63	63	63	63	63	63	
	3. Sonstige Rückstellungen							
	4. Rückstellungen für Bauinstandhaltung							
E.	Summe Verbindlichkeiten	365	159	159	159	159	159	
	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	106						
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr							
	darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr							
	4. Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen	113	113	113	113	113	113	
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr							
	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	146	46	46	46	46	46	
	darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr							
	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	529	325	325	325	325		

Finanzplan Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		2020		bis		2024		
		ist 2018	Erwartung 2019	Plan 2020	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024
TEURO								
1. laufendes Geschäft								
1.1. Geldeinzahlungen aus								
	Umsatzerlöse	909	1.045	1.041	1.041	1.041		
	sonstige betriebliche Erträge	21						
	Zuschüsse der Stadt Halle VWH	1.371	1.511	1.511	1.511	1.511		
	Zuschüsse der Stadt Halle VMH							
	Zuschüsse Dritter, dauerhaft							
	Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene	29	20	30	30	30		
	sonstige Einzahlungen							
	Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	2.330	2.576	2.582	2.582	2.582		
1.2. Geldauszahlungen								
	in Personalaufwendungen	886	1.132	1.148	1.148	1.148		
	Lieferungen und Leistungen	217	421	320	320	320		
	Zinsen							
	Steuern							
	Rückzahlung von Zuschüssen							
	sonstige Auszahlungen	975	1.122	1.108	1.108	1.108		
	Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft	2.078	2.675	2.576	2.576	2.576		
1.3. Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft		252	-99	6	6	6		
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	24	105	6	6	6		
	Rückzahlung von Investitionszuschüssen							
	sonstige Auszahlungen							
	Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen	24	105	6	6	6		
2.3. Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen		-24	-105	-6	-6	-6		
3. Finanzverkehr								
3.1. Geldeinzahlungen								
	Kapitalerhöhung der Stadt Halle							
	Kapitalerhöhungen sonstiger Gesellschafter							
	Kredite der Stadt Halle							
	langfristige Kredite Dritter/Begebung von Anleihen							
	kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit							
	aus an Dritte gewährte Darlehen							
	Zuschüsse/Finanzbeihilfen							
	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/Finanzbeihilfen							
	Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung							
	sonstige Auszahlungen							
	im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag							
	Summe Geldauszahlungen Finanzverkehr							
3.3. Über-/ Unterdeckung Finanzverkehr								
4. Über-/ Unterdeckung gesamt		228	-204					
5. Liquide Mittel gesamt								
5.1.	Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt	117	345	141	141	141	141	141
5.2.	Endbestand Liquide Mittel gesamt	345	141	141	141	141	141	141
5.3.	verfügbare Kreditlinien							
5.4.	verbleibender genehmigter Kreditrahmen							

Gewinn- und Verlustrechnung

Stadtmaking Halle (Saale) GmbH

2020

bis

2024

Nr.	TEURO	Ist 2018	Erwartung 2019	Plan 2020	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024
1.	Umsatzerlöse	832	1.151	1.041	261	260	260	260	1.041	1.041		
2.	Bestandsveränderungen unfertige/fertige Erzeugnisse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	a) Bestandserhöhungen											
	b) Bestandsverminderungen											
3.	andere aktivierte Eigenleistungen											
4.	sonstige betriebliche Erträge	1.307	1.531	1.541	462	462	308	309	1.541	1.541		
I.	Gesamterträge	2.139	2.682	2.582	723	722	568	569	2.582	2.582	0	0
5.	Materialaufwand	279	315	320	96	96	64	64	320	320	0	0
	a) bezogenes Material	82	90	90	27	27	18	18	90	90		
	b) bezogene Leistungen	197	225	230	69	69	46	46	230	230		
6.	Personalaufwand	902	1.132	1.148	287	287	287	287	1.148	1.148	0	0
	a) Löhne und Gehälter	739	906	918	230	229	230	229	918	918		
	b) soziale Abgaben	163	226	230	57	58	57	58	230	230		
	<i>darunter für Altersversorgung</i>											
7.	Abschreibungen	15	5	6	2	1	1	2	6	6	0	0
	a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen	15	5	6	2	1	1	2	6	6		
	b) auf Umlaufvermögen											
	c) auf Sonderverlustkonto											
	d) auf GWG's											
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	978	1.228	1.108	338	338	216	216	1.108	1.108		
II.	Betriebsergebnis	-35	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9.	Erträge aus Gewinnabführungsverträgen											
10.	Erträge aus Beteiligungen											
	<i>darunter aus verbundenen Unternehmen</i>											
11.	Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens											
	<i>darunter aus verbundenen Unternehmen</i>											
12.	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge											
	<i>darunter aus verbundenen Unternehmen</i>											
13.	Aufwendungen aus Verlustübernahmen											
	<i>darunter aus verbundenen Unternehmen</i>											
14.	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens											
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen											
	<i>darunter aus verbundenen Unternehmen</i>											
III.	Finanzergebnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16.	Steuern vom Einkommen und Ertrag											
IV.	Ergebnis nach Steuern	-35	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17.	sonstige Steuern	1										
V.	Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung	-36	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18.	Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter											
19.	Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV)											
20.	Erträge aus Verlustübernahme											
VI.	Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-36	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21.	Gesamtaufwendungen	2.175	2.680	2.582	723	722	568	569	2.582	2.582	0	0
22.	Gesamterträge	2.139	2.682	2.582	723	722	568	569	2.582	2.582	0	0
	Verwendung des Jahresergebnisses											
	Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr	112	76	78					78	78		
	Einstellung Rücklage											
	Entnahme Rücklage											
	Gewinnausschüttung											
	Verlustausgleich durch Gesellschafter											
	Vortrag auf neue Rechnung	76	78	78					78	78		

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan										2020	bis	2024
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH												
TEURO	Ist 2018	Erwartung 2019	Plan 2020	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	
Geldeinzahlungen												
1. Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	1.371	1.511	1.511	453	453	303	302	1.511	1.511			
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH	1.371	1.511	1.511	453	453	303	302	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 VWH												
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	1.371	1.511	1.511	453	453	303	302	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	1.371	1.511	1.511	453	453	303	302	1.511	1.511			

Leistungsdaten										2020	bis	2024
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH												
	Einheit	Ist 2018	Erwartung 2019	Plan 2020	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024
1	Erlöse Stadtführungen	Euro	297.249,00	355.000,00	360.000,00	31.500,00	102.240,00	115.850,00	110.410,00	360.000,00	360.000,00	
2	Erlöse Touristinformation	Euro	119.545,00	125.000,00	130.000,00	19.630,00	31.690,00	42.350,00	36.330,00	130.000,00	130.000,00	
3	Teilnehmer Stadtrundgänge	Anzahl	34.780,00	35.000,00	36.000,00	3.150,00	10.230,00	11.580,00	10.040,00	36.000,00	36.000,00	
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												

Personalplan		VBE = Vollbeschäftigeneinheiten										
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2018 VBE	Erwartung 2019 VBE	Plan 2020 VBE	Plan Quartal 1 VBE	Plan Quartal 2 VBE	Plan Quartal 3 VBE	Plan Quartal 4 VBE	Plan 2021 VBE	Plan 2022 VBE	Plan 2023 VBE	Plan 2024 VBE
Nr.												
A: Durchschnittlich Beschäftigte												
1	Angestellte	22,5	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0		
2	Arbeiter											
3	Auszubildende	0,4										
4	Σ Durchschnittliche Beschäftigte	22,9	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0		
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	27,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0		
B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
1	Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes	25,0	28,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0		
2	Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes	28,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0		

Investitionsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2018 TEURO	Erwartung 2019 TEURO	Plan 2020 TEURO	Plan Quartal 1 TEURO	Plan Quartal 2 TEURO	Plan Quartal 3 TEURO	Plan Quartal 4 TEURO	Plan 2021 TEURO	Plan 2022 TEURO	Plan 2023 TEURO	Plan 2024 TEURO
Nr.												
1	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände		100									
2	Investitionen in Sachanlagen	24	5	6	1	2	1	2	6	6		
3	Investitionen in Finanzanlagen											
4	Σ Investitionen	24	105	6	1	2	1	2	6	6		
5	Investitionszuschüsse und Zulagen											

Instandhaltungsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2018 TEURO	Erwartung 2019 TEURO	Plan 2020 TEURO	Plan Quartal 1 TEURO	Plan Quartal 2 TEURO	Plan Quartal 3 TEURO	Plan Quartal 4 TEURO	Plan 2021 TEURO	Plan 2022 TEURO	Plan 2023 TEURO	Plan 2024 TEURO
Nr.												
1	Instandhaltungen	1	5	4	1	1	1	1	4	4		

Begründung Wirtschaftsplan 2020

Die Stadt Halle an der Saale verzeichnet als lebens- und liebenswerte Kulturstadt mit Geschichte und als wirtschaftliches Oberzentrum insgesamt eine positive Entwicklung. Für Besucherinnen und Besucher sowie Hallenserinnen und Hallenser sind die Veränderungen in der Stadt wahrnehmbar und werden sukzessiv für einen ganzheitlichen Imagewandel sorgen.

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) leistet in diesem Prozess einen wichtigen Beitrag sowohl mit aktiv gestaltenden auf Langzeitwirkung ausgerichteten strategischen Marketingmaßnahmen als auch mit touristischen Dienstleistungen in den Bereichen Beratung und Vermittlung sowie einem umfangreichen Angebot von Führungen.

Insgesamt befindet sich die Gesellschaft mit ihren Leistungen in einem Umbruch. Nach dem Wechsel der Geschäftsführung, der Einführung eines Projektteams für ein kooperatives Standortmarketing und mit dem Tourismuskonzeptes, welches konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für die Ausrichtung des Stadtmarketings gibt werden neue Türen aufgestoßen. Bereits jetzt stehen Themenbereiche wie Digitalisierung nach innen und außen und der Ausbau von Kooperationen mit zusätzlichen Einrichtungen im beiderseitigen Interesse und zur quantitativen Steigerung der Geschäftsvorgänge als wichtige Prozessfelder für die kommenden Jahre fest.

Digitale Produktinnovationen, die Redaktion für Social-Media-Kanäle sowie der Ausbau von Onlinevertriebswegen, müssen auch 2020 aktiv vorangetrieben werden. Weiterhin sind Veränderungen in der Organisationsstruktur notwendig, um für die anstehenden Aufgaben und Entwicklungen im Tourismus gut aufgestellt zu sein, Prozesse zu optimieren und Projekte intensiver zu evaluieren und die Mitarbeiter in ihren Aufgabenfeldern zu motivieren und zu qualifizieren.

Erlössituation

Die SMG beantragt und plant einen institutionellen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 1.511.300,00 € und einen zusätzlichen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) für eine Stabsstelle Standortmarketing zur Studierendengewinnung und Tagungsakquise in Höhe von 350.000,00 €.

Der institutionelle Zuschuss der Stadt wird zu unterschiedlichen Teilen pro Quartal ausgezahlt. Die Auszahlungsraten wurden an den Anteil der tatsächlich anfallenden Kosten angepasst und betragen im I. und II. Quartal jeweils 30 %, im III. und IV. Quartal jeweils 20 % der Gesamtsumme.

Die Umsatzerlöse der SMG werden laut Wirtschaftsplan 2020 mit 1.041.000 € geplant.

In den einzelnen Positionen, deren Erlöse in die Umsatzerlöse gesamt einfließen, sieht dies wie folgt aus:

2020 rechnet die SMG mit der Akquisition finanzieller Drittmittel aus projektbezogenen Maßnahmen in Höhe von 156.000 € sowie aus Werbeverträgen für „sonstige Werbung“ einschließlich der dazugehörigen Anzeigenakquise in Höhe von 45.000,00 €.

Zudem beteiligt sich die Wirtschaft in vergleichbarer Größenordnung durch die kostenfreie Bereitstellung von Sachmitteln oder durch personelle Unterstützung einzelner Projekte, die nicht in die Planung und die Abrechnung des SMG-Wirtschaftsplans eingehen.

Zu beachten ist dabei ausdrücklich der Gesellschaftsvertrag, wonach „die Gesellschaft nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke verfolgt. Sofern die SMG wirtschaftliche Zwecke verfolgt, sind diese lediglich untergeordneter Art.“

Für die Aufgaben der Abteilung „Standortmarketing“ werden folgende Positionen ausgewiesen: Im Geschäftsjahr 2020 plant die SMG Erlöse aus dem „Standortmarketing“ in Höhe von 296.000 €. Die Erlöse des „Standortmarketing“ setzen sich aus der Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU), Beteiligungserlösen und aus Tagungsmanagementenerlösen zusammen.

Die Eigenerlöse der SMG basieren auf den Verkaufserlösen in der Tourist-Information und Einnahmen aus Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen. Die SMG plant im Vergleich für 2020 mit einer konstanten Einnahmesituation im Bereich Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen von 360.000,00 €.

Die Verkaufserlöse in der Tourist-Information werden mit 130.000 € geplant. Dies entspricht einer leichten Steigerung zum Niveau des Vorjahres (vsl. Ist 2019: 125.000,00 €).

Die Position „Erlöse Messen“ wird entsprechend des voraussichtlichen Ergebnisses von 2019 auch für das Wirtschaftsjahr 2020 mit 10.000€ geplant.

Provisionserlöse erzielt die SMG vorrangig durch Zimmervermittlung. Das vsl. Ist 2019 liegt mit 30.000,00 € über dem Plan von 2018 von 27.000,00 €, da das Thema Zimmervermittlung im Tagungs- und Kongressbereich zunehmen wird., wird für das Jahr 2020 mit einem Planansatz von 44.000,00€ kalkuliert.

Neben dem institutionellen Zuschuss der Stadt werden sonstige betriebliche Erträge für 2020 in Höhe von 30.000,00 € geplant. Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Erstattungen von den Krankenkassen in Höhe von 20.000,00 € und Erträge auf der Grundlage eines Kooperationsvertrages mit der MLU in Höhe von 10.000,00 €.

Geplante Aufwendungen

Für das Jahr 2020 werden die Personalkosten in Höhe von insgesamt 1.148.000,00 € geplant.

Diese setzen sich aus dem fest angestellten Personal ohne Gästeführer (815.000,00 €), dem Personal für Standortmarketing (253.000,00 €), den geringfügig Beschäftigten (30.000,00 €) und den nicht selbstständigen Gästeführern (50.000,00 €) zusammen.

Die Wareneinkaufskosten (Wareneinkauf für die Tourist-Information) werden für 2020 in gleicher Höhe wie in 2019 geplant (vsl. Ist 2019: 90.000,00 €).

Die Kosten für touristische Leistungen werden mit 230.000,00 € geplant (vsl. Ist 2019: 225.000,00 €).

Die im Jahr 2019 in Anspruch genommenen Investitionen/Neuausstattungen beliefen sich auf 5.000,00 € und werden daher auch auf ähnlichen Niveau im Jahr 2020 in Höhe von 6.000,00 € geplant.

Als effektivste Ausgaben zur Akquise von Reiseveranstaltern, Paketern (Wiederverkäufer-Segment) und Endkunden erweisen sich regionale, nationale und besonders internationale Reisemessen. Hier kalkuliert die SMG im Wirtschaftsplan 2020 Ausgaben in Höhe von 45.000,00 €.

Auf der Ausgabenseite des Wirtschaftsplans 2020 werden außer Personalkosten für Standortmarketing auch die Kosten für die Realisierung des Projektes Standortmarketing in Höhe von 393.000,00 € geplant.

Die betrieblichen Aufwendungen, wie z. B. Mieten/Raumkosten, Reinigung/Abfallbeseitigung, Energiekosten, Versicherungen, Kfz-Kosten und Buchführungskosten einschl. Prüfung des Jahresabschlusses usw. werden etwa in gleicher Höhe wie im vergangenen Jahr geplant. Laut Wirtschaftsplan 2020 wird die SMG das Wirtschaftsjahr mit Null abschließen.

Standortmarketing

Position(en) im Wirtschaftsplan Standortmarketing	Budgetbedarf 393.000,00 € (Projekt) 253.000,00 € (Personal)	Fremdfinanzierung 296.000,00 €
--	---	-----------------------------------

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei Teilprojekten:

1. Standortmarketing mit Fokus Studenten- und Erstwohnsitznehmer-Akquise

Die Hauptzielstellung der Gemeinschaftsaktivitäten im Handlungsfeld „Studierendengewinnung“ besteht darin, den Status quo der MLU bei der Gewinnung und Bindung von Studierenden zu erhalten und zugleich deren Wirtschaftskraft zum Nutzen der Stadt Halle (Saale) zu sichern.

2. Standortmarketing mit Fokus wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement

Die Projektpartner organisieren eine zentrale Ansprechpartnerstruktur für die Akquise und Betreuung (wissenschaftlicher) Kongresse und Tagungen.

Das Budget für die Jahre 2018 bis 2020 beträgt ca. 700.000,00 € p. a. und setzt sich zu gleichen Teilen aus einem Zuschuss der Stadt Halle (Saale) und einzuwerbenden Projektgeldern im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages mit der MLU zusammen.

Projektbezogene Maßnahmen

Mit der Wirtschaftsplanposition „Projektbezogene Maßnahmen“ werden Kampagnen oder Themenkomplexe realisiert, die über die normalen Marketingmaßnahmen und touristische Werbemaßnahmen hinausgehen. Sie dienen auch dazu, inhaltliche und finanzielle Andockmöglichkeiten für Partnernetzwerke anzubieten. Zweiteres ist zudem notwendig, um das zur Verfügung stehende jährliche Budget (2018: 218.000,00 €, 2019: 192.000,00 €, 2020: 177.500,00 €) im Sinne der Zielerfüllung der Einzelprojekte aufzustocken und damit letztlich die Chance zur Durchdringung zu generieren. Für 2020 sind Aufwendungen in Höhe von 333.500,00 €

bei Projektbeteiligungen und Einnahmen in Höhe von 156.000,00 € geplant. Dies entspricht einer Drittmittelquote von 46,78 %.

Die Ausgaben und Erlöse für projektbezogene Maßnahmen werden unter Berücksichtigung des Tourismuskonzepts der Stadt Halle und noch abzuschließenden Planungen von Einzelprojekten mit einem Projektplan untersetzt. Hierzu zählen unter Vorbehalt umfangreiche Kampagnen für Projekte mit Strahlkraft, wie der hallesche Weihnachtsmarkt, das Laternenfest, das Kulturnetzwerk „nurbeiuns“, die Händel-Vermarktung inkl. der Händel-Festspiele, ein Gemeinschaftsprojekt zur Lagerfeld-Ausstellung 2020 und noch zu definierende Projekte, die auf Markensäulen, wie „grünes Halle“, „familienfreundliches Halle“ etc. einzahlen.

Sonstige Werbung

Position(en) im Wirtschaftsplan	Budgetbedarf	Fremdfinanzierung
sonstige Werbung	125.000,00 €	45.000,00 €

Unter „Sonstige Werbung“ werden alle Aktivitäten verbucht, die sich keinem konkreten Projekt zuordnen lassen, sondern dem Zweck der Image-Profilierung der Stadt Halle (Saale) und der Leistung der touristischen Services in der Händelstadt dienen. Hierzu zählen vor allem Printprodukte und Werbekampagnen. So gehen jedes Jahr 30.000 Stadtführungsbroschüren, ca. 50.000 Flyer „Halle an einem Tag“ auf Deutsch und ca. 15.000 in fünf weiteren Sprachen sowie 70.000 Stadtpläne kostenlos an Touristen.

Insgesamt sind für „sonstige Erlöse aus Werbung/Marketing“ in 2020 Einnahmen in Höhe von 45.000,00 € (Vorjahr 27.000,00 €) sowie „Aufwendungen/sonstige Werbungskosten“ in Höhe von 125.000 € (Vorjahr 100.000,00 €) geplant. Dies entspricht einer Fremdmittelquote von 36,00 %.

Einnahmen aus der Vermarktung von Werbeflächen auf touristischen Endprodukten sind nicht weiter steigerbar. Von Maßnahmen, wie Schutzgebühren für die Materialien soll abgesehen werden, da gerade die massenhafte Abgabe den Kultureinrichtungen und Sehenswürdigkeiten Besucher zuführt und zudem die verknüpften Online-Angebote der SMG damit beworben werden.

Die Bewerbung touristischer Produkte hat zudem klar zum Ziel, die Einnahmensituation bei Stadtführungen/Gruppentourismus zu unterstützen.

Schlussbemerkung

Der vorliegende Wirtschaftsplan baut sich zu einem Großteil auf in den zurückliegenden Jahren langfristig entwickelten Marketingvorhaben auf. In Anbetracht des sich gerade im Abstimmungsprozess befindlichen Tourismuskonzeptes kann eine projektbezogene Budgetplanung für alle konkreten Einzelmaßnahmen noch nicht erfolgen. Das Tourismuskonzept wird mit einer umfangreichen Maßnahmenmatrix und einer Prioritätensetzung entsprechende Vorgaben für eine effiziente und dem Zwecke der Gesellschaft entsprechende Kostenplanung liefern.

Eine verstärkte Schwerpunktsetzung wird jedoch in den Bereichen Digitalisierung, innovatives Standortmarketing und Wassertourismus erfolgen, die als Zukunftsthemen fokussiert werden.