



## - Beschluss -

<i>Einbringer</i> 06 Beteiligungsmanagement und Controlling
--

<i>Gremium</i>	<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Ergebnis</i>
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	14.11.2022	ungeändert abgestimmt
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	16.11.2022	ungeändert abgestimmt
Hauptausschuss (HA)	21.11.2022	ungeändert beschlossen

## Wirtschaftsplan der Greifswald Marketing GmbH 2023

### Beschluss:

Der Hauptausschuss der Universitäts- und Hansestadt Greifswald ermächtigt den Oberbürgermeister, in der Gesellschafterversammlung der Greifswald Marketing GmbH (GMG) den anliegenden Wirtschaftsplan 2023 zu beschließen.

### Abstimmungsergebnis:

Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
einstimmig	0	0

Anlage 1      Wirtschaftsplan\_GMG\_2023ff. öffentlich

  
Dr. Stefan Fassbinder  
Der Oberbürgermeister



## Greifswald Marketing GmbH (GMG)

### Vorbericht zum Wirtschaftsplan 2023 ff.

#### 1. Allgemeine Erläuterungen

Die GMG ist seit 2016 eine 100-prozentige Tochter der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

Als beratendes Gremium ist ein Fachbeirat mit 12 Mitgliedern tätig.

Unternehmensziel der GMG ist es, die Bekanntheit der Universitäts- und Hansestadt Greifswald national und international als attraktives Ziel für den Städte-, Kultur-, Tagungs- und maritimen Tourismus zu erhöhen sowie wettbewerbsrelevante Zukunftsthemen der Stadt zu identifizieren und entsprechende Produkte zu entwickeln bzw. die Produktentwicklung zu fördern. Das positive Image der Stadt und nachhaltige Zukunftsinitiativen sollen nach innen und außen gleichermaßen initiiert, befördert und verstetigt werden. Greifswald als wahrnehmbares, innovatives Oberzentrum für die Bewohner des Umlandes und als Kreisstadt des Landkreises Vorpommern-Greifswald – das ist das Selbstverständnis und die Basis der Bemühungen der GMG.

Dafür hat die Universitäts- und Hansestadt Greifswald die GMG im Rahmen eines Betrauungsaktes mit folgenden Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse –DAWI- betraut (Betrauungsakt vom 14.08.2015, § 2 Abs. 1).

- a. Konzeption, Durchführung und Koordination von Stadt- und Tourismusmarketing für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald,
- b. die Konzeption und Durchführung von Image- und Standortwerbung,
- c. die Förderung und Durchführung von Veranstaltungen zur Stadtbelebung,
- d. die Mitarbeit in Institutionen und Vereinigungen des Tourismus- und Stadtmarketings,
- e. die Betreibung der Greifswald-Information,
- f. die Wahrnehmung sonstiger Maßnahmen, die der Förderung der in den Buchstaben a. bis e. genannten gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen dienen.

Zur Erfüllung der im Betrauungsakt definierten Aufgaben erstellt die GMG jährlich einen Maßnahmenkatalog, der Grundlage für die nachfolgende Wirtschaftsplanung ist.

Mit dem Personalstamm und projektbezogener Unterstützung hat die GMG in den Jahren seit ihrer Gründung zahlreiche Projekte und Maßnahmen umgesetzt und initiiert. 2021 kam das Aufgabefeld Innenstadtmarketing und -koordination neu hinzu. Ab dem Geschäftsjahr 2023 soll die projektbezogene Tätigkeit der Innenstadtkoordinatorin in den festen Personalstamm überführt werden. Auch diesem Ziel trägt der vorliegende Wirtschaftsplan Rechnung.

Weitere Hinweise zum Plan:

- Im Zahlenwerk können bei der Angabe von Beträgen in T€ auf Grund der kaufmännischen Rundung Differenzen auftreten.
- Der Jahresabschluss 2021 der Gesellschaft liegt in geprüfter Form mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk vor.

- Zur Differenzierung der Mittelverwendung (DAWI und kommerzielle Leistungen) wird unterjährig und zum Jahresabschluss eine Trennungsrechnung erstellt und vom Wirtschaftsprüfer geprüft.

## 2. Erfolgsplan

Die Eckdaten des Erfolgsplanes 2023 basieren auf den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2021 (GuV), den Zwischenergebnissen des laufenden Geschäftsjahres unter Einbeziehung von zukünftigen Ereignissen gemäß Maßnahmen- und Personalplan ab 2023 ff., die die Geschäftsentwicklung beeinflussen. Weiterhin finden die Corona-bedingten und energiekritischen wirtschaftlichen Auswirkungen des laufenden Geschäftsjahres Berücksichtigung bei der unternehmerischen Planung. So wird nach aktueller Einschätzung der Geschäftsführung das Umsatzniveau von 2019 im Planungsjahr 2023 leicht übertroffen. Dieser Optimismus basiert auf den aktuellen Entwicklungen des laufenden Geschäftsjahres. Gleichzeitig veranlassen noch bestehende pandemische Planungsunsicherheiten und Unsicherheiten aus der aktuellen Energiekrise die Geschäftsführung zu einer konservativen und zurückhaltenden Planung.

Weiterhin bilden die bewilligten Fördermittel aus dem Landesprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“ für 2022 f. die Grundlage der Projektplanung im Bereich Innenstadtmarketing. So hat die GMG Ende 2021 einen projektbezogenen Zuschuss in Höhe von 500 TEUR aus dem o.g. Landesförderprogramm mit einer Laufzeit von 24 Monaten erhalten. Zur Finanzierung des notwendigen Eigenanteils in Höhe von 25 TEUR ist 2023 ein einmaliger Zuschuss durch die UHGW notwendig (siehe 2.2.).

Die 2022 begonnenen Maßnahmen der Innenstadtkoordination und das Ziel ihrer Verstetigung sind hauptverantwortlich für die Entwicklung der GMG-Personalplanung für 2023 ff. (siehe 2.4.) und deren Auswirkungen auf die Zuschussentwicklung der Stadt (siehe 2.2.). Die vorliegende Mehrjahresplanung berücksichtigt eine dauerhafte Beteiligung des Vereins Greifswalder Innenstadt (VGI) an der Stellenfinanzierung „Innenstadtkoordination“. Damit wird das Ziel einer Gemeinschaftsfinanzierung teilweise erreicht.

Es wird angestrebt, dass die GMG im Rahmen des von ihr entwickelten Gutscheinsystems („Greifswald-Gutschein“) 2023 letztmals auf die Provision gegenüber den teilnehmenden Partnern verzichtet, damit die aktuellen Krisenrisiken für die teilnehmenden Partner abmildert und dies aus eigenen Überschüssen gegenfinanziert. Bei einer Einlösesumme von rund 300 TEUR (erwartete Summe aller Gutscheineinlösungen 2022) entspräche dies einer Summe von 15 TEUR.

Die erfolgreiche Serviceoffensive in der Greifswald-Information wird fortgesetzt. Es ist geplant, die ausgedehnten Öffnungszeiten in der touristischen Hauptsaison (Montag bis Sonntag) beizubehalten und damit zusätzliche Umsätze zu generieren. Zudem ist es das Ziel, das Produkt- und Serviceangebote des Uni-Ladens weiter auszubauen und zusätzliche Umsätze zu generieren. Dazu wird der bestehende Kooperationsvertrag ab 01.01.2023 durch einen Lizenzvertrag mit der Universität Greifswald abgelöst.

## 2.1. Umsatzerlöse

Ein wesentliches Unternehmensziel in den kommenden Jahren bleibt, die GMG-Aktivitäten im Bereich des Uni-Ladens und der GMG-Tätigkeiten als Agentur im Auftrage Dritter zur Generierung von Umsatzerlösen auszuweiten, um den Zuschuss der Universität- und Hansestadt für die zu erbringenden DAWI nicht weiter zu erhöhen. Dieses Ziel hat durch die Corona-bedingten Einschränkungen in den Geschäftsjahren 2020/21 einen deutlichen Rückschlag erlitten. Jedoch sind bereits im laufenden Geschäftsjahr deutliche Umsatzerholungen zu verzeichnen. In einzelnen Geschäftsbereichen (Übernachtungsvermittlungen und Stadtführungen) wird es aber noch einige Jahre dauern, die Umsatzrückgänge - insbesondere aus den Provisionsgeschäften für Reisende und Führungsteilnehmer\*innen - wieder aufzuholen. Der vorliegende Wirtschaftsplan trägt diesem Umstand Rechnung.

Um dauerhaft wieder Umsätze auf dem (Vor-Corona-) Niveau von 2019 erreichen zu können, ist ein starker Ausbau alternativer Erlösquellen in dafür geeigneten Geschäftsfeldern erforderlich. Aufgrund von noch bestehenden Unsicherheiten durch die Pandemie und die Energiekrise sind die wirtschaftlichen Folgen auch für die GMG nicht vollumfänglich abschätzbar und das kurzfristige Hauptziel bleibt die Stabilisierung des Geschäftsbetriebs. Insbesondere die nicht absehbare Beteiligungsbereitschaft Dritter an GMG-Projekten ist verantwortlich für die Planungsunsicherheiten.

Für 2023 sind Umsatzerlöse in Höhe von 633 TEUR geplant. Dazu zählen die Erlöse aus der Greifswald-Information, aber auch Einnahmen aus Werbung, Marketing und Veranstaltungen. Im Tourismusbereich werden vor allem Umsätze durch Stadtführungen, Souvenirverkauf und Vermittlungs- und Provisionsgeschäfte generiert. Der Umsatz bewegt sich damit auf dem Niveau des laufenden Geschäftsjahres und trägt den vorab beschriebenen Unsicherheiten Rechnung.

Das Angebot an Stadtführungen wird in Vorbereitung des 2024 anstehenden CDF-Jubiläums erweitert und bei den Bestandsführungen weiter optimiert.

Auch die Vermittlung von Dienstleistungen Dritter (Gastronomen, Segelschulen, Boots- und Bustouren, Traditionsschiffe) gilt als wichtige Erlösquelle der Zukunft. Zur Stärkung der Service- und Konkurrenzfähigkeit der Greifswald-Information werden ständig neue Verkaufsprodukte mit regionalem Fokus entwickelt und die Produktpalette evaluiert und aktualisiert.

Die Zusammenarbeit mit dem Uni-Laden wird durch einen Lizenzvertrag ab 01.01.2023 neu geregelt. Damit übernimmt die GMG die Komplettabwicklung der universitären Verkaufsartikel. Ziele dieser Maßnahme sind die weitere Intensivierung der Zusammenarbeit, die Steigerung der Umsätze und die langfristige Erschließung der studentischen Zielgruppe.

Das GMG-Eventhighlight bleibt auch 2023 das historische Stadtfest „Ein Tag mit Caspar David Friedrich“. Bereits 2017 wurde das Fest konzeptionell angepasst und auf einen Veranstaltungstag reduziert, um mit angemessenem Aufwand ein Highlight zu setzen. Dieses Konzept wird mit Unterstützung bekannter und neuer Partner weiter optimiert und die Bewerbung außerhalb der Stadtgrenzen noch mehr intensiviert. Vor dem Hintergrund der steigenden Kosten werden neue Erlösquellen eruiert.

Auch bei bestehenden Events und Projekten (Aktionstage, Kampagnen) werden die Kostenstrukturen weiter optimiert und neue Partner akquiriert. Bei der Entwicklung neuer Eventformate wird auf

die Kompatibilität mit tourismusrelevanten Themen (z.B. Ausstellungen in Wieck), mit den städtischen Imagethemen der Zukunft sowie die Hebung von Synergien geachtet. Zudem steht das Geschäftsfeld der Agenturleistungen für Dritte im Entwicklungsfokus, um beispielsweise die Lebensqualität in den Wohnquartieren weiter zu erhöhen. Ziel wird es sein, das Agenturgeschäft für Dritte, z.B. bei Veranstaltungen, zu intensivieren, um weitere Umsatzerlöse zu erzielen.

Bis 2026 ist eine Steigerung der Umsatzerlöse auf 744 TEUR geplant. Dies entspricht einer durchschnittlichen Wachstumserwartung von 5,5 Prozent pro Geschäftsjahr. Die stärksten Wachstumserwartungen sind mit einer Verbesserung und Erweiterung des Serviceangebotes der Greifswald-Information, der Umsatzerhöhung durch Anzeigenverkäufe sowie der durch das Angebot von Service- und Beratungsleistungen im Bereich Events und Außenwerbung durch die GMG verbunden.

Die Umsatzerlöse sind wie folgt geplant:

Bezeichnung	in TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021 (Vorvorjahr)	2022 (Vorjahr)	2023 (Planjahr)	2024 (1. Folgejahr)	2025 (2. Folgejahr)	2026 (3. Folgejahr)
<b>Umsatzerlöse</b>	398	627	633	667	705	745
davon in der Greifswald-Information	293	430	426	448	474	500
davon im Bereich Marketing / Veranstaltungen	105	197	207	219	231	245

## 2.2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus dem städtischen Zuschuss für DAWI-Leistungen sowie eingeworbenen Fördermitteln und Sponsoringeinnahmen für Events und Marketingprojekte zusammen. Verantwortlich für den deutlichen Ertragsprung auf 1,0 Mio. EUR sind zum einen Fördermittel aus dem Landesprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“, die der GMG für Projekte zur Innenstadtentwicklung zur Verfügung stehen. Zum anderen werden 2023 die Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) im Geschäftsfeld Innenstadtmarketing und -koordination verstetigt und ausgebaut. Alle Bemühungen im Geschäftsbereich „Innenstadtkoordination“ dienen der Attraktivitätssteigerung und sind Resilienzmaßnahmen, um die Greifswalder Innenstadt in Krisenzeiten zu unterstützen und weiter zu stärken. Alle Maßnahmen wurden und werden mit allen relevanten Akteuren initiiert, realisiert und finanziert. So hat sich die Innenstadtkoordinatorin in kürzester Zeit zu einem wichtigen und unverzichtbaren Bestandteil der Innenstadtakeure entwickelt.

Unter anderem die Aufgabenverstetigung im DAWI-Bereich „Innenstadtkoordination“ führt 2023 zu einer notwendigen Zuschusserhöhung auf 580 TEUR durch die UHGW. Weitere Gründe für die Zuschusserhöhung sind die Personalkostenentwicklung (+2,5 %), zu erwartende Steigerungen der Energie- und Nebenkosten (+100 %) sowie der zu erbringende Eigenanteil am Förderprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“ in Höhe von einmalig 25 TEUR. Dieser Eigenanteil ist notwendige Voraussetzung zur Aktivierung der Gesamtfördersumme in Höhe von 500 TEUR. Hierbei

handelt es sich um einen Einmalzuschuss, so dass sich der Zuschuss der UHGW an die GMG für die Folgejahre (2024 ff.) auf 550 TEUR verstetigt. Die Geschäftsführung geht trotz der aktuellen Unsicherheiten davon aus, dass dieser Zuschuss – ohne weitere Aufgabenübertragung – für die mittelfristige Wirtschaftsplanung bis 2026 keiner weiteren Anpassung bedarf.

Die GMG wird auch 2023 das Geschäftsfeld Binnen- und Eventmarketing weiter stärken und dabei ihren Fokus auf die Innenstadt richten. Konzeptentwicklungen zu den Themen Leerstandsmanagement, Belegung der Innenstadt und digitale Sichtbarkeit werden initiiert und realisiert. Zur Umsetzung und Intensivierung dieses Aufgabenfeldes ist es unter anderem Ziel des vorliegenden Wirtschaftsplanes, die Personalstelle „Innenstadtkoordination“ zu verstetigen und zu entfristen. An der Finanzierung der Personalstelle beteiligt sich der Verein Greifswalder Innenstadt (VGI) dauerhaft in einem Umfang von ca. 7 TEUR pro Jahr. Grundlage hierfür ist eine Satzungsänderung, die die VGI-Mitgliederversammlung mehrheitlich beschlossen hat. Damit konnte die von der Bürgerschaft gewünschte Komplettfinanzierung durch Dritte nicht erreicht werden. Den größeren Anteil trägt zukünftig die Stadt durch Erhöhung des jährlichen Zuschusses.

Ein Abschmelzen des Zuschusses, wie im Gründungskonzept der GMG vorgesehen, kann nach Einschätzung der Geschäftsführung und vor dem Hintergrund der tariflichen Angleichung der Mitarbeitergehälter und der aktuellen Unsicherheiten nicht erfolgen und muss in Art und Umfang mit dem Gesellschafter bzw. der Bürgerschaft abgestimmt werden.

Für 2023 sind Sponsoringeinnahmen, die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten sind, von etwa 32 T€ eingeplant. Diese Erlöse werden in erster Linie für Veranstaltungen und Marketingprojekte erwartet. Berücksichtigung bei der konservativen Sponsoringplanung sind die allgemeinen Unsicherheiten, die eine sinkende Beteiligungsbereitschaft an GMG-Projekten zu Folge haben könnten.

Die Abnahme der anderen sonstigen Erträge begründet sich durch die Auflösung der Rechnungsabgrenzungsposten im laufenden Geschäftsjahr zur Finanzierung der Personalstelle der Innenstadtkoordination, die Durchführung des Rycktages und die Umwidmung des MV-Tages-Budgets für die Durchführung der Open-Air-Ausstellung in Greifswald-Wieck.

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Erträge	573	649	1017	592	592	592
davon Auflösung von Sonderposten (Pos. 8 des Erfolgsplanes)	1	1	1	1	1	1
davon Projekt Re-Start Innenstadt	0	50	395	0	0	0
davon Sponsoring	19	20	32	32	32	32

davon Zuschuss aus städtischen Mitteln	459	459	580	550	550	550
Davon Auflösung Passiver RAP (Personalkosten, Rycktag)	60	72				
andere sonstige betriebl. Erträge	34	47	9	9	9	9

### 2.3. Materialaufwand

Für 2023 sind Materialaufwendungen in Höhe von insgesamt rund 1 Mio. EUR vorgesehen. Darin sind alle Aufwendungen für Projekte, Veranstaltungen und auch Wareneinkäufe für die Greifswald-Information, bei denen eine unmittelbare Zuordnung zu den dazugehörigen Umsatzerlösen besteht, enthalten. Der einmalige Ausgabensprung in 2023 erklärt sich durch das Förderprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“, mit dem die Umsetzung entsprechender Maßnahmen einhergeht.

Zur angestrebten Steigerung der Umsatzerlöse ist auch eine Erhöhung des Materialaufwandes notwendig. Ebenso werden aber auch betriebliche Erträge für die Finanzierung von zusätzlichen Projekten und Kampagnen eingesetzt. Insbesondere die neuen und erweiterten Projekte (z.B. Ausbau der Binnenkampagne „Greifswald blüht auf“, Heimkehrertag,) führen zur Erhöhung der Materialaufwendungen.

Ein möglichst hoher Grad der Kostendeckung für einen Großteil der Projekte und Maßnahmen, beispielsweise durch Anzeigenschaltung, wird auch 2023 angestrebt. Das betrifft Publikationen wie das Gutscheinebuch „Heimathafen Greifswald“ oder die touristischen Printprodukte sowie Kampagnen wie „Greifswald blüht auf“ oder „Greifswald räumt auf“. Weitere Projekte im Planjahr 2023 sind die Sicherung/der Ausbau der touristischen Infrastruktur sowie die Verstärkung der GMG-Dienstleistungsaufgaben für Dritte. Dadurch erhöht sich der Einkauf von Fremdleistungen (Agenturen, technische Dienstleister, Werbeanbieter), denn mehr Projekte bedeuten auch mehr externe Auftragnehmer.

Der Materialaufwand stellt sich wie folgt dar:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021 (Vorvorjahr)	2022 (Vorjahr)	2023 (Planjahr)	2024 (1. Folgejahr)	2025 (2. Folgejahr)	2026 (3. Folgejahr)
Materialaufwand	374	658	1005	600	616	638
davon für Wareneinkauf	201	344	277	287	297	308
davon für Fremdleistungen	173	314	728	313	319	330

## 2.4. Personalaufwand

Im Jahr 2022 waren neun Vollzeitkräfte und drei Auszubildende bei der GMG beschäftigt. Der Stellenplan hat sich 2022 durch die Erweiterung des Stellenplans um eine/n Mitarbeiter\*in in der Greifswald-Information ab 07/2022 geändert. Die Stelle ist vorerst auf 24 Monate befristet. Damit wird den verlängerten Öffnungszeiten in der Hauptsaison und dem erweiterten Serviceangebot (Uni-Laden-Übernahme und Gutscheinausgabe) Rechnung getragen.

Die signifikante Steigerung der Personalkosten begründet sich durch die Erweiterung des Stellenplans, die Anhebung der Gehälter um durchschnittlich 2,5 Prozent (jährlich) sowie allgemeine Gehaltssteigerungen im Rahmen des andauernden Personalmangels in der Tourismusbranche. Diese Maßnahmen sind Voraussetzung für Mitarbeiterzufriedenheit und begründen die niedrige Fluktuation.

Der Personalaufwand 2023 ist somit für den Geschäftsführer, acht Mitarbeiter (inkl. Teilzeitbeschäftigte) und drei Auszubildende in Höhe von 504 TEUR geplant.

Zur Verstärkung des Personals und zur Sicherung und Erweiterung der Öffnungszeiten in der aktions- und eventreichen Sommersaison am Standort Rathaus-Arkaden sind kurzfristig Beschäftigte und Praktikanten eingeplant.

In der Mehrjahresplanung wird von steigenden Personalkosten aufgrund von Gehaltsanpassungen ausgegangen (Steigerung von jährlich 2,5 % ab 2021).

Trotz weiterer Steigerungen der Personalkosten in den Folgejahren ist eine Erhöhung des Zuschusses der Stadt voraussichtlich nicht notwendig.

Personalaufwand:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Personalaufwand	440	463	504	515	527	539

## 2.5. Abschreibungen

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Abschreibungen	17	17	12	12	12	11

Die o. g. Abschreibungsaufwendungen ergeben sich aus der planmäßigen Abschreibung der Büro- und Geschäftsausstattung in den Räumlichkeiten am Standort Bahnhofstraße und am Standort Rathaus-Arkaden.



## 2.6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Zu den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in einer Gesamthöhe von 121 TEUR zählen beispielsweise Raumkosten. Außerdem fallen Kosten für Versicherung, Kosten für Instandhaltung, Fahrzeugkosten und Reparaturen (Wartung für Hard- und Software) sowie Werbe- und Reisekosten an. Für den GMG-Bürostandort Bahnhofstraße ist eine Mieterhöhung ab 01/2023 berücksichtigt. Ebenso sind signifikante Erhöhungen für Energie- und Nebenkosten berücksichtigt.

In den sonstigen betrieblichen Kosten sind Aufwendungen für Telefon, Porto, Bürobedarf, Buchführung und Steuerberatung sowie für die Erstellung und Prüfung des Jahresabschlusses enthalten.

Grundsätzlich ist ab 2023 eine ca. 5 %-ige Steigerung für die sonstigen Kosten (inflationsabhängig) eingeplant.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	114	132	124	130	137	144
davon Raumkosten	40	41	47	50	52	55
davon Versicherungen und Beiträge	5	6	6	6	7	7
Reparatur/Instandhaltung	3	10	10	10	11	12
Kfz-Kosten	7	9	12	12	13	13
davon Werbe- und Reisekosten	4	7	9	9	10	11
davon sonstige betriebliche Kosten (wie z.B. Bürobedarf, Rechts- und Beratungskosten)	55	60	40	41	44	46

## 3. Finanzplan

In 2022 ergibt sich ein negativer Cashflow in Höhe von -108 TEUR. Diese resultieren im Wesentlichen aus einem Abfluss liquider Mittel im Bereich der Passiva. Der Passive Rechnungsabgrenzungsposten (Stellenfinanzierung der Innenstadtkoordination und Fördermittel für die Durchführungen des Rycktages und der Open-Air-Ausstellung in Greifswald-Wieck) vermindert sich um 73 TEUR und die anderen Verbindlichkeiten nehmen ebenfalls um 58 TEUR ab. Dieser hohe Liquiditätsabfluss führt jedoch nicht zu einer Unterdeckung.

Die Abweichung der Ertragssteuerzahlungen vom zu erwartenden Steueraufwand für 2022 und 2023 erklärt sich durch die zeitversetzte Zahlung der Steuern. So ergeben sich für 2022 Zahlungen von Steuerverbindlichkeiten aus 2021 (9 TEUR) sowie Steuervorauszahlungen für 2022 (12 TEUR), welche auf Grund des geringeren Steueraufwandes 2022 in 2023 wieder erstattet werden (10 TEUR). Deshalb wird im Bereich der Steuerzahlungen 2023 ein Zufluss in Höhe von 7 TEUR erwartet.

Der Finanzplan weist für die Jahre 2023 ff. in der Gesamtbetrachtung eine leicht positive Entwicklung des Finanzmittelfonds durch die positiven Jahresergebnisse aus.

Dies setzt auch voraus, dass die Zuschüsse der UHGW wie kalkuliert erhöht und durch die Bürgerschaft beschlossen werden.

Die Liquidität der GMG ist wichtige Voraussetzung zur Vorfinanzierung von Projekten und Gewährleistung der unterjährigen Handlungsfähigkeit der GMG.

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft ist gesichert.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
<b>Mittelzu- und Mittelabfluss</b>						
aus lfd. Geschäftstätigkeit	125	-101	24	13	16	13
aus Investitionstätigkeit	-16	-7	-3	-3	-3	-3
Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen (+)	0	0	0	0	0	0
Gezahlte Zinsen	0	0	0	0	0	0
aus Finanzierungstätigkeit	0	0	0	0	0	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode)	109	-108	21	10	13	10
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	90	199	92	112	122	135
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	199	92	112	122	135	146

#### 4. Investitionsübersicht

Größere Investitionen sind 2023 nicht geplant. Investitionen sind für die Erneuerung von Computertechnik und Möbelbeschaffungen geplant.

Für 2023 sind folgende Investitionen vorgesehen:

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
<b>Auszahlungen</b> für Investitionen in das Anlagevermögen	-16	-7	-3	-3	-3	-3

## 5. Stellenübersicht

Der Mitarbeiterstamm wurde vorerst temporär für die nächsten zwei Jahre (2023/24) um eine/n Mitarbeiter\*in erweitert. Damit sind im Planjahr acht Mitarbeiter (inkl. Teilzeitstelle), drei Auszubildende und ein Geschäftsführer tätig. Es wird auf Punkt 2.4. verwiesen.

## 6. Entwicklung des Eigenkapitals, der Sonderposten und Rückstellungen

Das Stammkapital und die Kapitalrücklage bleiben in der Höhe gleich. Die Ergebnisvorträge und das Eigenkapital entwickeln sich auf Grund der Ergebnisse positiv.

In TEUR

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Stammkapital	25	25	25	25	25	25
Kapitalrücklage	18	18	18	18	18	18
Ergebnisvorträge	84	89	93	95	99	103
Gesamtbetrag Eigenkapitals zum 31.12.	127	132	136	138	142	146
Sonderposten	7	5	4	3	2	0
Rückstellungen	28	27	10	10	11	10

## 7. Darstellung der Finanz- und Leistungsbeziehungen zur Stadt

Die GMG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald. Sie erhält für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) einen städtischen Zuschuss auf der Grundlage eines Betrauungsakts (Punkt 2.2.). Die GMG mietet ferner Verkaufs- und Lagerräume (Rathaus-Arkaden, Stadthaus) zu marktüblichen Konditionen von der Stadt an. Der Gesamtaufwand hierfür liegt 2023 konstant bleibend bei 21 T€.

## Greifswald Marketing GmbH

### Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023

#### Zusammenstellung

Der Wirtschaftsplan wird mit folgenden Festsetzungen beschlossen:

#### Erfolgsplan

Gesamtbetrag der Erträge	1.651
Gesamtbetrag der Aufwendungen	1.647
Jahresergebnis	4

#### Finanzplan

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.641
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.617
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	24

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Investitionstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	3
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	-3

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0

Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	21
--	----

#### Festsetzungen unter Genehmigungsvorbehalt

Gesamtbetrag der vorgesehenen Kreditaufnahmen für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen mit Ausnahme von Umschuldungen	0
--	---

Höchstbetrag der Kredite zur Sicherung der Zahlungsfähigkeit	0
--	---

Gesamtbetrag der vorgesehenen Verpflichtungsermächtigungen	0
--	---

In der Stellenübersicht ausgewiesene Stellen in Vollzeitäquivalenten	12,35
--	-------

#### Sonstige Angaben

Gesamtbetrag der aus Wirtschaftsplänen der Vorjahre voraussichtlich fortgeltenden Kreditermächtigungen	
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	112
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2021	127
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2022 voraussichtlich	132
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2023 voraussichtlich	136

**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Erfolgsplan**

	Ist 2021 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2022 (Vorjahr)	Plan 2023 (Planjahr)	Plan 2024 (1. Folgejahr)	Plan 2025 (2. Folgejahr)	Plan 2026 (3. Folgejahr)
1 Umsatzerlöse	398	627	633	667	705	745
2 Erhöhung oder, Verminderung des Bestands an unfertigen Erzeugnissen	0	0	0	0	0	0
3 andere aktivierte Eigenleistungen	0	0	0	0	0	0
4 sonstige betriebliche Erträge	573	649	1.017	592	592	592
5 Materialaufwand	374	658	1.005	600	616	638
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	201	344	277	287	297	308
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	173	314	728	313	319	330
6 Personalaufwand	440	463	504	515	527	539
a) Löhne und Gehälter	358	378	418	428	438	448
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	82	85	86	88	90	91
- davon für Altersversorgung	0	0	0	0	0	0
7 Abschreibungen	17	17	12	12	12	11
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	2	2	1	1	1	0
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die im Unternehmen üblichen Abschreibungen überschreiten	15	15	11	11	10	10
8 Erträge aus der Auflösung von Sonderposten nach § 33 Absatz 4 bis 6 EigVO M-V	1	1	1	1	1	1
9 sonstige betriebliche Aufwendungen	114	132	124	130	137	144
10 Erträge aus Beteiligungen	0	0	0	0	0	0
11 Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	0	0	0	0	0	0
12 sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0	0	0	0	0	0
13 Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	0	0	0	0	0
14 Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	0	0	0	0	0
15 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	8	2	2	1	2	2
16 Ergebnis nach Steuern	19	5	4	2	4	4
17 sonstige Steuern	0	0	0	0	0	0
<b>18 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag</b>	<b>19</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Verwendung des Jahresergebnisses</b>						
Verrechnung mit dem Verlustvortrag						
Verrechnung mit dem Gewinnvortrag						
Vortrag auf neue Rechnung	19	5	4	2	4	4
Einstellung in die Rücklagen						
Entnahme aus den Rücklagen						
Ausschüttung an die Gemeinde						
Ausgleich durch die Gemeinde						

**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Finanzplan**

	Ist 2021 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2022 (Vorjahr)	Plan 2023 (Planjahr)	Plan 2024 (1. Folgejahr)	Plan 2025 (2. Folgejahr)	Plan 2026 (3. Folgejahr)
1 Periodenergebnis nach Steuer	19	5	4	2	4	4
2 Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	17	17	12	12	12	11
3 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	-1	-18	0	0	0	0
4 Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	-1	-1	-1	-1	-1	-1
5 Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-26	45	0	0	1	0
6 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	118	-131	0	0	0	0
7 Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	3	0	0	0	0	0
8 Zinsaufwendungen (+) / Zinserträge (-)	0	0	0	0	0	0
9 Sonstige Beteiligungserträge (-)	0	0	0	0	0	0
10 Aufwendungen (+) / Erträge (-) aus außerordentlichen Posten	0	0	0	0	0	0
11 Ertragsteueraufwand (+) / -ertrag (-)	8	2	2	1	2	2
12 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0
13 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)	0	0	0	0	0	0
14 Ertragsteuerzahlungen (-/+)	-12	-21	7	-1	-1	-2
<b>15 Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit</b>	<b>125</b>	<b>-101</b>	<b>24</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>13</b>
16 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
17 Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen (-)	0	0	0	0	0	0
18 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
19 Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen (-)	-16	-7	-3	-3	-3	-3
20 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
21 Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen (-)	0	0	0	0	0	0
22 Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition (+)	0	0	0	0	0	0
23 Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition (-)	0	0	0	0	0	0
24 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0

**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Finanzplan**

	Ist 2021 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2022 (Vorjahr)	Plan 2023 (Planjahr)	Plan 2024 (1. Folgejahr)	Plan 2025 (2. Folgejahr)	Plan 2026 (3. Folgejahr)
25 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
26 Erhaltene Zinsen (+)						
27 Erhaltene Dividenden (+)						
<b>28 Cashflow aus der Investitionstätigkeit</b>	<b>-16</b>	<b>-7</b>	<b>-3</b>	<b>-3</b>	<b>-3</b>	<b>-3</b>
29 Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen (+)						
30 Auszahlungen aus Eigenkapitalherabsetzungen (-)						
31 Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten (+)						
- davon für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
- davon zur Umschuldung von Krediten für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
32 Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten (-)						
- davon für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
- davon zur Umschuldung von Krediten für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
33 Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen (+)						
a) von der Gemeinde						
b) einmalige Entgelte Nutzungsberechtigter						
c) von sonstigen Dritten						
34 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)						
35 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
36 Gezahlte Zinsen (-)						
37 Gezahlte Dividenden (-)						
<b>38 Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>39 Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds</b>	<b>109</b>	<b>-108</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>10</b>
40 Finanzmittelfonds am Anfang der Periode (+)	90	199	92	112	122	135
<b>41 Finanzmittelfonds am Ende der Periode</b>	<b>199</b>	<b>92</b>	<b>112</b>	<b>122</b>	<b>135</b>	<b>145</b>
<b>Zusammensetzung des Finanzmittelfonds</b>						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente						
jederzeit fällige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sowie andere kurzfristige Kreditaufnahmen, die zur Disposition der liquiden Mittel gehören						

**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Investitionszusammenfassung**

	<b>Gesamt</b>	<b>Plan/HR bis 2022</b> (Vorjahr)	<b>Plan 2023</b> (Planjahr)	<b>Plan 2024</b> (1. Folgejahr)	<b>Plan 2025</b> (2. Folgejahr)	<b>Plan 2026</b> (3. Folgejahr)	<b>Plan ab 2027</b> (Folgejahre)
<b>Einzahlungen</b>							
davon aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens, des Sachanlagevermögens und des Finanzanlagevermögens							
davon Sonstige							
<b>Auszahlungen</b>		-7	-3	-3	-3	-3	0
davon für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen							
davon für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-7	-3	-3	-3	-3	0
davon für Investitionen in das Finanzanlagevermögen							
davon für Sonstige							
davon zu leisten aufgrund einer im Planjahr eingegangenen Verpflichtung							
<b>Saldo der Ein- und Auszahlungen</b>							
finanziert durch Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von Krediten							
finanziert durch Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen							
a) von der Gemeinde							
b) einmalige Entgelte Nutzungsberechtigter							
c) von sonstigen Dritten							
finanziert durch eine Entnahme aus dem Finanzmittelfonds							
<b>Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt der Gemeinde (Entstehung/ Wegfall/Erhöhung/Verminderung)</b>							
Zuschuss							
Verlustausgleich							
Leistungsvergütung							
Ausschüttung							



**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Investitionsübersicht**

Maßnahme:	Erneuerung Betriebs- und Geschäftsausstattung	Bereich:					
Kurzbeschreibung:							
Es wurde durch einen Wirtschaftlichkeitsvergleich, zumindest durch einen Vergleich der Anschaffungs- oder Herstellungskosten und der Folgekosten, ermittelt, dass es sich bei mehreren in Betracht kommenden Möglichkeiten um die für den Eigenbetrieb wirtschaftlichste Lösung handelt.							ja / nein
Pläne, Kostenberechnungen, ein Investitionszeitenplan und Erläuterungen, aus denen die Art der Ausführung, die gesamten Investitionskosten sowie die voraussichtlichen Jahresraten unter Angabe der Kostenbeteiligung Dritter ersichtlich sind, liegen vor.							ja / nein
Der Eigenbetrieb ist gesetzlich oder vertraglich zur Durchführung der Maßnahme verpflichtet oder die Maßnahme ist für die Erfüllung notwendiger Aufgaben unaufschiebbar.							ja / nein
Die Maßnahme dient unter Berücksichtigung ihrer Folgekosten der Wiederherstellung der dauernden Leistungsfähigkeit innerhalb des Planungszeitraumes oder steht ihr zumindest nicht entgegen.							ja / nein
	Gesamt	Plan/HR bis 2022 (Vorjahr)	Plan 2023 (Planjahr)	Plan 2024 (1. Folgejahr)	Plan 2025 (2. Folgejahr)	Plan 2026 (3. Folgejahr)	Plan ab 2027 (Folgejahre)
<b>Einzahlungen</b>							
davon aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens, des Sachanlagevermögens und des Finanzanlagevermögens							
davon Sonstige							
<b>Auszahlungen</b>							
davon für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen							
davon für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-7	-3	-3	-3	-3	0
davon für Investitionen in das Finanzanlagevermögen							
davon für Sonstige							
davon zu leisten aufgrund einer im Planjahr eingegangenen Verpflichtung							
<b>Saldo der Ein- und Auszahlungen</b>		-7	-3	-3	-3	-3	0
finanziert durch Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von Krediten							
finanziert durch Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen							
a) von der Gemeinde							
b) einmalige Entgelte Nutzungsberechtigter							
c) von sonstigen Dritten							
finanziert durch eine Entnahme aus dem Finanzmittelfonds		-7	-3	-3	-3	-3	0
<b>Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt der Gemeinde (Entstehung/ Wegfall/Erhöhung/Verminderung)</b>							
Zuschuss							
Verlustausgleich							
Leistungsvergütung							
Ausschüttung							

**Greifswald Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2023**  
**Stellenübersicht**

laufende Nummer	Bezeichnung	Anzahl und Bewertung 2022	tatsächliche Besetzung am 30.06.2022	Anzahl und Bewertung 2023	Bemerkungen
1	Geschäftsführung	1	1	1	
2	Assistenz der Geschäftsführung	1	1	1	
3	MA Touristisches Marketing	1	1	1	
4	MA Tagungs- und Veranstaltungsmarketing I	1	1	1	
5	MA Binnen- u. Eventmarketing	1	1	1	
6	MA Greifswald-Information	1	1	1	
7	MA Greifswald-Information II	0,75	0,75	0,75	
8	MA Greifswald-Information III	1	1	1	
9	MA Greifswald-Information IV	0,50		1	
10	Auszubildender 1. Lj	1	1	1	
11	Auszubildender 2. Lj	1	1	1	
12	Auszubildender 3. Lj	1	1	1	
13	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
14	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
<b>Summe</b>		<b>11,85</b>	<b>11,35</b>	<b>12,35</b>	