

Gewinn- und Verlustrechnung										2021	bis	2025
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH												
Nr.	TEURO	Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
1.	Umsatzerlöse	1.390	731	1.245	311	312	311	311	1.245	1.245		
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	1.582	1.536	1.526	458	458	305	305	1.526	1.526		
I.	Gesamterträge	2.972	2.267	2.771	769	770	616	616	2.771	2.771	0	0
5.	Materialaufwand	446	212	475	142	142	95	96	475	475	0	0
	a) bezogenes Material	88	102	100	30	30	20	20	100	100		
	b) bezogene Leistungen	358	110	375	112	112	75	76	375	375		
6.	Personalaufwand	1.112	1.119	1.163	288	289	293	293	1.163	1.163	0	0
	a) Löhne und Gehälter	908	895	930	231	232	233	234	930	930		
	b) soziale Abgaben	204	224	233	57	57	60	59	233	233		
	darunter für Altersversorgung											
7.	Abschreibungen	26	10	6	1	1	2	2	6	6	0	0
	a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen	26	10	6	1	1	2	2	6	6		
	b) auf Umlaufvermögen											
	c) auf Sonderverlustkonto											
	d) auf GWG's											
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	1.329	1.031	1.127	338	338	226	225	1.127	1.127		
II.	Betriebsergebnis	59	-105	0	0	0	0	0	0	0	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	59	-105	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17.	sonstige Steuern	1										
V.	Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung	58	-105	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	58	-105	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21.	Gesamtaufwendungen	2.914	2.372	2.771	769	770	616	616	2.771	2.771	0	0
22.	Gesamterträge	2.972	2.267	2.771	769	770	616	616	2.771	2.771	0	0
	Verwendung des Jahresergebnisses											
	Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr	76	134	29					29			
	Einstellung Rücklage											
	Entnahme Rücklage											
	Gewinnausschüttung											
	Verlustausgleich durch Gesellschafter											
	Vortrag auf neue Rechnung	134	29	29					29			

Bilanz Stadmarketing Halle (Saale) GmbH					2021	bis	2025	
					2021	2022	2023	2024
TEURO		Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
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	438	333	333	333	333		
	I. Vorräte	21	21	21	21	21		
	II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	203	203	203	203	203		
	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	214	109	109	109	109		
E.	Rechnungsabgrenzungsposten	8	8	8	8	8		
F.	Aktive latente Steuern							
G.	Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung							
H.	Sonderverlustkonto gemäß § 17 (4) DMBilG							
I.	Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag							
Summe Aktiva		480	375	375	375	375		
Passiva								
A.	Eigenkapital	159	54	54	54	54		
	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	76	134	29	29	29		
	VI. Bilanzergebnis	58	-105					
	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	51	51	51	51	51		
	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	51	51	51	51	51		
	4. Rückstellungen für Bauinstandhaltung							
E.	Summe Verbindlichkeiten	270	270	270	270	270		
	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	231	231	231	231	231		
	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	39	39	39	39	39		
	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		480	375	375	375	375		

Finanzplan					2021	bis	2025
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH							
TEURO	Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
1. laufendes Geschäft							
1.1. Geldeinzahlungen aus							
Umsatzerlöse	1.260	731	1.245	1.245	1.245		
sonstige betriebliche Erträge	5						
Zuschüsse der Stadt Halle VWH	1.511	1.511	1.511	1.511	1.511		
Zuschüsse der Stadt Halle VMH							
Zuschüsse Dritter, dauerhaft							
Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene	7	25	15	15	15		
sonstige Einzahlungen							
Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	2.783	2.267	2.771	2.771	2.771		
1.2. Geldauszahlungen							
in Personalaufwendungen	1.119	1.119	1.163	1.163	1.163		
Lieferungen und Leistungen	328	212	475	475	475		
Zinsen							
Steuern							
Rückzahlung von Zuschüssen							
sonstige Auszahlungen	1.341	1.031	1.127	1.127	1.127		
Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft	2.788	2.362	2.765	2.765	2.765		
1.3. Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft	-5	-95	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	126	10	6	6	6		
Rückzahlung von Investitionszuschüssen							
sonstige Auszahlungen							
Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen	126	10	6	6	6		
2.3. Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen	-126	-10	-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	-131	-105					
5. Liquide Mittel gesamt							
5.1. Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt	345	214	109	109	109	109	109
5.2. Endbestand Liquide Mittel gesamt	214	109	109	109	109	109	109
5.3. verfügbare Kreditlinien							
5.4. verbleibender genehmigter Kreditrahmen							

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan									2021	bis	2025
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH											
TEURO	Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
Geldeinzahlungen											
1.	Geldeinzahlungen laufendes Geschäft										
	1.511	1.511	1.511	453	453	303	302	1.511	1.511		
	Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH	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	1.511	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	1.511	1.511	1.511	453	453	303	302	1.511	1.511	

Personalplan		VBE = Vollbeschäftigeneinheiten										
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
Nr.		VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE
A: Durchschnittlich Beschäftigte												
1	Angestellte	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0		
2	Arbeiter											
3	Auszubildende											
4	Σ Durchschnittliche Beschäftigte	26,0	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	31,0	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	28,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0		
2	Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes	33,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0		

Investitionsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände	100										
2	Investitionen in Sachanlagen	26	10	6	1	2	1	2	6	6		
3	Investitionen in Finanzanlagen											
4	Σ Investitionen	126	10	6	1	2	1	2	6	6		
5	Investitionszuschüsse und Zulagen											

Instandhaltungsplan												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Instandhaltungen	16	7	5	1	1	1	2	5	5		

Leistungsdaten											2021	bis	2025
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH													
	Einheit	Ist 2019	Erwartung 2020	Plan 2021	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025	
1	Erlöse Stadtführungen und Gruppentouristik	Euro	437.102,00	150.000,00	550.000,00	48.130,00	156.200,00	176.990,00	168.680,00	550.000,00	550.000,00		
2	Erlöse Touristinformation	Euro	130.972,00	130.000,00	143.000,00	21.590,00	34.860,00	46.590,00	39.960,00	143.000,00	143.000,00		
3	Teilnehmer Stadtrundgänge	Anzahl	35.797,00	13.500,00	36.000,00	3.240,00	10.520,00	11.910,00	10.330,00	36.000,00	36.000,00		
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

Begründung Wirtschaftsplan 2021

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 mit aktiv gestaltenden, auf Langzeitwirkung ausgerichteten, strategischen Marketingmaßnahmen, mit touristischen Dienstleistungen in den Bereichen Beratung und Vermittlung sowie einem umfangreichen Angebot von Führungen.

Dabei konzentriert sich die SMG auf drei Kernbereiche:

- Standortmarketing Halle als Universitäts- und Tagungsstandort
- Binnenmarketing
- Außenmarketing

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

Digitale Produktinnovationen, die Redaktion für Social-Media-Kanäle sowie der Ausbau von Online-Vertriebswegen, müssen auch 2021 weiter optimiert 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 MitarbeiterInnen in ihren Aufgabenfeldern zu motivieren und zu qualifizieren.

Der angespannte Fachkräftemangel macht auch vor dem Stadtmarketing nicht halt, deshalb müssen wir künftig dafür sorgen, dass unsere MitarbeiterInnen an den innerdeutschen Lohnentwicklungen partizipieren.

Erlössituation

Für das Geschäftsjahr 2021 beantragt und plant die SMG einen institutionellen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 1.511.300,00 €, wovon einen Zuschuss in Höhe von 350.000,00 € für die Stabsstelle Standortmarketing zur Studierendengewinnung und Tagungsakquise ist.

Der institutionelle, städtische Zuschuss 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 2021 mit 1.245.000,00 € geplant.

In den einzelnen Positionen, deren Erlöse in die Umsatzerlöse gesamt einfließen, sieht dies wie folgt aus: 2021 rechnet die SMG mit der Akquisition finanzieller Drittmittel aus projektbezogenen Maßnahmen in Höhe von 156.000,00 € 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 2021 plant die SMG Erlöse aus dem Standortmarketing in Höhe von 296.000,00 €. Die Erlöse des Standortmarketings setzen sich aus der Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU), Beteiligungserlösen und aus Tagungsmanagement-Erlösen zusammen.

Die Eigenerlöse der SMG basieren auf den Verkaufserlösen in der Tourist-Information und Einnahmen aus Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen sowie der Provision von Vermittlungsleistungen. Die SMG plant im Vergleich für 2021 mit einer konstanten Einnahmesituation im Bereich Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen von 550.000,00 €.

Die Verkaufserlöse in der Tourist-Information werden mit 143.000,00 € geplant. Dies entspricht mit 110 % etwa dem Niveau des Vorjahres.

Die Position „Erlöse Messen“ wird für das Wirtschaftsjahr 2021 in Höhe mit 10.000,00 € geplant.

Die Provisionserlöse werden für das Jahr 2021 mit einen Planansatz von 45.000,00 € kalkuliert.

Neben dem institutionellen Zuschuss der Stadt werden sonstige betriebliche Erträge für 2021 in Höhe von 15.000,00 € geplant. Die sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten Erstattungen von den Krankenkassen in Höhe von 5.000,00 € und Erträge auf der Grundlage eines Kooperationsvertrages mit der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg in Höhe von 10.000,00 €.

Geplante Aufwendungen

Für das Jahr 2020 werden die Personalkosten in Höhe von insgesamt 1.163.000,00 € geplant. Diese setzen sich aus dem fest angestellten Personal ohne Gästeführer (830.000,00 €), dem Personal für Standortmarketing (253.000,00 €), den geringfügig Beschäftigten (30.000,00 €) und den nichtselbständigen Gästeführern (50.000,00 €) zusammen.

Die Wareneinkaufskosten (Wareneinkauf für die Tourist-Information) wurden für 2021 in der Höhe von 100.000,00 € geplant.

Die Kosten für touristische Leistungen werden mit 375.500,00 € geplant. Die bezogenen Leistungen beinhalten Leistungen, die für Stadtführungen bzw. gruppentouristische Angebote benötigt werden wie z.B. Honorar für selbstständige Gästeführer, Nutzung der gruppentouristischen Software, Kosten für benötigte Reisebusse im Rahmen von angebotenen Ausflügen, Buchung von Restaurantplätzen oder Eintritte für Museen bzw. Hausmantürme usw.

Die im Jahr 2020 geplanten Investitionen/ Neuausstattungen in Höhe von 6.000,00 € werden in voller Höhe in Anspruch genommen. Für das Jahr 2021 plant die SMG Investitionen in gleicher Höhe wie im Jahr 2020.

Als effektivste Ausgaben zur Akquise von Reiseveranstalter, Paketern (Wiederverkäufer-Segment) und Endkunden erweisen sich regionale, nationale und besonders internationale Reisemessen. Hier kalkuliert die SMG im Wirtschaftsplan 2021 die Ausgaben in Höhe von 45.000,00 €.

Die Ausgaben für sonstige Werbung (Marketingmaßnahmen außer Projekte) werden im Jahr 2021 mit 125.000,00 € geplant. Hinter den Ausgaben für sonstige Werbung verbergen sich Ausgaben für z.B. Anzeigen, der Druck von Flyern, Herstellung von Bannern usw.

Die Kosten für projektbezogenen Maßnahmen unterscheiden sich jedes Jahr nach Art und Umfang der Projekte und sind für 2021 auf der Grundlage des Projekteplans in Höhe von 333.500,00 € geplant.

Auf der Ausgabenseite des Wirtschaftsplans 2021 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. wurden aufgrund der geplanten räumlichen Veränderung der Tourist-Information angepasst. Analog der vorliegenden Verträge wurde das Konto Miete/Raumnebenkosten mit 89.000,00 € geplant (2020: 75.000,00 €). Entsprechend dieser Vergrößerung wurde das Budget für Reinigung/Abfallentsorgung mit 13.000,00 € geplant (2020: 10.000,00 €).

Laut Wirtschaftsplan 2021 wird die SMG das Wirtschaftsjahr mit einem ausgeglichenen Jahresabschluss abschließen.

Standortmarketing

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

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei Teilprojekten.

Standortmarketing mit Fokus Studenten- und Erstwohnsitznehmer-Akquise.

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

Standortmarketing mit Fokus wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement.

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

Das Budget ab 2021 beträgt weiterhin 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

Position(en) im Wirtschaftsplan	Budgetbedarf	Fremdfinanzierung
Projektbezogene Maßnahmen	333.500,00 €	156.000,00 €

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 im Sinne der Zielerfüllung der Einzelprojekte aufzustocken und damit letztlich die Chance zur Durchdringung zu generieren. Für 2021 sind Aufwendungen in Höhe von 333.500,00 € (Vorjahr: 333.500,00 €) bei Projektbeteiligungen und Einnahmen in Höhe von 156.000,00 € (Vorjahr: 156.000,00 €) geplant. Dies entspricht einer Fremdmittelquote 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 umfangreiche Kampagnen für Projekte mit Strahlkraft, wie der hallesche Weihnachtsmarkt, das Laternenfest, das Kulturnetzwerk „nurbeiuns“, die Handel-Vermarktung inkl. der Händel-Festspiele, Gemeinschaftsprojekte mit Partnern aus Kultur und Sport 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 45.000,00 €) sowie „Aufwendungen/sonstige Werbungskosten“ in Höhe von 125.000 € (Vorjahr 125.000,00 €) 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 fußt auf die langfristig entwickelten Marketingvorhaben der vergangenen Jahre. Bei der Planung gehen wir jedoch davon aus, dass ab dem Jahr 2021 keine wesentlichen Beeinträchtigungen durch Covid 19 erfolgen. In Anbetracht des sich gerade im Abstimmungsprozess befindlichen Tourismuskonzeptes ist eine projektbezogene Budgetplanung für alle konkreten Einzelmaßnahmen noch unter der Maßgabe erfolgt, dass das Tourismuskonzept nun bestätigt wird. Eine verstärkte Schwerpunktsetzung wird jedoch in den Bereichen Digitalisierung, innovatives Standortmarketing und „Grünes Halle“ erfolgen, die als Zukunftsthemen fokussiert werden.