



Antrag auf Zuwendung über die Gewährung einer Ausgleichszahlung für das Wirtschaftsjahr 2016 / 2. Halbjahr

Hiermit beantrage ich eine Ausgleichszahlung für das
Wirtschaftsjahr 2016 / 2. Halbjahr auf Grundlage des im
Aufsichtsrat vom 02.12.2015 beschlossenen Wirtschaftsplanes,
in dem der Zuschussbedarf nachgewiesen wird.


Johannes Winkelmann
Geschäftsführer

Lutherstadt Wittenberg
Marketing GmbH
Markt 4
06886 Lutherstadt Wittenberg

Bankverbindung
Sparkasse Wittenberg
IBAN:
DE72 8055 0101 0000 0001 08
BIC:
NOLADE21WBL

Geschäftsführer
Johannes Winkelmann

Amtsgericht Stendal, HRB 5202
Finanzamt Wittenberg,
Steuer-Nr.: 115/107/03598
Ust-IdNR.: DE248805395

Kontaktdaten
Tel.: +49 3491 419 260
Fax.: +49 3491 419 264
Web: www.wittenberg-marketing.de
E-Mail: marketing@wittenberg.de

B e s c h l u s s

des Aufsichtsrates der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH (LWM)
zum Wirtschaftsplan 2016

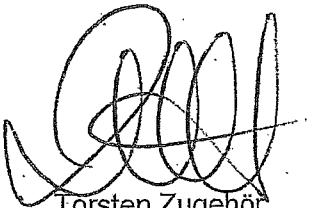
Der Aufsichtsrat der LWM beschließt folgendes:

Der Wirtschaftsplan für das Jahr 2016, bestehend aus Kosten- und Erlösplan, Marketingplan und Stellenübersicht wird wie vorgelegt beschlossen.

Der Geschäftsführer ist berechtigt, Verschiebungen innerhalb der Positionen des Wirtschaftsplanes vorzunehmen, soweit sich dadurch der Gesamtrahmen nicht ändert.

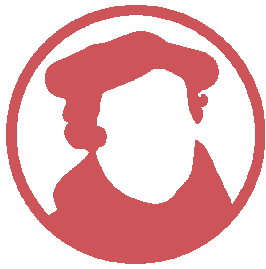
Der Beschluss erfolgt vorbehaltlich der Genehmigung durch die Gesellschafterversammlung.

Lutherstadt Wittenberg, d. 02.12.2015



Torsten Zugehör

Vorsitzender des Aufsichtsrates



**LUTHERSTADT
WITTENBERG
MARKETING GMBH**

Wirtschaftsplan 2016

Überarbeitete Version (Betrauungsakt)

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Wirtschaftsplan 2016

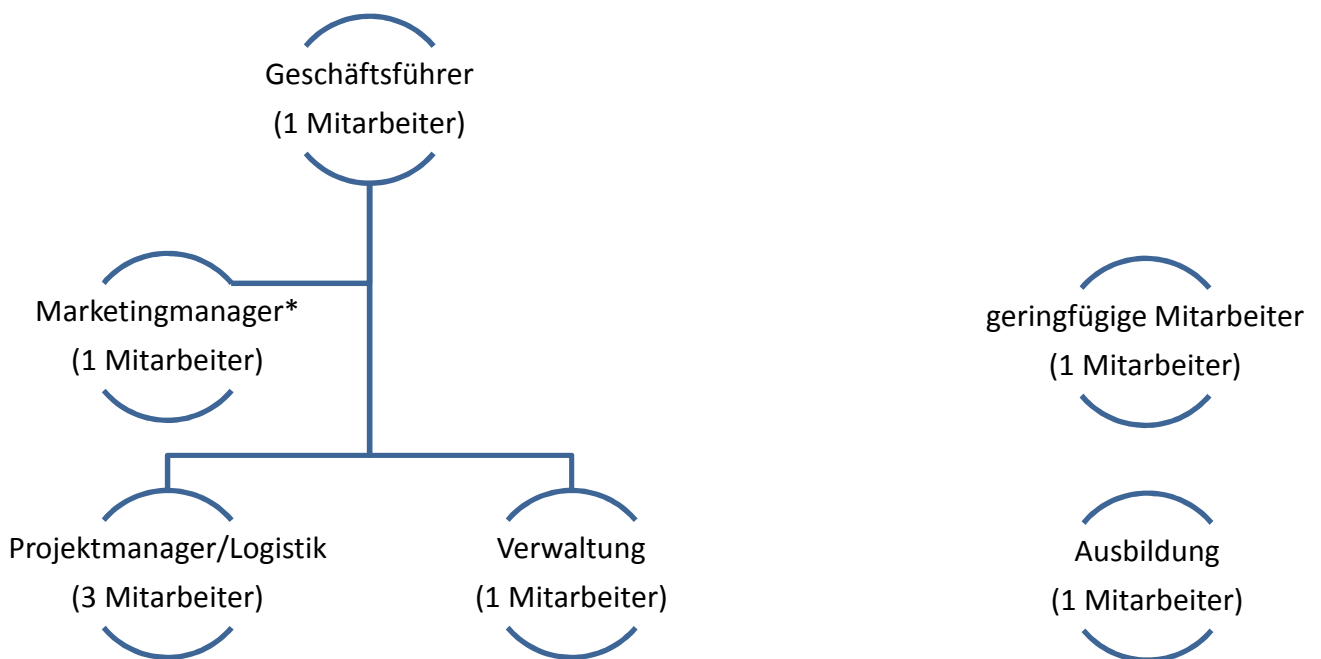
	Wirtschaftsplan 2016					davon		
	Tourismus- marketing	Kulturver- anstaltg.	Stadt- marketing	Allgemein	Planjahr 2016	DAWI	Entgelt GLC	Nicht-DAWI
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse								
a) Sonstige Umsatzerlöse		2,0			2,0			2,0
b) Stadtfest		230,0			230,0	230,0		
c) "reihenweise"		7,0			7,0	7,0		
d) Erlebnisnacht		40,0			40,0	40,0		
e) Reformationsfest		7,0			7,0	7,0		
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	10,0		100,0		110,0	100,0		10,0
g) Sponsoring andere Unternehmen		5,5			5,5		5,5	
h) Roadshow			30,0		30,0	30,0		
i) Mieterträge	12,0				12,0			12,0
	22,0	291,5	130,0	0,0	443,5	419,5	0,0	24,0
2. Sonstige betriebliche Erträge								
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg				900,0	900,0	550,0	350,0	
	0,0	0,0	0,0	900,0	900,0	550,0	350,0	0,0
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	25,0		
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen			32,0		32,0	32,0		
f) Roadshow			30,0		30,0	30,0		
	0,0	349,5	62,0	0,0	411,5	411,5	0,0	0,0
4. Personalaufwand*								
a) Löhne und Gehälter	3,0	203,3	82,2		288,5	285,5		3,0
b) Soziale Abgaben	0,8	51,0	20,7		72,5	71,7		0,8
	3,8	254,3	102,9	0,0	361,0	357,2	0,0	3,8
5. Abschreibungen								
Abschreibungen auf Sachanlagen			4,0	10,0	14,0	14,0	0,0	0,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen								
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.		1,5	3,0	8,0	12,5	12,5		
b) Künstlersozialabgabe		9,0			9,0	9,0		
c) GEMA		18,0			18,0	18,0		
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung		32,0		12,0	44,0	44,0		
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan 2016			60,0		60,0	60,0		
e) Bürobedarf/EDV-Material				3,0	3,0	3,0		
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren				3,0	3,0	3,0		
g) Gebühren/Beiträge		2,0		2,5	4,5	4,5		
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	12,0	2,5		11,0	25,5	13,5		12,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten				10,0	10,0	10,0		
j) Betriebsführungskosten				12,5	12,5	12,5		
k) Entgelt GLC	365,0				365,0	0,0	365,0	
Honorarrückvergütung GLC Vorjahr	-15,0				-15,0	0,0	-15,0	
	362,0	65,0	63,0	62,0	552,0	190,0	350,0	12,0
<i>Umlage Sparte Allgemein*</i>	3,6	47,3	21,1	-72,0		-3,6		3,6
7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-347,4	-424,6	-123,0	900,0	5,0	0,4	0,0	4,6
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag					2,0			
9. Jahresergebnis					3,0			

* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2016 - Marketing Budgetplan

Projekte und Maßnahmen	Budget (netto)
Stadtmarketing allgemein	
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 €
ZWISCHENSUMME	18.500 €
Tagungs- und Kongressmarketing	
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 €
ZWISCHENSUMME	14.500 €
Stadthaus und Exerzierhalle	
Werbung (Print, Online, Fotos, Film usw.)	5.000 €
ZWISCHENSUMME	5.000 €
Citymarketing	
Gremienarbeit, Kommunikation, Koordination	1.000 €
ZWISCHENSUMME	1.000 €
Bereichsübergreifende Marketingmaßnahmen	
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 €
ZWISCHENSUMME	21.000 €
ROADSHOW à 20 bzw. 40 Veranstaltungen	
Orga, Aufbau, Betreuung, Abbau, Marketingmittel etc.	
ZWISCHENSUMME	- €
SUMME MARKETING	60.000 €

Stellenübersicht 2016



* bis 03/16 in Elternzeit