

Gewinn- und Verlustrechnung											2024	bis	2028
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH													
Nr.	TEURO	Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028	
1.	Umsatzerlöse	1.023	1.268	1.269	317	317	317	318	1.244	1.271	1.296	1.322	
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	1.671	1.611	1.930	579	579	386	386	1.887	1.853	1.883	1.883	
<b>I.</b>	<b>Gesamterträge</b>	<b>2.694</b>	<b>2.879</b>	<b>3.199</b>	<b>896</b>	<b>896</b>	<b>703</b>	<b>704</b>	<b>3.131</b>	<b>3.124</b>	<b>3.179</b>	<b>3.205</b>	
5.	Materialaufwand	369	465	407	122	122	81	82	455	461	468	474	
	a) bezogenes Material	200	200	95	28	29	19	19	112	114	117	119	
	b) bezogene Leistungen	169	265	312	94	93	62	63	343	347	351	355	
6.	Personalaufwand	1.211	1.360	1.429	357	357	357	358	1.467	1.450	1.481	1.513	
	a) Löhne und Gehälter	992	1.088	1.143	286	286	285	286	1.174	1.160	1.185	1.210	
	b) soziale Abgaben	219	272	286	71	71	72	72	293	290	296	303	
	darunter für Altersversorgung												
7.	Abschreibungen	16	13	12	3	3	3	3	13	13	13	13	
	a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen	16	13	12	3	3	3	3	13	13	13	13	
	b) auf Umlaufvermögen												
	c) auf Sonderverlustkonto												
	d) auf GWG's												
8.	sonstige betriebliche Aufwendungen	1.101	1.083	1.370	411	411	274	274	1.199	1.182	1.189	1.200	
<b>II.</b>	<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-3</b>	<b>-42</b>	<b>-19</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-3</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>5</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>-3</b>	<b>-42</b>	<b>-19</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-3</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	
17.	sonstige Steuern												
<b>V.</b>	<b>Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung</b>	<b>-3</b>	<b>-42</b>	<b>-19</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-3</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	
18.	Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter												
19.	Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV)												
20.	Erträge aus Verlustübernahme												
<b>VI.</b>	<b>Jahresüberschuss/-fehlbetrag</b>	<b>-3</b>	<b>-42</b>	<b>-19</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-3</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>5</b>	
21.	Gesamtaufwendungen	2.697	2.921	3.218	893	893	715	717	3.134	3.106	3.151	3.200	
22.	Gesamterträge	2.694	2.879	3.199	896	896	703	704	3.131	3.124	3.179	3.205	
	<b>Verwendung des Jahresergebnisses</b>												
	Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr	133	130	88					69	66	84	112	
	Einstellung Rücklage												
	Entnahme Rücklage												
	Gewinnausschüttung												
	Verlustausgleich durch Gesellschafter												
	Vortrag auf neue Rechnung	130	88	69					66	84	112	117	

Bilanz Stadmarketing Halle (Saale) GmbH					2024	bis	2028	
					2024	2027	2028	
TEURO		Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
<b>Aktiva</b>								
A.	Ausstehende Einlagen							
B.	Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes							
C.	Anlagevermögen	53	46	39	32	25	18	11
	I. Immaterielle Vermögensgegenstände							
	II. Sachanlagen	53	46	39	32	25	18	11
	III. Finanzanlagen							
D.	Umlaufvermögen	384	244	232	236	261	296	308
	I. Vorräte	33	33	33	33	33	33	33
	II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	101	101	101	101	101	101	101
	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	250	110	98	102	127	162	174
E.	Rechnungsabgrenzungsposten	9	9	9	9	9	9	9
F.	Aktive latente Steuern							
G.	Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung							
H.	Sonderverlustkonto gemäß § 17 (4) DMBiG							
I.	Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag							
<b>Summe Aktiva</b>		<b>446</b>	<b>299</b>	<b>280</b>	<b>277</b>	<b>295</b>	<b>323</b>	<b>328</b>
<b>Passiva</b>								
A.	Eigenkapital	155	113	94	91	109	137	142
	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	133	130	88	69	66	84	112
	VI. Bilanzergebnis	-3	-42	-19	-3	18	28	5
	VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag							
	VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen							
	XI. Sonderrücklagen nach DMBiG							
	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	36	36	36	36	36	36	36
	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	36	36	36	36	36	36	36
	4. Rückstellungen für Baustandhaltung							
E.	Summe Verbindlichkeiten	147	147	147	147	147	147	147
	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	127	127	127	127	127	127	127
	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	20	20	20	20	20	20	20
	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	108	3	3	3	3	3	3
G.	Passive latente Steuern							
<b>Summe Passiva</b>		<b>446</b>	<b>299</b>	<b>280</b>	<b>277</b>	<b>295</b>	<b>323</b>	<b>328</b>

Finanzplan				2024	bis	2028	
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH							
TEURO	Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
<b>1. laufendes Geschäft</b>							
<b>1.1. Geldeinzahlungen aus</b>							
Umsatzerlöse	1.022	1.268	1.269	1.244	1.271	1.296	1.322
sonstige betriebliche Erträge							
Zuschüsse der Stadt Halle VWH	1.736	1.501	1.748	1.800	1.852	1.882	1.882
Zuschüsse der Stadt Halle VMH							
Zuschüsse Dritter, dauerhaft			181	86			
Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene			1	1			
sonstige Einzahlungen	72	5					
Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft	2.830	2.774	3.199	3.131	3.124	3.179	3.205
<b>1.2. Geldauszahlungen</b>							
in Personalaufwendungen	1.220	1.360	1.429	1.467	1.450	1.481	1.513
Lieferungen und Leistungen	394	465	407	455	461	468	474
Zinsen							
Steuern							
Rückzahlung von Zuschüssen							
sonstige Auszahlungen	1.110	1.083	1.370	1.199	1.182	1.189	1.200
Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft	2.724	2.908	3.206	3.121	3.093	3.138	3.187
<b>1.3. Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft</b>	<b>106</b>	<b>-134</b>	<b>-7</b>	<b>10</b>	<b>31</b>	<b>41</b>	<b>18</b>
<b>2. Investitionen/Deinvestitionen</b>							
<b>2.1. Geldeinzahlungen</b>							
Einzahlungen aus Abgängen des Finanzanlagevermögens							
Einzahlungen aus Abgängen des sonstigen Anlagevermögens	4						
Investitionszuschüsse der Stadt Halle							
Investitionszuschüsse Dritter, dauerhaft/pauschal							
Investitionszuschüsse Dritter, einmalig, objektbezogen							
sonstige Einzahlungen							
Summe Geldeinzahlungen Investitionen/Deinvestitionen	4						
<b>2.2. Geldauszahlungen</b>							
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen							
Auszahlungen für Investitionen in das sonstige Anlagevermögen	4	6	5	6	6	6	6
Rückzahlung von Investitionszuschüssen							
sonstige Auszahlungen							
Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen	4	6	5	6	6	6	6
<b>2.3. Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen</b>		<b>-6</b>	<b>-5</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>106</b>	<b>-140</b>	<b>-12</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>35</b>	<b>12</b>
<b>5. Liquide Mittel gesamt</b>							
5.1. Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt	144	250	110	98	102	127	162
5.2. Endbestand Liquide Mittel gesamt	250	110	98	102	127	162	174
5.3. verfügbare Kreditlinien							
5.4. verbleibender genehmigter Kreditrahmen							

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan									2024	bis	2028
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH											
TEURO	Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
<b>Geldeinzahlungen</b>											
1. <b>Geldeinzahlungen laufendes Geschäft</b>	1.736	1.501	1.748	524	524	350	350	1.800	1.852	1.882	1.882
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH	1.736	1.501	1.748	524	524	350	350	1.800	1.852	1.882	1.882
Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH											
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>1.736</b>	<b>1.501</b>	<b>1.748</b>	<b>524</b>	<b>524</b>	<b>350</b>	<b>350</b>	<b>1.800</b>	<b>1.852</b>	<b>1.882</b>	<b>1.882</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>1.736</b>	<b>1.501</b>	<b>1.748</b>	<b>524</b>	<b>524</b>	<b>350</b>	<b>350</b>	<b>1.800</b>	<b>1.852</b>	<b>1.882</b>	<b>1.882</b>

<b>Personalplan</b>		VBE = Vollbeschäftigeneinheiten										
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH		Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
Nr.		VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE	VBE
<b>A: Durchschnittlich Beschäftigte</b>												
1	Angestellte	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	27,0	26,0	26,0	26,0
2	Arbeiter											
3	Auszubildende											
4	<b>Σ Durchschnittliche Beschäftigte</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</b>	<b>27,0</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	35,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0	30,0	30,0	30,0
<b>B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse</b>		Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl
1	Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes	33,0	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	33,0	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 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände											
2	Investitionen in Sachanlagen	4	6	5	1	2	1	1	6	6	6	6
3	Investitionen in Finanzanlagen											
4	<b>Σ Investitionen</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</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 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
Nr.		TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO	TEURO
1	Instandhaltungen	3	5	5	1	2	1	1	5	5	5	5

Leistungsdaten											2024	bis	2028
Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH													
	Einheit	Ist 2022	Erwartung 2023	Plan 2024	Plan Quartal 1	Plan Quartal 2	Plan Quartal 3	Plan Quartal 4	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028	
1	Erlöse Stadtführungen	Euro	281.842,00	395.000,00	450.000,00	39.375,00	127.800,00	144.810,00	138.015,00	490.000,00	500.000,00	510.000,00	520.000,00
2	Erlöse Touristinformation	Euro	277.632,00	290.000,00	210.000,00	31.710,00	51.200,00	68.420,00	58.670,00	230.000,00	240.000,00	250.000,00	260.000,00
3	Teilnehmer Stadtrundgänge	Anzahl	39.585,00	42.000,00	43.200,00	3.780,00	12.270,00	13.900,00	13.250,00	44.500,00	45.000,00	45.500,00	46.000,00
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

## Begründung Wirtschaftsplan 2024

Die Stadt Halle an der Saale verzeichnet als 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 der Einführung eines regional übergreifenden Standortmarketing- und Tourismuskonzept, welches konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für die Ausrichtung des Stadtmarketings gibt werden die Handlungsfelder kontinuierlich abgearbeitet. 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 2024 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.

## Erlössituation

Für das Geschäftsjahr 2024 beantragt und plant die SMG einen institutionellen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 1.398.000,00 € zur Erfüllung des Gesellschaftszweckes sowie 350.000,00 € für den Bereich Standortmarketing zur Studierendengewinnung und Tagungsakquise.

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.

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.“

Die Umsatzerlöse der SMG werden laut Wirtschaftsplan 2024 mit 1.450.116,00 € geplant. In den einzelnen Positionen, deren Erlöse in die Umsatzerlöse gesamt einfließen, sieht dies wie folgt aus:

2024 rechnet die SMG mit Projekt-/ Marketingerlösen in Höhe von 443.116,00 €.

Für die Aufgaben der Abteilung „Standortmarketing“ werden folgende Positionen ausgewiesen: Im Geschäftsjahr 2024 plant die SMG Erlöse aus dem Bereich Standortmarketing in Höhe von 300.000,00 €. Die Erlöse des „Standortmarketing“ erwachsen zum überwiegenden Teil aus der Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU). Weitere Erträge fließen aus Beteiligungserlösen von Partnern aufgrund von Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen im Bereich Studierendengewinnung.

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 2024 mit einer Einnahmesituation im Bereich Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen von 450.000,00 €. Die Verkaufserlöse in der Tourist-Information werden mit 210.000,00 € geplant.

Die Position „Erlöse Messen“ wird für das Wirtschaftsjahr 2024 in Höhe mit 5.000,00 € geplant. Die Provisionserlöse, bestehend aus der Vermittlung von Übernachtungen und Erlösen aus dem Service des Tagungs- und Kongressbereiches werden für das Jahr 2024 mit einen Planansatz von 42.000,00 € kalkuliert.

Neben dem institutionellen Zuschuss der Stadt werden sonstige betriebliche Erträge für 2024 in Höhe von 1.000,00 € geplant.

### **Geplante Aufwendungen**

Für das Jahr 2024 werden die Personalkosten in Höhe von insgesamt 1.432.048,20 € geplant. Diese setzen sich aus dem fest angestellten Personal ohne Gästeführer (1.339.048,20 €), den geringfügig Beschäftigten (38.000,00 €) und den nichtselbständigen Gästeführern (52.000,00 €) zusammen.

Die Wareneinkaufskosten (Wareneinkauf für die Tourist-Information) wurden für 2024 in der Höhe von 95.000,00 € geplant.

Die Kosten für touristische Leistungen werden mit 312.500,00 € 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. 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 2024 plant die SMG Investitionen in Höhe von 5.000,00 €.

Als eine der effektivsten Maßnahmen erweisen sich Ausgaben zur Akquise von Reiseveranstaltern, Paketern (Wiederverkäufer-Segment) und Endkunden für die Teilnahme an regionalen, nationalen

und besonders internationalen Reisemessen. Hier kalkuliert die SMG im Wirtschaftsplan 2024 die Ausgaben in Höhe von 30.000,00 € Die Erhöhung dieser Summe begründet sich auch in der Ausrichtung des Tages der Bustouristik 2024 in Halle (Saale).

Die Ausgaben für projektbezogenen Maßnahmen wurden zusammengeführt und werden im Jahr 2024 mit 733.990,00 € geplant.

Auf der Ausgabenseite des Wirtschaftsplans 2024 werden auch die Kosten für die Realisierung des Projektes Standortmarketing in Höhe von 390.000,00 € 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 152.684,64 € geplant.

Insbesondere mit Blick auf die weitere Energiepreisentwicklung sowie der gestiegenen Inflationsrate ist unsere Prognoseunsicherheit gestiegen. Aufgrund dessen wird die SMG das Wirtschaftsjahr 2024 mit einem Jahresfehlbetrag von 11.506,84 € abschließen.

### Stadtführungen/Gruppentourismus

Position(en) im Wirtschaftsplan	Ausgaben	Einnahmen
Stadtführungen / Gruppentourismus	312.500,00	450.000,00 €.

Die Organisation von Stadtführungen, sowie die umfangreiche Betreuung von Reisegruppen gehört zum Kerngeschäft. Es ist sowohl wichtige Einnahmequelle als auch serviceorientiertes Multiplikatoren Marketing. Für 2024 stehen hinter den Kulissen gravierende Erneuerungen mit der Einführung eines neuen Buchungs-, Ticket- und Gästeführer:innenmanagementsystems an. Ausschlaggebend für den Wechsel hierbei war ein nichtannehmbares Preis-Leistungs-Verhältnis des jetzigen Anbieters für ein Update. Nach intensiven Marktrecherchen und Testphasen ist nun ein Anbieter (Abosystem) beauftragt. Der Übergang ist komplex und aufwändig, führt aber bei Erfolg ab dem 01.01.2024 zu einer weit verbesserten Online-Sichtbarkeit und -Buchbarkeit, sowie über Schnittstellen zur Einbindung von externen bekannten Buchungsplattformen und somit zu weiteren Vertriebskanälen. Damit einhergehend werden alle Stadtführungsangebote mit einem echten Ticketing-System ausgestattet, was sowohl die Buchungsprozesse, Verifizierung vor Ort und die statistische Auswertung effektiviert und standardisiert.

### Standortmarketing

Position(en) im Wirtschaftsplan	Ausgaben	Erlöse MLU
Standortmarketing	390.000,00 € (Sachmittel) 260.000,00 € (Personal)	300.000,00 € Zuschuss Stadt Halle 350.000,00 €

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei zentralen Handlungsfeldern:  
„1 Standortmarketing mit dem Fokus Vermarktung der Stadt Halle (Saale) als attraktiver Studienstandort“ und „2 Tagungs- und Kongressmanagement“.

Im Handlungsfeld Standortmarketing/Studierendengewinnung ist die Zielstellung Kommunikationsmaßnahmen umzusetzen, um im Kooperationsprojekt der Stadt Halle (Saale) und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg die Gewinnung von Studierenden zu unterstützen und die Stadt als attraktiven Studienstandort zu vermarkten. Dabei spielt nicht nur die Imagebildung für die Akquise Studierender eine wichtige Rolle, sondern auch die Bindung von Studierenden am Standort, die einen erheblichen Wirtschaftsfaktor darstellen und Motor für innovative und kreative Entwicklungen in Stadt und Region sind. Bei dieser, sehr jungen Zielgruppe, werden die Budgets vor allem im Bereich der Online-Kommunikation und des Online-Advertisings eingesetzt und haben daher auch einen hohen Wirkungsgrad für die Vermarktung Halles als Städtedestination für junge City Traveller.

Das Handlungsfeld wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement zielt weiterhin darauf ab, die Bedeutung der Stadt Halle (Saale) als Austragungsort für Tagungen und Kongresse zu steigern und neben der realen Steigerung von stattfindenden Veranstaltungen, das Tagungs- und Kongressteam des Stadtmarketings als Professional Congress Organizer (PCO) und zentraler Ansprechpartnerstruktur für die Akquise und Betreuung (wissenschaftlicher) Kongresse und Tagungen zu etablieren. Kernstück hier ist die zentrale Kampagne „Besser Tagen“, die sowohl online und offline in die Marke Halle Tourismus / Verliebt in Halle eingebettet ist, sowie das Netzwerk aus Veranstaltungsstätten, technischen Partnern und weiteren Dienstleistern rund um die Organisation von Tagungen und Kongressen. Die umfangreiche Bearbeitung aller Anfragen und Betreuung der Veranstaltungen und Partner:innen wird mit einem Team aus zwei Mitarbeiter:innen realisiert.

Das Budget für die Umsetzung der in einer Kooperation mit der Martin-Luther-Universität festgelegten Maßnahmen beträgt ca. 650.000,00 € p. a. und setzt sich zu gleichen Teilen aus einem Zuschuss der Stadt Halle (Saale) und Projektgeldern im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages mit der MLU zusammen.

**Projektbezogene Maßnahmen 1**

Position(en) im Wirtschaftsplan	Ausgaben	Einnahmen
Projektbezogene Maßnahmen	579.550,00 €	262.000,00 €

Mit der Wirtschaftsplanposition „Projektbezogene Maßnahmen“ werden Kampagnen oder Themenkomplexe realisiert, sowie permanente Marketingmaßnahmen und touristische Servicematerialien.

Für 2023 sind Aufwendungen in Höhe von 579.550,00 € bei Projektbeteiligungen und Einnahmen in Höhe von 262.000,00 € geplant. Dies entspricht einer Erlösquote von 45,21 %.

Die Ausgaben und Erlöse für projektbezogene Maßnahmen sind unter Berücksichtigung des Tourismuskonzepts der Stadt Halle und den Hauptsäulen „Kultur“, Natur“ und „familienfreundliches Halle“ mit Einzelprojekten in einem Projektplan untersetzt. Hierzu zählen umfangreiche Kampagnen für Projekte mit Strahlkraft, wie der Binnenkampagne „verliebtinhalle“, Vermarktung des halleschen

Weihnachtsmarktes und des Laternenfestes, die Einführung der Halle-Card mit dem Museumsnetzwerk, die Händel-Vermarktung inkl. der Händel-Festspiele. Ein großes einmaliges Thema ist die Mitvermarktung der Jahreskampagne „70 Jahre Puppentheater“, die in einem 10-Tages-Spektakel im Juni ihren Höhepunkt hat. Mit der geplanten Ausweitung und Neukonzeption der Idee einer Kulturveranstaltungsreihe „Im Sommer nach 8“ geschieht eine umfangreiche Belebung des halleschen Marktplatzes im Monat August 2023.

**Projektbezogene Maßnahmen 2 (Fördermittel)**

Position(en) im Wirtschaftsplan	Ausgaben	Einnahmen
Fördermittel LSA	154.440,00 €	134.316,00 €

Die Folgen der Corona-Pandemie zeigen immer noch Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft der Stadt Halle (Saale). Umso wichtiger ist, dass Halle (Saale) als Standort an Attraktivität zurückgewinnt. Mit Hilfe des Landes Sachsen-Anhalt und dem genehmigten Projektantrag "Tourismusoffensive Halle (Saale) 2023-25" soll eine Stärkung der lokalen/regionalen Tourismuswirtschaft erzielt werden sowie gleichzeitig pandemieresiliente Tourismusangebote geschaffen werden. Die eingereichten Projekte sind so konzipiert, dass sie die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH inhaltlich zukunftsfähig aufstellt und die zu realisierenden Produkte eine Haltbarkeit über den Förderzeitraum hinaus beinhalten.

Vor allem geht es um die zielgruppengerechte, diversifizierte Aufbereitung von  
Das verknüpfende Element des Förderprojektes ist die zeitgemäße Aufbereitung in Bild, Ton, Video, Text von Points of Interests für verschiedene Zielgruppen. In der heutigen (digitalen) Zeit ist Online-Content als Ware anzusehen, der, wenn gut gemacht, erfolgsversprechend und zielerfüllend konsumiert wird. Hierbei wird es auch Querverknüpfungen und Synergien geben. Zu den anvisierten Zielgruppen gehören: englischsprachige Tourist:innen, Familien mit Kindern, Kinderreisegruppen und Hörgeschädigte (Aufbereitung in Gebärdensprache). Foto- und Videomaterial kann und soll bei allen Teilprojekten, sowie in der Zweitverwertung auf anderen touristischen Plattformen eingesetzt und in die Welt gestreut werden.

Das Großprojekt „Tourismusoffensive Halle (Saale) beinhaltet vier Teilprojekte:

- 1.) Entwicklung einer Tourismuskampagne mit Rückgewinnung, Fokus ausländische Zielgruppen (u.a.: englischer Audioguide, englischer Web-content, Drohnenaufnahmen POIs)
- 2.) Digitale Erlebnisstadtführungen für Familien mittels Audioführung und Podcast
- 3.) Digitale Erlebnisstadtführungen für Familien mittels App und Gamification
- 4.) Digitale Angebotserweiterungen unter Berücksichtigung des „Tourismus für alle“ (Gebärdenvideos POIs)

Die Fördermittelzusage beinhaltet zudem eine projektbezogene Personalstelle bis Ende 2025. Für 2024 steht ein Sachmittelbudget von 154.440,00 € zur Verfügung, wobei 134.316,00 € vom Land Sachsen-Anhalt beigesteuert werden. Dies entspricht einer Erlösquote von 86,99 %.

**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 2024 keine wesentlichen Beeinträchtigungen aus den Folgen der Coronapandemie und des Ukraine Konfliktes vorliegen. Die Deutsche Zentrale für Tourismus geht erst ab dem Jahr 2025 von

einem „normalen“ touristischen Jahr aus. Insbesondere hoffen wir die Preissteigerungsspirale zunehmend schwächer wird. Wir werden auch im Jahr 2024 intensiv an der Umsetzung des Tourismuskonzeptes arbeiten. Dafür ist eine projektbezogene Budgetplanung für alle konkreten Einzelmaßnahmen erfolgt, 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.

Weiterhin gehen wir davon aus, dass die Planungen zum künftigen Zukunftszentrum voranschreiten, was einen höheren Kommunikationsbedarf zur Folge hätte. Teile unserer Planungen hängen zudem davon ab, ob es uns möglich sein wird für Events und Formate Drittmittel einzuwerben.