



**LUTHERSTADT  
WITTENBERG  
MARKETING GMBH**

# Entwurf

**Wirtschaftsplan 2016**

**Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan 2016**

	Tourismus- marketing	Kulturver- anstaltg.	Stadt- marketing	Allgemein	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1. Umsatzerlöse</b>					
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte		2,0			
b) Stadtfest		230,0			
c) "reihenweise"		7,0			
d) Erlebnisnacht		40,0			
e) Reformationsfest		7,0			
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	10,0		100,0		
g) Sponsoring andere Unternehmen		5,5			
h) Roadshow			30,0		
i) Mieterträge	12,0				
	<b>22,0</b>	<b>291,5</b>	<b>130,0</b>	<b>0,0</b>	<b>443,5</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>					
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg**	357,9	360,3	104,8	77,0	
b) Honorarrückvergütung GLC	15,0				
	<b>372,9</b>	<b>360,3</b>	<b>104,8</b>	<b>77,0</b>	<b>915,0</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>					
a) Stadtfest		270,0			
b) "reihenweise"		11,5			
c) Erlebnisnacht		43,0			
d) Reformationsfest		25,0			
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen			32,0		
f) Roadshow			30,0		
	<b>0,0</b>	<b>349,5</b>	<b>62,0</b>	<b>0,0</b>	<b>411,5</b>
<b>4. Personalaufwand*</b>					
a) Löhne und Gehälter	14,2	189,7	84,6		
b) Soziale Abgaben	3,7	47,6	21,2		
	<b>17,9</b>	<b>237,3</b>	<b>105,8</b>	<b>0,0</b>	<b>361,0</b>
<b>5. Abschreibungen</b>					
Abschreibungen auf Sachanlagen			4,0	10,0	14,0
<b>6. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>					
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.		1,5	3,0	8,0	
b) Künstlersozialabgabe		9,0			
c) GEMA		18,0			
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung		32,0		12,0	
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan 2016			60,0		
e) Bürobedarf/EDV-Material				3,0	
f) Reisekosten/Lehrgangengebühren				3,0	
g) Gebühren/Beiträge		2,0		2,5	
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	12,0	2,5		11,0	
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten				10,0	
j) Betriebsführungskosten				12,5	
k) Entgelt GLC	365,0				
	<b>377,0</b>	<b>65,0</b>	<b>63,0</b>	<b>62,0</b>	<b>567,0</b>
<b>7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5,0</b>	<b>5,0</b>
<b>8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag</b>					<b>2,0</b>
<b>9. Jahresergebnis</b>					<b>3,0</b>

\* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

\*\* Die Aufteilung des Zuschusses erfolgte nach dem Zuschussbedarf.

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

## **Erläuterung der Planansätze des Wirtschaftsplanes 2016**

### **Erlöse/Erträge:**

#### **1. Umsatzerlöse**

zu a)

Leistungen der GmbH für Dritte (wirtschaftliche Geschäftsfelder).

zu b) – e)

Erlöse aus Kulturveranstaltungen (Eintrittseinnahmen, Standgebühren etc.)

zu f) – g)

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 i. H. v. T€ 100 dient dem Stadtmarketing.

zu h)

Erlöse aus der Durchführung der Roadshow.

zu i)

zu b)

Gemäß dem am 14. Oktober 2010 mit der GLC abgeschlossenen Untermietvertrag zahlt die GLC eine monatliche Miete von € 780,00 zuzüglich Umsatzsteuer und Nebenkosten. Ein Teil der Nebenkosten wird von GLC direkt an die entsprechenden Versorgungsunternehmen gezahlt.

#### **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. Die Spartenaufteilung des Zuschusses erfolgte nach dem Bedarf.

zu b)

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

**Aufwendungen:**

**3. Materialaufwand und Fremdleistungen**

zu a) – d)

Die geplanten Summen spiegeln die Aufwendungen für ausgewählte Veranstaltungen wider. Sie beinhalten u. a. Honorar, Übernachtungskosten, Catering, Verkehrszeichen, Parkplatzbewirtschaftung, medizinische Absicherung, Technik u. v. m. (Siehe auch Seite 6)

zu e)

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

zu f)

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

**4. Personalaufwand**

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

Die Aufteilung der Personalkosten auf die einzelnen Sparten erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

**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.

zu b) – c)

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

zu d)

Werbung/Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen und Stadtmarketing sowie Sponsoring des WittenbergKultur e. V. Außerdem sind hier die Aufwendungen gemäß Marketing Budgetplan 2016 (Anlage zum Wirtschaftsplan) berücksichtigt.

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€ 78 für die Betreuung des Besucherempfangs berücksichtigt.

**Jahresergebnis:**

**7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit**

Es ergibt sich ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (vor Steuern) in Höhe von T€ 5 als positives Jahresergebnis.

Nach Abzug der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (T€ 2) weist die GmbH demzufolge einen Jahresüberschuss in Höhe von T€ 3 aus.

**Investitionsplan**

Folgende Investitionsmaßnahmen sind in 2016 geplant.

<b>Maßnahme</b>	<b>Gesamtinvestitionsbedarf</b>	<b>Davon in 2016</b>
div. Kleinausrüstung, Büroausstattungen, GWG etc. (pauschal)	3.000 €	3.000 €
<b>Gesamtsumme</b>	<b>3.000 €</b>	<b>3.000 €</b>

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH  
Wirtschaftsplan 2016 - Detail Projekte Kulturveranstaltungen

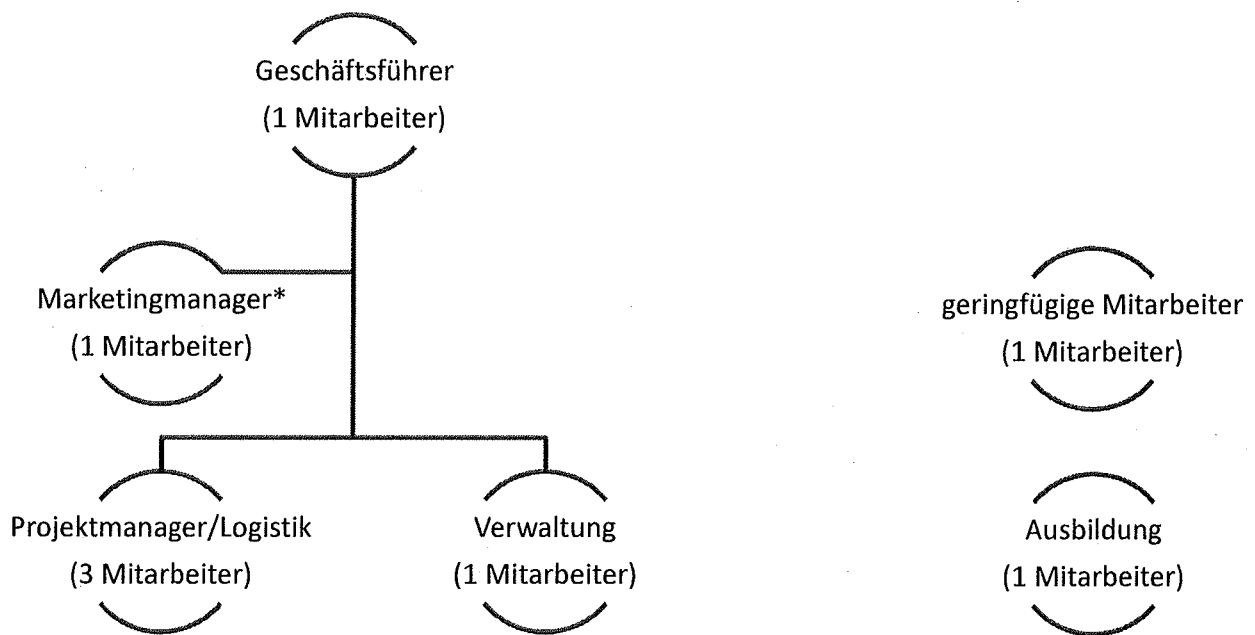
	Luthers Hochzeit	reihenweise	ErlebnisNacht	Reformationsfest
<b>1. Umsatzerlöse</b>				
a) Sponsoring	5.500,00			
b) Standgebühren	20.000,00			7.000,00
c) Straßenmiete	20.000,00			
d) Eintrittsgelder	190.000,00	7.000,00	40.000,00	
e) Sonstiges	1.000,00		1.000,00	
	<b>236.500,00</b>	<b>7.000,00</b>	<b>41.000,00</b>	<b>7.000,00</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>				
a) Zuschuss**	270.000,00	12.200,00	49.400,00	28.700,00
	<b>270.000,00</b>	<b>12.200,00</b>	<b>49.400,00</b>	<b>28.700,00</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>				
a) Materialaufwand	5.000,00		1.000,00	
b) Honorare	124.000,00	9.500,00	23.000,00	14.000,00
c) Übernachtung, Fahrtkosten etc.	21.000,00		1.500,00	1.000,00
d) Catering	5.000,00			
e) Verkehrszeichen, Parkplatzbewirtschaftung etc.	69.000,00		4.500,00	9.000,00
f) medizinische Absicherung	10.000,00		500,00	1.000,00
g) Technik und Elektrik	27.000,00		8.000,00	
h) Sonstige Fremdleistungen	9.000,00	2.000,00	4.500,00	
	<b>270.000,00</b>	<b>11.500,00</b>	<b>43.000,00</b>	<b>25.000,00</b>
<b>4. Personalaufwand</b>				
a) Löhne und Gehälter*	153.800,00	4.600,00	26.700,00	4.600,00
b) Soziale Abgaben*	38.700,00	1.100,00	6.700,00	1.100,00
	<b>192.500,00</b>	<b>5.700,00</b>	<b>33.400,00</b>	<b>5.700,00</b>
<b>5. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>				
a) sonstige Aufwendungen	1.500,00			
b) Künstlersozialabgabe	7.000,00		1.000,00	1.000,00
c) GEMA	15.000,00		3.000,00	
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	18.000,00		10.000,00	4.000,00
e) Bübedarf/EDV-Material				
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren				
g) Gebühren/Beiträge	2.000,00			
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	500,00	2.000,00		
	<b>44.000,00</b>	<b>2.000,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>5.000,00</b>
<b>6. Projektergebnis</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
		<b>0,00</b>		

**Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH**  
**Wirtschaftsplan 2016 - Marketing Budgetplan**

<b>Projekte und Maßnahmen</b>	<b>Budget (netto)</b>
<b>Stadtmarketing allgemein</b>	
Konzeptionelle und strategische Maßnahmen, Benchmarking, Gremienarbeit	2.500 €
Gestaltungen / Layouts / Grafik / Fotos / Print	6.000 €
Websites / Online-Marketing	2.000 €
Sonstige Marketinginstrumente (z.B. Apps, Banner, Give Aways)	2.000 €
Media-Schaltungen u. Pressearbeit (Image, Höhepunkte, außer spez. Veranstaltungen)	2.500 €
Stadtmarketingrelevantes Eventmarketing (Monitoring, Analyse, Benchmarking, Weiterentwicklung usw.)	2.500 €
Künstlersozialkasse	1.000 €
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>18.500 €</b>
<b>Tagungs- und Kongressmarketing</b>	
Konzeptionelle und strategische Maßnahmen, Benchmarking, Gremienarbeit	5.000 €
Marketinginstrumente (Website, App, Online-Marketing, Media-Schaltungen, Pressearbeit usw.)	6.000 €
Site Inspections	1.000 €
Messepräsentationen	2.500 €
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>14.500 €</b>
<b>Stadthaus und Exerzierhalle</b>	
Werbung (Print, Online, Fotos, Film usw.)	5.000 €
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>5.000 €</b>
<b>Citymarketing</b>	
Gremienarbeit, Kommunikation, Koordination	1.000 €
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>1.000 €</b>
<b>Bereichsübergreifende Marketingmaßnahmen</b>	
Gremienarbeit, Kommunikation, Koordination "Reformationsjubiläum 2017"	1.000 €
Strategie "2017 ff."	5.000 €
Strategie Tourismusmarketing "2017 ff."	10.000 €
Monitoring und Benchmarking Tourismusmarketing	2.500 €
Stadtmarketingrelevante Zuarbeiten Verwaltung	2.500 €
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>21.000 €</b>
<b>ROADSHOW à 20 bzw. 40 Veranstaltungen</b>	
Orga, Aufbau, Betreuung, Abbau, Marketingmittel etc.	
<b>ZWISCHENSUMME</b>	<b>- €</b>
<b>SUMME MARKETING</b>	<b>60.000 €</b>



## Stellenplan 2016



\* bis 03/16 in Elternzeit