



**LUTHERSTADT
WITTENBERG**

Lutherstadt Wittenberg • FC-1 • Lutherstraße 56 • 06886 Lutherstadt Wittenberg

Ortschaftsrat
Herrn Michael Strache

Der Oberbürgermeister

Fachbereich Finanzen und Controlling
Sachgebiet Controlling
Sattler, Marcus

Termin nach Vereinbarung

Raum: 3.51a
Tel.: 03491 421-91603
Fax: 03491 421-91620
Marcus.Sattler@Wittenberg.de
www.wittenberg.de

**Anwendung des Kommunalverfassungsgesetzes des Landes
Sachsen-Anhalt (KVG LSA), Auskunftsrecht der Mitglieder der
Vertretung (§ 43 Abs. 3 Satz 2 KVG LSA)**

09.10.2019

Bitte immer angeben:

Sehr geehrter Herr Strache,

Ihr Zeichen/Ihre Nachricht vom

in der 2. Sitzung des Ortschaftsrates Reinsdorf vom 04.09.2019 stellten
Sie folgende Anfrage bzw. gaben folgenden Hinweis:

Öffnungszeiten Bürgerbüro
Mo - Do 8:00 - 18:00 Uhr
Fr 8:00 - 12:00 Uhr
Sa (1. und 3. Im Monat) 9:00 - 12:00 Uhr

*Sie sehen bei der Bibliothek sowie der Lutherstadt Wittenberg Marketing
GmbH die höchsten Kostenfaktoren und Einsparpotenziale.*

Hierzu teile ich Ihnen Folgendes mit:

Bankverbindung
Sparkasse Wittenberg
Gläubiger ID: DE56ZZZ00000020980
IBAN: DE 50 8055 0101 0000 0000 19
BIC: NOLADE21WBL

In Bezug auf die Stadtbibliothek hat sich der Stadtrat der Lutherstadt
Wittenberg im Rahmen der geplanten Sanierung des Objektes in der
Schlossstraße bewusst für den Erhalt ausgesprochen.

Mit den aktuellen und zukünftigen Aktivitäten der Lutherstadt Wittenberg
Marketing GmbH setzen sich die Gesellschafter gerade auseinander. In
diesem Zusammenhang soll auch dem neuen Geschäftsführer die
Möglichkeit gegeben werden, sich in Bezug auf die zukünftige
Ausrichtung der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH aktiv
einzubringen. Ungeachtet dessen füge ich diesem Schreiben den
Wirtschaftsplan der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH für das
Jahr 2019 bei. Der Seite 1 ist zu entnehmen, dass von dem städtischen
Zuschuss für das Jahr 2019 in Höhe von 850.000 Euro allein 345.000
Euro auf das Entgelt für den Tourismusdienstleister (Glücksburg
Consulting) entfallen. Der Seite 5 können Sie entnehmen, dass weitere
429.900 Euro auf die Durchführung von Luthers Hochzeit, der Erlebnis-
Nacht sowie des Reformationsfestes entfallen.

Sofern die Feste in ihrer bestehenden Form auch in Zukunft so fortgeführt werden sollen, sehe ich Einsparmöglichkeiten als begrenzt. Sollten Sie Veränderungen in diesem Zusammenhang wünschen, bitte ich Sie, die politische Diskussion darüber zu führen.

Mit freundlichen Grüßen



Torsten Zugenhor



LUTHERSTADT
WITTENBERG
MARKETING GMBH

Wirtschaftsplan 2019

1. Überarbeitung

17.04.2018

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Wirtschaftsplan 2019

davon

	Tourismus- marketing	Kulturver- anstaltg.	Stadt- marketing	Allgemein	Planjahr 2019	Vergleich Planjahr 2018*	davon		
							DKW	Energie GfL	Nicht- DAW1
1. Umsatzerlöse	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
a) Sonstige Umsatzerlöse		4,5	3,0		7,5	7,5	4,9		2,6
b) Stadtfest		285,0			285,0	285,0	285,0		
c) "Feiernweise"		7,0			7,0	7,0	7,0		
d) Erlebnismacht		45,0			45,0	45,0	45,0		
e) Reformationsfest		6,0			6,0	6,0	6,0		
f) Sponsoring kommunale		5,0	100,0		100,0	100,0	100,0		
g) Sponsoring sonstige					3,0	3,0	5,0		
h) Mietertage	6,0				6,0	6,0	5,0		6,0
	6,0	332,5	103,0	0,0	441,5	435,5	432,9	0,0	8,6
2. Sonstige betriebliche Erträge									
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	347,6		61,9		409,5	409,5	409,5		
b) Honorarrückvergütung									
c) Tourismuskennblätter	347,6	440,5	61,9		850,0	826,5	826,5	345,0	
3. Materialaufwand/Fremdleistungen									
a) Stadtfest		300,0			300,0	280,0	300,0		
b) "Feiernweise"		10,5			10,5	10,5	10,5		
c) Erlebnismacht		43,0			43,0	43,0	43,0		
d) Reformationsfest	6,0	31,0			37,0	31,0	31,0		6,0
e) sonst.	6,0			0,0	6,0	6,0	6,0		6,0
	6,0	384,5	0,0	0,0	390,5	370,5	384,5	0,0	6,0
4. Personalaufwand**									
a) Löhne und Gehälter	1,3	219,0	87,0		307,3	297,3	306,0		1,3
b) Soziale Abgaben	0,4	54,2	21,6		78,2	74,0	75,8		0,4
	1,7	273,2	108,6	0,0	385,5	371,3	381,8	0,0	1,7
5. Abschreibungen									
Abschreibungen auf Sachanlagen				7,7	7,7	4,0	7,7		0,0
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen									
a) Fremdleistg.		1,0	1,0	10,2	12,2	11,2	12,2		
b) Künstlersozialabgabe		9,0			9,0	9,0	9,0		
c) GEMA		13,0			13,0	18,0	18,0		
d) Differenzkostenanzahl/Werbung		30,0			30,0	44,0	44,0		
e) Aufwendungen gem. Marketing				39,1	39,1	72,6	39,1		
f) Budgetplan 2019									
g) Bürobedarf/EDV-Material				3,0	3,0	3,0	3,0		
h) Reisekosten/Lehrgangsgeldühren				2,0	2,0	3,0	2,0		
i) Gebührengelbsträge	5,0			2,5	7,5	7,5	7,5		
k) Materialwand inkl. Betriebskosten				11,0	11,0	11,0	11,0		
l) Rechts- u. Beratungskosten inkl.				10,0	10,0	10,0	10,0		
m) Prüfungskosten				13,0	13,0	13,0	13,0		
n) Betriebsführungskosten				61,7	61,7	13,0	0,0		
o) Entgelt Tourismusdienstleister	345,0	63,0	40,1		408,1	345,0	345,0	345,0	0,0
	0,9	52,3	16,2	-69,4	509,8	566,3	164,8		0,9
7. Zwischenergebnis	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag									
9. Jahresergebnis									
					0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

* Berücksichtigung geänderter Wirtschaftsplan 2018 vom 16.04.2018 durch Haushaltskonsolidierung

** Die Umlage erfolgte nach folgendem Schlüssel:

Geschäftsführer 1,50% 71,50% 27,00%

Marketingmanager 0,50% 5,00% 94,50%

Darüber Personal 0,00% 99,00% 5,00%

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Erläuterung der Planansätze des Wirtschaftsplanes 2019

Erlöse/Erträge:

1. Umsatzerlöse

zu a)

Leistungen der GmbH für Dritte (Leistungen gem. Präsentationsvereinbarung mit dem MDR, Verkauf Merchandising-Artikel, City-Light-Postern etc.)

zu b) – e)

Erlöse aus Kulturveranstaltungen (Eintrittseinnahmen, Standgelder etc.)

zu f) – g)

Die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH plant langfristig, das Stadtmarketing auf mindestens gleichem Niveau wie in den Jahren 2014 bis 2018 fortzuführen (siehe Mehrjahresplanung). Die Marketingplanung soll weiterhin auf die strategische Ausrichtung der Lutherstadt Wittenberg ausgerichtet werden. Bis Ende September 2020 sind die Mittel hierfür zunächst gesichert.

zu h)

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

2. Sonstige betriebliche Erträge

zu a)

Der Ansatz erfolgte in Höhe des ermittelten Defizites.

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 T| 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 2019 (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 laut Geschäftsbesorgungsvertrag.

Jahresergebnis:

Es ergibt aus derzeitiger Sicht weder ein Überschuss noch ein Verlust.

Investitionsplan

Folgende Investitionsmaßnahmen sind in 2019 geplant.

Maßnahme	Gesamtinvestitionsbedarf	Davon in 2019
div. Kleinausrüstung, Büroausstattungen, GWG etc. (pauschal)	3.000 €	3.000 €
Gesamtsumme	3.000 €	3.000 €

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2019 - Detail Projekte Kulturveranstaltungen

	Luthers Hochzeit	relativenweise	ErlebnisNacht	Reformationsfest
1. Umsatzerlöse				
a) Sponsoring				
b) Standgebühren	25.000,00			6.000,00
c) Straßenmiete	15.000,00			
d) Eintrittsgelder	224.000,00	7.000,00	44.000,00	
e) Sonstiges	1.000,00		1.000,00	
	265.000,00	7.000,00	45.000,00	6.000,00
2. Sonstige betriebliche Erträge				
a) Zuschuss**	338.500,00	10.300,00	54.800,00	36.900,00
	338.500,00	10.300,00	54.800,00	36.900,00
3. Materialaufwand/Fremdleistungen				
a) Materialaufwand	5.000,00		800,00	
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	30.000,00		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	
	300.000,00	10.500,00	42.800,00	31.000,00
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter*	174.500,00	4.600,00	29.600,00	4.000,00
b) Soziale Abgaben*	43.200,00	1.100,00	7.300,00	1.000,00
	217.700,00	5.700,00	36.900,00	5.000,00
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	18.000,00		8.000,00	4.000,00
e) Bürobedarf/EDV-Material				
f) Reisekosten/Lehrgangengebühren				
g) Gebühren/Beiträge	3.000,00		1.000,00	1.000,00
	44.000,00	0,00	13.000,00	6.000,00
6. Umlage Sparte Allgemein	41.800,00	1.100,00	7.100,00	900,00
7. Projektergebnis	0,00	0,00	0,00	0,00
		0,00		

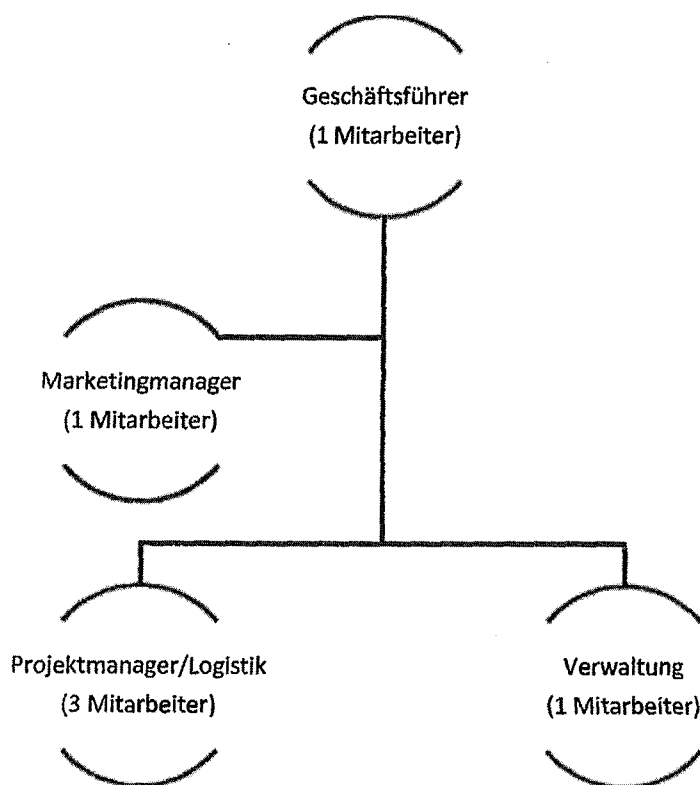
* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

** Die Aufteilung des Zuschusses erfolgte nach Bedarf.

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2019 - Stadtmarketing Budgetplan

Projekte und Maßnahmen	Budget netto
Gestaltungen / Layouts / Grafik	13.000
Fotos / Fotorechte	500
Übersetzungen	700
Online-Marketing	4.500
Social Media	2.000
Druck / Produktion Marketingmittel	10.600
Media-Schaltungen u. Pressearbeit	4.800
Künstlersozialkasse	1.000
Filmclips / Aktualisierungen / Animationen	2.000
SUMME STÄDTMARKETING	39.100

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Stellenübersicht 2019



Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2019 / Finanzplan

	Planjahr 2018*	Planjahr 2019	Planjahr 2020	Planjahr 2021 **
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Einnahmen				
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	7,5	7,5	3,0	3,0
b) Stadtfest	265,0	265,0	265,0	265,0
c) "reihenweise"	7,0	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	45,0	45,0	45,0	45,0
e) Reformationsfest	5,0	6,0	7,0	7,0
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	100,0	100,0	100,0	100,0
g) Sponsoring andere Unternehmen		5,0	5,0	5,0
h) Mieterträge	6,0	6,0	6,0	6,0
i) Roadshow				
j) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	826,5	850,0	850,0	850,0
k) Honorarrückvergütung Tourismusdienstleister Vorjahr	30,0			
	1.292,0	1.291,5	1.288,0	1.288,0
2. Ausgaben				
a) Stadtfest	280,0	300,0	300,0	300,0
b) "reihenweise"	10,5	10,5	10,5	10,5
c) Erlebnisnacht	43,0	43,0	43,0	43,0
d) Reformationsfest	31,0	31,0	31,0	31,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	6,0	6,0	6,0	6,0
f) Roadshow				
g) Sonderveranstaltungen 2017				
h) Löhne und Gehälter	297,3	307,3	325,0	325,0
i) Soziale Abgaben	74,0	76,2	80,0	80,0
j) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	11,2	12,2	12,2	12,3
k) Künstlersozialabgabe	9,0	9,0	9,0	9,0
l) GEMA	18,0	18,0	18,0	18,0
m) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	44,0	40,0	30,0	30,0
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan	72,6	39,1	24,8	25,4
n) Bürobedarf/EDV-Material	3,0	3,0	3,0	3,0
o) Reisekosten/Lehrgangsggebühren	2,0	2,0	2,0	2,0
p) Gebühren/Beiträge	7,5	7,5	7,5	7,5
q) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	11,0	11,0	11,0	11,0
r) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	10,0	10,0	10,0	10,0
s) Betriebsführungskosten	13,0	13,0	13,0	13,0
t) Entgelt Tourismusdienstleister	345,0	345,0	345,0	345,0
u) Steuern	0,0	0,0	0,0	0,0
v) Investitionen Anlagevermögen	3,0	3,0	3,0	3,0
	1.291,1	1.286,8	1.284,0	1.284,7
3. Liquiditätsentwicklung der Periode (1. ./ 2.)	0,9	4,7	4,0	3,3
4. Liquidität der Vorperiode	162,4	163,3	168,0	172,0
5. Liquidität am Ende der Periode	163,3	168,0	172,0	175,3

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Wirtschaftsplan 2019 / Mehrjahresplanung

	Geschäfts- jahr 2017 *	Planjahr 2018 **	Planjahr 2019	Planjahr 2020	Planjahr 2021 ***
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Umsatzerlöse					
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	13,2	7,5	7,5	3,0	3,0
b) Stadtfest	212,4	265,0	265,0	265,0	265,0
c) "reihenweise"	7,7	7,0	7,0	7,0	7,0
d) Erlebnisnacht	50,7	45,0	45,0	45,0	45,0
e) Reformationsfest	8,9	5,0	6,0	7,0	7,0
f) Sponsoring kommunale Unternehmen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
g) Sponsoring andere Unternehmen	10,0		5,0	5,0	5,0
h) Mieterträge	17,8	6,0	6,0	6,0	6,0
i) Roadshow	5,8				
	426,5	435,5	441,5	438,0	438,0
2. Sonstige betriebliche Erträge					
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg ***	996,5	826,5	850,0	850,0	850,0
b) Honorarrückvergütung Tourismusdienstleister Vorjahr	8,5	30,0			
c) Sonstige	2,0				
	1.007,0	856,5	850,0	850,0	850,0
3. Materialaufwand/Fremdleistungen					
a) Stadtfest	347,8	280,0	300,0	300,0	300,0
b) "reihenweise"	8,4	10,5	10,5	10,5	10,5
c) Erlebnisnacht	45,3	43,0	43,0	43,0	43,0
d) Reformationsfest	67,2	31,0	31,0	31,0	31,0
e) sonst. Materialaufwand/Fremdleistungen	31,6	6,0	6,0	6,0	6,0
f) Roadshow	5,8				
g) Sonderveranstaltungen 2017					
	506,1	370,5	390,5	390,5	390,5
4. Personalaufwand					
a) Löhne und Gehälter	311,3	297,3	307,3	325,0	325,0
b) Soziale Abgaben	77,8	74,0	76,2	80,0	80,0
	389,1	371,3	383,5	405,0	405,0
5. Abschreibungen					
Abschreibungen auf Sachanlagen	13,8	4,0	7,7	7,0	6,3
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen					
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg.	12,6	11,2	12,2	12,2	12,3
b) Künstlersozialabgabe	9,2	9,0	9,0	9,0	9,0
c) GEMA	0,9	18,0	18,0	18,0	18,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	7,5	44,0	40,0	30,0	30,0
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan	59,8	72,6	39,1	24,8	25,4
e) Bürobedarf/EDV-Material	0,8	3,0	3,0	3,0	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	2,4	2,0	2,0	2,0	2,0
g) Gebühren/Beiträge	7,6	7,5	7,5	7,5	7,5
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten	11,5	11,0	11,0	11,0	11,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	30,1	10,0	10,0	10,0	10,0
j) Betriebsführungskosten	12,7	13,0	13,0	13,0	13,0
k) Entgelt Tourismusdienstleister	375,9	345,0	345,0	345,0	345,0
	531,0	546,3	509,8	485,5	486,2
7. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-6,5	0,0	0,0	0,0	0,0
8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
9. Jahresergebnis	-6,5	0,0	0,0	0,0	0,0