

## Begründung Wirtschaftsplan 2023

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.

Dabei konzentriert sich das Stadtmarketing auf 3 Kernbereiche:

- Standortmarketing Halle als Universitäts- und Kongressstandort
- Marketing nach innen
- Marketing nach außen

Insgesamt befindet sich die Gesellschaft mit ihren Leistungen weiter in der Umsetzung des touristischen Entwicklungskonzeptes. 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 2023 weiter verstärkt und 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 Mitarbeiter in ihren Aufgabenfeldern zu motivieren und zu qualifizieren. Vor allem im Bereich der digitalen Werbung muss noch mehr Verlagerung vom klassischen printbasierenden Marketing in den Bereich SocialMediaMarketing erfolgen.

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

## Erlössituation

Für das Geschäftsjahr 2023 beantragt und plant die SMG einen institutionellen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 1.256.300,00 €, wovon einen Zuschuss in Höhe von 350.000,00 € für eine Stabsstelle Standortmarketing zur Studierendengewinnung und Tagungsakquise ist.

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 2023 mit 1.273.000 € geplant.

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

2023 rechnet die SMG mit der Akquisition finanzieller Drittmittel aus projektbezogenen Maßnahmen in Höhe von 180.000 € sowie aus Werbeverträgen für „sonstige Werbung“ einschließlich der dazugehörigen Anzeigenakquise in Höhe von 30.000 €. Für das folgende Jahr 2024 ist angestrebt beide Konten zusammenzuführen.

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 2023 plant die SMG Erlöse aus dem „Standortmarketing“ in Höhe von 334.000 €. Die Erlöse des „Standortmarketing“ setzen sich aus der Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU), Beteiligungserlösen und aus Tagungsmanagererlösen 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 2023 mit einer Einnahmesituation im Bereich Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen von 395.000 €. Die Verkaufserlöse in der Tourist-Information werden mit 290.000 € geplant.

Die Position „Erlöse Messen“ wird für das Wirtschaftsjahr 2023 in Höhe mit 2.000 € geplant.

Die Provisionserlöse werden für das Jahr 2023 mit einem Planansatz von 37.000 € kalkuliert.

Neben dem institutionellen Zuschuss der Stadt werden sonstige betriebliche Erträge für 2023 in Höhe von 5.000,00 € geplant.

## ***Geplante Aufwendungen***

Für das Jahr 2023 werden die Personalkosten in Höhe von insgesamt 1.352.920,00 € geplant. Diese setzen sich aus dem fest angestellten Personal ohne Gästeführer (1.266.920,00 €), den geringfügig Beschäftigten (46.000,00 €) und den nichtselbständigen Gästeführern (40.000,00 €) zusammen.

Die Wareneinkaufskosten (Wareneinkauf für die Tourist-Information) wurden für 2023 in der Höhe von 190.000,00 € geplant.

Die Kosten für touristische Leistungen werden mit 265.000 € 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. Hausmannstürme usw.

Die im Jahr 2023 geplanten Investitionen/ Neuausstattungen in Höhe von 6.000,00 € werden in voller Höhe in Anspruch genommen. Für das Jahr 2023 plant die SMG Investitionen in gleicher Höhe wie im Jahr 2022.

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 2023 die Ausgaben in Höhe von 10.000 €.

Die Ausgaben für sonstige Werbung (Marketingmaßnahmen außer Projekte) werden im Jahr 2023 mit 120.000,00 € 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 2023 auf der Grundlage des Projekteplans in Höhe von 310.000 € geplant. Beide genannten Konten sollen in den folgenden Jahren als Gegenkonto zu den Erlösen projektbezogene Maßnahmen sowie die Erlöse sonstige Werbung zusammengeführt werden. (s.o.)

Auf der Ausgabenseite des Wirtschaftsplans 2023 werden außer Personalkosten für Standortmarketing auch die Kosten für die Realisierung des Projektes Standortmarketing in Höhe von 411.000,00 € geplant.

Die betrieblichen Aufwendungen, wie z.B. Mieten/Raumkosten, Reinigung/Abfallbeseitigung, Energiekosten, Versicherungen, Kfz-Kosten und Buchführungskosten einschl. Prüfung des Jahresabschlusses usw. wurden in Höhe von 161.500,00 € geplant.

Insbesondere mit Blick auf die weitere Energiepreisentwicklung sowie der gestiegenen Inflationsrate ist unsere Prognoseunsicherheit gestiegen. Aufgrund dessen wird die SMG das Wirtschaftsjahr 2023 mit einem Jahresfehlbetrag von 17.620,00 € abschließen.

### Standortmarketing

Position(en) im Wirtschaftsplan	Budgetbedarf	Budget
Standortmarketing	411.000,00 € (Projekt) 278.425,00 € (Personal)	334.000,00 €

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei Teilprojekten.

Standortmarketing mit Fokus Studierenden- 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 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	Budget
Projektbezogene Maßnahmen	310.000,00 €	180.000,00 €

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. Weiteres ist 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 2023 sind Aufwendungen in Höhe von 310.000,00 € bei Projektbeteiligungen und Einnahmen in Höhe von 180.000,00 € geplant. Dies entspricht einer Erlösquote von 58,06 %.

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 Binnenkampagne „verliebtinhalle“, Vermarktung des halleschen Weihnachtsmarktes und des Laternenfestes, das Museumsnetzwerk, die Händel-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	Budget
sonstige Werbung	120.000,00 €	30.000,00 €

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 ca. 50.000 Flyer „Halle an einem Tag“ auf Deutsch und ca. 15.000 in fünf weiteren Sprachen sowie 70.000 Stadtpläne und weitere Werbebroschüren (wie Infos zu Rundfahrten mit dem Halle-Hopper, Feinigerbroschüre etc.) kostenlos an Touristen.

Insgesamt sind für „sonstige Erlöse aus Werbung/Marketing“ Einnahmen in Höhe von 30.000,00 sowie „Aufwendungen/sonstige Werbungskosten“ in Höhe von 120.000 € geplant. Dies entspricht einer Erlösquote von 25,00 %.

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. Bei der Planung gehen wir jedoch davon aus, dass ab dem Jahr 2023 keine wesentlichen Beeinträchtigungen durch Covid 19 erfolgen, jedoch immer noch ein verringertes Reiseverhalten spürbar ist. Die Deutsche Zentrale für Tourismus geht erst ab dem Jahr 2025 von einem „normalen“ touristischen Jahr aus. Insbesondere hoffen wir, dass es pandemiebedingt keine weiteren Reisebeschränkungen bzw. einen Lockdown geben wird. Wir werden auch im Jahr 2023 intensiv an der Umsetzung des Tourismuskonzeptes arbeiten. Dafür ist eine projektbezogene Budgetplanung für alle konkreten Einzelmaßnahmen notwendig, die den Fokus auf den Umsetzungsplan des Konzeptes setzt.

Eine verstärkte Schwerpunktsetzung wird jedoch in den Bereichen Digitalisierung, innovatives Standortmarketing und grünes Halle erfolgen, die als Zukunftsthemen fokussiert werden. Der allgemeinen Verlagerung des printbasierten Marketings zum Digitalmarketing werden wir dabei Rechnung tragen.

Gewinn- und Verlustrechnung										2023	bis	2027
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH												
Nr.	TEURO	Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027
1.	Umsatzerlöse	883	951	1.268	317	317	317	317	1.236	1.293	1.328	1.363
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	1.595	1.531	1.611	483	483	322	323	1.633	1.655	1.677	1.700
<b>I.</b>	<b>Gesamterträge</b>	<b>2.478</b>	<b>2.482</b>	<b>2.879</b>	<b>800</b>	<b>800</b>	<b>639</b>	<b>640</b>	<b>2.869</b>	<b>2.948</b>	<b>3.005</b>	<b>3.063</b>
5.	Materialaufwand	228	265	455	136	137	91	91	423	455	461	468
	a) bezogenes Material	126	80	190	57	57	38	38	110	112	114	117
	b) bezogene Leistungen	102	185	265	79	80	53	53	313	343	347	351
6.	Personalaufwand	1.049	1.198	1.353	338	338	338	339	1.383	1.416	1.446	1.477
	a) Löhne und Gehälter	840	958	1.082	270	271	270	271	1.106	1.133	1.157	1.182
	b) soziale Abgaben	209	240	271	68	67	68	68	277	283	289	295
	darunter für Altersversorgung											
7.	Abschreibungen	38	12	12	3	3	3	3	12	12	12	12
	a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen	38	12	12	3	3	3	3	12	12	12	12
	b) auf Umlaufvermögen											
	c) auf Sonderverlustkonto											
	d) auf GWG's											
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	1.125	1.013	1.083	325	325	216	217	1.067	1.059	1.065	1.071
<b>II.</b>	<b>Betriebsergebnis</b>	<b>38</b>	<b>-6</b>	<b>-24</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>	<b>-10</b>	<b>-16</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>35</b>
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											
<b>III.</b>	<b>Finanzergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
16.	Steuern vom Einkommen und Ertrag											
<b>IV.</b>	<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>38</b>	<b>-6</b>	<b>-24</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>	<b>-10</b>	<b>-16</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>35</b>
17.	sonstige Steuern											
<b>V.</b>	<b>Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung</b>	<b>38</b>	<b>-6</b>	<b>-24</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>	<b>-10</b>	<b>-16</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>35</b>
18.	Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter											
19.	Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV)											
20.	Erträge aus Verlustübernahme											
<b>VI.</b>	<b>Jahresüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>38</b>	<b>-6</b>	<b>-24</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-9</b>	<b>-10</b>	<b>-16</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>35</b>
21.	Gesamtaufwendungen	2.440	2.488	2.903	802	803	648	650	2.885	2.942	2.984	3.028
22.	Gesamterträge	2.478	2.482	2.879	800	800	639	640	2.869	2.948	3.005	3.063
<b>Verwendung des Jahresergebnisses</b>												
	Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr	95	133	127					103	87	83	114
	Einstellung Rücklage											
	Entnahme Rücklage											
	Gewinnausschüttung											
	Verlustausgleich durch Gesellschafter											
	Vortrag auf neue Rechnung	133	127	103					87	93	114	149

Bilanz Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH					2023	bis	2027				
					2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
TEURO					Ist	Erwartung	Plan	Plan	Plan	Plan	Plan
					2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Aktiva</b>											
A.	<b>Ausstehende Einlagen</b>										
B.	<b>Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes</b>										
C.	<b>Anlagevermögen</b>				74	68	62	56	50	44	38
	I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
	II. Sachanlagen				74	68	62	56	50	44	38
	III. Finanzanlagen										
D.	<b>Umlaufvermögen</b>				318	318	300	290	302	329	370
	I. Vorräte				42	42	42	42	42	42	42
	II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				132	132	132	132	132	132	132
	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				144	144	126	116	128	155	196
E.	<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>				16	16	16	16	16	16	16
F.	<b>Aktive latente Steuern</b>										
G.	<b>Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung</b>										
H.	<b>Sonderverlustkonto gemäß § 17 (4) DMBilG</b>										
I.	<b>Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag</b>										
	<b>Summe Aktiva</b>				<b>408</b>	<b>402</b>	<b>378</b>	<b>362</b>	<b>368</b>	<b>389</b>	<b>424</b>
<b>Passiva</b>											
A.	<b>Eigenkapital</b>				158	152	128	112	118	139	174
	I. Gezeichnetes Kapital/Festgesetztes Kapital/Stammkapital				25	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				95	133	127	103	87	93	114
	VI. Bilanzergebnis				38	-6	-24	-16	6	21	35
	VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag										
	VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen										
	XI. Sonderrücklagen nach DMBilG										
	X. Verrechnungskonten										
B.	<b>Sonderposten</b>										
	1. Andere Sonderposten für Investitionszuwendungen										
	2. Sonderposten mit Rücklageanteil										
	3. Sonderposten für Baukostenzuschüsse/Abnehmerbeiträge										
	4. Weitere Sonderposten										
C.	<b>Empfangene Ertragszuschüsse</b>										
D.	<b>Rückstellungen</b>				50	50	50	50	50	50	50
	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				50	50	50	50	50	50	50
	4. Rückstellungen für Bauinstandhaltung										
E.	<b>Summe Verbindlichkeiten</b>				<b>195</b>	<b>195</b>	<b>195</b>	<b>195</b>	<b>195</b>	<b>195</b>	<b>195</b>
	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				166	166	166	166	166	166	166
	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				29	29	29	29	29	29	29
	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.	<b>Rechnungsabgrenzungsposten</b>				5	5	5	5	5	5	5
G.	<b>Passive latente Steuern</b>										
	<b>Summe Passiva</b>				<b>408</b>	<b>402</b>	<b>378</b>	<b>362</b>	<b>368</b>	<b>389</b>	<b>424</b>

Finanzplan Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH					2023	bis	2027	
					TEURO	Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023
<b>1. laufendes Geschäft</b>								
<b>1.1. Geldeinzahlungen aus</b>								
Umsatzerlöse	847	951	1.268	1.236	1.293	1.328	1.363	
sonstige betriebliche Erträge	24	20	5	5	5	5	5	
Zuschüsse der Stadt Halle VWH	1.511	1.511	1.606	1.628	1.650	1.672	1.695	
Zuschüsse der Stadt Halle VMH								
Zuschüsse Dritter, dauerhaft								
Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene	31							
sonstige Einzahlungen								
Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	2.413	2.482	2.879	2.869	2.948	3.005	3.063	
<b>1.2. Geldauszahlungen</b>								
in Personalaufwendungen	1.034	1.198	1.353	1.383	1.416	1.446	1.477	
Lieferungen und Leistungen	194	265	455	423	455	461	468	
Zinsen								
Steuern								
Rückzahlung von Zuschüssen								
sonstige Auszahlungen	1.136	1.013	1.083	1.067	1.059	1.065	1.071	
Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft	2.364	2.476	2.891	2.873	2.930	2.972	3.016	
<b>1.3. Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft</b>	<b>49</b>	<b>6</b>	<b>-12</b>	<b>-4</b>	<b>18</b>	<b>33</b>	<b>47</b>	
<b>2. Investitionen/Deinvestitionen</b>								
<b>2.1. Geldeinzahlungen</b>								
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								
<b>2.2. Geldauszahlungen</b>								
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen								
Auszahlungen für Investitionen in das sonstige Anlagevermögen	61	6	6	6	6	6	6	
Rückzahlung von Investitionszuschüssen								
sonstige Auszahlungen								
Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen	61	6	6	6	6	6	6	
<b>2.3. Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen</b>	<b>-61</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>	
<b>3. Finanzverkehr</b>								
<b>3.1. Geldeinzahlungen</b>								
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								
<b>3.2. Geldauszahlungen</b>								
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								
<b>3.3. Über-/ Unterdeckung Finanzverkehr</b>								
<b>4. Über-/ Unterdeckung gesamt</b>	<b>-12</b>		<b>-18</b>	<b>-10</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>41</b>	
<b>5. Liquide Mittel gesamt</b>								
5.1. Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt	156	144	144	126	116	128	155	
5.2. Endbestand Liquide Mittel gesamt	144	144	126	116	128	155	196	
5.3. verfügbare Kreditlinien								
5.4. verbleibender genehmigter Kreditrahmen								

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan									2023	bis	2027
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH											
TEURO	Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027
<b>Geldeinzahlungen</b>											
1. <b>Geldeinzahlungen laufendes Geschäft</b>											
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH	1.511	1.511	1.606	482	482	321	321	1.628	1.650	1.672	1.695
Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH	1.511	1.511	1.606	482	482	321	321	1.628	1.650	1.672	1.695
sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle											
2. <b>Geldeinzahlungen Investitionen/Desinvestitionen</b>											
Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VWH											
Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VMH											
3. <b>Geldeinzahlungen Finanzverkehr</b>											
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											
<b>Summe 1</b>	<b>1.511</b>	<b>1.511</b>	<b>1.606</b>	<b>482</b>	<b>482</b>	<b>321</b>	<b>321</b>	<b>1.628</b>	<b>1.650</b>	<b>1.672</b>	<b>1.695</b>
<b>Geldauszahlungen</b>											
1. <b>Geldauszahlungen laufendes Geschäft</b>											
Rückzahlung von Zuschüssen an die Stadt Halle											
sonstige Auszahlungen (z. B. Konzessionsabgaben)											
2. <b>Rückzahlung von Investitionen/Desinvestitionen</b>											
Rückzahlung von Investitionszuschüssen an die Stadt											
3. <b>Geldauszahlungen Finanzverkehr</b>											
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											
<b>Summe 2</b>											
<b>Saldo Summe 1 - Summe 2</b>	<b>1.511</b>	<b>1.511</b>	<b>1.606</b>	<b>482</b>	<b>482</b>	<b>321</b>	<b>321</b>	<b>1.628</b>	<b>1.650</b>	<b>1.672</b>	<b>1.695</b>

Leistungsdaten										2023	bis	2027	
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH													
	Einheit	Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	
1	Erlöse Stadtführung	Euro	171.919,00	300.000,00	395.000,00	34.560,00	112.180,00	127.110,00	121.150,00	450.000,00	490.000,00	500.000,00	510.000,00
2	Erlöse Touristinformation	Euro	210.758,00	140.000,00	290.000,00	43.790,00	70.700,00	94.480,00	81.030,00	220.000,00	230.000,00	240.000,00	250.000,00
3	Teilnehmer Stadtrundgänge	Anzahl	18.719,00	28.000,00	32.000,00	2.800,00	9.088,00	10.298,00	9.814,00	34.000,00	35.500,00	35.600,00	37.500,00
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

<b>Personalplan</b>		VBE = Vollbeschäftigteneinheiten										
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027
Nr.		VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE
<b>A: Durchschnittlich Beschäftigte</b>												
1	Angestellte	25,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0	26,0
2	Arbeiter											
3	Auszubildende											
4	<b>Σ Durchschnittliche Beschäftigte</b>	<b>25,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>	<b>26,0</b>
<b>B: Durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer nach § 285 Nr. 7 HGB i. V. m. § 267 (5) HGB</b>		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
	Arbeitnehmer	32,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0
<b>B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse</b>		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
1	Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes	24,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0
2	Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes	38,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0

<b>Investitionsplan</b>												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände											
2	Investitionen in Sachanlagen	61	6	6	1	2	1	2	6	6	6	6
3	Investitionen in Finanzanlagen											
4	<b>Σ Investitionen</b>	<b>61</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
5	Investitionszuschüsse und Zulagen											

<b>Instandhaltungsplan</b>												
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2021	Erwartung 2022	Plan 2023	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Instandhaltungen	6	4	5	1	1	1	2	5	5	5	5