

**LUTHERSTADT  
WITTENBERG  
MARKETING GMBH**

**Wirtschaftsplan 2017**

## Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

## Wirtschaftsplan 2017

	Wirtschaftsplan 2017					davon		
	Tourismus- marketing	Kulturver- anstaltg.	Stadt- marketing	Allgemein	Planjahr 2017	DAWI	Entgelt GLC	Nicht-DAWI
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1. Umsatzerlöse</b>								
a) Sonstige Umsatzerlöse		2,0			2,0			2,0
b) Stadtfest		250,0			250,0	250,0		
c) "reihenweise"		7,0			7,0	7,0		
d) Erlebnisnacht		40,0			40,0	40,0		
e) Reformationsfest		10,0			10,0	10,0		
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	10,0		100,0		110,0	100,0		10,0
g) Sponsoring andere Unternehmen					0,0			
h) Roadshow			25,0		25,0	25,0		
i) Mieterträge	12,0				12,0			12,0
	<b>22,0</b>	<b>309,0</b>	<b>125,0</b>	<b>0,0</b>	<b>456,0</b>	<b>432,0</b>	<b>0,0</b>	<b>24,0</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>								
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	0,0	0,0	0,0	1.000,0	1.000,0	633,0	367,0	
	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1.000,0</b>	<b>1.000,0</b>	<b>633,0</b>	<b>367,0</b>	<b>0,0</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>								
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		60,0			60,0	60,0		
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen			40,0		40,0	40,0		
f) Roadshow			25,0		25,0	25,0		
g) Sonderveranstaltungen 2017			30,0		30,0	30,0		
	<b>0,0</b>	<b>384,5</b>	<b>95,0</b>	<b>0,0</b>	<b>479,5</b>	<b>479,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>4. Personalaufwand*</b>								
a) Löhne und Gehälter	3,1	214,2	86,7		304,0	300,9		3,1
b) Soziale Abgaben	0,8	53,6	21,6		76,0	75,2		0,8
	<b>3,9</b>	<b>267,8</b>	<b>108,3</b>	<b>0,0</b>	<b>380,0</b>	<b>376,1</b>	<b>0,0</b>	<b>3,9</b>
<b>5. Abschreibungen</b>								
Abschreibungen auf Sachanlagen			9,0	3,0	12,0	12,0	0,0	0,0
<b>6. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>								
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.		1,0	3,0	8,0	12,0	12,0		
b) Künstlersozialabgabe		9,0			9,0	9,0		
c) GEMA		21,0			21,0	21,0		
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung		38,0		12,0	50,0	50,0		
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan 2017			60,0		60,0	60,0		
e) Bürobedarf/EDV-Material				3,0	3,0	3,0		
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren				5,0	5,0	5,0		
g) Gebühren/Beiträge		2,5		2,5	5,0	5,0		
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	12,0	3,0		11,0	26,0	14,0		12,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten				10,0	10,0	10,0		
j) Betriebsführungskosten				13,0	13,0	13,0		
k) Entgelt GLC	387,0				387,0	0,0	387,0	
Honorarrückvergütung GLC Vorjahr	-20,0				-20,0	0,0	-20,0	
	<b>379,0</b>	<b>74,5</b>	<b>63,0</b>	<b>64,5</b>	<b>581,0</b>	<b>202,0</b>	<b>367,0</b>	<b>12,0</b>
<i>Umlage Sparte Allgemein*</i>	3,3	45,7	18,5	-67,5		-3,3		3,3
<b>7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-364,2</b>	<b>-463,5</b>	<b>-168,8</b>	<b>1.000,0</b>	<b>3,5</b>	<b>-1,3</b>	<b>0,0</b>	<b>4,8</b>
<b>8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag</b>					<b>1,0</b>			
<b>9. Jahresergebnis</b>					<b>2,5</b>			

\* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

## **Erläuterung der Planansätze des Wirtschaftsplanes 2017**

### **Erlöse/Erträge:**

#### **1. Umsatzerlöse**

zu a)

Leistungen der GmbH für Dritte (Leistungen gem. Präsentationsvereinbarung mit dem MDR, Verkauf Werbematerial etc.).

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)

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 des ermittelten Defizites. Der Fehlbetrag von T€ -1,3 im DAWI-Bereich wird durch den Überschuss im Nicht-DAWI-Bereich ausgeglichen.

Am 29. Februar 2016 wurde beim Finanzamt Wittenberg der Antrag auf Erteilung einer verbindlichen Auskunft gestellt, ob es sich bei dem Ausgleichsbetrag im Zusammenhang mit dem Betrauungsakt um echte Zuschüsse handelt, welche somit als nicht umsatzsteuerbar einzustufen sind.

### **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.

zu f)

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

zu g)

Durchführung von Sonderveranstaltungen anlässlich des Reformationsjubiläums 2017.

#### **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 jeweiligen Sparten erfolgte mittels eines Umsatzschlüssels. Wobei in der Sparte Tourismusmarketing lediglich die Personalkosten des Geschäftsführers umgelegt wurden.

#### **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 2017 (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.

Die geplante Honorarrückvergütung für das Vorjahr durch GLC gemäß Geschäftsbesorgungsvertrag vom 28.09.2010 wird in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in einer separaten Position vom Entgelt in Abzug gebracht.

**Jahresergebnis:**

**7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit**

Es ergibt sich ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (vor Steuern) in Höhe von T€ 3,5 als positives Jahresergebnis.

Nach Abzug der Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (T€ 1) weist die GmbH demzufolge einen Jahresüberschuss in Höhe von T€ 2,5 aus.

**Investitionsplan**

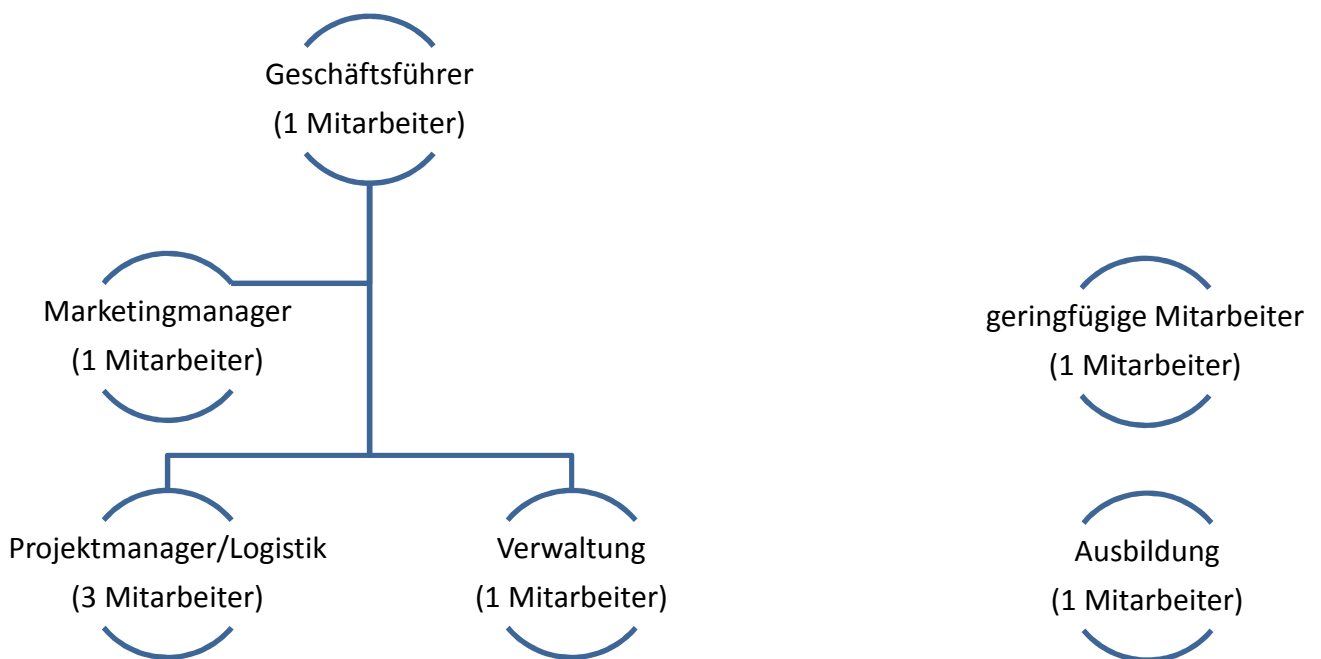
Folgende Investitionsmaßnahmen sind in 2017 geplant.

<b>Maßnahme</b>	<b>Gesamtinvestitionsbedarf</b>	<b>Davon in 2017</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 2017 - 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>

### Stellenübersicht 2017





## Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

## Wirtschaftsplan 2017 / Mehrjahresplanung

	Planjahr 2017	Planjahr 2018	Planjahr 2019
	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1. Umsatzerlöse</b>			
a) Sonstige Umsatzerlöse	2,0	2,0	2,0
b) Stadtfest	250,0	230,0	230,0
c) "reihenweise"	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	40,0	40,0	40,0
e) Reformationsfest	10,0	7,0	7,0
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	110,0	75,0	75,0
g) Sponsoring andere Unternehmen	0,0		
h) Roadshow	25,0		
i) Mieterträge	12,0		
	<b>456,0</b>	<b>361,0</b>	<b>361,0</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>			
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	1.000,0	900,0	900,0
	<b>1.000,0</b>	<b>900,0</b>	<b>900,0</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>			
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	60,0	25,0	25,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	40,0	0,0	0,0
f) Roadshow	25,0		
g) Sonderveranstaltungen 2017	30,0		
	<b>479,5</b>	<b>349,5</b>	<b>349,5</b>
<b>4. Personalaufwand*</b>			
a) Löhne und Gehälter	304,0	304,0	307,0
b) Soziale Abgaben	76,0	76,0	77,0
	<b>380,0</b>	<b>380,0</b>	<b>384,0</b>
<b>5. Abschreibungen</b>			
Abschreibungen auf Sachanlagen	12,0	4,0	4,0
<b>6. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>			
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	12,0	12,0	12,0
b) Künstlersozialabgabe	9,0	9,0	9,0
c) GEMA	21,0	18,0	18,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	50,0	40,0	40,0
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan 2017	60,0	30,0	30,0
e) Bürobedarf/EDV-Material	3,0	3,0	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	5,0	2,0	2,0
g) Gebühren/Beiträge	5,0	5,0	5,0
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	26,0	14,0	14,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	10,0	10,0	10,0
j) Betriebsführungskosten	13,0	13,0	13,0
k) Entgelt GLC	387,0	390,0	390,0
Honorarrückvergütung GLC Vorjahr	-20,0	-25,0	-25,0
	<b>581,0</b>	<b>521,0</b>	<b>521,0</b>
<b>7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>3,5</b>	<b>6,5</b>	<b>2,5</b>
<b>8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag</b>	<b>1,0</b>	2,0	1,0
<b>9. Jahresergebnis</b>	<b>2,5</b>	<b>4,5</b>	<b>1,5</b>

\* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.