

**LUTHERSTADT
WITTENBERG
MARKETING GMBH**

Wirtschaftsplan 2015

**Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2015**

	Summe
	TEUR
1. Umsatzerlöse	
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	2,0
b) Stadtfest	240,0
c) "reihenweise"	7,0
d) Erlebnisnacht	40,0
e) Reformationsfest	7,0
f) Kunstwege	1,0
g) Sponsoring kommunale Unternehmen	115,0
h) Sponsoring andere Unternehmen	5,5
i) Roadshow	30,0
	447,5
2. Sonstige betriebliche Erträge	
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	900,0
b) Honorarrückvergütung GLC	13,0
	913,0
3. Materialaufwand/Fremdleistungen	
a) Stadtfest	270,0
b) "reihenweise"	11,5
c) Erlebnisnacht	43,0
d) Reformationsfest	25,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	50,0
f) Roadshow	30,0
	429,5
4. Personalaufwand	
a) Löhne und Gehälter	242,0
b) Soziale Abgaben	61,0
	303,0
5. Abschreibungen	
Abschreibungen auf Sachanlagen	14,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	44,5
b) Künstlersozialabgabe	9,0
c) GEMA	20,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	74,0
e) Bürobedarf/EDV-Material	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	3,0
g) Gebühren/Beiträge	4,5
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	13,5
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	10,0
j) Betriebsführungskosten	12,5
k) Entgelt GLC	334,0
l) Aufwendungen gem. Stadtmarketingplan 2015	72,0
	600,0
7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	14,0
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag	4,0
9. Jahresergebnis	10,0

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Erläuterung der Planansätze des Wirtschaftsplanes 2015

Erlöse/Erträge:

1. Umsatzerlöse

zu a)

Leistungen der GmbH für Dritte (wirtschaftliche Geschäftsfelder).

zu b) – f)

Erlöse aus Kulturveranstaltungen

zu g) – h)

Einnahmen auf Grund von Sponsoringvereinbarungen u. a. mit kommunalen Unternehmen. Die Leistungen werden z. T. durch GLC auf der Grundlage des mit der GLC abgeschlossenen Vertrages erbracht. Das Sponsoring der Stadtwerke Lutherstadt Wittenberg GmbH dient dem Stadtmarketing.

zu i)

Erlöse aus der Durchführung der Roadshow.

2. Sonstige betriebliche Erträge

zu a)

Der Ansatz erfolgte in Höhe der in der 2. Änderung der Fördervereinbarung zwischen Stadt und LWM vom 04.12.2012 bestätigten Summe

zu b)

Geplante Honorarrückvergütung durch GLC gemäß Geschäftsbesorgungsvertrag vom 28.09.2010 anhand des Vorjahres.

Aufwendungen:

3. Materialaufwand

zu a) – d)

Die geplanten Summen spiegeln die Aufwendungen für ausgewählte Veranstaltungen wider.

zu e)

Fremdleistungen für die Leistungserbringung eines externen Dienstleisters als Vertretung für die Position des Marketingmanagers. Dieser steht dem Unternehmen aus privaten Gründen für ein Jahr nicht zur Verfügung.

zu f)

Anfallende Aufwendungen für die Durchführung der Roadshow, wie z. B. Betreuung Luther-mobil, Aufbau, Abbau etc.

4. Personalaufwand

Der Personalaufwand enthält die Gehälter für die Mitarbeiter der Geschäftsstelle und die Sozialabgaben gemäß dem beiliegendem Stellenplan.

5. Abschreibungen

Die Abschreibungen erfolgen auf Sachanlagen (z. B. Büroeinrichtung).

6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

zu a)

Sonstige Betriebsaufwendungen wie Reinigungsleistungen, Versicherungen, Kontoführungsgebühren, Telekommunikationsgebühren, Nutzungsentgelte etc. Im Tourismusmarketing wurden Aufwendungen von T€ 32 für die CI-Umstellung von GLC berücksichtigt.

zu b) – c)

An die Künstlersozialkasse und GEMA zu zahlende Gebühren u. Beiträge für die durchgeführten Veranstaltungen.

zu d)

Werbung/Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen und Stadtmarketing sowie Sponsoring des WittenbergKultur e. V.

zu h)

Der Ansatz erfolgt in Höhe der monatlich zu zahlenden Mietbeträge und Betriebskosten.

zu i)

Kosten für die Jahresprüfung und den Jahresabschluss incl. der Erstellung der Jahressteuererklärung sowie sonstige Beratungsleistungen durch Externe.

zu j)

Entgelt für die kaufmännische Betriebsführung der Stadtwerke Lutherstadt Wittenberg GmbH.

zu k)

Entgelt an GLC gemäß Geschäftsbesorgungsvertrag vom 28.09.2010. Außerdem ist planungsseitig eine Erhöhung des Honorars um ca. T€ 4 gemäß Ergänzungsvereinbarung berücksichtigt. Das Honorar erhöhte sich erstmals in 2014 um die Steigerung des amtlichen Verbraucherpreisindizes (VPI) im Vergleich zum Vorjahr, entsprechend erstmals um die Steigerungsrate 2014 im Vergleich zu 2013. Die Erhöhung wird im Folgejahr mit Vorlage des amtlichen VPI-Wertes abgerechnet. Das Honorar des dann laufenden Jahres wird entsprechend angepasst. Außerdem sind gemäß 3. Ergänzungsvereinbarung zusätzliche Aufwendungen von T€ 50 für die Betreuung des Besucherempfangs berücksichtigt.

zu l)

Aufwendungen gemäß Stadtmarketingplan 2015 (Anlage zum Wirtschaftsplan).

Jahresergebnis:

7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit

Es ergibt sich ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (vor Steuern) in Höhe von T€ 14 als positives Jahresergebnis.

Nach Abzug der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (T€ 4) weist die GmbH demzufolge einen Jahresüberschuss in Höhe von T€ 10 aus.

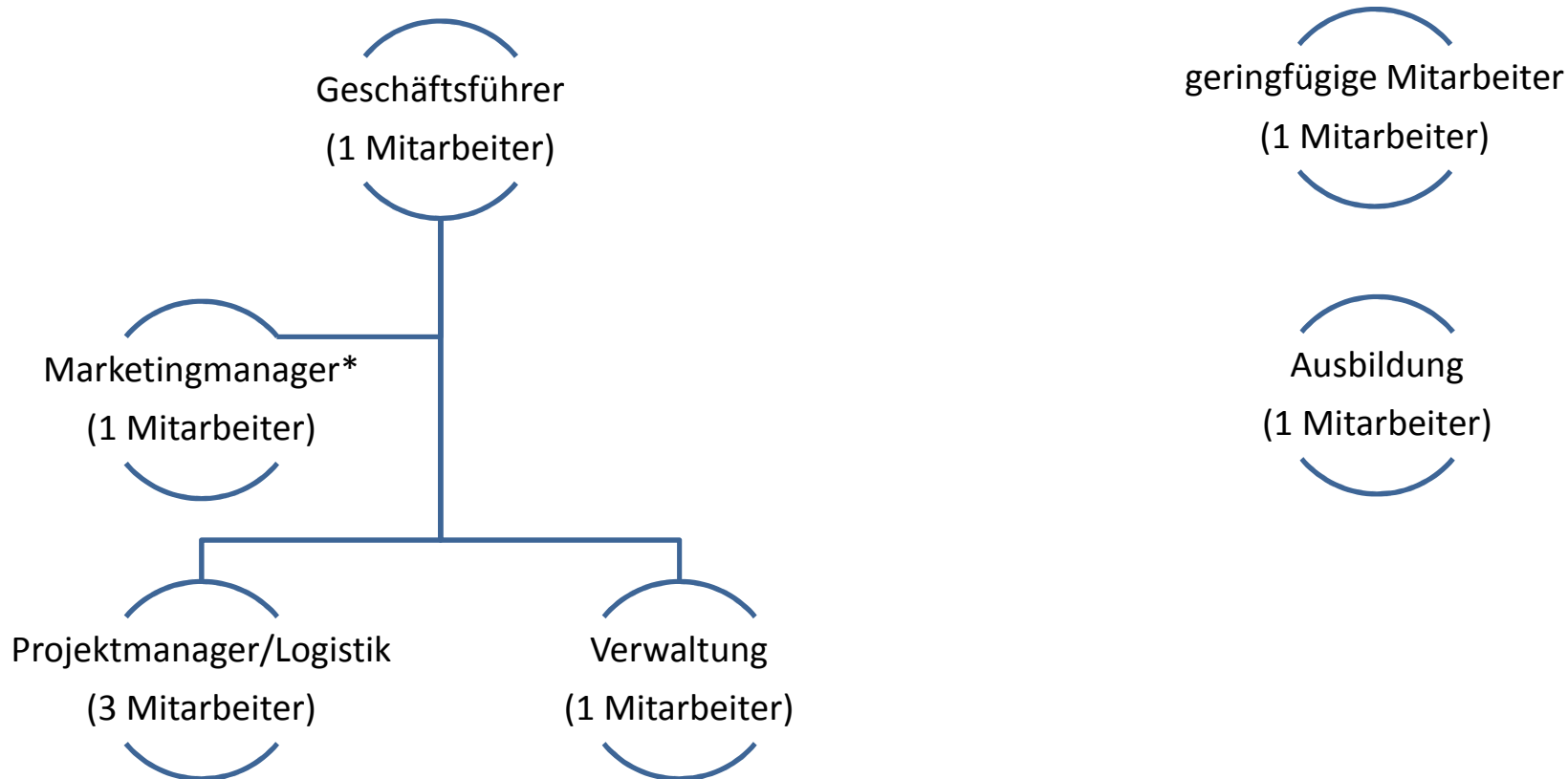
Investitionsplan

Folgende Investitionsmaßnahmen sind in 2015 geplant.

Maßnahme	Gesamtinvestitionsbedarf	Davon in 2015
div. Kleinausrüstung, Büroausstattungen, GWG etc. (pauschal)	10.000 €	10.000 €
Gesamtsumme	10.000 €	10.000 €

STADTMARKETINGPLAN 2015	
Projekte	Budget netto
Stadtmarketing	
Gestaltungen / Layouts / Grafik / Fotos	18.000
Druck (Imagebroschüre etc.)	9.000
Websites / Online-Marketing	30.000
Sonstige Marketingmaterialien (z.B. Apps, Banner, Give Aways)	7.000
Media-Schaltungen u. Pressearbeit (Image, Höhepunkte, außer spez. Veranstaltungen)	2.000
Künstlersozialkasse	1.000
ZWISCHENSUMME	67.000
Stadthaus Exerzierhalle	
Marketingmittel / Werbung	5.000
ZWISCHENSUMME	5.000
City Marketing	
Teilnahme und Moderation von Abstimmungsrunden / Foren	
ZWISCHENSUMME	0
Koordination 2017	
Koordination	
Marketingmittel	
ZWISCHENSUMME	0
ROADSHOW à 20 bzw. 40 Veranstaltungen	
Orga, Aufbau, Betreuung, Abbau, Marketingmittel etc.	
ZWISCHENSUMME	0
SUMME STADTMARKETING	72.000

Stellenplan 2015



* ab 02/15 in Elternzeit

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2015 / 3-Jahresplanung

	Planjahr 2015	Planjahr 2016	Planjahr 2017
	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse			
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	2,0	2,0	5,0
b) Stadtfest	240,0	240,0	250,0
c) "reihenweise"	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	40,0	40,0	40,0
e) Reformationsfest	7,0	7,0	10,0
f) Kunstwege	1,0	1,0	1,0
g) Sponsoring kommunale Unternehmen	115,0	115,0	115,0
h) Sponsoring andere Unternehmen	5,5	5,5	5,5
i) Roadshow	30,0	30,0	30,0
	447,5	447,5	463,5
2. Sonstige betriebliche Erträge			
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	900,0	900,0	1.000,0
b) Honorarrückvergütung GLC	13,0	15,0	15,0
	913,0	915,0	1.015,0
3. Materialaufwand/Fremdleistungen			
a) Stadtfest	270,0	270,0	270,0
b) "reihenweise"	11,5	11,5	11,5
c) Erlebnisnacht	43,0	43,0	43,0
d) Reformationsfest	25,0	25,0	60,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	50,0	20,0	0,0
f) Roadshow	30,0	30,0	30,0
	429,5	369,5	414,5
4. Personalaufwand			
a) Löhne und Gehälter	242,0	296,0	304,0
b) Soziale Abgaben	61,0	74,5	76,0
	303,0	370,5	380,0
5. Abschreibungen			
Abschreibungen auf Sachanlagen	14,0	16,0	12,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen			
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	44,5		
b) Künstlersozialabgabe	9,0	9,0	9,0
c) GEMA	20,0	21,0	21,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	74,0	80,0	100,0
e) Bürobedarf/EDV-Material	3,0	3,0	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	3,0	3,0	5,0
g) Gebühren/Beiträge	4,5	5,0	5,0
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	13,5	14,0	14,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	10,0	10,0	10,0
j) Betriebsführungskosten	12,5	13,0	13,0
k) Entgelt GLC	334,0	372,0	394,0
l) Aufwendungen gem. Stadtmarketingplan 2015	72,0	70,0	90,0
	600,0	600,0	664,0
7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	14,0	6,5	8,0
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag	4,0	2,0	2,0
9. Jahresergebnis	10,0	4,5	6,0