



LUTHERSTADT
WITTENBERG
MARKETING GMBH

Wirtschaftsplan 2018

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Wirtschaftsplan 2018

davon

	Tourismus-	Kulturver-	Stadt-	Allgemein	Planjahr 2018	DAWI	Entgelt	Nicht-
	marketing	anstaltg.	marketing	TEUR	TEUR	TEUR	GLC	DAWI
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse								
a) Sonstige Umsatzerlöse		2,0			2,0			2,0
b) Stadtfest		240,0			240,0	240,0		
c) "reihenweise"		7,0			7,0	7,0		
d) Erlebnisnacht		40,0			40,0	40,0		
e) Reformationsfest		5,0			5,0	5,0		
f) Sponsoring kommunale Unternehmen			100,0		100,0	100,0		
g) Mieterträge	6,0				6,0			6,0
	6,0	294,0	100,0	0,0	400,0	392,0	0,0	8,0
2. Sonstige betriebliche Erträge								
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg				900,0	900,0	525,0	375,0	
b) Honorarrückvergütung								
Tourismusdienstleister Vorjahr	15,0				15,0		15,0	
	15,0	0,0	0,0	900,0	915,0	525,0	390,0	0,0
3. Materialaufwand/Fremdleistungen								
a) Stadtfest		280,0			280,0	280,0		
b) "reihenweise"		10,5			10,5	10,5		
c) Erlebnisnacht		43,0			43,0	43,0		
d) Reformationsfest		31,0			31,0	31,0		
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	6,0				6,0			6,0
	6,0	364,5	0,0	0,0	370,5	364,5	0,0	6,0
4. Personalaufwand*								
a) Löhne und Gehälter	4,4	217,8	81,8		304,0	299,6		4,4
b) Soziale Abgaben	1,1	54,9	20,0		76,0	74,9		1,1
	5,5	272,7	101,8	0,0	380,0	374,5	0,0	5,5
5. Abschreibungen								
Abschreibungen auf Sachanlagen				4,0	4,0	4,0	0,0	0,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen								
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige								
Fremdleistg.		1,0	1,0	8,0	10,0	10,0		
b) Künstlersozialabgabe		9,0			9,0	9,0		
c) GEMA		18,0			18,0	18,0		
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung		34,0		10,0	44,0	44,0		
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan			40,0		40,0	40,0		
2018								
e) Bürobedarf/EDV-Material				3,0	3,0	3,0		
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren				2,0	2,0	2,0		
g) Gebühren/Beiträge		5,0		2,5	7,5	7,5		
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten				11,0	11,0	11,0		
Rechts- u. Beratungskosten inkl.				10,0	10,0	10,0		
i) Prüfungskosten				13,0	13,0	13,0		
j) Betriebsführungskosten				13,0	13,0	13,0		
k) Entgelt Tourismusdienstleister	390,0				390,0	0,0	390,0	
	390,0	67,0	41,0	59,5	557,5	167,5	390,0	0,0
Umlage Sparte Allgemein**	1,0	46,7	15,9	-63,5		-1,0		1,0
7. Zwischenergebnis	-381,5	-456,9	-58,7	900,0	3,0	7,5	0,0	-4,5
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag					1,0			
9. Jahresergebnis					2,0			

* Die Umlage erfolgte nach folgendem Schlüssel.

Geschäftsführer	5%	68%	27%
Marketingmanager	2%	5%	93%
Übriges Personal	0%	95%	5%

** Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Erläuterung der Planansätze des Wirtschaftsplanes 2018

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)

Die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH plant, das Stadtmarketing auf mindestens gleichem Niveau wie in den Jahren 2014 bis 2017 fortzuführen und weiterzuentwickeln. Die Marketingplanung soll insbesondere auf die strategische Ausrichtung der Lutherstadt Wittenberg „Konzept 2017+“ ausgerichtet werden und daraus abgeleitete konkrete Marketingmaßnahmen beinhalten. Ein entsprechender Beschluss der Gesellschafter dazu steht noch aus.

zu g)

Mieterträge (Betriebskosten) aus der Nutzungsüberlassung der TI im Stadthaus.

2. Sonstige betriebliche Erträge

zu a)

Der Ansatz erfolgte in Höhe des ermittelten Defizites.

zu b)

Geplante Honorarrückvergütung durch die GLC. Aufgrund der Personalaufstockung wird hier von einer niedrigeren Rückvergütung ausgegangen als bisher vermutet.

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 5)

zu e)

Betriebskosten für das Objekt TI Stadthaus.

4. Personalaufwand

Der Personalaufwand enthält die Gehälter für die Mitarbeiter der Geschäftsstelle und die Sozialabgaben gemäß der beiliegenden Stellenübersicht.

Die Aufteilung der Personalkosten auf die jeweiligen Sparten erfolgte mittels einer prozentualen Schlüsselung (Vgl. Seite 1). Wobei in der Sparte Tourismusmarketing lediglich anteilig die Personalkosten des Geschäftsführers und des Marketingmanagers umgelegt wurden.

5. Abschreibungen

Die Abschreibungen erfolgen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände (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 zahlenden 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 2018 (Anlage zum Wirtschaftsplan) berücksichtigt.

zu h)

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

zu i)

Kosten für die Jahresabschlussprüfung incl. der Erstellung der Jahressteuererklärung sowie sonstige Beratungsleistungen durch Externe.

zu j)

Entgelt für die kaufmännische Betriebsführung der Stadtwerke Lutherstadt Wittenberg GmbH.

zu k)

An den Tourismusdienstleister zu zahlendes Entgelt. Das Tourismusgeschäft wird für das Jahr 2018 neu ausgeschrieben. Die genaue Höhe des zu zahlenden Honorars steht somit noch nicht fest.

Jahresergebnis:

Es ergibt aus derzeitiger Sicht ein Jahresüberschuss in Höhe von T€ 2.

Investitionsplan

Folgende Investitionsmaßnahmen sind in 2018 geplant.

Maßnahme	Gesamtinvestitionsbedarf	Davon in 2018
div. Kleinausrüstung, Büroausstattungen, GWG etc. (pauschal)	3.000 €	3.000 €
Gesamtsumme	3.000 €	3.000 €

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2018 - Detail Projekte Kulturveranstaltungen

	Luthers Hochzeit	reihenweise	ErlebnisNacht	Reformationsfest
1. Umsatzerlöse				
a) Sponsoring				
b) Standgebühren	20.000,00			5.000,00
c) Straßenmiete	15.000,00			
d) Eintrittsgelder	205.000,00	7.000,00	40.000,00	
e) Sonstiges	1.000,00		1.000,00	
	241.000,00	7.000,00	41.000,00	5.000,00
2. Sonstige betriebliche Erträge				
a) Zuschuss**	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Materialaufwand/Fremdleistungen				
a) Materialaufwand	5.000,00		1.000,00	
b) Honorare	134.000,00	8.500,00	23.000,00	13.000,00
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	15.000,00
f) medizinische Absicherung	10.000,00		500,00	2.000,00
g) Technik und Elektrik	27.000,00		8.000,00	
h) Sonstige Fremdleistungen	9.000,00	2.000,00	4.500,00	
	280.000,00	10.500,00	43.000,00	31.000,00
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter*	178.500,00	5.200,00	30.400,00	3.700,00
b) Soziale Abgaben*	45.000,00	1.300,00	7.700,00	900,00
	223.500,00	6.500,00	38.100,00	4.600,00
5. Sonstige betriebliche Aufwendungen				
a) sonstige Aufwendungen	1.000,00			
b) Künstlersozialabgabe	7.000,00		1.000,00	1.000,00
c) GEMA	15.000,00		3.000,00	
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	19.000,00		9.000,00	6.000,00
e) Büobedarf/EDV-Material				
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren				
g) Gebühren/Beiträge	3.000,00		1.000,00	1.000,00
	45.000,00	0,00	14.000,00	8.000,00
6. Umlage Sparte Allgemein	38.300,00	1.100,00	6.500,00	800,00
7. Projektergebnis	-345.800,00	-11.100,00	-60.600,00	-39.400,00
	-456.900,00			

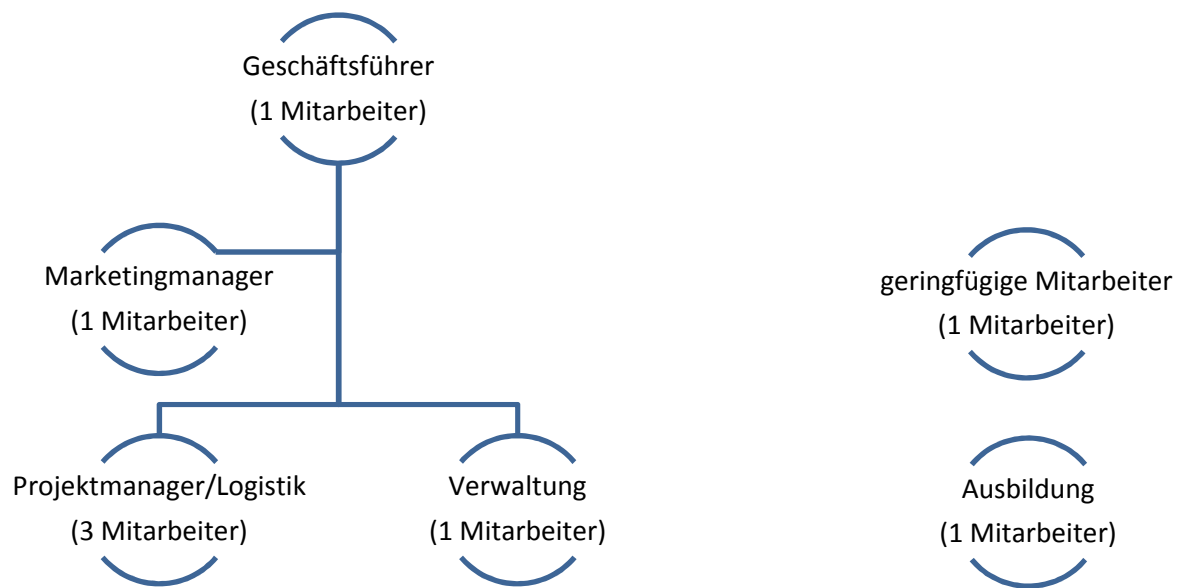
* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

** Die Aufteilung des Zuschusses erfolgte nicht. Wie aus dem Wirtschaftsplan ersichtlich ist, wird dieser je nach Bedarf verwendet um die Fehlbeträge zu decken (soweit lt. Betrauungsakt möglich).

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2018 - Stadtmarketing Budgetplan

Projekte und Maßnahmen	Budget netto
Gestaltungen / Layouts / Grafik (für Online, Print, Film u.a. Marketingmittel)	7.500
Fotos / Fotorechte	1.500
Übersetzungen	3.000
Druck / Produktion	5.000
Online-Marketing, Weiterentwicklung Pflege Websites (5x LWM, 1x Stadt)	11.000
Beteiligung an Veranstaltungen (Promotion)	3.000
Give Aways	2.000
Filmüberarbeitungen / Neuentwicklung inkl. Übersetzung / Vertonung	4.000
Media-Schaltungen u. Pressearbeit (Image, Höhepunkte, außer spez. Veranstaltungen)	2.000
Künstlersozialkasse	1.000
SUMME STADTMARKETING	40.000

**Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Stellenübersicht 2018**



Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2018 / Finanzplan

	Planjahr 2017	Planjahr 2018	Planjahr 2019	Planjahr 2020	Planjahr 2021
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Einnahmen					
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
b) Stadtfest	250,0	240,0	240,0	240,0	240,0
c) "reihenweise"	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
e) Reformationsfest	10,0	5,0	7,0	7,0	7,0
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	110,0	100,0	100,0	100,0	100,0
g) Sponsoring andere Unternehmen					
h) Mieterträge	12,0	6,0	6,0	6,0	6,0
i) Roadshow	25,0				
j) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	1.000,0	900,0	900,0	910,0	920,0
k) Honorarrückvergütung Tourismusdienstleister Vorjahr	20,0	15,0			
	1.476,0	1.315,0	1.302,0	1.312,0	1.322,0
2. Ausgaben					
a) Stadtfest	270,0	280,0	280,0	280,0	280,0
b) "reihenweise"	11,5	10,5	10,5	10,5	10,5
c) Erlebnisnacht	43,0	43,0	43,0	43,0	43,0
d) Reformationsfest	60,0	31,0	31,0	31,0	31,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	40,0	6,0	6,0	6,0	6,0
f) Roadshow	25,0				
g) Sonderveranstaltungen 2017	30,0				
h) Löhne und Gehälter	304,0	304,0	311,6	319,4	327,3
i) Soziale Abgaben	76,0	76,0	77,9	79,8	81,8
j) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	12,0	10,0	10,0	10,0	10,0
k) Künstlersozialabgabe	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0
l) GEMA	21,0	18,0	18,0	18,0	18,0
m) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan	60,0	44,0	40,0	40,0	40,0
n) Bürobedarf/EDV-Material	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
o) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	5,0	2,0	2,0	2,0	2,0
p) Gebühren/Beiträge	5,0	7,5	7,5	7,5	7,5
q) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	26,0	11,0	11,0	11,0	11,0
r) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
s) Betriebsführungskosten	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0
t) Entgelt Tourismusdienstleister	387,0	390,0	390,0	390,0	390,0
u) Steuern	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0
v) Investitionen Anlagevermögen	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
	1.464,5	1.312,0	1.301,0	1.311,0	1.321,0
3. Liquiditätsentwicklung der Periode (1. ./ 2.)	11,5	3,0	1,0	1,0	1,0
4. Liquidität der Vorperiode	162,4	173,9	176,9	177,9	178,9
5. Liquidität am Ender der Periode	173,9	176,9	177,9	178,9	179,9

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2018 / Mehrjahresplanung

	Geschäfts- jahr 2016	Planjahr 2017	Planjahr 2018	Planjahr 2019	Planjahr 2020	Planjahr 2021
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse						
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	7,2	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
b) Stadtfest	245,9	250,0	240,0	240,0	240,0	240,0
c) "reihenweise"	6,0	7,0	7,0	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	30,1	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0
e) Reformationsfest	7,2	10,0	5,0	7,0	7,0	7,0
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	110,0	110,0	100,0	100,0	100,0	100,0
g) Sponsoring andere Unternehmen	7,5					
h) Mieterträge	16,5	12,0	6,0	6,0	6,0	6,0
i) Roadshow	14,2	25,0				
	444,6	456,0	400,0	402,0	402,0	402,0
2. Sonstige betriebliche Erträge						
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	886,3	1.000,0	900,0	900,0	910,0	920,0
b) Honorarrückvergütung Tourismusdienstleister Vorjahr	15,2	20,0	15,0			
c) Sonstige	15,5					
	917,0	1.020,0	915,0	900,0	910,0	920,0
3. Materialaufwand/Fremdleistungen						
a) Stadtfest	293,9	270,0	280,0	280,0	280,0	280,0
b) "reihenweise"	8,8	11,5	10,5	10,5	10,5	10,5
c) Erlebnisnacht	43,6	43,0	43,0	43,0	43,0	43,0
d) Reformationsfest	34,9	60,0	31,0	31,0	31,0	31,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	57,2	40,0	6,0	6,0	6,0	6,0
f) Roadshow	25,5	25,0				
g) Sonderveranstaltungen 2017		30,0				
	463,9	479,5	370,5	370,5	370,5	370,5
4. Personalaufwand						
a) Löhne und Gehälter	284,7	304,0	304,0	311,6	319,4	327,3
b) Soziale Abgaben	71,2	76,0	76,0	77,9	79,8	81,8
	355,9	380,0	380,0	389,5	399,2	409,1
5. Abschreibungen						
Abschreibungen auf Sachanlagen	15,3	12,0	4,0	4,0	4,0	4,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen						
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	14,4	12,0	10,0	10,0	10,0	10,0
b) Künstlersozialabgabe	8,8	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0
c) GEMA	16,0	21,0	18,0	18,0	18,0	18,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	50,5	50,0	44,0	40,0	40,0	40,0
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan	38,0	60,0	40,0	24,5	24,8	24,9
e) Bürobedarf/EDV-Material	2,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	4,1	5,0	2,0	2,0	2,0	2,0
g) Gebühren/Beiträge	7,4	5,0	7,5	7,5	7,5	7,5
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	10,5	26,0	11,0	11,0	11,0	11,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	27,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
j) Betriebsführungskosten	12,5	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0
k) Entgelt Tourismusdienstleister	349,5	387,0	390,0	390,0	390,0	390,0
	540,7	601,0	557,5	538,0	538,3	538,4
7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-14,2	3,5	3,0	0,0	0,0	0,0
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag	1,2	1,0	1,0	0,0	0,0	0,0
9. Jahresergebnis	-15,4	2,5	2,0	0,0	0,0	0,0