



- Beschluss -

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

<i>Gremium</i> Hauptausschuss	<i>Sitzungsdatum</i> 18.01.2021	<i>Ergebnis</i> ungeändert beschlossen
----------------------------------	------------------------------------	---

Wirtschaftsplan 2021 der Greifswald Marketing GmbH

Beschluss:

Der Hauptausschuss der Universitäts- und Hansestadt Greifswald ermächtigt den Oberbürgermeister, in der Gesellschafterversammlung der Greifswald Marketing GmbH (GMG) den anliegenden Wirtschaftsplan 2021 zu beschließen.

Abstimmungsergebnis:

Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
7	4	1

Anlage 1 Wirtschaftsplan 2021 der GMG mit Vorbericht öffentlich

Dr. Stefan Fassbinder
Der Oberbürgermeister



Greifswald Marketing GmbH (GMG)

Vorbericht zum Wirtschaftsplan 2021 ff.

1. Allgemeine Erläuterungen

Die GMG nahm 2015 ihre Arbeit auf und 2016 war das erste ordentliche Geschäftsjahr auf Basis des Unternehmenskonzeptes von 2014. Sie befindet sich nunmehr im sechsten Geschäftsjahr seit der Aufnahme der Geschäftstätigkeit.

Die GMG ist eine 100-prozentige Tochter der Universitäts- und Hansestadt Greifswald. Als beratendes Gremium ist ein Fachbeirat mit 14 Mitgliedern tätig.

Mit dem bestehenden Personalstamm hat die GMG in den Jahren seit seiner Gründung zahlreiche Projekte und Initiativen umgesetzt und initiiert.

Die GMG verfolgt das Ziel, 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.

Hinweis:

- Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen können auf Grund der kaufmännischen Rundung Differenzen auftreten.
- Der Jahresabschluss 2019 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.

2. Erfolgsplan

Die Eckdaten des Erfolgsplanes 2021 basieren auf den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2019 (GuV), den Zwischenergebnissen des laufenden Geschäftsjahres unter Einbeziehung von zukünftigen Ereignissen gemäß Maßnahmenplan ab 2020 ff., die die Geschäftsentwicklung beeinflussen. Weiterhin finden die Corona- bedingten wirtschaftlichen Auswirkungen des laufenden Geschäftsjahres Berücksichtigung bei der unternehmerischen Planung. So ist nach aktueller Einschätzung der Geschäftsführung das Umsatzniveau von 2019 im Planungsjahr 2021 pandemiebedingt nicht erreichbar und eine konservative und zurückhaltende Planung vorzulegen.

Weiterhin bilden die von den bürgerschaftlichen Fraktionen und Gremien eingebrachten und vom Hauptausschuss am 28.12.2020 empfohlenen Entscheidungen zur Verwendung des Corona-Hilfsfonds 2020 der Stadt die Grundlage der Planung:

So wird die GMG Anfang 2021 einen projektbezogenen Zuschuss in Höhe von 120 TEUR für die Finanzierung einer zusätzlichen Projektstelle (siehe 2.4.) für zwei Jahre erhalten. Dabei handelt es sich um einen sogenannten Innenstadtmanager, der unter anderem Konzepte zum Leerstandsmanagement, zur Vermarktung und Kaufkraftbindung initiiert und umsetzt.

Weiterhin wird die GMG im Rahmen des von ihr entwickelten Gutscheinsystems temporär auf die Provision gegenüber den teilnehmenden Partnern verzichten und ebenfalls temporär die Ausgabe des City-Gutscheins als Extrabonus an Zuzügler*innen der Stadt verlängern.

2.1. Umsatzerlöse

Ein wesentliches Unternehmensziel in den kommenden Jahren bleibt, die eigenen Aktivitäten zur Generierung von Umsatzerlösen auszuweiten, um den Zuschuss der Universität- und Hansestadt für die zu erbringenden DAWI nicht ohne weitere Aufgabenübertragung weiter zu erhöhen. Dieses Ziel hat im laufenden Geschäftsjahr Corona-bedingt einen deutlichen Rückschlag erlitten. Es wird einige Jahre dauern, die Umsatzrückgänge - insbesondere aus den Provisionsgeschäften für Reisende und Führungsteilnehmer - wieder aufzuholen. Der vorliegende Wirtschaftsplan trägt diesem Umstand Rechnung.

Um wieder Umsätze auf dem Niveau von 2019 erreichen zu können, ist ein starker Ausbau alternativer Erlösquellen in dafür geeigneten Geschäftsfeldern erforderlich. Aufgrund der aktuellen Pandemie und ihrer wirtschaftlich nicht absehbaren Folgen auch für die GMG ist das kurzfristige Hauptziel die Stabilisierung des Geschäftsbetriebs.

Vor dem Hintergrund der wachsenden digitalen (booking.com, hrs.de) und der stationären (Souvenirgeschäfte) Konkurrenz sind die Steigerung der Umsatzerlöse und die Erweiterung der Beteiligung Dritter an den Projekten der GMG die größten Herausforderungen der kommenden Jahre. Dazu wird die bereits begonnene Prozessoptimierung konsequent fortgesetzt. Neue Verkaufsprodukte mit regionalem Bezug werden beharrlich weiterentwickelt und/oder in die Vermarktung aufgenommen. Die GMG-Projekte werden für Beteiligungsmöglichkeiten von Partnern und Unternehmen evaluiert und weiter geöffnet. Neu- und Weiterentwicklungen werden sich thematisch an der Schwerpunktsetzung des Greifswalder Tourismuskonzeptes (Basis: 2016) orientieren.

Für 2021 sind Umsatzerlöse in Höhe von 519 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. Da die Umsatzerlöse zurückhaltender kalkuliert sind, werden auch geringere Materialkosten (siehe Punkt 2.3.) für den Einkauf von Waren und

Dienstleistungen erwartet und geplant. Die Entwicklung der Reisebeschränkungen und das damit einhergehende Reiseverhalten sind in den kommenden Geschäftsjahren nicht absehbar. So wird davon ausgegangen, dass erst im Jahre 2023 wieder das Niveau von 2019 erreicht wird.

Das Angebot an Stadtführungen wird erweitert und optimiert. Mit der konzipierten Stadt-Universitäts-Führung (Kooperationsvertrag) sollte dieser Weg 2020 fortgesetzt werden. Leider war die Durchführung und Umsetzung Corona-bedingt nicht möglich, und auch die Durchführung in 2021 steht unter Vorbehalt.

Auch die Vermittlung von Dienstleistungen Dritter (Gastronomen, Segelschulen, Boots- und Bus-touren, Traditionsschiffe) gilt als wichtige Erlösquelle der Zukunft. Zur Stärkung der Service- und Konkurrenzfähigkeit der Greifswald-Information werden ständig neue Verkaufsprodukte mit regio-nalem Fokus entwickelt und die Produktpalette evaluiert und aktualisiert. Durch die ganzheitliche Modernisierung der Greifswald-Information im Jahr 2019 wurde eine zeitgemäße Produktpräsen-tation möglich, die auch in den Folgejahren die positive Entwicklung der Umsatzerlöse unterstüt-zen wird. Die Kooperation mit dem Uni-Laden wird fortgesetzt und optimiert. Das Serviceziel für 2021 ist die digitale Buchbarkeit (inkl. Schnittstellen) aller öffentlichen Stadtführungen.

Das GMG-Eventhighlight bleibt auch 2021 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 eine Highlight zu setzen. Das „Ein Tag-Konzept“ wird mit Unterstützung bekannter und neuer Partner weiter optimiert und die Bewerbung außerhalb der Stadtgrenzen noch mehr intensiviert. Der 2019 gesetzte Themenschwerpunkt „Mode“ wird 2021 „Musik“ sein (Nachholung von 2020).

Auch bei bestehenden Events und Projekten (Aktionstage, Kampagnen) werden die Kosten- und Partnerstrukturen weiter optimiert. Bei der Entwicklung neuer Eventformate wird auf die Kompati-bilität mit tourismusrelevanten Themen, mit den städtischen Imagethemen der Zukunft sowie die Hebung von Synergien geachtet.

Aufgrund der Absage des MV-Tages 2020 wird die Umsetzung der städtischen Präsentation zum MV-Tag im Juni 2021 realisiert. Dies hat Auswirkungen auf den Materialaufwand (Punkt 2.3.). Der Zuschuss der Stadt (Punkt 2.2.) bleibt davon unberührt, da eine Rückstellung im Jahresabschluss 2020 gebildet wird, die 2021 aufgelöst wird.

Bis 2024 ist eine Steigerung der Umsatzerlöse auf 630 TEUR geplant. Die stärksten Wachstums-erwartungen sind mit einer Verbesserung und Erweiterung des Serviceangebotes der Greifswald-Information, der Umsatzerhöhung durch Anzeigenverkäufe sowie der GMG als Service- und Ber-atungspartner im Bereich Events und Außenwerbung verbunden.

Die Umsatzerlöse sind wie folgt geplant:

Bezeichnung	in TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Umsatzerlöse	610	376	519	563	611	630
davon u.a. Ticketver-käufe	354	163	246	267	290	299

davon u.a. Stadtführungen	73	36	73	79	86	89
davon u.a. Souvenirverkauf	65	67	95	103	112	115

2.2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus dem städtischen Zuschuss für DAWI-Leistungen und Sponsoringeinnahmen für Events und Marketingprojekte zusammen.

Die GMG wird 2021 ihre Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) weiter fortsetzen und punktuell intensivieren. So werden z. B. wieder die Organisation der Hansetage, des Klimaaktionstages sowie die Verwaltung eines Kooperationsbudgets zur Unterstützung von Vereinen übernommen.

Für das Jahr 2021 ist eine Zuschusserhöhung von 428 TEUR auf 459 TEUR geplant. Darin enthalten sind die Erhöhung der Personalkosten zur Angleichung an den TVöD, die bereits 2020 in einem ersten Schritt vorgenommen wurde und zwei neue Projekte. Zum einen wird die Kampagne „Greifswald blüht auf“ mit den Initiativen der städtischen Verwaltung (Blumenkaskaden) vereint und von der GMG realisiert und kommuniziert. Hierfür sind zusätzlich 20 TEUR geplant. Zur Realisierung des „Ryck-Tages“ sind 3.000 € geplant. Beide Projekte sollen dauerhaft durch die GMG durchgeführt werden. Die Zuschusserhöhung wird für die Folgejahre eingeplant.

Die GMG wird ab 2021 das Geschäftsfeld Binnen- und Eventmarketing weiter stärken und dabei ihren Fokus auf die Innenstadt richten. Konzeptentwicklungen zu den Themen Leerstandsmanagement, Belebung der Innenstadt und digitale Sichtbarkeit werden initiiert und realisiert. Zur Umsetzung dieses Aufgabenfeldes wird eine zusätzliche Personalstelle (siehe Punkt 5), vorerst befristet für 24 Monate, geschaffen und durch passive Rechnungsabgrenzung in 2020 gebucht (siehe Punkt 6) und deren Auflösungen in 2021/22 finanziert.

Ein Abschmelzen des Zuschusses, wie im Gründungskonzept vorgesehen, kann nach Einschätzung der Geschäftsführung und vor dem Hintergrund der tariflichen Angleichung der Mitarbeitergehälter (ab 2021 angeglichen) nicht erfolgen und muss in Art und Umfang mit dem Gesellschafter abgestimmt werden. Zudem muss klar sein, dass immer neue Aufgaben auch eine Erhöhung der Zuschüsse zur Folge haben.

Für 2021 sind Sponsoringeinnahmen, die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten sind, von etwa 39 T€ eingeplant. Diese Erlöse werden in erster Linie für Veranstaltungen und Marketingprojekte erwartet.

Der von der Stadt im Januar 2021 gezahlte Personalkostenzuschuss in Höhe von 120 T€ wird für 2021 als sonstiger betrieblicher Ertrag gebucht und für 2022 als passive Rechnungsabgrenzung in 2021 gebucht.

Hier erfolgt für 2022 eine Einnahme vor dem Bilanzstichtag, deren Ertrag erst nach dem Stichtag wirksam wird, also in 2022. Dementsprechend werden auch die Personalkosten in 2021 und 2022 geplant.

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019 (Vorvorjahr)	2020 (Vorjahr)	2021 (Planjahr)	2022 (1. Folgejahr)	2023 (2. Folgejahr)	2024 (3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Erträge	391	459	566	566	506	506
davon Auflösung von Sonderposten (Pos. 8 des Erfolgsplanes)	1	1	1	1	1	1
davon PK-Zuschuss der Stadt für 2021 und Auflösung RAP 2021 in 2022			60	60		
davon Zuschuss aus städtischen Mitteln	359	428	459	459	459	459
andere sonstige betriebl. Erträge	30	30	46	46	46	46

2.3. Materialaufwand

Für 2021 sind Ausgaben für Materialaufwand in Höhe von insgesamt rund 497 TEUR 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. Gemäß den Vorgaben des BilRUG (Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz) werden diese Aufwendungen dem Materialaufwand zugeordnet.

Gleichzeitig führen erhöhte Umsatzerlöse auch zur Erhöhung des Materialaufwandes und werden betriebliche Erträge für die Finanzierung von zusätzlichen Projekten und Kampagnen eingesetzt. Insbesondere die neuen Projekte (z.B. Ausbau der Binnenkampagne „Greifswald blüht auf“, MV-Tag 2021, Rycktag) führen zur Erhöhung der Materialaufwendungen.

Ein möglichst hoher Grad der Kostendeckung für einen Großteil der Projekte und Maßnahmen, beispielsweise durch Anzeigenschaltung, wird auch 2021 angestrebt. Das betrifft Publikationen wie das Gutscheinebuch „Heimathafen Greifswald“ oder die touristische Imagebroschüre „Heimathafen der Romantik“ sowie Kampagnen wie „Greifswald blüht auf“ oder „Greifswald räumt auf“. Weitere Projekte im Planjahr 2021 sind die Sicherung/der Ausbau der touristischen Infrastruktur sowie die Verstetigung eines touristischen Saisonauftaktes und die Etablierung eines weiteren maritimen Eventformates. Dadurch erhöht sich der Einkauf von Fremdleistungen (Agenturen, technische Dienstleister, Werbeanbieter), denn mehr Projekte bedeuten auch mehr externe Auftragnehmer.

Die Steigerung des Materialaufwands ist in erster Linie durch die Aufwendungen für neue Projekte (Binnenkampagne, MV-Tag) und die Erhöhung des Wareneinsatzes in der Greifswald-Information zurückzuführen.

Der Materialaufwand stellt sich wie folgt dar:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019 (Vorvorjahr)	2020 (Vorjahr)	2021 (Planjahr)	2022 (1.Folgejahr)	2023 (2. Folgejahr)	2024 (3. Folgejahr)
Materialaufwand	531	362	497	539	585	600
davon für Wareneinkauf	369	256	283	307	333	341
davon für Fremd- leistungen	162	106	214	232	252	258

2.4. Personalaufwand

Beschäftigt sind in der GMG im Jahr 2020 sieben Vollzeitkräfte und drei Auszubildende. Der Stellenplan ist seit der GMG-Gründung unverändert und die Fluktuation sehr gering.

Der Personalaufwand 2021 ist für den Geschäftsführer, sieben Mitarbeiter (inkl. Teilzeitbeschäftigte) und drei Auszubildende geplant. Durch die Tarifangleichung der Mitarbeiterbezüge an den TVÖD und eine weitere Personalstelle im Bereich Binnen- und Eventmarketing erhöht sich der Personalaufwand deutlich auf 449 TEUR.

Da die zusätzliche Personalstelle vorerst für 24 Monate eingeplant wird, reduzieren sich die Personalkosten ab 2023 ff. Diese wird 2021 und 2022 durch den Personalkostenzuschuss der Stadt finanziert. Es ist geplant, dass sich die Stelle ab 2023 selbst finanziert.

Zur Verstärkung des Personals und zur Sicherung und Erweiterung der Öffnungszeiten in der aktions- und eventreichen Sommersaison an den Standorten Rathaus-Arkaden und Greifswald-Wieck sind kurzfristig Beschäftigte und Praktikanten eingeplant.

In der Mehrjahresplanung wird von steigenden Personalkosten aufgrund von Gehaltsanpassungen ausgegangen (Steigerung von 2,5 % ab 2022). Auch eine Übernahme der Wieck-Information im aktuellen Konzept wird zu einer Erhöhung des Personalaufwandes führen. Details dazu sind im Planjahr mit dem Gesellschafter abzustimmen.

Zusammensetzung Personalaufwand:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019 (Vorvorjahr)	2020 (Vorjahr)	2021 (Planjahr)	2022 (1.Folgejahr)	2023 (2. Folgejahr)	2024 (3. Folgejahr)
Personalaufwand	307	359	449	460	407	422

2.5. Abschreibungen

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019 (Vorvorjahr)	2020 (Vorjahr)	2021 (Planjahr)	2022 (1.Folgejahr)	2023 (2. Folgejahr)	2024 (3. Folgejahr)
Abschreibungen	12	10	11	10	9	9

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 102 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.

Im sonstigen sächlichen Aufwand sind Aufwendungen für Telefon, Porto, Bürobedarf, Buchführung und Steuerberatung sowie für die Erstellung und Prüfung des Jahresabschlusses enthalten.

Grundsätzlich ist ab 2022 eine 1,5 % -ige Steigerung für die sonstigen Kosten (inflationsabhängig) eingeplant.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	102	103	102	104	104	105
davon Raumkosten	41	40	40	40	40	40
davon Versicherungen und Beiträge	4	3	3	4	4	4
Reparatur/Instandhaltung	5	3	7	7	7	7
Kfz-Kosten	0	6	7	7	7	7
davon Werbe- und Reisekosten	11	6	5	5	5	5
davon sonstige betriebliche Kosten (wie z.B. Bürobedarf, Rechts- und Beratungskosten)	40	35	35	36	36	36

3. Finanzplan

Der Finanzplan weist für die Jahre 2021 ff. in der Gesamtbetrachtung eine leicht positive Entwicklung des Finanzmittelfonds aus, wobei 2022 die Besonderheit der Auslösung des Rechnungsabgrenzungspostens aus dem 2021 gezahlten Personalkostenzuschuss zu beachten ist. aus. Dies setzt auch voraus, dass die Zuschüsse der UHGW wie kalkuliert beschieden werden.

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft ist gesichert.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Mittelzu- und Mittelabfluss						
aus lfd. Geschäftstätigkeit	18	6	82	-51	16	5
aus Investitionstätigkeit	-63	-7	-2	-2	-2	-2
Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen (+)	10	0	0	0	0	0
Gezahlte Zinsen	-1	0	0	0	0	0
aus Finanzierungstätigkeit	9	0	0	0	0	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode)	119	83	203	162	109	123
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-36	-1	80	-53	14	3
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	83	82	161	108	122	125

4. Investitionsübersicht

Größere Investitionen sind 2021 nicht geplant. Investitionen sind für die Neuausstattung eines Arbeitsplatzes und die Erneuerung von Computertechnik geplant.

Für 2021 sind folgende Investitionen vorgesehen:

	Plan/HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	bis 2020	2021	2022	2023	2024
	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-7	-2	-2	-2	-2

5. Stellenübersicht

Der Mitarbeiterstamm wird vorerst temporär für die nächsten zwei Jahre (2021/22) um einen Mitarbeiter erweitert. Damit sind ab dem Planjahr sieben 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 sind weiter gesichert. Die Ergebnisvorträge und das Eigenkapital entwickeln sich auf Grund der Ergebnisse positiv.

In TEUR

	IST	Plan/HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2019	bis 2020	2021	2022	2023	2024
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Stammkapital	25	25	25	25	25	25
Kapitalrücklage	18	18	18	18	18	18
Ergebnisvorträge	41	42	60	71	79	79
Gesamtbetrag Eigenkapitals zum 31.12.	84	85	103	114	122	122
Eigenkapitalquote						
Sonderposten	9	8	7	5	4	3
Rückstellungen	34	54	42	34	34	34

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 (vgl. 2.2.). Die GMG mietet ferner Verkaufs- und Lagerräume (Rathaus-Arkaden, Stadthaus) zu marktüblichen Konditionen von der Stadt an. Der Gesamtaufwand hierfür liegt 2020 konstant bleibend bei 21 T€.

Greifswald Marketing GmbH

Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2021

Zusammenstellung

Der Wirtschaftsplan wird mit folgenden Festsetzungen beschlossen:

Erfolgsplan

Gesamtbetrag der Erträge	1.085
Gesamtbetrag der Aufwendungen	1.066
Jahresergebnis	18

Finanzplan

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.147
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.065
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	82

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Investitionstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	-2
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	-2

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	80
--	----

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	11,4
--	------

Sonstige Angaben

Gesamtbetrag der aus Wirtschaftsplänen der Vorjahre voraussichtlich fortgeltenden Kreditermächtigungen	
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	161
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2019	84
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2020 voraussichtlich	85
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2021 voraussichtlich	103

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2021
Erfolgsplan

	Ist 2019 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2020 (Vorjahr)	Plan 2021 (Planjahr)	Plan 2022 (1. Folgejahr)	Plan 2023 (2. Folgejahr)	Plan 2024 (3. Folgejahr)
1 Umsatzerlöse	610	376	519	563	611	630
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	390	458	565	565	505	505
5 Materialaufwand	531	362	497	539	585	600
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	0	256	283	307	333	341
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	0	106	214	232	252	258
6 Personalaufwand	307	359	449	460	407	422
a) Löhne und Gehälter	252	293	375	384	340	353
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	55	66	74	76	67	69
- davon für Altersversorgung	0	0	0	0	0	0
7 Abschreibungen	12	10	11	10	9	9
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	0	10	11	10	9	9
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die im Unternehmen üblichen Abschreibungen überschreiten	0	0	0	0	0	0
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	102	103	102	104	104	105
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	8	0	0	0	0	0
15 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	13	0	8	5	4	0
16 Ergebnis nach Steuern	28	1	18	11	8	0
17 sonstige Steuern	0	0	0	0	0	0
18 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	28	1	18	11	8	0
Verwendung des Jahresergebnisses						
Verrechnung mit dem Verlustvortrag						
Verrechnung mit dem Gewinnvortrag	13	41	42	60	71	79
Vortrag auf neue Rechnung	41	42	60	71	79	79
Einstellung in die Rücklagen						
Entnahme aus den Rücklagen						
Ausschüttung an die Gemeinde						
Ausgleich durch die Gemeinde						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2021
Finanzplan

	Ist 2019 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2020 (Vorjahr)	Plan 2021 (Planjahr)	Plan 2022 (1. Folgejahr)	Plan 2023 (2. Folgejahr)	Plan 2024 (3. Folgejahr)
1 Periodenergebnis nach Steuer	28	1	18	11	8	0
2 Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	12	10	11	10	9	9
3 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	6	20	-20	0	0	0
4 Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	0	-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	-27	3	2	-3	2	-2
6 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4	-26	64	-60	-2	0
7 Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	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 (-)	0	0	0	0	0	0
12 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0
13 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)	0	0	0	0	0	0
14 Ertragsteuerzahlungen (-/+)	3	-1	8	-8	0	0
15 Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	18	6	82	-51	16	5
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 (-)	-63	-7	-2	-2	-2	-2
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 2021
Finanzplan

	Ist 2019 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2020 (Vorjahr)	Plan 2021 (Planjahr)	Plan 2022 (1. Folgejahr)	Plan 2023 (2. Folgejahr)	Plan 2024 (3. Folgejahr)
25 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
26 Erhaltene Zinsen (+)						
27 Erhaltene Dividenden (+)						
28 Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-63	-7	-2	-2	-2	-2
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 (+)	10					
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 (-)	-1					
37 Gezahlte Dividenden (-)						
38 Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	9	0	0	0	0	0
39 Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	-36	-1	80	-53	14	3
40 Finanzmittelfonds am Anfang der Periode (+)	119	83	82	161	108	122
41 Finanzmittelfonds am Ende der Periode	83	82	161	108	122	125
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds						
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 2021
Investitionsübersicht

Maßnahme:							Bereich:	
Kurzbeschreibung:	Büroausstattung, Technik							
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 2020 (Vorjahr)	Plan 2021 (Planjahr)	Plan 2022 (1. Folgejahr)	Plan 2023 (2. Folgejahr)	Plan 2024 (3. Folgejahr)	Plan ab 2025 (Folgejahre)	
Einzahlungen								
davon aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens, des Sachanlagevermögens und des Finanzanlagevermögens								
davon Sonstige								
Auszahlungen								
davon für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen								
davon für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-7	-2	-2	-2	-2	-2	
davon für Investitionen in das Finanzanlagevermögen								
davon für Sonstige								
davon zu leisten aufgrund einer im Planjahr eingegangenen Verpflichtung								
Saldo der Ein- und Auszahlungen		-7	-2	-2	-2	-2	-2	
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	-2	-2	-2	-2	-2	
Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt der Gemeinde (Entstehung/Wegfall/Erhöhung/Verminderung)								
Zuschuss								
Verlustausgleich								
Leistungsvergütung								
Ausschüttung								

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2021
Stellenübersicht

laufende Nummer	Bezeichnung	Anzahl und Bewertung 2020	tatsächliche Besetzung am 30.06.2020	Anzahl und Bewertung 2021	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	0	
	MA Binnen- u. Eventmarketing	0	0	1	
4	MA Tagungs- und Veranstaltungsmarketing II	0,3	0	1	ab 10/2020
5	MA Greifswald-Information	1	1	1	
6	MA Greifswald-Information II	0,75	0,75	0,75	
7	MA Greifswald-Information III	1	1	1	
8	Auszubildender 1. Lj	0,5	0	1	ab 08/2020
9	Auszubildender 2. Lj	1	1	1	
10	Auszubildender 3. Lj	1	1	1	
11	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
12	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
Summe		10,2	9,4	11,4	