



- Beschluss -

<i>Einbringer</i> 06 Beteiligungsmanagement und Controlling
--

<i>Gremium</i>	<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Ergebnis</i>
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	22.11.2021	ungeändert abgestimmt
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	24.11.2021	ungeändert abgestimmt
Hauptausschuss (HA)	29.11.2021	ungeändert beschlossen

Wirtschaftsplan der Greifswald Marketing GmbH 2022

Beschluss:

Der Hauptausschuss der Universitäts- und Hansestadt Greifswald ermächtigt den Oberbürgermeister, in der Gesellschafterversammlung der Greifswald Marketing GmbH (GMG) den anliegenden Wirtschaftsplan 2022 zu beschließen.

Abstimmungsergebnis:

Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
mehrheitlich	0	2

Anlage 1 Wirtschaftsplan Greifswald Marketing GmbH 2022 inkl. Vorbericht
öffentlich

Dr. Stefan Fassbinder
Der Oberbürgermeister

Greifswald Marketing GmbH (GMG)

Vorbericht zum Wirtschaftsplan 2022 ff.

1. Allgemeine Erläuterungen

Die GMG nahm vor sechs Jahren ihre Arbeit auf und 2016 war das erste ordentliche Geschäftsjahr auf Basis des Unternehmenskonzeptes von 2014. Sie befindet sich nunmehr im siebten Geschäftsjahr seit der Aufnahme der Geschäftstätigkeit.

Die GMG ist eine 100-prozentige Tochter der Universitäts- und Hansestadt Greifswald. Als beratendes Gremium ist ein Fachbeirat mit 12 Mitgliedern tätig.

Mit dem Personalstamm und projektbezogener Unterstützung hat die GMG in den Jahren seit ihrer Gründung zahlreiche Projekte und Initiativen umgesetzt und initiiert. 2021 kam das Aufgabenfeld Innenstadtkoordination neu hinzu.

Die GMG verfolgt das Ziel, die Bekanntheit der Universitäts- und Hansestadt Greifswald national und international als attraktives Ziel für den Städte-, Kultur-, Tagungs- und maritimen Tourismus zu erhöhen sowie wettbewerbsrelevante Zukunftsthemen der Stadt zu identifizieren und entsprechende Produkte zu entwickeln bzw. die Produktentwicklung zu fördern. Das positive Image der Stadt und nachhaltige Zukunftsinitiativen sollen nach innen und außen gleichermaßen initiiert, befördert und verstetigt werden. Greifswald als wahrnehmbares, innovatives Oberzentrum für die Bewohner des Umlandes und als Kreisstadt des Landkreises Vorpommern-Greifswald – das ist das Selbstverständnis und die Basis der Bemühungen der GMG.

Dafür hat die Universitäts- und Hansestadt Greifswald die GMG im Rahmen eines Betrauungsaktes mit folgenden Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse –DAWI- betraut (Betrauungsakt vom 14.08.2015, § 2 Abs. 1).

- a. Konzeption, Durchführung und Koordination von Stadt- und Tourismusmarketing für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald,
- b. die Konzeption und Durchführung von Image- und Standortwerbung,
- c. die Förderung und Durchführung von Veranstaltungen zur Stadtbelebung,
- d. die Mitarbeit in Institutionen und Vereinigungen des Tourismus- und Stadtmarketings,
- e. die Betreuung der Greifswald-Information,
- f. die Wahrnehmung sonstiger Maßnahmen, die der Förderung der in den Buchstaben a. bis e. genannten gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen dienen.

Zur Erfüllung der im Betrauungsakt definierten Aufgaben erstellt die GMG jährlich einen Maßnahmenkatalog, der Grundlage für die nachfolgende Wirtschaftsplanung ist.

Hinweis:

- Bei der Verwendung von gerundeten Beträgen können auf Grund der kaufmännischen Rundung Differenzen auftreten.
- Der Jahresabschluss 2020 der Gesellschaft liegt in geprüfter Form mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk vor.
- Zur Differenzierung der Mittelverwendung (DAWI und kommerzielle Leistungen) wird

unterjährig und zum Jahresabschluss eine Trennungsrechnung erstellt und vom Wirtschaftsprüfer geprüft.

2. Erfolgsplan

Die Eckdaten des Erfolgsplanes 2022 basieren auf den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2020 (GuV), den Zwischenergebnissen des laufenden Geschäftsjahres unter Einbeziehung von zukünftigen Ereignissen gemäß Maßnahmenplan ab 2021 ff., die die Geschäftsentwicklung beeinflussen. Weiterhin finden die Corona-bedingten wirtschaftlichen Auswirkungen des laufenden Geschäftsjahres Berücksichtigung bei der unternehmerischen Planung. So wird nach aktueller Einschätzung der Geschäftsführung das Umsatzniveau von 2019 im Planungsjahr 2022 wieder erreicht. Dieser Optimismus basiert auf den aktuellen Entwicklungen des laufenden Geschäftsjahres und neuen, zum Teil einmaligen Erlösquellen 2020. Gleichzeitig veranlassen noch bestehende pandemische Planungsunsicherheiten die Geschäftsführung zu einer konservativen und zurückhaltenden Planung.

Weiterhin bilden die von den bürgerschaftlichen Fraktionen und Gremien eingebrachten und vom Hauptausschuss am 28.12.2020 empfohlenen Entscheidungen zur Verwendung des Corona-Hilfsfonds 2020 der Stadt die Grundlage der Planung im Bereich Innenstadtmarketing auch für 2022.

So hat die GMG Anfang 2021 einen projektbezogenen Zuschuss in Höhe von 120 TEUR für die Finanzierung einer zusätzlichen Projektstelle (siehe 2.4.) für zwei Jahre erhalten. Dabei handelt es sich um die Stelle einer sogenannten Innenstadtkoordinatorin, die unter anderem Konzepte zur Vermarktung und Kaufkraftbindung sowie zum Leerstandsmanagement initiiert und umsetzt. Die Anschlussfinanzierung über das Planungsjahr 2022 hinaus ist in der vorliegenden Mehrjahresplanung noch nicht berücksichtigt. Es bleibt das von der Bürgerschaft beschlossene Ziel zur Verstärkung und Gemeinschaftsfinanzierung über 2022 hinaus. Dazu werden neue Projekte kreiert und die Zusammenarbeit mit dem Verein Greifswalder Innenstadt (VGI) intensiviert.

So wird die GMG einen Förderantrag beim Ministerium für Energie-, Infrastruktur- und Digitalisierung stellen und sich im Rahmen des Programmes „Re-Start – Lebendige Innenstadt M-V“ um Projektgelder für konkrete Innenstadtmaßnahmen (z.B. Erlebnis-, Gestaltungs-, Werbe- und Leerstandsmaßnahmen) für die Jahre 2022/23 bewerben. Zur Finanzierung des notwendigen Eigenanteils werden Jahresüberschüsse verwendet. Eine Zuschusserhöhung ist dazu nicht notwendig. Bei der weiteren Verwendung der Jahresüberschüsse wird der Fokus auf Neuprojekte und den Ausbau bestehender Erfolgsprojekte gelegt.

Weiterhin wird angestrebt, dass die GMG im Rahmen des von ihr entwickelten Gutscheinsystems temporär 2022 auf die Provision gegenüber den teilnehmenden Partnern verzichtet (aktuelles Beschlussverfahren in den bürgerschaftlichen Gremien). Neu übernimmt die GMG die dauerhafte Ausgabe von City-Gutscheinen als Umzugsbeihilfe und Neugeborenenprämie.

Die erfolgreiche Serviceoffensive in der Greifswald-Information wird fortgesetzt. Es ist geplant, die Öffnungszeiten in der touristischen Hauptsaison auszudehnen. Ab 2022 wird die Greifswald-Information von Juni bis September an sieben Tagen in der Woche für Gäste geöffnet. Zudem ist es das Ziel, das Produkt- und Serviceangebote des Uni-Ladens komplett in Eigenregie abzuwickeln. Dazu wird der bestehende Kooperationsvertrag durch einen Lizenzvertrag mit der Universität Greifswald abgelöst. Auswirkungen hat die Service- und Angebotsoffensive auf den Stellenplan. Ab Mitte 2022 ist eine personelle Verstärkung in der Greifswald-Information (Punkt 2.4.) geplant.

2.1. Umsatzerlöse

Ein wesentliches Unternehmensziel in den kommenden Jahren bleibt, die eigenen Aktivitäten zur Generierung von Umsatzerlösen auszuweiten, um den Zuschuss der Universität- und Hansestadt für die zu erbringenden DAWI nicht ohne weitere Aufgabenübertragung weiter zu erhöhen. Dieses Ziel hat im zweiten Geschäftsjahr hintereinander unter Corona-bedingten Einschränkungen einen deutlichen Rückschlag erlitten. Es wird einige Jahre dauern, die Umsatzrückgänge - insbesondere aus den Provisionsgeschäften für Reisende und Führungsteilnehmer - wieder aufzuholen. Der vorliegende Wirtschaftsplan trägt diesem Umstand Rechnung.

Um dauerhaft wieder Umsätze auf dem (Vor-Corona-) Niveau von 2019 erreichen zu können, ist ein starker Ausbau alternativer Erlösquellen in dafür geeigneten Geschäftsfeldern erforderlich. Aufgrund von noch bestehenden Einschränkungen und Zurückhaltungen durch die Pandemie sind die wirtschaftlichen Folgen auch für die GMG nicht vollumfänglich abschätzbar und das kurzfristige Hauptziel bleibt die Stabilisierung des Geschäftsbetriebs.

Vor dem Hintergrund der wachsenden digitalen (booking.com, hrs.de) und der stationären (Souvenirgeschäfte) Konkurrenz sind und bleiben die Steigerung der Umsatzerlöse und die Erweiterung der Beteiligung Dritter an den Projekten der GMG die größten Herausforderungen der kommenden Jahre. Dazu wird die bereits begonnene Prozessoptimierung konsequent fortgesetzt. Neue Verkaufsprodukte mit regionalem Bezug werden beharrlich weiterentwickelt und/oder in die Vermarktung aufgenommen. Die GMG-Projekte werden für Beteiligungsmöglichkeiten von Partnern und Unternehmen evaluiert und weiter geöffnet. Neu- und Weiterentwicklungen werden sich thematisch an der Schwerpunktsetzung des Greifswalder Tourismuskonzeptes (Basis: 2016) orientieren.

Für 2022 sind Umsatzerlöse in Höhe von 636 TEUR geplant. Dazu zählen die Erlöse aus der Greifswald-Information, aber auch Einnahmen aus Werbung, Marketing und Veranstaltungen. Im Tourismusbereich werden vor allem Umsätze durch Stadtführungen, Souvenirverkauf und Vermittlungs- und Provisionsgeschäfte generiert. Der Umsatzsprung hat zwei Gründe: Zum einen ist mit einer ersten Erholung und weiteren Normalisierung des Geschäftsbetriebes nach den beiden Corona-geprägten Geschäftsjahren 2020/21 zu rechnen. Zum anderen wird 2022 ein stadteigenes Monopoly auf den Markt gebracht, welches einmalig zu erhöhten Umsatzerlösen, aber auch höheren Materialkosten (siehe Punkt 2.3.) für den Einkauf von Waren und Dienstleistungen führt. Die Entwicklung der Reisebeschränkungen und das damit einhergehende Reiseverhalten sind in den kommenden Geschäftsjahren noch nicht komplett absehbar. So wird davon ausgegangen, dass hier erst im Jahre 2024 wieder das Umsatzniveau von 2019 erreicht wird.

Die Zusammenarbeit mit dem Seesportzentrum Greif mit dem Ziel der Hebung von Synergien wird über die bisherige personelle Unterstützung hinaus intensiviert. Die Ergebnisse der noch laufenden Prüfung von Form und Umfang der Zusammenarbeit (Geschäftsfelder und -zahlen) bilden die strategische Grundlage weiterer Entscheidungen. Sie sind im 1. Quartal 2022 zu erwarten.

Das Angebot an Stadtführungen wird erweitert, optimiert und der Buchungsprozess digitalisiert. Mit der konzipierten Stadt-Universitäts-Führung (Kooperationsvertrag) sollte dieser Weg 2021 fortgesetzt werden. Leider war die Durchführung und Umsetzung Corona-bedingt nicht möglich, und auch die Durchführung in 2022 steht noch unter Vorbehalt.

Auch die Vermittlung von Dienstleistungen Dritter (Gastronomen, Segelschulen, Boots- und Bustouren, Traditionsschiffe) gilt als wichtige Erlösquelle der Zukunft. Zur Stärkung der Service- und Konkurrenzfähigkeit der Greifswald-Information werden ständig neue Verkaufsprodukte mit regionalem Fokus entwickelt und die Produktpalette evaluiert und aktualisiert. Durch die ganzheitliche Modernisierung der Greifswald-Information im Jahr 2019 wurde eine zeitgemäße Produktpräsentation möglich, die auch in den Folgejahren die positive Entwicklung der Umsatzerlöse unterstützen wird.

Die Kooperation mit dem Uni-Laden wird fortgesetzt und neue Formen der Zusammenarbeit (Komplettabwicklung des Verkaufssortiments) werden geprüft. Die Serviceziele für 2022 sind die Ausdehnung der Öffnungszeiten der Greifswald-Information in der touristischen Hauptsaison (Juni bis September) auf sieben Tage pro Woche und die Entwicklung eines Ausflugsangebotes für Reha-Patienten von der Insel Usedom in der Nebensaison. Ziele dieser Maßnahme sind die Steigerung des Serviceangebotes und die Erhöhung der Auslastung in der Nebensaison.

Das GMG-Eventhighlight bleibt auch 2022 das historische Stadtfest „Ein Tag mit Caspar David Friedrich“. Bereits 2017 wurde das Fest konzeptionell angepasst und auf einen Veranstaltungstag reduziert, um mit angemessenem Aufwand ein Highlight zu setzen. Dieses Konzept wird mit Unterstützung bekannter und neuer Partner weiter optimiert und die Bewerbung außerhalb der Stadtgrenzen noch mehr intensiviert.

Auch bei bestehenden Events und Projekten (Aktionstage, Kampagnen) werden die Kostenstrukturen weiter optimiert und neue Partner akquiriert. Bei der Entwicklung neuer Eventformate wird auf die Kompatibilität mit tourismusrelevanten Themen (s. z.B. Ausstellungen in Wieck), mit den städtischen Imagethemen der Zukunft sowie die Hebung von Synergien geachtet. Zudem steht das Geschäftsfeld der Agenturleistungen für Dritte im Entwicklungsfokus. Ziel wird es sein, dass Agenturgeschäft für Dritte, z.B. bei Veranstaltungen zu intensivieren, um weitere Umsatzerlöse zu erzielen.

Aufgrund der wiederholten Absage des MV-Tages 2021 wird die Umsetzung der städtischen Präsentation zur geplanten Landespräsentation im Juni 2022 realisiert. Dies hat Auswirkungen auf den Materialaufwand (Punkt 2.3.). Der Zuschuss der Stadt (Punkt 2.2.) bleibt davon unberührt, da eine Rückstellung im Jahresabschluss 2021 gebildet wird, die 2022 aufgelöst wird. Auch für den 2021 abgesagten Rycktag wurde eine Rückstellung gebildet, die 2022 mit der Umsetzung aufgelöst wird.

Bis 2025 ist eine Steigerung der Umsatzerlöse auf 648 TEUR geplant. Die stärksten Wachstumserwartungen sind mit einer Verbesserung und Erweiterung des Serviceangebotes der Greifswald-Information, der Umsatzerhöhung durch Anzeigenverkäufe sowie der GMG als Service- und Beratungspartner im Bereich Events und Außenwerbung verbunden.

Die Umsatzerlöse sind wie folgt geplant:

Bezeichnung	in TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020 (Vorvorjahr)	2021 (Vorjahr)	2022 (Planjahr)	2023 (1.Folgejahr)	2024 (2. Folgejahr)	2025 (3. Folgejahr)
Umsatzerlöse	330	367	636	582	614	648
davon u.a. Ticketverkäufe	119	173	246	274	289	305
davon u.a. Stadtführungen	27	51	65	81	86	91
davon u.a. Souvenirverkauf	67	70	144	115	117	123

2.2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus dem städtischen Zuschuss für DAWI-Leistungen und Sponsoringeinnahmen für Events und Marketingprojekte zusammen.

Die GMG wird 2022 ihre Aktivitäten im Bereich der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) weiter fortsetzen und punktuell intensivieren. So werden z. B. wieder die Organisation der Hansetage, des Klimaaktionstages sowie des Caspar-David-Friedrich-Festes übernommen.

Für das Jahr 2022 ist keine Zuschusserhöhung geplant. Vielmehr sinkt der städtische Zuschuss um 3 TEUR auf 456 TEUR. Der Grund dafür ist die Rückstellung für ausgefallene Veranstaltungen. Im Zuschuss enthalten sind Personalkosten. Diese beinhalten eine jährliche Steigerung der Gehälter um 2,5 Prozent, die die Angleichung der Gehaltsstruktur an TVÖD-Niveau dauerhaft fortschreibt. Zudem wird die Kampagne „Greifswald blüht auf“ – nach dem Erfolg 2021 - erneut mit den Initiativen der städtischen Verwaltung (Blumenkaskaden) vereint und von der GMG realisiert und kommuniziert. Hierfür sind zusätzlich 20 TEUR geplant. Zur Realisierung des „Ryck-Tages“ sind 3.000 € geplant. Beide Projekte sollen dauerhaft durch die GMG durchgeführt werden.

Die GMG wird auch 2022 das Geschäftsfeld Binnen- und Eventmarketing weiter stärken und dabei ihren Fokus auf die Innenstadt richten. Konzeptentwicklungen zu den Themen Leerstandsmanagement, Belebung der Innenstadt und digitale Sichtbarkeit werden initiiert und realisiert. Zur Umsetzung dieses Aufgabenfeldes wurde eine zusätzliche Personalstelle vorerst befristet für 24 Monate geschaffen. Ziel wird es sein, Fördermittel zur Finanzierung von Projekten einzuwerben und Finanzierungsmöglichkeiten zur Verstetigung der Stelle der Innenstadtkoordinatorin zu finden.

Ein Abschmelzen des Zuschusses, wie im Gründungskonzept vorgesehen, kann nach Einschätzung der Geschäftsführung und vor dem Hintergrund der tariflichen Angleichung der Mitarbeitergehälter nicht erfolgen und muss in Art und Umfang mit dem Gesellschafter abgestimmt werden. Zudem muss klar sein, dass immer neue Aufgaben auch eine Erhöhung der Zuschüsse zur Folge haben.

Für 2022 sind Sponsoringeinnahmen, die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten sind, von etwa 35 T€ eingeplant. Diese Erlöse werden in erster Linie für Veranstaltungen und Marketingprojekte erwartet.

Der von der Stadt im Januar 2021 gezahlte Personalkostenzuschuss in Höhe von 120 T€ für die vorerst temporäre Beschäftigung einer Innenstadtkoordinatorin wird zur Hälfte in 2022 als sonstiger betrieblicher Ertrag gebucht durch Auflösung eines in 2021 gebildeten passiven Rechnungsabgrenzungspostens. Dementsprechend werden auch die Personalkosten in 2022 geplant.

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020 (Vorvorjahr)	2021 (Vorjahr)	2022 (Planjahr)	2023 (1.Folgejahr)	2024 (2. Folgejahr)	2025 (3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Erträge	434	584	573	506	506	506
davon Auflösung von Sonderposten (Pos. 8 des Erfolgsplanes)	1	1	1	1	1	1
davon PK-Zuschuss der Stadt für 2021 und Auflösung RAP 2021 in 2022		60	60			
davon Zuschuss MV-Tage für 2021 und Auflösung RAP 2021 in 2022		8	12			
Davon Zuschuss für den Ryck_Tag für 2021 und Auflösung RAP 2021 in 2022			3			
davon Zuschuss aus städtischen Mitteln	408	459	459	459	459	459
andere sonstige betriebl. Erträge	25	56	38	46	46	46

2.3. Materialaufwand

Für 2022 sind Materialaufwendungen in Höhe von insgesamt rund 611 TEUR vorgesehen. Darin sind alle Aufwendungen für Projekte, Veranstaltungen und auch Wareneinkäufe für die Greifswald-Information, bei denen eine unmittelbare Zuordnung zu den dazugehörigen Umsatzerlösen besteht, enthalten.

Gleichzeitig führen erhöhte Umsatzerlöse auch zur Erhöhung des Materialaufwandes und werden betriebliche Erträge für die Finanzierung von zusätzlichen Projekten und Kampagnen eingesetzt. Insbesondere die neuen und erweiterten Projekte (z.B. Ausbau der Binnenkampagne „Greifswald blüht auf“, Regionalproduktemesse, Heimkehrertag, Rycktag) führen zur Erhöhung der Materialaufwendungen. Zudem führt ein stadteigenes Monopoly zu einer einmalig deutlichen Erhöhung des Materialaufwands. Dies wird durch die Entwicklung der Materialkosten in den Folgejahren dokumentiert.

Ein möglichst hoher Grad der Kostendeckung für einen Großteil der Projekte und Maßnahmen, beispielsweise durch Anzeigenschaltung, wird auch 2022 angestrebt. Das betrifft Publikationen wie das Gutscheinebuch „Heimathafen Greifswald“ oder die touristischen Printprodukte sowie Kampagnen wie „Greifswald blüht auf“ oder „Greifswald räumt auf“. Weitere Projekte im Planjahr 2022 sind die Sicherung/der Ausbau der touristischen Infrastruktur sowie die Verstetigung eines touristischen Saisonauftaktes und die Etablierung eines weiteren maritimen Eventformates. Dadurch erhöht sich der Einkauf von Fremdleistungen (Agenturen, technische Dienstleister, Werbeanbieter), denn mehr Projekte bedeuten auch mehr externe Auftragnehmer.

Die Steigerung des Materialaufwands ist in erster Linie durch die Aufwendungen für neue Projekte (Binnenkampagne, Events, Projekte) und die Erhöhung des Wareneinsatzes in der Greifswald-Information zurückzuführen.

Der Materialaufwand stellt sich wie folgt dar:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020 (Vorvorjahr)	2021 (Vorjahr)	2022 (Planjahr)	2023 (1.Folgejahr)	2024 (2. Folgejahr)	2025 (3. Folgejahr)
Materialaufwand	280	348	611	533	557	578
davon für Wareneinkauf	183	181	340	305	320	332
davon für Fremdleistungen	97	167	271	228	237	246

2.4. Personalaufwand

Im Jahr 2021 waren acht Vollzeitkräfte und drei Auszubildende bei der GMG beschäftigt. Der Stellenplan hat sich 2021 durch die temporäre Beschäftigung einer Innstadtkoordinatorin erstmals seit der GMG-Gründung verändert. Die Fluktuation ist sehr gering.

2022 ist die Erweiterung des Stellenplans um eine/n Mitarbeiter*in in der Greifswald-Information ab 07/2022 geplant. Die Stelle wird vorerst auf 24 Monate befristet. Damit wird den verlängerten Öffnungszeiten in der Hauptsaison, dem erweiterten Serviceangebot (Uni-Laden-Übernahme und Gutscheinausgabe) Rechnung getragen. Finanziert wird die Stelle durch Eigenmittel der GMG (z.T. freiwerdende Mittel aufgrund von Arbeitszeitreduzierung). Eine Erhöhung des Zuschusses der Stadt zur Finanzierung ist im Plan- und im Folgejahr nicht notwendig.

Der Personalaufwand 2022 ist somit für den Geschäftsführer, acht Mitarbeiter (inkl. Teilzeitbeschäftigte) und drei Auszubildende geplant. Durch die dauerhafte Tarifangleichung der Mitarbeiterbezüge (jährliches Plus von 2,5 Prozent) an den TVÖD und eine weitere Personalstelle im Bereich Greifswald-Information erhöht sich der Personalaufwand auf 458 TEUR.

Da die zusätzliche Personalstelle der Innstadt Koordinatorin vorerst bis Ende 2022 eingeplant wird, reduzieren sich die Personalkosten ab 2023 ff. Diese Personalstelle wird auch 2022 durch den Personalkostenzuschuss der Stadt finanziert. Es ist geplant, dass sich die Stelle ab 2023 selbst finanziert. Dazu sind weitere Projektanstrengungen notwendig.

Zur Verstärkung des Personals und zur Sicherung und Erweiterung der Öffnungszeiten in der aktions- und eventreichen Sommersaison an den Standorten Rathaus-Arkaden und Greifswald-Wieck sind kurzfristig Beschäftigte und Praktikanten eingeplant.

In der Mehrjahresplanung wird von steigenden Personalkosten aufgrund von Gehaltsanpassungen ausgegangen (Steigerung von 2,5 % ab 2022). Auch eine Aufgabenübernahme der Wieck-Information im aktuellen Konzept wird zu einer Erhöhung des Personalaufwandes führen. Details dazu sind im Planjahr 2022 mit dem Gesellschafter abzustimmen.

Personalaufwand:

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Personalaufwand	335	423	458	433	444	455

2.5. Abschreibungen

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Abschreibungen	10	16	12	10	10	10

Die o. g. Abschreibungsaufwendungen ergeben sich aus der planmäßigen Abschreibung der Büro- und Geschäftsausstattung in den Räumlichkeiten am Standort Bahnhofstraße und am Standort Rathaus Arkaden.

2.6. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Zu den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in einer Gesamthöhe von 107 TEUR zählen beispielsweise Raumkosten. Außerdem fallen Kosten für Versicherung, Kosten für Instandhaltung, Fahrzeugkosten und Reparaturen (Wartung für Hard- und Software) sowie Werbe- und Reisekosten an.

Im sonstigen sächlichen Aufwand sind Aufwendungen für Telefon, Porto, Bürobedarf, Buchführung und Steuerberatung sowie für die Erstellung und Prüfung des Jahresabschlusses enthalten.

Grundsätzlich ist ab 2022 eine 1,5 % -ige Steigerung für die sonstigen Kosten (inflationsabhängig) eingeplant.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	103	90	108	108	108	108
davon Raumkosten	40	39	40	40	40	40
davon Versicherungen und Beiträge	5	2	4	4	4	4
Reparatur/Instandhaltung	3	3	7	7	7	7
Kfz-Kosten	7	6	7	7	7	7
davon Werbe- und Reisekosten	4	3	8	8	8	8
davon sonstige betriebliche Kosten (wie z.B. Bürobedarf, Rechts- und Beratungskosten)	44	37	42	42	42	42

3. Finanzplan

Der Finanzplan weist für die Jahre 2022 ff. in der Gesamtbetrachtung eine leicht positive Entwicklung des Finanzmittelfonds aus, wobei 2022 die Besonderheit der Auflösung des Rechnungsabgrenzungspostens aus dem 2021 gezahlten Personalkostenzuschuss zu beachten ist. Dies setzt auch voraus, dass die Zuschüsse der UHGW wie kalkuliert beschieden werden.

Die Zahlungsfähigkeit der Gesellschaft ist gesichert.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Mittelzu- und Mittelabfluss						
aus lfd. Geschäftstätigkeit	15	144	-75	22	14	13
aus Investitionstätigkeit	-7	-13	-2	-2	-2	-2
Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen (+)	0	0	0	0	0	0
Gezahlte Zinsen	0	0	0	0	0	0
aus Finanzierungstätigkeit	0	0	0	0	0	0
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode)	83	90	221	145	165	176
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	8	131	-77	20	12	11
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	90	221	145	165	176	187

4. Investitionsübersicht

Größere Investitionen sind 2022 nicht geplant. Investitionen sind für die Erneuerung von Computertechnik und Möbelbeschaffungen geplant.

Für 2022 sind folgende Investitionen vorgesehen:

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-7	-13	-2	-2	-2	-2

5. Stellenübersicht

Der Mitarbeiterstamm wird vorerst temporär für die nächsten zwei Jahre (2022/23) um eine/n Mitarbeiter*in erweitert. Damit sind ab dem Planjahr acht Mitarbeiter (inkl. Teilzeitstelle), drei Auszubildende und ein Geschäftsführer tätig. Es wird auf Punkt 2.4. verwiesen.

6. Entwicklung des Eigenkapitals, der Sonderposten und Rückstellungen

Das Stammkapital und die Kapitalrücklage sind weiter gesichert. Die Ergebnisvorträge und das Eigenkapital entwickeln sich auf Grund der Ergebnisse positiv.

In TEUR

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Stammkapital	25	25	25	25	25	25
Kapitalrücklage	18	18	18	18	18	18
Ergebnisvorträge	41	116	131	134	135	136
Gesamtbetrag Eigenkapitals zum 31.12.	108	159	174	177	178	179
Sonderposten	8	7	7	7	7	7
Rückstellungen	28	35	25	25	25	25

7. Darstellung der Finanz- und Leistungsbeziehungen zur Stadt

Die GMG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald. Sie erhält für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DAWI) einen städtischen Zuschuss auf der Grundlage eines Betrauungsakts (Punkt 2.2.). Die GMG mietet ferner Verkaufs- und Lagerräume (Rathaus-Arkaden, Stadthaus) zu marktüblichen Konditionen von der Stadt an. Der Gesamtaufwand hierfür liegt 2022 konstant bleibend bei 21 T€.

Greifswald Marketing GmbH

Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022

Zusammenstellung

Der Wirtschaftsplan wird mit folgenden Festsetzungen beschlossen:

Erfolgsplan

Gesamtbetrag der Erträge	1.209
Gesamtbetrag der Aufwendungen	1.195
Jahresergebnis	14

Finanzplan

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.126
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.201
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-75
Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Investitionstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	-2
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-77

Festsetzungen unter Genehmigungsvorbehalt

Gesamtbetrag der vorgesehenen Kreditaufnahmen für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen mit Ausnahme von Umschuldungen	0
Höchstbetrag der Kredite zur Sicherung der Zahlungsfähigkeit	0
Gesamtbetrag der vorgesehenen Verpflichtungsermächtigungen	0
In der Stellenübersicht ausgewiesene Stellen in Vollzeitäquivalenten	11,85

Sonstige Angaben

Gesamtbetrag der aus Wirtschaftsplänen der Vorjahre voraussichtlich fortgeltenden Kreditermächtigungen	
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	145
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2020	108
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2021 voraussichtlich	159
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2022 voraussichtlich	174

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022
Erfolgsplan

	Ist 2020 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2021 (Vorjahr)	Plan 2022 (Planjahr)	Plan 2023 (1. Folgejahr)	Plan 2024 (2. Folgejahr)	Plan 2025 (3. Folgejahr)
1 Umsatzerlöse	330	367	636	582	614	648
2 Erhöhung oder Verminderung des Bestands an unfertigen Erzeugnissen	0	0	0	0	0	0
3 andere aktivierte Eigenleistungen	0	0	0	0	0	0
4 sonstige betriebliche Erträge	433	583	572	505	505	505
5 Materialaufwand	280	348	611	533	557	578
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	183	181	340	305	320	332
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	97	167	271	228	238	246
6 Personalaufwand	335	423	458	433	444	455
a) Löhne und Gehälter	274	345	382	361	370	379
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	61	78	76	72	74	75
- davon für Altersversorgung	0	0	0	0	0	0
7 Abschreibungen	10	16	12	10	10	10
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	0	2	2	1	1	1
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die im Unternehmen üblichen Abschreibungen überschreiten	0	14	11	8	8	8
8 Erträge aus der Auflösung von Sonderposten nach § 33 Absatz 4 bis 6 EigVO M-V	1	1	1	1	1	1
9 sonstige betriebliche Aufwendungen	103	90	108	108	108	108
10 Erträge aus Beteiligungen	0	0	0	0	0	0
11 Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	0	0	0	0	0	0
12 sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0	0	0	0	0	0
13 Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	0	0	0	0	0
14 Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0	0	0	0	0	0
15 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11	23	6	1	0	1
16 Ergebnis nach Steuern	25	51	15	3	1	2
17 sonstige Steuern	0	0	0	0	0	0
18 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	25	51	14	3	1	2
Verwendung des Jahresergebnisses						
Verrechnung mit dem Verlustvortrag						
Verrechnung mit dem Gewinnvortrag	41	65	116	131	134	135
Vortrag auf neue Rechnung	65	116	131	134	135	137
Einstellung in die Rücklagen						
Entnahme aus den Rücklagen						
Ausschüttung an die Gemeinde						
Ausgleich durch die Gemeinde						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022
Finanzplan

	Ist 2020 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2021 (Vorjahr)	Plan 2022 (Planjahr)	Plan 2023 (1. Folgejahr)	Plan 2024 (2. Folgejahr)	Plan 2025 (3. Folgejahr)
1 Periodenergebnis nach Steuer	25	51	14	3	1	2
2 Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	10	16	12	10	10	10
3 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	-6	-3	0	0	0	0
4 Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	0	-1	-1	-1	-1	-1
5 Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-30	14	-16	11	4	1
6 Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	8	66	-74	-1	0	0
7 Gewinn (-) / Verlust (+) aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	0	0	0	0	0	0
8 Zinsaufwendungen (+) / Zinserträge (-)	0	0	0	0	0	0
9 Sonstige Beteiligungserträge (-)	0	0	0	0	0	0
10 Aufwendungen (+) / Erträge (-) aus außerordentlichen Posten	0	0	0	0	0	0
11 Ertragsteueraufwand (+) / -ertrag (-)	11	23	6	1	0	1
12 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0
13 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)	0	0	0	0	0	0
14 Ertragsteuerzahlungen (-/+)	-3	-21	-16	-1	0	0
15 Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	15	144	-75	22	14	13
16 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
17 Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen (-)	0	0	0	0	0	0
18 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
19 Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen (-)	-7	-13	-2	-2	-2	-2
20 Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens (+)	0	0	0	0	0	0
21 Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen (-)	0	0	0	0	0	0
22 Einzahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition (+)	0	0	0	0	0	0
23 Auszahlungen aufgrund von Finanzmittelanlagen im Rahmen der kurzfristigen Finanzdisposition (-)	0	0	0	0	0	0
24 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022
Finanzplan

	Ist 2020 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2021 (Vorjahr)	Plan 2022 (Planjahr)	Plan 2023 (1. Folgejahr)	Plan 2024 (2. Folgejahr)	Plan 2025 (3. Folgejahr)
25 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
26 Erhaltene Zinsen (+)						
27 Erhaltene Dividenden (+)						
28 Cashflow aus der	-7	-13	-2	-2	-2	-2
29 Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen (+)						
30 Auszahlungen aus Eigenkapitalherabsetzungen (-)						
31 Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von (Finanz-) Krediten (+)						
- davon für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
- davon zur Umschuldung von Krediten für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
32 Auszahlungen aus der Tilgung von Anleihen und (Finanz-) Krediten (-)						
- davon für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
- davon zur Umschuldung von Krediten für Investitionen und Investitionsförderungsmaßnahmen						
33 Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen (+)						
a) von der Gemeinde						
b) einmalige Entgelte Nutzungsberechtigter						
c) von sonstigen Dritten						
34 Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)						
35 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
36 Gezahlte Zinsen (-)						
37 Gezahlte Dividenden (-)						
38 Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	0	0	0	0	0	0
39 Zahlungswirksame Veränderungen des Finanzmittelfonds	8	131	-77	20	12	11
40 Finanzmittelfonds am Anfang der Periode (+)	83	90	221	145	165	176
41 Finanzmittelfonds am Ende der	90	221	145	165	176	187
Zusammensetzung des						
Zahlungsmittel und jederzeit fällige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sowie andere kurzfristige Kreditaufnahmen, die zur Disposition der liquiden Mittel gehören						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022
Investitionszusammenfassung

	Gesamt	Plan/HR bis 2021 (Vorjahr)	Plan 2022 (Planjahr)	Plan 2023 (1. Folgejahr)	Plan 2024 (2. Folgejahr)	Plan 2025 (3. Folgejahr)	Plan ab 2026 (Folgejahre)
Einzahlungen							
davon aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens, des Sachanlagevermögens und des Finanzanlagevermögens							
davon Sonstige							
Auszahlungen		-13	-2	-2	-2	-2	0
davon für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen							
davon für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-13	-2	-2	-2	-2	0
davon für Investitionen in das Finanzanlagevermögen							
davon für Sonstige							
davon zu leisten aufgrund einer im Planjahr eingegangenen Verpflichtung							
Saldo der Ein- und Auszahlungen							
finanziert durch Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und der Aufnahme von Krediten							
finanziert durch Einzahlungen aus erhaltenen Zuschüssen/Zuwendungen							
a) von der Gemeinde							
b) einmalige Entgelte Nutzungsberechtigter							
c) von sonstigen Dritten							
finanziert durch eine Entnahme aus dem Finanzmittelfonds							
Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt der Gemeinde (Entstehung/ Wegfall/Erhöhung/Verminderung)							
Zuschuss							
Verlustausgleich							
Leistungsvergütung							
Ausschüttung							

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2022
Stellenübersicht

laufende Nummer	Bezeichnung	Anzahl und Bewertung 2021	tatsächliche Besetzung am 30.06.2021	Anzahl und Bewertung 2022	Bemerkungen
1	Geschäftsführung	1	1	1	
2	Assistenz der Geschäftsführung	1	1	1	
3	MA Touristisches Marketing	1	1	1	
4	MA Innenstadtmarketing	1	1	1	
5	MA Binnen- u. Eventmarketing	1	1	1	
6	MA Greifswald-Information	1	1	1	
7	MA Greifswald-Information II	0,75	0,75	0,75	
8	MA Greifswald-Information III	1	1	1	
9	MA Greifswald-Information IV			0,50	
10	Auszubildender 1. Lj	1	1	1	
11	Auszubildender 2. Lj	1	1	1	
12	Auszubildender 3. Lj	1	1	1	
13	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
14	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
Summe		11,4	11,4	11,85	