



Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH • Markt 4 • 06886 Lutherstadt Wittenberg

Lutherstadt Wittenberg  
Der Oberbürgermeister  
Herr Torsten Zugehör  
Lutherstraße 56  
06886 Lutherstadt Wittenberg

04.09. 2020

## **Antrag auf Zuwendung über die Gewährung einer Ausgleichszahlung für das Wirtschaftsjahr 2021**

Sehr geehrter Herr Zugehör,

hiermit beantrage ich eine Ausgleichszahlung für das  
Wirtschaftsjahr 2021 auf der Grundlage des angeführten  
Wirtschaftsplans in dem der Zuschussbedarf  
nachgewiesen wird.

Mit freundlichen Grüßen

  
Giorgos Kalaitzis  
Geschäftsführer

Lutherstadt Wittenberg  
Marketing GmbH  
Markt 4  
06886 Lutherstadt Wittenberg

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

**Geschäftsführer**  
Giorgos Kalaitzis

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](http://www.wittenberg-marketing.de)  
E-Mail: [marketing@wittenberg.de](mailto:marketing@wittenberg.de)



**LUTHERSTADT  
WITTENBERG**

*Schön wie nie!*



LUTHERSTADT  
**WITTENBERG**  
**MARKETING GMBH**

## **Wirtschaftsplan 2021**

# Erläuterungen Wirtschaftsplan 2021

## Inhalte

- 1 Vorbemerkungen
- 2 Gästebeitrag
- 3 Ausschreibung Tourismuspartner
- 4 Stadtmarketing und Standortmarketing
- 5 Kulturveranstaltungen
- 6 Personalplanung
- 7 Infrastruktur der LWM

### 1 Vorbemerkungen

Die LWM konzipiert Stadt- und Standortmarketingprojekte und setzt diese um, ist Organisator von Kulturevents, steuert Kooperationen zwischen Projektpartnern und ist Entwickler neuer Ansätze für Veranstaltungen, Vermarktung, PR und Kommunikationsmaßnahmen. Sie ist Partner und Berater für die Akteure und Unternehmen der Lutherstadt und in der Region. Die LWM verantwortet die Markenführung für die Lutherstadt Wittenberg (Corporate Identity). Mit einem crossmedialen Ansatz setzt die LWM das Corporate Design in einer Vielfalt an Marketingmitteln um.

Im Jahr 2020 mussten bedeutende Projekte und Kulturevents des Unternehmens aus Gründen der Auflagen im Zuge der Corona-Pandemie abgesagt werden. Durch die langanhaltenden Beschränkungen und Auflagen für Veranstaltungen bestehen für das Geschäftsjahr 2021 Risiken für die Planung und Umsetzung der Kulturevents. Gerade das Besucherverhalten ist schwer zu beurteilen und damit die hieraus abzuleitenden Ticketeinnahmen.

Für das Geschäftsjahr 2021 ist die Einführung und Erhebung des Gästebeitrages in der Lutherstadt Wittenberg nach Änderung des Kommunalabgabengesetzes des Landes Sachsen-Anhalt vorgesehen. Hieraus resultieren Einnahmen und Ausgaben für die technische und kommunikative Implementierung.

Für die Organisation des Tourismusgeschäfts ist mit dem Geschäftsbesorger GLC Consulting Group AG eine Verlängerung des Vertrages bis zum 31.12.2021 vereinbart worden. Darüber hinaus wird im Geschäftsjahr 2021 die Ausschreibung für einen Geschäftsbesorger abgeschlossen sein, welcher ab dem 01.01.2022 das Tourismusgeschäft im Auftrag der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH übernehmen wird.

Für die Stärkung des Standorts Lutherstadt Wittenberg planen wir eine zusätzliche überregional ausgerichtete Veranstaltungsreihe, die als Ergänzung zu den langjährig bestehenden einen innovativen Akzent setzen wird.

## 2 Gästebeitrag

Das Konzept für die Erhebung des Gästebeitrages in der Lutherstadt Wittenberg ist vom Geschäftsbesorger GLC Consulting Group AG erstellt worden. Der Start der Erhebung ist für den 01.01.2021 vorgesehen. Mit dem positiven Votum des Stadtrates startet die Planung, Vorbereitung und Umsetzung für die Erhebung. Hierfür werden Aufwendungen für Planungsleistungen, die technische Umsetzung (Hardware, Software) und für die Vermarktung entstehen. Einnahmen werden mit Beginn der Erhebung im Jahr 2021 im Wirtschaftsplan in der Höhe von 100.000,00 € eingeplant. Die Beurteilung des Marktes bezüglich der Einnahmesituation gestaltet sich für das erste Jahr unsicher (Auswirkungen Corona-Pandemie/ Großveranstaltungen).

## 3 Ausschreibung Tourismuspartner

Der Geschäftsbesorgungsvertrag mit der GLC Consulting Group AG (2017) ist die Grundlage der Zusammenarbeit. Der aktuell gültige Vertrag endet am 31.12.2021. In der mittelfristigen Planung sind im Wirtschaftsplan für das Jahr 2020 Mittel für die Ausarbeitung der Ausschreibung dieses Geschäftsfeldes ab 01.01.2022 eingestellt. Die Vergabe an einen neuen Partner soll im Sommer 2021 erfolgen.

## 4 Stadtmarketing und Standortmarketing

Die Ausgaben der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH für Marketingmaßnahmen lagen zuletzt bei 0,82 Euro je Einwohner (Jahr 2020). Für die Ausgaben im Stadt- und Standortmarketing (u.a. einer Imagekampagne) können im Geschäftsjahr 2021 nur 20.000 € eingeplant werden. Für die Herstellung von Inhalten wie Text, Bild, Bewegtbild und Grafik für Kommunikationsmaßnahmen wird perspektivisch ein höheres Budget – gemessen an den Anforderungen städtischer Akteure – für eine zusammenhängende und strategisch planbare Arbeit benötigt.

## 5 Kulturveranstaltungen

Im Jahr 2021 werden die von der LWM geplanten langjährigen Kulturevents Luthers Hochzeit, die Erlebnismacht, die Comedy- und Kabarettreihe reihenweise, das Reformationsfest und das Wittenberger Renaissance Musikfestival umgesetzt, außerdem der Weihnachtsmarkt der Vereine und die zusätzliche Veranstaltungsreihe „Wittenberg patent“ (Arbeitstitel) im Rahmen des Standortmarketings (siehe Position 4). Weiterhin beteiligt sich die LWM als Kooperationspartner am UNESCO-Welterbe-Tag und am publikumswirksamen bundesweiten Vorlesetag. Aufgrund der Veränderungen im Besucherverhalten hebt die LWM geringfügig die Anteile für die Öffentlichkeitsarbeit der Kulturevents an. Neue Kommunikationskanäle müssen konzipiert und genutzt werden.

## 6 Personalplanung

Die Wahrnehmung der LWM in der Stadtgesellschaft steht unter der Anforderung von Steuerung der vielfältigen Arbeitsebenen und der hierfür nötigen inhaltlichen Abstimmungen. Im Jahr 2021 wird die Weiterentwicklung des Selbstverständnisses und der Arbeitsstrukturen der LWM als modernes, dienstleistungsorientiertes Kultur-, Marketing- und Kommunikationsunternehmen für die Projekte der Lutherstadt Wittenberg und deren Akteure vorangetrieben (Neubesetzung Kulturmanagerposition).

## 7 Infrastruktur der LWM

Die LWM verfügte langjährig nicht über eine adäquate IT-Infrastruktur zur professionellen Wahrnehmung der Aufgaben im Marketing, in der Projektsteuerung, für die Kommunikation und die PR. Neben dem sich hieraus ergebenden erhöhten Personalaufwand, bietet die jetzige Situation kaum Möglichkeiten von Wertschöpfung im Sinne von Marketing, Sponsoring, Kommunikation und Ticketing effizient zu organisieren. Im Jahr 2021 setzen wir die im Jahr 2020 begonnene Umgestaltung der IT-Infrastruktur fort.

## IV. Erfolgsrechnung 2021

davon

	Tourismus-marketing	Kulturveranstaltg.	Stadtmarketing	Allgemein	Planjahr 2021	Planjahr 2020 (2. Fassung ARS 25.03.2020)	DAWI	Entgelt GLC	Nicht- DAWI
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1. Umsatzerlöse</b>									
a) Sonstige Umsatzerlöse		0,0	3,0		3,0	17,0	0,0		3,0
b) Stadtfest		260,0			260,0	250,0	260,0		
c) "reihenweise"		9,5			9,5	9,0	9,5		
d) Erlebnisnacht		49,0			49,0	45,0	49,0		
e) Reformationsfest		38,0			38,0	8,0	38,0		
f) sonstige Projekte		0,0			0,0		0,0		
g) Sponsoring kommunale Unternehmen			100,0		100,0	100,0	100,0		
h) Mieterträge Stadthaus (inkl. Betriebskosten)	6,0				6,0	6,0			6,0
	<b>6,0</b>	<b>356,5</b>	<b>103,0</b>	<b>0,0</b>	<b>465,5</b>	<b>435,0</b>	<b>456,5</b>	<b>0,0</b>	<b>9,0</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>									
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	358,0	410,2	81,8		850,0	1.014,7	505,0	345,0	
b) Gästebeitrag	100,0				100,0	0,0	100,0		
c) Fördermittelzuschüsse und sonstiges					0,0				
	<b>458,0</b>	<b>410,2</b>	<b>81,8</b>	<b>0,0</b>	<b>950,0</b>	<b>1.014,7</b>	<b>605,0</b>	<b>345,0</b>	<b>0,0</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>									
a) Stadtfest		300,0			300,0	300,0	300,0		
b) "reihenweise"		11,0			11,0	10,5	11,0		
c) Erlebnisnacht		47,5			47,5	43,0	47,5		
d) Reformationsfest		42,5			42,5	31,0	42,5		
e) Renaissance-Musikfestival		25,0			25,0	25,0	25,0		
f) sonst. Materialaufwand/Betriebskosten Stadthaus	6,0				6,0	6,0			6,0
g) sonstige Projekte		2,5			2,5	0,0	2,5		
	<b>6,0</b>	<b>428,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>434,5</b>	<b>415,5</b>	<b>428,5</b>	<b>0,0</b>	<b>6,0</b>
<b>4. Personalaufwand**</b>									
a) Löhne und Gehälter	25,7	180,4	120,9		327,0	334,4	327,0		
b) Soziale Abgaben	6,4	45,1	30,2		81,7	81,9	81,7		
	<b>32,1</b>	<b>225,5</b>	<b>151,2</b>	<b>0,0</b>	<b>408,7</b>	<b>416,3</b>	<b>408,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>5. Abschreibungen</b>									
Abschreibungen auf Sachanlagen				4,2	4,2	7,0	4,2	0,0	0,0
<b>6. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>									
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg./Digitalisierung		1,0		15,0	16,0	17,2	16,0		
Personal und Dienstleistung Gästebeitrag	65,0				65,0	35,2	65,0		
Implementierung Gästebeitrag	5,0				5,0	59,0	5,0		
b) Künstlersozialabgabe		9,0			9,0	9,0	9,0		
c) GEMA		18,0			18,0	18,0	18,0		
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung allgemein		32,5			32,5	40,0	32,5		
Aufwendungen Stadtmarketing gem. Marketingbudgetplan			20,0		20,0	25,0	20,0		
Aufwendungen Vermarktung Gästebeitrag	10,0				10,0	16,0	10,0		
e) Bürobedarf/EDV-Material/Fachliteratur				3,0	3,0	3,0	3,0		
f) Reisekosten/Lehrgangengebühren				3,0	3,0	2,0	3,0		
g) Gebühren/Beiträge/Versicherungen		5,0		2,5	7,5	7,5	7,5		
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten Geschäftsräume/Werkstatt				11,0	11,0	11,0	11,0		
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten				10,0	10,0	10,0	10,0		
j) Betriebsführungskosten				13,0	13,0	13,0	13,0		
k) Entgelt Tourismusdienstleister	345,0				345,0	345,0	0,0	345,0	
	<b>425,0</b>	<b>65,5</b>	<b>20,0</b>	<b>57,5</b>	<b>568,0</b>	<b>610,9</b>	<b>223,0</b>	<b>345,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Umlage Sparte Allgemein***</b>	<b>0,9</b>	<b>47,3</b>	<b>13,7</b>	<b>-61,7</b>			<b>-0,9</b>		<b>0,9</b>
<b>7. Zwischenergebnis</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>0,0</b>	<b>2,0</b>
<b>8. Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag</b>					<b>0,0</b>	<b>0,0</b>			
<b>9. Jahresergebnis</b>					<b>0,0</b>	<b>0,0</b>			

Fehlbetrag DAWI -2,0

Überschuss Nicht-DAWI 2,0

Unterdeckung DAWI 0,0

\*\* Die Umlage des Personalaufwandes erfolgte nach folgendem Schlüssel:  
Geschäftsführer 5,00% 50,00% 45,00%  
Marketingmanager 5,00% 20,00% 75,00%  
Übriges Personal 10,00% 70,00% 20,00%

\*\*\* Die Umlage der Sparte Allgemein erfolgte nach dem prozentualen anteiligen Umsatzschlüssel.

## V. Detail Projekte Kulturveranstaltungen 2021

	Luthers Hochzeit	reihenweise	Erlebnisnacht	Reformationsfest	Renaissance-Musikfestival	sonstige Projekte
<b>1. Umsatzerlöse</b>						
a) Sponsoring	7.000					
b) Standgebühren	20.000			8.000		
c) Straßenmiete	24.000					
d) Eintrittsgelder	199.000	9.500	45.000	30.000		
e) Sonstiges	10.000		4.000			
	<b>260.000</b>	<b>9.500</b>	<b>49.000</b>	<b>38.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>2. Sonstige betriebliche Erträge</b>						
a) Zuschuss**	282.432	9.759	50.995	39.537	25.000	2.500
	<b>282.432</b>	<b>9.759</b>	<b>50.995</b>	<b>39.537</b>	<b>25.000</b>	<b>2.500</b>
<b>3. Materialaufwand/Fremdleistungen</b>						
a) Materialaufwand	5.000		1.000			
b) Honorare	134.000	9.000	27.000	13.000		
c) Übernachtung, Fahrtkosten etc.	21.000		1.500	1.000		
d) Catering	5.000					
e) Verkehrszeichen, Security, Reinigung, Parkplatzbewirtschaftung etc.	69.000		4.500	26.500		
f) medizinische Absicherung	30.000		500	2.000		
g) Technik und Elektrik	27.000		8.500			
h) Sonstige Fremdleistungen	9.000	2.000	4.500		25.000	
i) sonstige Projekte						
j) Weihnachtsmarkt der Vereine						2.500
	<b>300.000</b>	<b>11.000</b>	<b>47.500</b>	<b>42.500</b>	<b>25.000</b>	<b>2.500</b>
<b>4. Personalaufwand</b>						
a) Löhne und Gehälter*	131.576	4.800	24.800	19.200		
b) Soziale Abgaben*	32.894	1.200	6.200	4.800		
	<b>164.470</b>	<b>6.000</b>	<b>31.000</b>	<b>24.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>5. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>						
a) sonstige Aufwendungen	1.000					
b) Künstlersozialabgabe	7.000		1.000	1.000		
c) GEMA	15.000		3.000			
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	17.500	1.000	10.000	4.000		
e) Büöbedarf/EDV-Material						
f) Reisekosten/Lehrgangsgebühren						
g) Gebühren/Beiträge/Versicherungen	3.000		1.000	1.000		
	<b>43.500</b>	<b>1.000</b>	<b>15.000</b>	<b>6.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>6. Umlage Sparte Allgemein</b>	<b>34.462</b>	<b>1.259</b>	<b>6.495</b>	<b>5.037</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>7. Projektergebnis ohne Zuschuss</b>	<b>-282.432</b>	<b>-9.759</b>	<b>-50.995</b>	<b>-39.537</b>	<b>-25.000</b>	<b>-2.500</b>
<b>8. Projektergebnis mit Zuschuss</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
			<b>0</b>			

\* Die Umlage erfolgte nach dem Umsatzschlüssel.

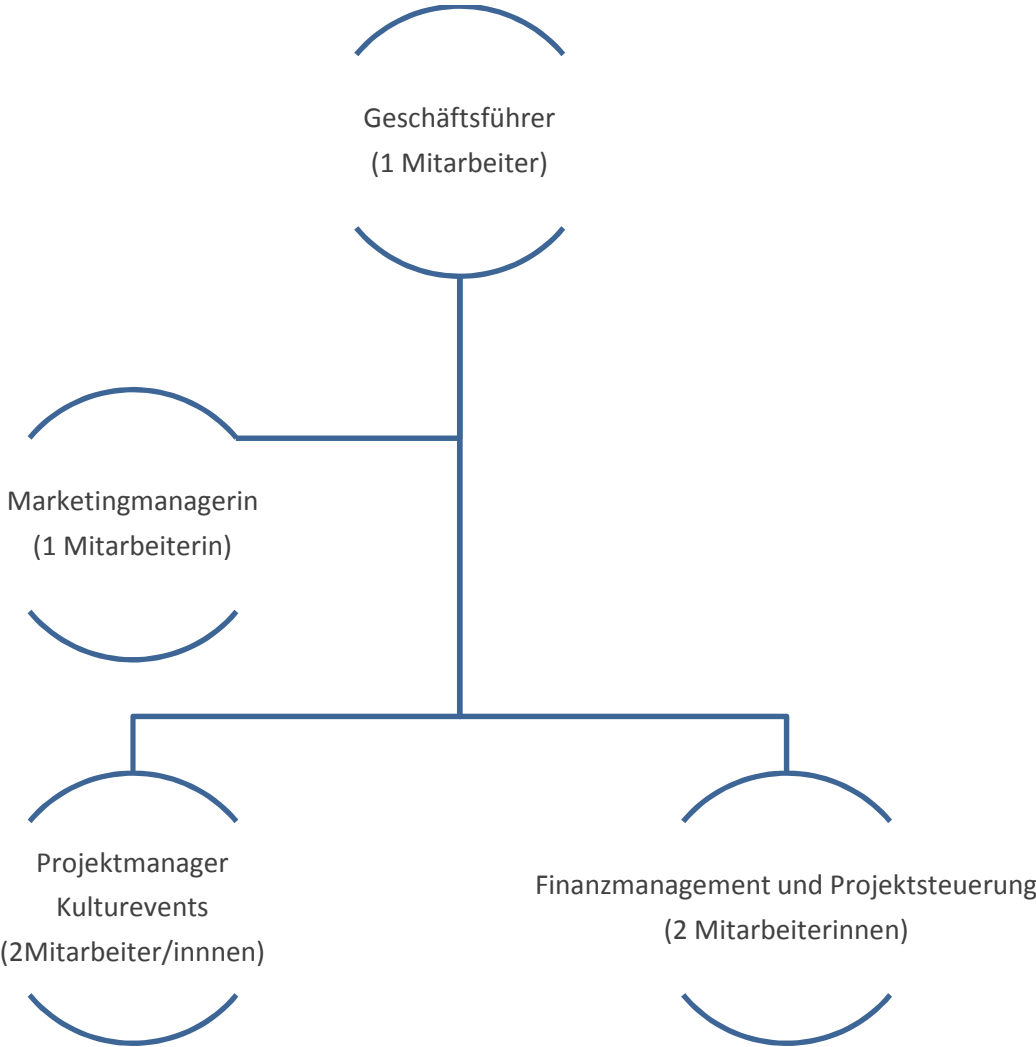
\*\* Die Aufteilung des Zuschusses erfolgte nach Bedarf.

## VI. Stadtmarketing Budgetplanung 2021

Projekte und Maßnahmen	Budget netto
<b>1. Lokales Marketing / Lutherstadt Wittenberg</b>	<b>4.000</b>
Print, analog, klassische Werbung	
Social Media	
Homepage. Online-Marketing, Kampagnen	
Pressearbeit	
Events	
<b>2. Regionales Marketing / Welterberegion</b>	<b>8.000</b>
Print, analog, klassische Werbung	
Social Media	
Homepage. Online-Marketing, Kampagnen	
Pressearbeit	
Events	
<b>3. Überregionales Marketing / bundesweit, international</b>	<b>8.000</b>
Print, analog, klassische Werbung	
Social Media	
Homepage. Online-Marketing, Kampagnen	
Pressearbeit	
Events	
<b>Gesamt</b>	<b>20.000</b>



### VII. Stellenübersicht



### VIII. Finanzplan 2019-2023

	GuV 2019	Planjahr 2020 (2. Fassung ARS 25.03.2020)	Planjahr 2021	Planjahr 2022	Planjahr 2023
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1. Einnahmen</b>					
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	26,0	17,0	3,0	3,0	3,0
b) Stadtfest	251,0	250,0	260,0	260,0	260,0
c) "reihenweise"	9,5	9,0	9,5	9,5	9,5
d) Erlebnismacht	54,6	45,0	49,0	49,0	49,0
e) Reformationsfest	10,0	8,0	38,0	38,0	38,0
f) sonstige Projekte	0,0	0,0	0,0	15,0	15,0
g) Sponsoring kommunale Unternehmen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
h) Mieterträge Stadthaus inkl. Betriebskosten	7,1	6,0	6,0	7,0	7,0
i) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	850,0	1.014,7	850,0	791,8	823,3
j) Gästebeitrag	0,0	0,0	100,0	275,0	275,0
k) Fördermittelzuschüsse und sonst. Erträge	11,5	0,0	0,0	0,0	0,0
	<b>1.319,7</b>	<b>1.449,7</b>	<b>1.415,5</b>	<b>1.548,3</b>	<b>1.579,8</b>
<b>2. Ausgaben</b>					
a) Stadtfest	296,8	300,0	300,0	300,0	300,0
b) "reihenweise"	10,4	10,5	11,0	11,0	12,0
c) Erlebnismacht	45,7	43,0	47,5	48,0	49,0
d) Reformationsfest	44,4	31,0	42,5	43,0	44,0
e) Renaissance-Musikfestival	0,0	25,0	25,0	25,0	25,0
f) sonst. Materialaufwand/Betriebskosten Stadthaus	12,0	6,0	6,0	7,0	7,0
g) sonstige Projekte	0,0	0,0	2,5	53,0	54,0
h) Löhne und Gehälter	336,5	334,4	327,0	336,8	346,9
i) Soziale Abgaben	85,6	81,9	81,7	84,2	86,7
j) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg./Digitalisierung	25,0	17,2	16,0	17,0	17,0
Personal und Dienstleistung Gästebeitrag	0,00	35,2	65,0	60,0	60,0
Implementierung Gästebeitrag	0,0	59,0	5,0	5,0	5,0
k) Künstlersozialabgabe	6,5	9,0	9,0	11,0	11,0
l) GEMA	15,9	18,0	18,0	20,0	20,0
m) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung allgemein	36,2	40,0	32,5	55,0	55,0
Aufwendungen Stadtmarketing gem. Marketing Budgetplan 2019	41,9	25,0	20,0	65,0	70,0
Aufwendungen Gästebeitrag	0,0	16,0	10,0	10,0	10,0
n) Bürobedarf/EDV-Material/Fachliteratur	1,3	3,0	3,0	3,0	3,0
o) Reisekosten/Lehrgangsgebühren	3,1	2,0	3,0	3,0	3,0
p) Gebühren/Beiträge/Versicherungen	12,8	7,5	7,5	8,5	8,5
q) Mietaufwand inkl. Betriebskosten Geschäftsräume/Werkstatt	10,2	11,0	11,0	11,0	11,0
r) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	12,8	10,0	10,0	10,0	10,0
s) Betriebsführungskosten	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0
t) Entgelt Tourismusdienstleister	345,0	345,0	345,0	345,0	345,0
u) Steuern	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
v) Investitionen Anlagevermögen	5,7	3,0	3,0	3,0	3,0
	<b>1360,8</b>	<b>1.445,7</b>	<b>1.414,2</b>	<b>1.547,5</b>	<b>1.569,1</b>
<b>3. Liquiditätsentwicklung der Periode (1. ./ 2.)</b>	<b>-41,1</b>	<b>4,0</b>	<b>1,3</b>	<b>0,8</b>	<b>10,7</b>
<b>4. Liquidität der Vorperiode</b>	<b>107,0</b>	<b>65,9</b>	<b>69,9</b>	<b>71,2</b>	<b>72,0</b>
<b>5. Liquidität am Ende der Periode</b>	<b>65,9</b>	<b>69,9</b>	<b>71,2</b>	<b>72,0</b>	<b>82,8</b>

## IX. Mehrjahresplanung 2019-2023

	Guv 2019	Planjahr 2020 (2. Fassung ARS 25.03.2020)	Planjahr 2021	Planjahr 2022	Planjahr 2023
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
<b>1 Umsatzerlöse</b>					
a) Sonstige Umsatzerlöse/Sonstige Projekte	26,0	17,0	3,0	3,0	3,0
b) Stadtfest	251,0	250,0	260,0	260,0	260,0
c) "reihenweise"	9,5	9,0	9,5	9,5	9,5
d) Erlebnisnacht	54,6	45,0	49,0	49,0	49,0
e) Reformationsfest	10,0	8,0	38,0	38,0	38,0
f) sonstige Projekte	0,0	0,0	0,0	15,0	15,0
g) Sponsoring kommunale Unternehmen	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
h) Mieterträge Stadthaus (inkl. Betriebskosten)	7,1	6,0	6,0	7,0	7,0
	<b>458,2</b>	<b>435,0</b>	<b>465,5</b>	<b>481,5</b>	<b>481,5</b>
<b>2 Sonstige betriebliche Erträge</b>					
a) Zuschuss Lutherstadt Wittenberg	850,0	1.014,7	850,0	791,8	823,3
b) Gästebeitrag	0,00	0,00	100,00	275,00	275,00
c) Fördermittelzuschüsse und sonst. Erträge	11,5	0,0	0,0	0,0	0,0
	<b>861,5</b>	<b>1.014,7</b>	<b>950,0</b>	<b>1.066,8</b>	<b>1.098,3</b>
<b>3 Materialaufwand/Fremdleistungen</b>					
a) Stadtfest	296,8	300,0	300,0	300,0	300,0
b) "reihenweise"	10,4	10,5	11,0	11,0	12,0
c) Erlebnisnacht	45,7	43,0	47,5	48,0	49,0
d) Reformationsfest	44,4	31,0	42,5	43,0	44,0
e) Renaissance-Musikfestival	0,0	25,0	25,0	25,0	25,0
f) sonst. Materialaufwand/Betriebskosten Stadthaus	12,0	6,0	6,0	7,0	7,0
g) sonstige Projekte	0,0	0,0	2,5	53,0	54,0
	<b>409,3</b>	<b>415,5</b>	<b>434,5</b>	<b>487,0</b>	<b>491,0</b>
<b>4 Personalaufwand</b>					
a) Löhne und Gehälter	336,5	334,4	327,0	336,8	346,9
b) Soziale Abgaben	85,6	81,9	81,7	84,2	86,7
	<b>422,1</b>	<b>416,3</b>	<b>408,7</b>	<b>421,0</b>	<b>433,6</b>
<b>5 Abschreibungen</b>					
Abschreibungen auf Sachanlagen	8,9	7,0	4,2	3,8	3,7
<b>6 Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>					
a) sonstige Aufwendungen/Sonstige Fremdleistg./Digitalisierung	25,0	17,2	16,0	17,0	17,0
Gesamtkonzept Gästebeitrag Lutherstadt Wittenberg	0,0	35,2	65,0	60,0	60,0
Implementierung Gästebeitrag	0,0	59,0	5,0	5,0	5,0
b) Künstlersozialabgabe	6,5	9,0	9,0	11,0	11,0
c) GEMA	15,9	18,0	18,0	20,0	20,0
d) Öffentlichkeitsarbeit/Werbung	36,2	40,0	32,5	55,0	55,0
Aufwendungen gem. Marketing Budgetplan	41,9	25,0	20,0	65,0	70,0
Aufwendungen Gästebeitrag	0,0	16,0	10,0	10,0	10,0
e) Bürobedarf/EDV-Material/Fachliteratur	1,3	3,0	3,0	3,0	3,0
f) Reisekosten/Lehrgangengebühren	3,1	2,0	3,0	3,0	3,0
g) Gebühren/Beiträge/Versicherungen	12,8	7,5	7,5	8,5	8,5
h) Mietaufwand inkl. Betriebskosten Geschäftsräume/Werkstatt	10,2	11,0	11,0	11,0	11,0
i) Rechts- u. Beratungskosten inkl. Prüfungskosten	12,8	10,0	10,0	10,0	10,0
j) Betriebsführungskosten	13,0	13,0	13,0	13,0	13,0
k) Entgelt Tourismusdienstleister	345,0	345,0	345,0	345,0	345,0
	<b>523,7</b>	<b>610,9</b>	<b>568,0</b>	<b>636,5</b>	<b>641,5</b>
<b>7 Steuern vom Einkommen u. vom Ertrag</b>	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>8 Jahresergebnis</b>	<b>-44,3</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

### X. Personalkostenplanung 2021

	Mitarbeiter	Löhne und Gehälter			
		Gesamt	Tourismusmarketing	Kulturveranstaltg.	Stadtmarketing
		EUR	EUR	EUR	EUR
	9	326.959,00	25.652,20	180.376,30	120.930,50

	Sozialabgaben			
	Gesamt	Tourismusmarketing	Kulturveranstaltg.	Stadtmarketing
	EUR		EUR	EUR
	81.739,75	6.413,05	45.094,08	30.232,63

	Summen		
	Löhne u. Gehälter	Sozialabgaben	Gesamt
	EUR	EUR	EUR
	326.959,00	81.739,75	408.698,75