



HALLE ★ *Die Stadt*

Beschlussvorlage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2009/08373**
Datum: 26.11.2009
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Dezernat Wirtschaft und
Arbeit

| Beratungsfolge | Termin | Status |
|--|---------------|----------------------------|
| Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung | 24.11.2009 | öffentlich Vorberatung |
| Ausschuss für Finanzen, städtische Beteiligungsverwaltung und Liegenschaften | 08.12.2009 | öffentlich Vorberatung |
| Hauptausschuss | 09.12.2009 | öffentlich Vorberatung |
| Stadtrat | 16.12.2009 | öffentlich Entscheidung |

Betreff: **Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2010**

Beschlussvorschlag:

Der Wirtschaftsplan der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH für das Jahr 2010 wird bestätigt.

Finanzielle Auswirkung:

Haushaltsstelle: VerwHH : 1.8400.715600 1.111.300,00 €
 VermHH :

Wolfram Neumann
Beigeordneter für Wirtschaft und Arbeit

Begründung:

Die Gründung der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH wurde auf der 44. öffentlichen Sitzung des Stadtrates am 25.06.2003 zu dem Zweck gegründet, „die enormen Potenziale der Stadt Halle (Saale) national und international ins Bewusstsein zu rücken, ... die Stadt Halle zu einer Marke zu entwickeln, einen Markenkern herauszuarbeiten und ihn konsequent nach innen und außen zu kommunizieren“. (2.: Zielsetzung)

Entsprechend wurde im Gesellschaftsvertrag der SMG als Gegenstand des Unternehmens die „Konzeptionierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen“ formuliert. Diesem Ziel hat die SMG mit der im Jahr 2009 eingeleiteten Markenentwicklung und -einführung sowie der Festigung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle Rechnung getragen. Der Wirtschaftsplan 2010 bildet die Grundlage für diese Neupositionierung der Stadt Halle (Saale).

Halle ist Händelstadt. Sie war es immer, doch nun trägt es die Stadt im Namen. 20 Jahre nach der Wende wurde – unter Berücksichtigung der Roland-Berger-Studie, des Zukunftsforums sowie von diversen Expertengesprächen – mit elf Juroren aus Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Stadtmarketing eine identitätsstiftende Marke herausgefiltert, die nach innen und außen ausstrahlt. Die Profilierung der Stadt als *eine* Marke kann – 250 Jahre nach Händels Tod – endlich gelingen, da sie auf den stärksten Charakterzug, das stärkste Alleinstellungsmerkmal setzt. Die „neue“ Stadtmarke schärft das Stadt-Image im Innen- und Außenmarketing, erhöht dauerhaft die Aufmerksamkeit und liefert Vertrauenswerte, schafft das nach innen und außen klar fixierte, belegbare Image und macht unverwechselbar. Kurzum: Die Händelstadt steht für Musik, Kultur, Freude und europäischen Geist.

In die Stadtmarke muss weiter investiert werden. Mit der schrittweisen Einführung in der Stadtverwaltung sowie der Umstellung des Corporate Design bei allen Darstellungen und Kommunikationsformen der SMG verbindet sich 2010 ein weiterer werblicher Aufwand, um die Bekanntmachung und Identitätsstiftung zu flankieren. Damit einher geht – unter Bündelung aller Kräfte – ein ganzheitliches städtisches Marketing auf Basis kooperativer und partnerschaftlicher Strukturen, die es 2010 weiter zu festigen gilt.

Indem die Partner aus Kunst, Kultur, Wissenschaft und Sport z. B. auf dem städtischen Kulturkontingent, auf überregionalen Stadtinformationsanlagen („Halle-Kontingent“) oder in der Kampagne „Nur bei uns“ künftig in einheitlichem Corporate Design unter dem Dach von „Halle Saale Händelstadt“ werben, wird die neue Stadtmarke lokal, regional und bundesweit ungleich stärker penetriert als bisher.

Durch Aktionen wie die „Händelwiese“, „George Forever“ auf dem Hallmarkt, den „Meteoriten“ auf dem Autodach (für die Floßfahrten zum Planetarium), den Raben als Werbung für die Welturaufführung von Edgar Allan Poe vor dem Opernhaus, City Classic oder Aktionen auf dem Salzfest oder den Weihnachtsmarkt erhöht die SMG zugleich ihre Bekanntheit und Sympathie unter den Bürgern.

Ein Schwerpunkt der Arbeit der SMG liegt im kommenden Wirtschaftsjahr in der Erarbeitung einer Tourismusmarketing- und City-Event-Konzeption über das Jahr 2010 hinaus. Die SMG will längerfristige Akzente und Schwerpunkte in der kooperativen Zusammenarbeit mit allen kulturellen, touristischen und Geschäftspartnern setzen, d. h. sowohl beim Citymanagement wie den bestehenden Netzwerken des Kultur-, Destinations- und Tourismusmanagements („Nur bei uns“, „Tagungsdreieck Magdeburg – Halle – Dessau“ sowie „Stadtsprung“).

Die Vermarktungsschwerpunkte der SMG in 2010 lehnen sich an die der Investitions- und Marketinggesellschaft mbH Sachsen Anhalt (IMG mit „ Städtetourismus“ als

Jahresthema 2010), die der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) sowie nicht zuletzt an die Themenjahre der Stadt Halle an. Das Jahr 2010 bietet im Vergleich zu den Vorjahren wenig überregional ausstrahlende Ereignisse an:

- a) die Internationale Bauausstellung (IBA) u. a. mit der Sperrung der Magistrale am 30.05.2010, bei der aus der Doppelstadt eine „Hochzeit“ wird;
- b) die Ausrichtung von Aktivitäten rund um den Europäischen Stadtbrief der sog. „National Heroes“ im Mai 2010;
- c) „Halle verändert“ als Abschluss der zehn Jahre währenden Themenjahre der Franckeschen Stiftungen (a bis c werden 2010 gemeinsam unter dem Oberbegriff „Stadtumbau“ vermarktet).
- d) die Händelfestspiele vom 3. bis 13. Juni 2010;
- e) die Fortschreibung der Kampagne „Nur bei uns“ in teilweise neuem Corporate Design;
- f) Aktionsplan 2010: höherwertige und stärker ausstrahlende Events mit der CityGemeinschaft auf dem Markt;
- g) die Dauerausstellung „Himmelscheibe von Nebra“ im Landesmuseum für Vorgeschichte in Vernetzung mit der Marketingkooperation „Himmelswege“;
- h) die Ausstellung „Elefantenreich – eine Fossilwelt in Europa“ vom 26. März bis 03. Oktober 2010 im Landesmuseum für Vorgeschichte;
- i) die Dauerausstellung „Klassische Moderne“ in der umgestalteten Moritzburg;
- j) die Lutherdekade mit verstärktem Auslandsmarketing;
- k) die Zuarbeit zur Expo-Weltausstellung 2010 in Shanghai.

Nahezu alle hier dargestellten Veranstaltungen werden intensiv über die großen deutschen Reiseveranstalter mit begleitenden Insertionen beworben.

In den Bereichen Tourismus sowie Kongresse/Tagungen will die SMG 2010 bestehende Netzwerke weiter festigen, die Kräfte bündeln und die sich daraus ergebenden Synergieeffekte besser nutzen. In Ermangelung der nötigen Strukturen als Kongressstandort gilt es via Regional-Akquise sowie im Marketingverbund „Tagungsdreieck“ – einer Kooperation der drei größten Städte Sachsen-Anhalts (Magdeburg, Halle, Dessau) – noch aktiver um große Tagungen zu werben, um Kongresse und Tagungen in Halle zu fördern. Hier greifen die Angebotsstrukturen im Tagungs- und Kongressgeschäft der drei Städte ideal ineinander und ergänzen sich gegenseitig. Im Rahmen dieser Marketingkooperation wird sich das Tagungsdreieck auf der IMEX, zwei Road Shows und zwei gemeinsamen Fam Trips präsentieren und den gemeinsamen Tagungsplaner aktualisieren.

Nach wie vor positiv ist die sehr gute Zusammenarbeit innerhalb des Netzwerkes „Stadtsprung“, welches die acht touristischen Leuchttürme Sachsen-Anhalts (Magdeburg, Halle (Saale), Dessau, Naumburg, L. Wittenberg, Quedlinburg, Halberstadt und Wernigerode) umfasst. Neben der Quellmarktbearbeitung Österreich und Schweiz – u. a. Messebesuche in Wien und Zürich sowie Pressegespräche und Workshops in den beiden Ländern – und einem gut frequentierten Internetauftritt wird hier mit gemeinsamen Aktionen, Studienreisen für Reiseveranstalter, touristischen Kampagnen, einer Broschüre und hochwertigen Give Aways geworben. Ziel dieser Kooperation ist es, Interesse für Städtereisen ins „Kernland Deutscher Geschichte“ zu wecken und touristische Pauschalangebote zu entwickeln.

Auf dem Hansetag 2009 in Velikij Novgorod bewarb sich die Stadt Halle (Saale) um die Ausrichtung des Internationalen Hansetages 2017. Wenn die Stadt Halle wg. vorheriger Absprachen auch nicht den Zuschlag erhielt, so wurde der Stadt ein Vorgriffsrecht auf die Ausrichtung des Internationalen Hansetages im Falle der

Absage eines Veranstalters eingeräumt. Gleichzeitig machte das Präsidium der Hanse in Russland deutlich, dass das Engagement der Stadt Halle in der Hanse nun nicht erlahmen dürfe. Die SMG will deshalb mitwirken an einem Konzept, wie das Leben am Fluss, die sportlichen Aktivitäten auf der Saale und deren touristische Anziehungskraft rund ums „Blaue Band“ künftig befördert werden. Dabei spielt das Hallesche Hansefest eine immer wichtigere Rolle.

Ein weiteres zu stärkendes Netzwerk ist die Kooperation „nur bei uns“, die acht Kulturträger unter der Federführung der SMG vereint. Diesem Netzwerk gehören die Franckeschen Stiftungen, die Stiftung Moritzburg, die Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design, die Martin-Luther Universität, das Landesmuseum für Vorgeschichte, die Stiftung Händelhaus und die Kultur GmbH an. Ziel der Kooperation ist die Erlangung überregionaler, bundesweiter Strahlkraft und Wiedererkennung in der gemeinsamen Bewerbung der kulturellen und touristischen Highlights der Stadt Halle. „nur bei uns“ startet im Jahr 2010 eine zweigestaffelte Kampagne mit verschiedenen zielgruppenspezifischen Werbemaßnahmen, die die kulturellen und touristischen Highlights hervorheben. Die SMG ist hier verantwortlich für Konzept und Abwicklung.

Des Weiteren forciert die SMG in enger Absprache mit dem Landes- und Stadtsportbund 2010 eine Sport-Kooperation in Halle. Beabsichtigt ist, die vier publikumswirksamsten Mannschaften Hallescher Fußballclub (HFC), SV Halle („Lions“ – 1. Basketball-Bundesliga der Damen), SV Union Halle-Neustadt („Wildcats“ – 2. Handball-Bundesliga der Damen) sowie ESC Saale-Bulls (Eishockey-Regionalliga der Herren) als „die vier Musketiere“ gemeinsam auf Stadtbegrüßungsanlagen und in Foldern zu vermarkten. Ferner sollen in dieser Kooperation sportliche Aktivitäten für die Innenstadt entwickelt werden und mit hochrangigen Sportwettkämpfen noch mehr Zuschauer aus Halle und Umgebung angelockt werden. Ferner ist angedacht, dass die Profisportler die Stadt Halle auch bei Auswärtsspielen als Werbeträger vermarkten.

Den Schwerpunkt der SMG in 2010 bilden die projektbezogenen Maßnahmen. Diese werden jedes Jahr neu definiert und den aktuellen Aufgaben angepasst. Zu den projektbezogenen Maßnahmen zählen prioritär:

- Internationale Bauausstellung IBA 2010 u. a. mit der Sperrung der Magistrale am 29. Mai 2010, bei der aus der Doppelstadt zur „Hochzeit“ wird, Themenmonat „National Heroes“, Themen(abschluss)jahr „Halle verändert“ der Franckeschen Stiftungen,
- Fortführung der Kampagne „nur bei uns“, Einführung der neuen Stadtmarke,
- Händelfestspiele 2010,
- Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika, Public Viewing am Thüringer Bahnhof, Vermarktung und Merchandising
- Aktionsplan 2010 mit der Citygemeinschaft: höherwertige und stärker ausstrahlende Events mit der CityGemeinschaft auf dem und um den Marktplatz wie CityBeach, CityClassic, englischer Garten, Lichtereinkauf, Salzfest, Weihnachtsmarkt,
- Mannschaftssport-Kooperation „die 4 Musketiere“ unter Leitung der SMG,
- Vermarktung von Leuchtturmprojekten der Metropolregion Mitteldeutschland,
- Ausweitung der Netzwerke „Tagungsdreieck“ (aktive Akquise im Umland) und Stadtsprung (Netzwerk von acht Städten aus der Region),
- „Halle picknickt“ (analog zum Guinness-Buch-Rekord auf der Ziegelwiese),
- Pflege der Städtepartnerschaften,

- Guerillamarketings (wie Händelwiese, Spukhaus oder Meteoriten-Auto),
- Weltausstellung 2010 in Shanghai (Unterstützung des Landesstandes),
- Buchmesse 2010,
- Sonstige Projekte (wie z. B. Fassadenverhüllungen vorbehaltlich zusätzlich erworbener Finanzmittel).

Geplante Erlöse 2010

Der Zuschuss der Stadt ist wie in den vergangenen Jahren in Höhe von 1.111.300,00 € vorgesehen. Darin enthalten sind 200.000,00 € für projektbezogene Maßnahmen.

Für das Wirtschaftsjahr 2010 wird mit einem institutionellen Zuschuss aus der regionalen Wirtschaft von nur noch 65.000,00 € gerechnet, der 10.000,00 € unter der Größe des Vorjahres liegt. Grundlage hierfür ist der abgeschlossene Finanzierungsvertrag mit dem Förderverein Pro Halle e.V. vom 13.03.2006. Der Reduzierung liegt ein – der Finanz- und Wirtschaftskrise geschuldeter – Mitgliederschwund des Fördervereins zugrunde.

Zusätzlich bemüht sich die SMG um Einwerbung von finanziellen Mitteln im Rahmen von Werbeverträgen für projektbezogene Maßnahmen in Höhe von 110.000,00 € (vorauss. Ist 2009 90.000,00 €) sowie für geplante Werbemaßnahmen wie Messen oder Gemeinschaftsanzeigen in Höhe von 24.000,00 € (vorauss. Ist 2009 8.700,00 €). Während die Akquisition von Finanzmitteln für Marketingmaßnahmen und Projekte zusehends schwerer fällt, wächst die Bereitschaft der Partner zur kostenlosen Sachmittel- und Personalbereitstellung. Im Jahr 2009 wurden so zusätzliche ca. 50.000,00 € durch die örtliche Wirtschaft bereitgestellt, die sich im Wirtschaftsplan nicht widerspiegeln.

Die Verkaufserlöse werden für 2010 mit 90.000,00 € eingeplant. Dies entspricht einer Entwicklung zum vorauss. Ist 2009 um 11,1 %. Diese Steigerung verspricht sich die SMG vor allem durch:

- Belebung des Online-Shops (Mailing-, Rabatt- und Saisonaktionen),
- verbesserte Qualität (mehr Verkaufsschlager wie Caps & Cups, weniger Ladenhüter wie Jubiläumsbände) und Vermarktung des Merchandising-Sortimentes (z.B. Promotions und Probeversand der Angebote an städtische und regionale Institutionen),
- Auslage von Informationen über Sortimente und Gästeführungen in Hotels oder bei touristischen Partnern,
- Redesign des neuen Merchandising-Sortiments.

Die Erlöse aus gruppentouristischen Leistungen werden 2010 mit 115.000,00 € veranschlagt. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber dem vorauss. Ist 2009 um 4,6 %. Bereits 2009 konnten die Erlöse aus gruppentouristischen Leistungen gesteigert werden. Die geplanten Erlösen von 92.000,00 € für 2009 betragen am Jahresende vorauss. 110.000,00 € tatsächliche Erlöse (+19,6 %). Auf die verstärkte Nachfrage nach der traditionellen Altstadtführung reagierte die SMG mit einer zusätzlichen täglichen Altstadtführung, so dass den Gästen der Stadt sowohl vormittags als auch nachmittags eine geführte Besichtigungstour angeboten wird. Zusätzlich gibt es seit September 2009 eine kostümierte Kardinal-Albrecht-Führung, die von Gruppen täglich gebucht werden kann. Für 2010 ist geplant, auch andere historische Persönlichkeiten wie z.B. Martin Luther, Hans von Schönitz oder August Hermann Francke in kostümierten Führungen auferstehen zu lassen.

Aufgrund großer Nachfrage ist die üblicherweise nur in den Sommermonaten

angebotene Rundfahrt mit der historischen Straßenbahn um eine Wintervariante ergänzt worden. Weiterhin prüft die SMG eine tägliche historische Straßenbahnfahrt mit kostümierter Begleitung vom Bahnhof bis nach Kröllwitz, die außer den Franckeschen Stiftungen, dem Marktplatz, der Großen Ulrichstraße, dem Landesmuseum für Vorgeschichte sowie der Burg Giebichenstein auch die Fährstraße (d. h. das Reiseinformationszentrum der SMG) sowie die Reederei Riedel und die Kröllwitzer Brücke mit einschließt. Demgegenüber stellt die SMG fortan sämtliche unrentable Führungen auf den Prüfstand.

Ab Oktober 2009 wird es erstmals eine Audio-Guide-Führung in Halle geben. In Zusammenarbeit mit der Werkleitz-Gesellschaft und der Firma itour aus Weimar werden drei unterschiedliche Führungsangebote für Halle ausgearbeitet und uns kostenlos zur Verfügung gestellt. Die Audio-Guide-Geräte werden künftig in der Tourist-Information als zusätzlicher Service angeboten. Für 2010 ist geplant, diese Führungen mit einem ausführlichen historischen Rundgang zu erweitern, um so den Gästen auch außerhalb geführter Stadtrundgänge die Möglichkeit zu geben, sich eigenständig die Stadt anzuschauen.

Die Provisionserlöse werden aufgrund der Defizite der Stadt Halle im Kongressbereich gem. Wirtschaftsplan 2010 gegenüber dem Vorjahr nur marginal um 2.000,00 € (von 10.000,00 € 2009 auf 12.000,00 € 2010) steigen. Provisionserlöse fußen auf Zimmervermittlungen (Gäste buchen überwiegend direkt per Internet und kaum über die SMG), durch Kartenverkauf (wenige kleine Veranstaltungen) und über die Vermittlung und Organisation von Tagungen und Kongressen erzielt. Zu Letzteren erhält die SMG kaum Anfragen und blitzt bei der Eigen-Akquise rasch ab, da wir über kein Kongresszentrum mit Hotel und Tagungsräumen verfügten. Für 2010 wurde die SMG mit keiner kompletten Kongressorganisation beauftragt, jedoch mit der Zimmervermittlung für bisher 5 Tagungen. Die Organisation der Kongresse erfolgt überdies in den meisten Fällen über die German Convention Bureaus.

Geplante Aufwendungen

Die Planung der Personalkosten in Höhe von 655.000,00 € basiert auf dem Stellenplan für 2010 (siehe Anlage). Die Erhöhung gegenüber dem vorauss. Ist 2009 resultiert aus der von der SMG zusätzlich geschaffenen Stelle für Regionalmarketing. Die Stelle eines Citymanagers indessen fehlt bisher vollends und kann – ohne die dringend benötigte Aufstockung des städtischen Zuschusses für Citymanager (60.000 €) und CM-Projektbudget (40.000 €) – nur über eine schlecht budgetierte Mitarbeiterstelle und Provisionen abgedeckt werden.

Bedeutung und Preis eines Citymanagers liegen in dessen Tätigkeitsspektrum und Verantwortung: Der Citymanager muss über Kenntnisse in den Bereichen Events, Leerstandsmanagement, Parkraumbewirtschaftung sowie Immobilienwirtschaft verfügen und die Aktionen der Citygemeinschaft beratend und unterstützend begleiten. Eine volle Stelle für diesen Citymanager kann mit den vorhandenen finanziellen Mitteln der SMG nicht finanziert werden. Daher wird die SMG das monatliche Grundgehalt zur Verfügung stellen und mit dem Citymanager einen Vertrag über leistungsorientierte Bezüge abschließen bzw. die Option zum Abschluss eines leistungsorientierten Vertrages mit der Citygemeinschaft gewähren.

Die Personalkosten für projektbezogene Maßnahmen sind für 2010 mit 20.000,00 € geplant und werden insbesondere für Redaktion, Gestaltung und begleitende Organisation benötigt. Mit Pauschalkräften gewährleistet die SMG die langen täglichen Öffnungszeiten der Tourist-Information in den Sommermonaten und die Öffnung der Tourist-Information an Wochenenden, zu Sonderöffnungszeiten z.B. an verkaufsoffenen Sonntagen, zur Museumsnacht usw. sowie die Standbesetzung bei besonderen Anlässen wie Sachsen-Anhalt-Tag oder Laternenfest. Dafür sind 2010 20.000,00 € vorgesehen. Dies entspricht dem vorauss. Ist 2009.

Bedingt durch die geplante Erhöhung des Warenumsatzes in der Tourist-Information und die damit verbundene Erhöhung der Verkaufserlöse steigen auch die Kosten für den Wareneinkauf gegenüber dem Vorjahr. Die Kosten-Erlös-Rechnung geht auf, zumal sich die SMG von der verbesserten Auswahl des Sortiments eine Erhöhung der Umschlagsgeschwindigkeit und eine Reduktion der Lagerkosten verspricht (hier horteten jahrelang Bücherberge z. B. der Kulturhauptstadtbewerbung sowie des Stadtjubiläums).

Im Bereich Gruppentouristik/ Stadtführungen ist geplant, mit den Vorjahres-Budgets höhere Erlöse zu erzielen. Dies verspricht sich die SMG von einer Reduktion der Stadtführungen auf „Verkaufsschlager“. So werden Stadtführungen mit durchgehend geringer Teilnehmerzahl als öffentliche Führungen eingestellt und nur noch auf Anfrage von Gruppen angeboten. Das betrifft z.B. die thematischen Führungen „Halle und seine Dichter“ in der Altstadt, „Jüdisches Leben in Halle“ oder „Wege durch das Dichterparadies rund um den Giebichenstein“. Dafür kommen die genannten kostümierten Stadtführungen sowie die Altstadtführungen verstärkt in das Angebot und werden entsprechend beworben.

Die Mieten und Raumnebenkosten werden aufgrund steigender Preise mit 2.000,00 € und die Energiekosten mit 1.000,00 € über dem vorauss. Ist 2009 kalkuliert. In den Positionen Geschäfts- und Betriebsausstattung, Reinigung/Abfallbeseitigung, Beiträge/Abgaben sowie Miete/Leasing für Einrichtungen erfolgt die Planung in gleicher Höhe wie 2009. Da die SMG plant, zur Akquisition von Tagungen und Seminaren in der Region ein zweites Fahrzeug zu leasen/mieten, wird dies in der Planung der Kosten für Versicherungen für 2010 mit 300,00 € berücksichtigt.

2010 stehen für das Regionalmarketing nur noch 20.000,00 € zur Verfügung, die vor allem für die Erstellung des Sales Guide 2011, für das Gastgeberverzeichnis sowie für diverse Messebeteiligungen benötigt werden.

Die Planung der Investitionen erfolgt anhand des als Anlage beigefügten Investitionsplans in gleicher Höhe wie im Vorjahr.

Die für 2010 geplanten Finanzmittel für die sonstige Werbung (alle Marketingmaßnahmen außer Projektfinanzierung) in Höhe von 120.000,00 € werden schwerpunktmäßig für Anzeigen, Druckerzeugnisse, Internetwerbung, für Präsentationsmedien wie Banner und Messestände, für Markenbildung und Markenimplementierung, für die Entwicklung einer neuen Merchandising-Produktpalette und Aufbau der entsprechenden Vertriebswege, für Werbekostenzuschüsse/Verträge hinsichtlich Kulturfalter, Ausstellungen, Benefizlauf usw. sowie für die Entwicklung und Bewerbung touristischer Maßnahmen wie **Geocaching** (Kultur, Sehenswürdigkeiten, Natur), die Erweiterung des Fotoarchivs für werbliche Zwecke sowie für Pressereisen benötigt.

Im Tourismusmarketing müssen 2010 wieder alle wichtigen touristischen Leitmedien und Netzwerke bedient werden wie z.B. Anzeigenschaltung in den Reisekatalogen der großen Reiseveranstalter. Für 2008 konnten erstmals hierdurch rekrutierte Mehrbuchungen nachgewiesen werden. So wurden im Jahr 2008 z. B. 750 Übernachtungen von 550 Gästen allein nur durch die Anzeigenschaltung bei DERTOUR in Halle verzeichnet. Für 2009 liegen diese Zahlen noch nicht vor. Hier zeigt sich, dass dieses Segment 2010 verstärkt bedient werden muss.

In 2009 liegen die vorauss. Ausgaben für sonstige Werbung um 35.000,00 € über dem Plan von 120.000,00 €, da im Auftrag der Stadt Halle eine – mit Blick u. a. auf Kempinski und Gold Inn – dringend nötige außerplanmäßige Benchmarking- und Standortanalyse für den Tagungs- und Kongressstandort Halle beauftragt wurde (10.000,00 €) und die Ausgaben für die Stadtmarke und Markenimplementierung sich in 2009 auf rund 25.000,00 € belaufen. Messekosten werden mit 20.000,00 € in gleicher Höhe wie im Vorjahr geplant. Die SMG präsentiert die Stadt Halle z.B. auf der ITB in Berlin, auf der größten Messe der Reisebusveranstalter RDA in Köln oder

auf der Messe T & C in Leipzig. Die Finanzierung der Beteiligungen an Messen in Österreich und der Schweiz erfolgt über die Kooperation „Stadtsprung“.

Die bereits eingangs genannten projektbezogenen Maßnahmen werden für das kommende Wirtschaftsjahr mit 270.000,00 € veranschlagt. Dabei ist zu beachten, dass die Ausgaben für diese Projekte mit 70.000,00 € über dem Zuschuss der Stadt liegen und nur in voller Höhe zu realisieren sind, sofern es der SMG gelingt, zusätzliche Projektmittel durch Werbevereinbarungen zu generieren. In diesem Projektbudget sind finanzielle Mittel für die Belebung der Innenstadt mit Unterstützung der Citygemeinschaft von 63.000,00 € enthalten. Hinzu kommen ein beträchtlicher Personaleinsatz aller Abteilungen sowie künftig das Grundgehalt des neuen Mitarbeiters Citymanagement.

Die geplanten Kfz-Kosten einschließlich Leasing/Miete werden im Wirtschaftsjahr 2010 mit 27.000,00 € über den Kosten von 2009 (14.000,00 €) liegen, da ein zweiter PKW vorrangig für den Transport der Messewände, Warentransporte sowie für Regionalmarketing und die Akquisition von Tagungen und Kongressen usw. angeschafft wird. Die verbleibenden Positionen des Wirtschaftsplans wie z. B. Porto/Telefon, Büromaterial, Weiterbildung, Rechts- und Beratungskosten sowie Buchführungskosten sind in gleicher Höhe wie 2009 geplant.

Insgesamt spiegelt der Wirtschaftsplan 2010 einen ausgeglichenen Haushalt wider, in dem sich Einnahmen und Ausgaben decken.

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH



Stefan Voß

Geschäftsführer

| Wirtschaftsplan 2010 | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|
| Position | Ist 2008 | Plan 2009 | vorauss.Ist 2009 | Plan 2010 |
| Zuschuss Stadt Halle | 1.111.300,00 € | 1.111.300,00 € | 1.111.300,00 € | 1.111.300,00 € |
| Zuschuss Wirtschaft | 75.000,00 € | 75.000,00 € | 75.000,00 € | 65.000,00 € |
| Erlöse projektbezogene Maßnahmen | 82.469,67 € | 100.000,00 € | 90.000,00 € | 110.000,00 € |
| sonst. Erlöse Werbung | 27.871,65 € | 50.000,00 € | 8.700,00 € | 24.000,00 € |
| Verkaufserlöse | 70.239,95 € | 80.000,00 € | 81.000,00 € | 90.000,00 € |
| Erlöse Stadtführung/Gruppentourismus | 107.237,04 € | 92.000,00 € | 110.000,00 € | 115.000,00 € |
| Provisionserlöse | 7.521,36 € | 10.000,00 € | 10.000,00 € | 12.000,00 € |
| sonst. Erlöse/Zinsen | 6.544,23 € | 2.000,00 € | 1.500,00 € | 1.500,00 € |
| sonst. Erträge (untervermiet. MLU usw.) | 6.516,96 € | 6.500,00 € | 6.500,00 € | 6.500,00 € |
| sonst. neutrale Erträge (Aufl. Rückstell.) | 39.204,15 € | 0,00 € | 1.000,00 € | 0,00 € |
| Summe Einnahmen netto o. Stadtspr | 1.533.905,01 € | 1.526.800,00 € | 1.495.000,00 € | 1.535.300,00 € |
| Personalkosten | 562.472,18 € | 637.000,00 € | 637.000,00 € | 655.000,00 € |
| Personalkosten projektbezogen | 16.043,20 € | 20.000,00 € | 15.000,00 € | 20.000,00 € |
| Pauschalkräfte | 20.694,25 € | 19.000,00 € | 20.000,00 € | 20.000,00 € |
| Wareneinkauf | 56.276,34 € | 55.000,00 € | 55.000,00 € | 57.000,00 € |
| Stadtführungen/Gruppentouristik | 95.243,90 € | 78.000,00 € | 95.000,00 € | 95.000,00 € |
| Mieten/Raumnebenkosten | 69.934,72 € | 75.000,00 € | 70.000,00 € | 72.000,00 € |
| Geschäfts- u. Betriebsausstattung | 4.178,17 € | 20.000,00 € | 10.000,00 € | 10.000,00 € |
| Reinigung/Abfallbeseitigung | 3.931,51 € | 8.000,00 € | 4.000,00 € | 4.000,00 € |
| Energie | 4.723,23 € | 8.000,00 € | 6.000,00 € | 7.000,00 € |
| Versicherungen | 6.096,11 € | 9.000,00 € | 7.000,00 € | 7.300,00 € |
| Beiträge/Abgaben | 8.400,51 € | 8.500,00 € | 8.500,00 € | 8.500,00 € |
| Regionalmarketing | 56.357,43 € | 40.000,00 € | 40.000,00 € | 20.000,00 € |
| Miete/Leasing Computer/Kassen | 24.720,51 € | 25.000,00 € | 25.000,00 € | 25.000,00 € |
| Investitionen/Neuausstattungen | 8.601,17 € | 12.000,00 € | 10.000,00 € | 12.000,00 € |
| sonst. Werbekosten | 176.926,86 € | 120.000,00 € | 155.000,00 € | 120.000,00 € |
| Messekosten | 15.389,61 € | 20.000,00 € | 18.000,00 € | 19.000,00 € |
| Aufwend. f. projektbez. Maßnahmen | 289.382,76 € | 260.000,00 € | 250.000,00 € | 270.000,00 € |
| Bewertungskosten | 1.779,05 € | 3.000,00 € | 2.000,00 € | 2.000,00 € |
| Reisekosten | 17.622,06 € | 14.000,00 € | 20.000,00 € | 16.000,00 € |
| Kfz-Kosten einschl. Leasing | 12.715,91 € | 14.000,00 € | 14.000,00 € | 27.000,00 € |
| Porto/Telefon/Online | 20.058,23 € | 25.000,00 € | 20.000,00 € | 20.000,00 € |
| Büromaterial/sonst. Betriebsbed. | 11.790,93 € | 14.000,00 € | 12.000,00 € | 12.000,00 € |
| Zeitschriften/Bücher | 769,59 € | 1.000,00 € | 1.500,00 € | 1.500,00 € |
| Fortbildungskosten | 2.420,05 € | 5.300,00 € | 3.000,00 € | 3.000,00 € |
| Rechts- u. Beratungskosten | 3.212,45 € | 4.000,00 € | 4.000,00 € | 4.000,00 € |
| Buchführungskosten einschl. Prüfung JA | 25.094,82 € | 25.000,00 € | 25.000,00 € | 25.000,00 € |
| sonst. Kosten | 7.003,97 € | 7.000,00 € | 3.000,00 € | 3.000,00 € |
| Umzugskosten | 1.431,13 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| Summe Ausgaben netto o. Stadtspru | 1.523.270,65 € | 1.526.800,00 € | 1.530.000,00 € | 1.535.300,00 € |
| Halle (Saale), 30.09.2009 | | | | |
| Stadtmarketing Halle | | | | |
|  | | | | |
| Stefan Voß | | | | |
| Geschäftsführer | | | | |

Investitionsplan 2010

| | |
|---|--------------------|
| 1. Softwareerweiterung | 4.000,00 € |
| 2. Modernisierung IT - Technik (Kauf Server, Computer) | 8.000,00 € |
| Gesamt | 12.000,00 € |

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH



Stefan Voß
Geschäftsführer

| Bilanz | | 2010 | | bis | | 2014 | |
|---|--|------|-----------|------|------|------|------|
| | | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Name Unternehmen | | ist | Erwartung | Plan | Plan | Plan | Plan |
| TEURO | | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2014 |
| Aktiva | | | | | | | |
| A. Ausstehende Erlöse | | | | | | | |
| B. Aufwendungen für die Inangestaltung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes | | | | | | | |
| C. Anlagevermögen | | 30 | 34 | 34 | 34 | 34 | |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | 8 | 4 | 4 | | | |
| II. Sachanlagen | | 31 | 30 | 30 | 34 | 34 | |
| III. Finanzanlagen | | | | | | | |
| D. Umlaufvermögen | | 303 | 268 | 268 | 268 | 268 | |
| I. Vorräte | | 21 | 21 | 21 | 21 | 21 | |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter Forderungen gegen verbundene Unternehmen | | | | | | | |
| darunter Forderungen gegen Unternehmen mit Beteiligungverhältnis | | | | | | | |
| darunter Forderungen gegenüber dem Gesellschafter/Träger | | | | | | | |
| III. Wertpapiere | | | | | | | |
| IV. Liquide Mittel | | 173 | 138 | 138 | 138 | 138 | |
| E. Ausgleichsposten nach dem Krankenhausfinanzierungsgesetz | | | | | | | |
| I. Ausgleichsposten aus Darlehensförderung | | | | | | | |
| II. Ausgleichsposten für Eigenmittelförderung | | | | | | | |
| F. Rechnungsabgrenzungsposten | | | | | | | |
| G. Sonderverlustrücklage gemäß § 17 (4) DMBfG | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| H. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag | | | | | | | |
| Summe Aktiva | | 343 | 303 | 303 | 303 | 303 | |
| Passiva | | | | | | | |
| A. Eigenkapital | | 142 | 102 | 107 | 112 | 116 | |
| I. Gezeichnetes Kapital/Festgesetztes Kapital/Stammkapital | | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | |
| II. Kapitalrücklagen | | | | | | | |
| III. Allgemeine und zweckgebundene Rücklagen | | | | | | | |
| IV. Gewinnrücklagen | | | | | | | |
| 1. gesetzliche Rücklagen | | | | | | | |
| 2. Rücklagen für eigene Anteile | | | | | | | |
| 3. satzungsmäßige Rücklagen | | | | | | | |
| 4. andere Gewinnrücklagen | | | | | | | |
| V. Gewinn-/Verlustrücklage | | 111 | 117 | 77 | 82 | 87 | |
| VI. Bilanzergebnis | | 0 | -40 | 5 | 5 | 4 | |
| VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag | | | | | | | |
| VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzhilfen | | | | | | | |
| IX. Sonderrücklagen nach DMBfG | | | | | | | |
| X. Verrechnungskonten | | | | | | | |
| B. Sonderposten | | 14 | 14 | 0 | 4 | | |
| I. Sonderposten aus Zuwendungen zur Finanzierung des Sachanlagevermögens (904G) | | | | | | | |
| II. Andere Sonderposten für Investitionsaufwendungen | | 14 | 14 | 0 | 4 | | |
| III. Sonderposten mit Rücklageanteil | | | | | | | |
| IV. Sonderposten für Baukostenzuschüsse/Abnehmerbeiträge | | | | | | | |
| V. Weitere Sonderposten | | | | | | | |
| C. Empfangene Ertragszuschüsse | | | | | | | |
| D. Rückstellungen | | 54 | 54 | 54 | 54 | 54 | |
| 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 | | 54 | 54 | 54 | 54 | 54 | |
| 4. Rückstellungen für Baumstandhaltung | | | | | | | |
| E. Summe Verbindlichkeiten | | 133 | 133 | 133 | 133 | 133 | |
| I. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| II. Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen | | 102 | 102 | 102 | 102 | 102 | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| III. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| IV. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungverhältnis besteht | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| V. Sonstige Verbindlichkeiten | | 31 | 31 | 31 | 31 | 31 | |
| 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 | | | | | | | |
| VI. Verbindlichkeiten nach dem KHG | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| VII. Verbindlichkeiten aus sonstigen Zuwendungen zur Finanzierung des Sachanlagevermögens | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| VIII. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter/Träger | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| IX. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| F. Ausgleichsposten aus Darlehensförderung (KHG) | | | | | | | |
| G. Rechnungsabgrenzungsposten | | | | | | | |
| Summe Passiva | | 343 | 303 | 303 | 303 | 303 | |

Gewinn- und Verlustrechnung

Name Unternehmen

| Nr. | TEURO | Erwartung 2000 | Plan 2010 | Plan Quartal 1 | Plan Quartal 2 | Plan Quartal 3 | Plan Quartal 4 | 2010 | | | 2014 | | |
|-----|---|----------------|-----------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | | | | | | | Plan 2011 | Plan 2012 | Plan 2013 | Plan 2014 | Plan 2013 | Plan 2014 |
| 1. | Umsatzerlöse | 380 | 351 | 87 | 88 | 88 | 88 | 351 | 351 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. | Bestandsveränderungen unfinishedeige Erzeugnisse a) Bestandsveränderungen b) Bestandsveränderungen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3. | andere abwärts Eigenleistungen | | | | | | | | | | | | |
| 4. | sonstige betriebliche Erträge | 1.230 | 1.188 | 297 | 297 | 297 | 297 | 1.188 | 1.187 | | | | |
| 5. | Erträge Finanzierungskontokorrent nach KfHV | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Gesamterträge | 1.610 | 1.494 | 384 | 385 | 385 | 385 | 1.529 | 1.528 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Materialaufwand | 119 | 150 | 37 | 38 | 38 | 39 | 152 | 152 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | a) bezogene Material | 61 | 55 | 14 | 14 | 14 | 10 | 57 | 57 | | | | |
| | b) bezogene Leistungen | 58 | 65 | 23 | 24 | 24 | 24 | 65 | 65 | | | | |
| 7. | Personalaufwand | 608 | 657 | 169 | 169 | 169 | 169 | 675 | 675 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | a) Löhne und Gehälter | 491 | 526 | 135 | 135 | 135 | 135 | 540 | 540 | | | | |
| | b) soziale Abgaben | 117 | 131 | 34 | 34 | 34 | 34 | 136 | 136 | | | | |
| | darüber: AL-Abzweigung | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Abschreibungen | 15 | 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen | 14 | 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 11 | 11 | | | | |
| | b) auf Umlaufvermögen | | | | | | | | | | | | |
| | c) auf Sondervermögen | | | | | | | | | | | | |
| | d) auf GVG's | 1 | 1 | | | | | 1 | 1 | | | | |
| 9. | sonstige betriebliche Aufwendungen | 874 | 713 | 174 | 174 | 174 | 174 | 686 | 686 | | | | |
| 10. | Aufwendungen Finanzierungskontokorrent nach KfHV | | | | | | | | | | | | |
| 11. | Betriebsergebnis | -3 | -41 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12. | Erträge aus Gewinnabführungsverträgen | | | | | | | | | | | | |
| 13. | Erträge aus Beteiligungen | | | | | | | | | | | | |
| 14. | Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen der Finanzanlagen darunter aus verbundenen Unternehmen sonstige Zinsen und ähnliche Erträge darunter aus verbundenen Unternehmen | 7 | 1 | | | | | 1 | 1 | | | | |
| 15. | Aufwendungen aus Wertabnahmen darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | | |
| 16. | Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens | | | | | | | | | | | | |
| 17. | Zinsen und ähnliche Aufwendungen darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | | |
| 18. | Finanzergebnis | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 19. | Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | 6 | -40 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 20. | zusätzliche Erträge | | | | | | | | | | | | |
| 21. | außerordentliche Aufwendungen | | | | | | | | | | | | |
| 22. | Außerordentliches Ergebnis | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 23. | Steuern vom Einkommen und Ertrag | | | | | | | | | | | | |
| 24. | sonstige Steuern | | | | | | | | | | | | |
| 25. | Ergebnis vor Ergebnisabführung-Zurückführung | 6 | -40 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26. | Ausgleichsleistungen an Minderheitsgesellschafter | | | | | | | | | | | | |
| 27. | Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV) | | | | | | | | | | | | |
| 28. | Erträge aus Vertriebsermittlung | | | | | | | | | | | | |
| 29. | Jahresergebnis - vorab | 6 | -40 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30. | Wäre Steuern auf Ergebnisabführung | | | | | | | | | | | | |
| 31. | Ergebnis ohne Zuschuss der Stadt Halle | 1.610 | 1.336 | 383 | 384 | 384 | 384 | 1.336 | 1.336 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 32. | Gesamtergebnis | 1.610 | 1.336 | 383 | 384 | 384 | 384 | 1.336 | 1.336 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 33. | Gesamtergebnis | 1.610 | 1.336 | 383 | 384 | 384 | 384 | 1.336 | 1.336 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 34. | Gesamtergebnis | 1.610 | 1.336 | 383 | 384 | 384 | 384 | 1.336 | 1.336 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 35. | Vergleich des Jahresergebnisses | 111 | 117 | 77 | | | | 62 | 87 | | | | |
| 36. | Gewinn-/Verlustvergleich aus Vorjahr | | | | | | | | | | | | |
| 37. | Einstellung Rücklage | | | | | | | | | | | | |
| 38. | Ertragsrücklage | | | | | | | | | | | | |
| 39. | Gewinnausschüttung | | | | | | | | | | | | |
| 40. | Verlustvergleich durch Gesellschaft | | | | | | | | | | | | |
| 41. | Vortrag auf neue Rechnung | 117 | 77 | 62 | | | | 87 | 87 | | | | |

| Finanzplan | | 2010 | | bis | | 2014 | | |
|---|--|--------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Name Unternehmen | | | | | | | | |
| TELRD | | Ist 2009 | Erwartung 2009 | Plan 2010 | Plan 2011 | Plan 2012 | Plan 2013 | Plan 2014 |
| 1. laufendes Geschäft | | | | | | | | |
| 1.1. Geldeinzahlungen aus | | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | | 342 | 300 | 301 | 301 | 301 | | |
| sonstige betriebliche Erträge | | 32 | 8 | 7 | 7 | 7 | | |
| Zuschüsse der Stadt Halle VMH | | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 1.111 | | |
| Zuschüsse der Stadt Halle VMH | | | | | | | | |
| Zuschüsse Dritter, dauerhaft | | 75 | 75 | 65 | 65 | 65 | | |
| Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene | | | | | | | | |
| sonstige Einzahlungen | | 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft | | 1.567 | 1.495 | 1.535 | 1.535 | 1.535 | | |
| Geldauszahlungen | | | | | | | | |
| in Personalaufwendungen | | 606 | 657 | 675 | 675 | 675 | | |
| Lieferungen und Leistungen | | 105 | 150 | 152 | 152 | 152 | | |
| Zinsen | | | | | | | | |
| Steuern | | | | | | | | |
| Rückzahlung von Zuschüssen | | | | | | | | |
| sonstige Auszahlungen | | 688 | 713 | 696 | 696 | 696 | | |
| Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft | | 1.600 | 1.520 | 1.523 | 1.523 | 1.523 | | |
| 1.3. über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft | | -33 | -25 | 12 | 12 | 12 | | |
| 2. Investitionen/Deinvestitionen | | | | | | | | |
| 2.1. Geldeinzahlungen | | | | | | | | |
| aus Veräußerung von Beteiligungen/Finanzanlagen | | | | | | | | |
| aus Abgang von sonstigem Anlagevermögen | | | | | | | | |
| Investitionszuschüsse der Stadt Halle | | | | | | | | |
| Investitionszuschüsse Dritter, dauerhaft/pauschal | | | | | | | | |
| Investitionszuschüsse Dritter, einmalig, objektbezogen | | | | | | | | |
| sonstige Einzahlungen | | | | | | | | |
| Summe Geldeinzahlungen Investitionen/Deinvestitionen | | | | | | | | |
| 2.2. Geldauszahlungen | | | | | | | | |
| in Beteiligungen/Finanzanlagen | | | | | | | | |
| Investitionen in sonstiges Anlagevermögen | | 9 | 10 | 12 | 12 | 12 | | |
| Rückzahlung von Investitionszuschüssen | | | | | | | | |
| sonstige Auszahlungen | | | | | | | | |
| Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen | | 9 | 10 | 12 | 12 | 12 | | |
| 2.3. über-/ Unterdeckung Investition | | -9 | -10 | -12 | -12 | -12 | | |
| 3. Finanzverkehr | | | | | | | | |
| 3.1. Geldeinzahlungen | | | | | | | | |
| Kapitalerhöhung der Stadt Halle | | | | | | | | |
| Kapitalerhöhungen sonstiger Gesellschafter | | | | | | | | |
| Kredite der Stadt Halle | | | | | | | | |
| langfristige Kredite Dritter/Begabung von Anleihen | | | | | | | | |
| kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit | | | | | | | | |
| aus an Dritte gewährte Darlehen | | | | | | | | |
| Zuschüsse/Finanzbeiträge | | | | | | | | |
| sonstige Einzahlungen | | | | | | | | |
| im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag | | | | | | | | |
| Summe Geldeinzahlungen Finanzverkehr | | | | | | | | |
| 3.2. Geldauszahlungen | | | | | | | | |
| Beteiligung/Finanzanlagen | | | | | | | | |
| Tilgung langfristige Kredite/Rückzahlung von Anleihen | | | | | | | | |
| Tilgung kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit | | | | | | | | |
| aus der Gewährung von Darlehen an Dritte | | | | | | | | |
| Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeiträgen | | | | | | | | |
| Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung | | | | | | | | |
| sonstige Auszahlungen | | | | | | | | |
| im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag | | | | | | | | |
| Summe Geldauszahlungen Finanzverkehr | | | | | | | | |
| 3.3. über-/ Unterdeckung Finanzverkehr | | | | | | | | |
| 4. über-/ Unterdeckung gesamt | | -42 | -35 | | | | | |
| 5. Liquide Mittel gesamt | | | | | | | | |
| 5.1. Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt | | 215 | 173 | 138 | 138 | 138 | 138 | 138 |
| 5.2. Endbestand Liquide Mittel gesamt | | 173 | 138 | 138 | 138 | 138 | 138 | 138 |
| 5.3. verfügbare Kreditlinien | | | | | | | | |
| 5.4. verbleibender genehmigter Kreditrahmen | | | | | | | | |

Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan

Name Unternehmen

| TEURO | Ist 2008 | Erwartung 2008 | Plan 2010 | Plan Quartal 1 | Plan Quartal 2 | Plan Quartal 3 | Plan Quartal 4 | P 2 |
|---|-------------|-------------------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| Geldeinzahlungen | | | | | | | | |
| 1. Geldeinzahlungen laufendes Geschäft | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 278 | 278 | 278 | 277 | |
| Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 278 | 278 | 278 | 277 | |
| Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH | | | | | | | | |
| sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle | | | | | | | | |
| 2. Geldeinzahlungen Investitionen/Desinvestitionen | | | | | | | | |
| Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VMH | | | | | | | | |
| Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VMH | | | | | | | | |
| 3. Geldeinzahlungen Finanzverkehr | | | | | | | | |
| Kapitalerhöhungen der Stadt Halle | | | | | | | | |
| Kredite der Stadt Halle | | | | | | | | |
| Zuschüsse/Finanzbeiträgen der Stadt Halle | | | | | | | | |
| Rückzahlungen von Darlehen durch die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Verlustausgleich | | | | | | | | |
| sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Summe 1 | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 278 | 278 | 278 | 277 | |
| 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 | | | | | | | | |
| Kreditföigung an die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Gewährung von Darlehen an die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeiträgen an die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung an die Stadt | | | | | | | | |
| sonstige Auszahlungen an die Stadt Halle | | | | | | | | |
| Summe 2 | | | | | | | | |
| Saldo Summe 1 - Summe 2 | 1.111 | 1.111 | 1.111 | 278 | 278 | 278 | 277 | |

Personalplan

Name Unternehmen

| | | Ist 2008 VBE | Erwartung 2009 VBE | Plan 2010 VBE | Plan Quartal 1 VBE | Plan Quartal 2 VBE | Plan Quartal 3 VBE | Plan Quartal 4 VBE | Plan 2011 VBE |
|--|---|--------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|
| Nr. | | | | | | | | | |
| A: Durchschnittlich Beschäftigte | | | | | | | | | |
| 1 | Angestellte | 20,0 | 23,0 | 20,0 | 20,0 | 20,0 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| 2 | Arbeiter | | | | | | | | |
| 3 | Auszubildende | 1,0 | 0,5 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| 4 | Σ Durchschnittliche Beschäftigte | 21,0 | 23,5 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 |
| mit geringfügig Beschäftigten | | | | | | | | | |
| B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse | | | | | | | | | |
| 1 | Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes | 21,0 | 24,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 |
| 2 | Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes | 24,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 | 21,0 |

Investitionsplan

Name Unternehmen

| | | Ist 2008 TEURO | Erwartung 2009 TEURO | Plan 2010 TEURO | Plan Quartal 1 TEURO | Plan Quartal 2 TEURO | Plan Quartal 3 TEURO | Plan Quartal 4 TEURO | Plan 2011 TEURO |
|-----|--|----------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Nr. | | | | | | | | | |
| 1 | Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände | 2 | | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 2 | Investitionen in Sachanlagen | 7 | 10 | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 3 | Investitionen in Finanzanlagen | | | | | | | | |
| 4 | Σ Investitionen | 9 | 10 | 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 5 | Investitionszuschüsse und Zulagen | | | | | | | | |

Instandhaltungsplan

Name Unternehmen

| | | Ist 2008 TEURO | Erwartung 2009 TEURO | Plan 2010 TEURO | Plan Quartal 1 TEURO | Plan Quartal 2 TEURO | Plan Quartal 3 TEURO | Plan Quartal 4 TEURO | Plan 2011 TEURO |
|-----|------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Nr. | | | | | | | | | |
| 1 | Instandhaltungen | 4 | 20 | 10 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |

