

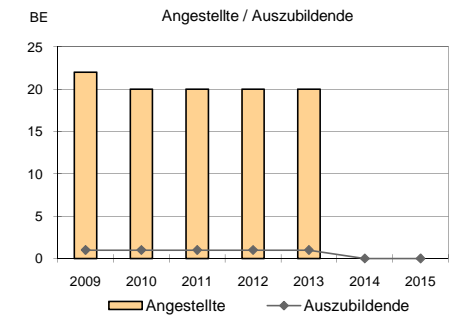
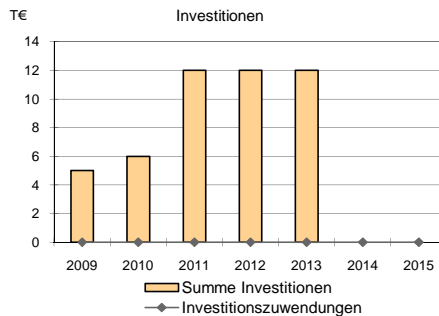
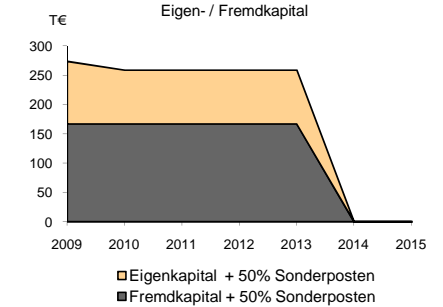
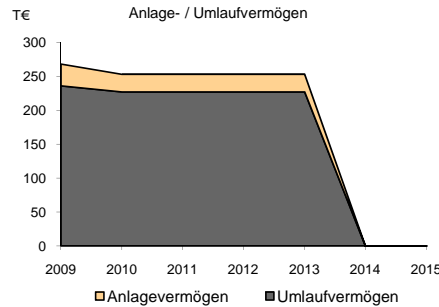
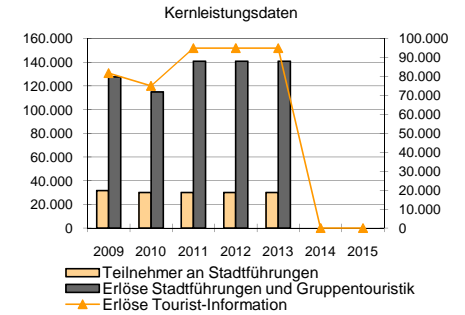
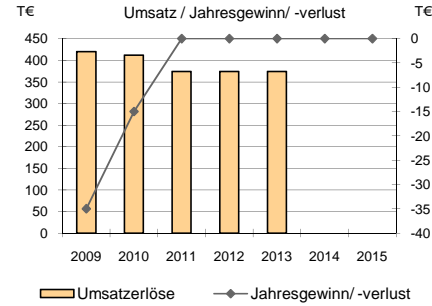
Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Zeitraum 2011 und Folgejahre

		Ist	Erwartung	Plan	Plan	Plan	Plan	Plan
	Einh.	2009	aus	2011	2012	2013	2014	2015
			Planung					
Erfolgs- und Bilanzdaten								
Umsatzerlöse	T€	420	412	374	374	374	0	0
Jahresgewinn/ -verlust	T€	-35	-15	0	0	0	0	0
Eigenkapital + 50% Sonderposten	T€	107	92	92	92	92	0	0
Fremdkapital + 50% Sonderposten	T€	167	167	167	167	167	0	0
Anlagevermögen	T€	32	26	26	26	26	0	0
Umlaufvermögen	T€	236	227	227	227	227	0	0
Eigenkapitalrendite	%	-24,65%	-14,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Umsatzrendite	%	-8,33%	-3,64%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Personaldaten								
Angestellte	BE	22	20	20	20	20	0	0
Auszubildende	BE	1	1	1	1	1	0	0
Finanzdaten								
Cash Flow vereinfacht	T€	-23	-3	12	12	12	0	0
Liquide Mittel	T€	152	143	143	143	143	0	0
Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH	T€	1.111	1.111	1.011	1.511	1.111	0	0
Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH	T€	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle	T€	0	0	100	0	0	0	0
Kapitalerhöhungen der Stadt Halle	T€	0	0	0	0	0	0	0
Kernleistungsdaten								
Teilnehmer an Stadtführungen	Anzahl	31.812	30.000	30.000	30.000	30.000	0	0
Erlöse Stadtführungen und Gruppentouristik	€	127.805	115.000	141.000	141.000	141.000	0	0
Erlöse Tourist-Information	€	81.801	75.000	95.000	95.000	95.000	0	0
Sonstige Angaben								
Gesamterträge	T€	1.637	1.596	1.657	1.957	1.557	0	0
Gesamtaufwendungen	T€	1.672	1.611	1.657	1.957	1.557	0	0
Summe Investitionen	T€	5	6	12	12	12	0	0
Instandhaltungsaufwendungen	T€	4	5	5	5	5	0	0

Wirtschaftliche Situation	Risiko	Handlungsbedarf Gesellschafter
rot	rot	rot
rot/gelb	rot/gelb	rot/gelb
gelb	gelb	gelb
gelb/grün	gelb/grün	gelb/grün
grün	grün	grün



Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Unternehmensziel/Unternehmensstrategie	Entwicklungsprobleme
<p>Der satzungsgemäße Gegenstand des Unternehmens ist die Konzipierung, Positionierung und Vermarktung eines unverwechselbaren Profils der Stadt Halle im nationalen und internationalen Rahmen. Letztlich führt die Gesellschaft ihre Tätigkeiten im öffentlichen Interesse aus und verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Ziele.</p> <p>Im Jahr 2011 stellt die Umsetzung der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2012 ein wichtiges Projekt zur Erfüllung dieses Unternehmensgegenstandes dar.</p> <p>Wichtige Ziele stellen die Steigerung der Standort-Bekanntheit, die Verbesserung des Images sowie der Selbstwahrnehmung der Stadt Halle in der Meinung der Bürgerinnen und Bürger dar.</p> <p>Die Erreichung dieser Ziele wird durch die Realisierung von in der Stadtmarketingstrategie "Halle verändert" festgelegten Aufgaben des operativen und strategischen Marketings, der Public Relation sowie des City-Management, des Eventmanagement und des klassischen Destinations- und Tourismusmanagement verfolgt.</p>	<p>Der jährlich auf Basis des gemeinsamen Finanzierungsvertrages festzulegende institutionelle Zuschuss der Stadt Halle (Saale) bestimmt letztlich im Wesentlichen die durch die Gesellschaft realisierbaren Maßnahmen, Projekte, Events etc.</p> <p>Bezogen auf das laufende Geschäft des Unternehmens ist eine zunehmende Konkurrenzsituation zu verzeichnen (Mitbewerber für Stadtführungen, Souvenirs etc.). Darüber hinaus versuchen Reiseanbieter speziell von Städtereisen die steigenden laufenden Kosten durch den Einsatz eigener Reiseführer zu senken.</p> <p>Die Gesellschaft hat dieser Entwicklung durch die Platzierung neuer innovativer Angebote entgegengewirkt (Themenbezogene Stadtführungen, Stadtteil-Rundgänge etc.). Weitere themenbezogene, kostümierte Angebote für Stadtführungen wurden in 2010 eingeführt.</p> <p>Dem als voraussichtliches IST 2010 dargestellten Verlust von 15 TEUR steht ein Gewinnvortrag von 82 TEUR gegenüber. Die vorliegende Wirtschaftsplanung 2011 unterstellt die Verrechnung und somit ein Abschmelzen des Gewinnvortrages auf 67 TEUR.</p> <p>Das Geschäftsrisiko der Gesellschaft ist dadurch zu relativieren, dass niedrigere Ertragszuschüsse der Stadt Halle (Saale) bis zu einem bestimmten Maß lediglich zu einer Anpassung der Maßnahmen- und Projektplanung führen würden.</p>
Wirtschaftsplanung und Mittelfristperspektive	Handlungsempfehlung für den Gesellschafter/Träger
<p>Die Planung der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) erfolgt auf Grundlage der Beteiligungs-richtlinie der Stadt Halle (Saale). Untersetzt werden diese Zahlenteile durch Leistungsdaten (Stadtführungen, Gruppentouristik, etc.) Damit sind die Grundlagen geschaffen, eine Planung letztlich aus betriebswirtschaftlicher Sicht transparent und nachvollziehbar zu gestalten. Der Planungshorizont beträgt abweichend zur Beteiligungsrichtlinie der Stadt Halle (Saale) 3 Jahre.</p> <p>Die Ertragslage des Unternehmens ist im Wesentlichen bestimmt durch Zuschüsse der Stadt Halle (Saale). Für das Wirtschaftsjahr 2011 wird mit einem städtischen Zuschuss von 1.011 TEUR geplant (Vorjahr 1.111 TEUR). Zur Realisierung satzungsmäßiger Aufgaben im Rahmen der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft sollen darüber hinaus in Abhängigkeit des weiteren Bewerbungsverfahrens 100 TEUR zur Verfügung gestellt werden.</p> <p>Der geplante Personalaufwand 2011 von 627 TEUR wird gegenüber dem erwarteten Personalaufwand 2010 von 667 TEUR um 40 TEUR verringert. Im Anhang beigefügt ist eine Gegenüberstellung der alten und neuen mittelfristigen Planansätze aus der die Veränderung auch mittelfristig abzulesen ist. Aufgrund der fehlenden Gewinnerzielungsabsicht der Gesellschaft wird mit ausgeglichenen Ergebnissen geplant.</p> <p>Die geplanten Umsätze 2011 steigen gegenüber der ursprünglichen Mittelfristplanung um 23 TEUR auf 374 TEUR (V-IST 2010: 412 TEUR). Dies ist auf geplante Steigerungen beim Warenumsatz in der Tourist-Info und im Bereich der Gruppentouristik und der Stadtführungen zurückzuführen.</p>	<p>Auskunftsgemäß wurden durch die Gesellschafterin Stadt Halle (Saale) auf der Grundlage einer Finanzierungsvereinbarung mit der SMG lediglich ein institutioneller Zuschuss zur Realisierung satzungsgemäßer Aufgaben gezahlt.</p> <p>Die darüber hinaus geplanten projektbezogenen Erlöse und Warenumsätze stellen eine anspruchsvolle Zielstellung dar. Auf das Controlling der projektkonkreten Erlöse und Aufwendungen sollte deshalb ein besonderes Augenmerk gerichtet werden.</p> <p>Die Planung ist in sich schlüssig und nachvollziehbar.</p> <p>Zum Wirtschaftsplan 2011 kann unter den angegebenen Rahmenbedingungen die Zustimmung empfohlen werden.</p> <p>Mittelfristig wurden die Planungsansätze entsprechend der für 2011 geplanten Umsatzerlöse und Leistungsdaten (Stadtführungen, Tourist-Info) fortgeschrieben. Im Jahr 2012 erhöht sich der geplante Zuschuss voraussichtlich auf 1.511 TEUR aufgrund der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2012.</p> <p>Die Mittelfristplanung stellt ansonsten in großen Teilen lediglich eine statische Fortschreibung der Wirtschaftsplanung 2011 dar, kann aber letztlich zustimmend zur Kenntnis genommen werden.</p>

Plan - Report

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

Mittelfristplanung 2010-2014: beschlossen		Angaben in TEUR												
Mittelfristplanung 2011-2015: Entwurf														
Erfolgsvergleich	Erwartung	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan alt	Plan neu	Abw. +/-	Plan
	2010	2011	2011		2012	2012		2013	2013		2014	2014		2015
Umsatzerlöse	412	351	374	23	351	374	23	0	374	374	0	0	0	0
Bestandsveränderungen Unfertige/Fertige Erzeugnisse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
andere aktivierte Eigenleistungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sonstige betriebliche Erträge	1.184	1.188	1.283	95	1.187	1.583	396	0	1.183	1.183	0	0	0	0
Materialaufwand	152	152	162	10	152	162	10	0	162	162	0	0	0	0
Personalaufwand	667	675	627	-48	675	657	-18	0	657	657	0	0	0	0
Abschreibungen	12	12	12	0	12	12	0	0	12	12	0	0	0	0
sonstige betriebliche Aufwendungen	780	696	856	160	696	1.126	430	0	726	726	0	0	0	0
Finanzergebnis	0	1	0	-1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-15	5	0	-5	4	0	-4	0	0	0	0	0	0	0
außerordentliches Ergebnis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung	-15	5	0	-5	4	0	-4	0	0	0	0	0	0	0
Jahresgewinn/ -verlust	-15	5	0	-5	4	0	-4	0	0	0	0	0	0	0
Gesamterträge	1.596	1.540	1.657	117	1.539	1.957	418	0	1.557	1.557	0	0	0	0
Gesamtaufwendungen	1.611	1.535	1.657	122	1.535	1.957	422	0	1.557	1.557	0	0	0	0

Plan - Report grafische Darstellung

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

