



- Beschluss -

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

<i>Gremium</i>	<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Ergebnis</i>
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	06.11.2023	ungeändert abgestimmt
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	08.11.2023	ungeändert abgestimmt
Hauptausschuss (HA)	20.11.2023	ungeändert beschlossen

Wirtschaftsplan 2024 der Greifswald Marketing GmbH

Beschluss:

Der Hauptausschuss der Universitäts- und Hansestadt Greifswald ermächtigt den Oberbürgermeister, in der Gesellschafterversammlung der Greifswald Marketing GmbH (GMG) den anliegenden Wirtschaftsplan 2024 zu beschließen.

Abstimmungsergebnis:

Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
mehrheitlich	0	2

Anlage 1 Wirtschaftsplan 2024 GMG öffentlich

Dr. Stefan Fassbinder
Der Oberbürgermeister

Greifswald Marketing GmbH (GMG)

Vorbericht zum Wirtschaftsplan 2024 ff.

1. Allgemeine Erläuterungen

Die GMG ist eine 100-prozentige Tochter der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

Als beratendes Gremium ist ein Fachbeirat mit 12 Mitgliedern tätig.

Unternehmensziele seit der Gründung 2015 sind 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*innen 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.

Mit dem Personalstamm und projektbezogener Unterstützung hat die GMG in den Jahren seit ihrer Gründung zahlreiche Projekte und Maßnahmen umgesetzt und initiiert. Der 250. Geburtstag des berühmtesten Sohnes der Universitäts- und Hansestadt Greifswald Caspar David Friedrich 2024 (CDF-Jubiläum) wird die Gesamtaktivitäten der GMG prägen und ist für die touristische Entwicklung der Stadt von großer Relevanz. Greifswald als Geburtsort des Romantikers bekannt zu machen und als Heimathafen der Romantik zu positionieren, sind wichtige Unternehmensziele, denen der vorliegende Wirtschaftsplan Rechnung trägt.

Weitere Hinweise zum Plan:

- Im Zahlenwerk können bei der Angabe von Beträgen in T€ auf Grund der kaufmännischen Rundung Differenzen auftreten.

- Der Jahresabschluss 2022 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 2024 basieren auf den Ergebnissen des Geschäftsjahres 2022 (GuV), den Zwischenergebnissen des laufenden Geschäftsjahres unter Einbeziehung von zukünftigen Ereignissen gemäß Maßnahmen- und Personalplan ab 2024 ff., die die Geschäftsentwicklung beeinflussen. Weiterhin finden die energiekritischen wirtschaftlichen Auswirkungen des laufenden Geschäftsjahres und steigende Kosten für externe Dienstleistungen und Personal Berücksichtigung bei der unternehmerischen Planung. So wird nach aktueller Einschätzung der Geschäftsführung das Umsatzniveau von 2023 im Planungsjahr 2024 nicht erreicht. Gleichzeitig steigen die sonstigen betrieblichen Erträge, denn die Projektfinanzierung durch Drittmittel (Sponsoring, Fördermittel zum CDF-Jubiläum und aus der Laufzeitverlängerung des Re-Start-Programms) wirken sich positiv aus.

Die zurückhaltende Planung der Umsatzerlöse basiert auf den aktuellen Entwicklungen des laufenden Geschäftsjahres. Gleichzeitig veranlassen Unsicherheiten aus der aktuellen Energiekrise und gestiegene Kosten im Dienstleistungssektor und für Personal die Geschäftsführung zu einer konservativen und zurückhaltenden Planung.

Anlass zum Optimismus gibt hingegen das anstehende CDF-Jubiläum. So werden im Planjahr deutlich mehr nationale und internationale Gäste in Greifswald erwartet. Eigens dafür werden eine Jubiläumsführung und eine umfangreiche Verkaufsproduktpalette entwickelt und die Greifswald-Information in Teilen umgestaltet. Die Serviceoffensive in der Greifswald-Information wird auch im Planjahr fortgesetzt. Die ausgedehnten Öffnungszeiten in der touristischen Hauptsaison (Montag bis Sonntag) werden im CDF-Jubiläumsjahr noch beibehalten, um dem besonderen Ereignis und dem erwarteten höheren Besucheraufkommen Rechnung zu tragen.

Die Verlängerung des o.g. Landesförderprogramms bis Ende 2024 und die daraus genehmigten Mittel (Gesamtfördersumme 500 TEUR) sind die Grundlage der Projektplanung im Bereich Innenstadtmarketing im Planjahr. So sind Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität, im Bereich Digitalisierung, Werbung und Events geplant. Bereits begonnene Maßnahmen werden fortgeführt und zum Abschluss gebracht.

Seit Januar 2023 wird für Partner des Gutscheinsystem („Greifswald Gutschein“) erstmals eine Provision (3 Prozent) bei Einlösung erhoben. Somit werden erstmals seit Einführung 2020 Erträge (erwartet werden rund 8 TEUR) durch das Gutscheinsystem erwirtschaftet. Ziele im Planjahr sind, den Kreis der Gutscheinpartner weiter zu vergrößern, die Attraktivität des Systems somit zu erhöhen und den Verkauf von Gutscheinen weiter anzukurbeln. Nicht zuletzt durch städtische Leistungen (Umzugshilfe und Babybonus) und deren Integration in Gutscheinsystem wurde der „Greifswald Gutschein“ eine Erfolgsgeschichte, die weiter fortgeschrieben wird.

2.1. Umsatzerlöse

Ein wesentliches Unternehmensziel in den kommenden Jahren bleibt die Steigerung der Umsatzerlöse. Dieser Weg wurde in den vergangenen Jahren erfolgreich beschritten und erlitt nur durch die coronabedingten Einschränkungen einen temporären Rückschlag. Gleichzeitig tangieren insbesondere digitale Entwicklungen die Umsatzerlöse. So hat beispielsweise der Ticketverkauf für Hansa Rostock die GMG-Umsätze im laufenden und im vergangenen Geschäftsjahr deutlich ansteigen lassen. Mit Beginn der neuen Saison sind Tickets nun nur noch online erhältlich und die Umsätze für die GMG entfallen. Eine ähnliche Entwicklung ist beim Verkauf von ÖPNV-Tickets nach Einführung diverser Ticket-Apps und des 49-Euro-Tickets zu erwarten. Auch hier werden die Umsätze in der GMG perspektivisch sinken. Dies sind nur zwei Beispiele neuer digitaler Anwendungen und deren negativer Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung der GMG und die Begründung für die zurückhaltende Umsatzerwartung im kommenden Jahr.

Dennoch bleibt es das Ziel aller GMG-Aktivitäten, die Umsatzerlöse auszuweiten, um den Zuschuss der Universität- und Hansestadt für die zu erbringenden DAWI-Leistungen nicht weiter zu erhöhen. In einzelnen Geschäftsbereichen (Übernachtungsvermittlungen und Stadtführungen) werden große Hoffnungen auf das bevorstehende Jubiläumsjahr anlässlich des 250. Geburtstags von Caspar David Friedrich gesetzt. Der vorliegende Wirtschaftsplan trägt diesem Umstand Rechnung.

Um kontinuierlich die Umsätze zu steigern, ist ein starker Ausbau alternativer Erlösquellen in dafür geeigneten Geschäftsfeldern erforderlich. Diesen Weg wird die GMG konsequent weiterverfolgen. Bereits 2022 kamen mit dem IHK-Heimkehrertag und den WVG-Quartierskonzerten neue Eventformate hinzu. Aufgrund von noch bestehenden Unsicherheiten durch die Energiekrise sind die wirtschaftlichen Folgen auch für die GMG nicht vollumfänglich abschätzbar und so bleibt das kurzfristige Hauptziel die Stabilisierung des Geschäftsbetriebs. Gleichzeitig gibt die erhöhte Beteiligungsbereitschaft Dritter an GMG-Projekten Anlass zu Optimismus.

Für 2024 sind Umsatzerlöse in Höhe von 708 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. Insbesondere in diesem Bereich wird aufgrund des CDF-Jubiläums eine Umsatzsteigerung erwartet. Dazu wird eine CDF-Jubiläumsführung neu entwickelt, die das Portfolio an Stadtführungen erweitert, die Führungspreise ab 2024 werden angepasst und weitere Führungstermine angeboten. Gleichzeitig wird eine CDF-Verkaufsproduktepalette das Souvenirangebot erweitern.

Die Zusammenarbeit mit dem Uni-Laden wurde durch einen Lizenzvertrag ab 01.01.2023 neu geregelt. Damit übernahm die GMG die Komplettabwicklung der universitären Verkaufsartikel. Das Ziel der Steigerung der Umsätze wird trotz neuer Verkaufsprodukte im ersten Jahr voraussichtlich noch nicht erreicht. Auch die Erwartungshaltung an eine neue studentische Zielgruppe wurde bisher nicht erfüllt. Deshalb wird im Planjahr der Personalaufwand in diesem Bereich angepasst (Punkt 2.4.).

Das GMG-Eventhighlight wird 2024 das historische Stadtfest „Zwei Tage mit Caspar David Friedrich“. Anlässlich des CDF-Jubiläums wird das Stadtfest auf zwei Tage ausgedehnt. Zur Finanzierung wurde ein Förderantrag beim städtischen Jubiläumsbüro gestellt und durch den Beirat des Jubiläums positiv beschieden. Dies findet im vorliegenden Wirtschaftsplan Berücksichtigung. Inhaltlich

wird das Stadtfest konzeptionell und zeitlich angepasst. Dieses Konzept wird mit Unterstützung bekannter und neuer Partner weiter optimiert und die Bewerbung außerhalb der Stadtgrenzen noch weiter 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 (z.B. Ausstellungen in Wieck, maritimer Saisonauftakt), mit den städtischen Imagethemen der Zukunft sowie die Hebung von Synergien geachtet.

Bis 2027 ist eine Steigerung der Umsatzerlöse auf 819 TEUR geplant. Dies entspricht einer durchschnittlichen Wachstumserwartung von 5,5 Prozent pro Geschäftsjahr. Die stärksten Wachstumserwartungen sind mit einer Verbesserung und Erweiterung des Serviceangebotes der Greifswald-Information, der Umsatzerhöhung durch Anzeigenverkäufe sowie der durch das Angebot von Service- und Beratungsleistungen im Bereich Events und Außenwerbung durch die GMG verbunden.

Die Umsatzerlöse sind wie folgt geplant:

Bezeichnung	in TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Umsatzerlöse	695	792	708	743	780	819
davon in der Greifswald-Information	551	604	585	615	645	677
davon im Bereich Marketing / Veranstaltungen	144	188	123	128	135	142

2.2. Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich im Wesentlichen aus dem städtischen Zuschuss für DAWI-Leistungen sowie eingeworbenen Fördermitteln und Sponsoringeinnahmen für Events und Marketingprojekte zusammen. Verantwortlich für den deutlichen Ertragssprung auf 879 TEUR sind zum einen Fördermittel aus dem Landesprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“, welches auf Antrag der GMG bis zum Ende des Planjahres verlängert wurde. Zum anderen beschied der Beirat des CDF-Jubiläums einen GMG-Förderantrag zur Durchführung des Stadtfestes „Zwei Tage mit Caspar David Friedrich“ positiv.

Der städtische Zuschuss bleibt 2024 auf dem Vorjahresniveau von 575 TEUR. Die ursprünglich geplante Zuschussabschmelzung (geplant 550 TEUR) kann aufgrund der Personalkostenentwicklung und der gestiegenen Kosten für externe Dienstleistungen nicht erfolgen. Die Geschäftsführung geht trotz der aktuellen Unsicherheiten davon aus, dass der aktuelle Zuschuss – ohne weitere Aufgabenübertragung – für die mittelfristige Wirtschaftsplanung bis 2025 keiner weiteren Anpassung bedarf. Ein Abschmelzen des Zuschusses, wie im Gründungskonzept der GMG vorgesehen, kann nach Einschätzung der Geschäftsführung auch in Zukunft nicht erfolgen. Vielmehr geben die vorab beschriebenen Herausforderungen und digitalen Veränderungen Anlass zu der Annahme, dass der

städtische Zuschuss für DAWI-Aufgaben unter Umständen moderat steigen wird. Dies muss in Art und Umfang mit dem Gesellschafter bzw. der Bürgerschaft abgestimmt werden.

Die GMG wird auch 2024 das Geschäftsfeld Binnen- und Eventmarketing weiter stärken und dabei ihren Fokus auf die Innenstadt richten. Konzeptentwicklungen zu den Themen Belebung der Innenstadt, digitale Sichtbarkeit und Leerstand werden initiiert und verstetigt. Diese Maßnahmen werden fast ausschließlich aus Mitteln des Landesförderprogrammes finanziert. Ein eigenes Innenstadtbudget steht der GMG nicht zur Verfügung. Dies bedeutet für die Jahre 2025 ff., dass für alle Innenstadtmaßnahmen neue Finanzierungsquellen erschlossen werden müssen – eine große Herausforderung für diesen Tätigkeitsbereich.

Für 2024 sind Sponsoringeinnahmen, die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthalten sind, von etwa 32 TEUR eingeplant. Diese Erlöse werden in erster Linie für Veranstaltungen und Marketingprojekte erwartet. Berücksichtigung bei der optimistischen Sponsoringplanung sind die allgemein positive Beteiligungsbereitschaft im laufenden Geschäftsjahr, die begründeten Anlass auf eine steigende Beteiligungsbereitschaft an GMG-Projekten im Planjahr gibt.

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Erträge	632	717	878	610	610	609
davon Auflösung von Sonderposten (Pos. 8 des Erfolgsplanes)	1	1	1	1	1	0
davon Projekt Re-Start Innenstadt	0	52	190	0	0	0
davon Sponsoring	10	20	32	32	32	32
davon Zuschuss aus städtischen Mitteln	456	575	575	575	575	575
davon Auflösung Passiver RAP (Personalkosten, Rycktag)	72	2				
andere sonstige betriebl. Erträge	93	67	80	2	2	2

2.3. Materialaufwand

Für 2024 sind Materialaufwendungen in Höhe von insgesamt rund 907 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. Die Höhe der Materialaufwendungen in 2024 erklärt sich u.a. durch das Förderprogramm „Re-Start – Lebendige Innenstädte MV“, mit dem die Umsetzung entsprechender Maßnahmen einhergeht und die Maßnahmen rund um das CDF-Jubiläum.

Zur angestrebten Steigerung der Umsatzerlöse ist auch eine Erhöhung des Materialaufwandes notwendig. Ebenso werden betriebliche Erträge für die Finanzierung von zusätzlichen Projekten und Kampagnen eingesetzt. Insbesondere die Projekte im Innenstadt- und Eventmarketing führen zur Erhöhung der Materialaufwendungen.

Ein möglichst hoher Grad der Kostendeckung für einen Großteil der Projekte und Maßnahmen, beispielsweise durch Anzeigenschaltung, wird auch 2024 angestrebt. Das betrifft Publikationen wie das Gutscheinebuch „Heimathafen Greifswald“ oder die touristischen Printprodukte sowie Kampagnen wie „Greifswald blüht auf“ oder „Greifswald räumt auf“. Hier ist es der GMG in den zurückliegenden Jahren gelungen, einen hohen Grad der Kostendeckung durch die Beteiligung Dritter zu erreichen. Ziel im Planjahr ist es, die Zuschüsse und Eigenmittel in diesen Projekten weiter abzuschmelzen.

Der Materialaufwand stellt sich wie folgt dar:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022 (Vorvorjahr)	2023 (Vorjahr)	2024 (Planjahr)	2025 (1.Folgejahr)	2026 (2. Folgejahr)	2027 (3. Folgejahr)
Materialaufwand	715	835	907	648	668	689
davon für Wareneinkauf	409	420	412	426	441	457
davon für Fremdleistungen	306	415	495	222	227	232

2.4. Personalaufwand

Im Jahr 2023 waren neun Vollzeitkräfte und drei Auszubildende bei der GMG beschäftigt. Der Stellenplan hat sich 2022 durch die Erweiterung des Stellenplans um eine Mitarbeiterin in der Greifswald-Information ab 07/2022 geändert. Die Stelle war vorerst auf 24 Monate bis 06/2024 befristet. Damit wurde den verlängerten Öffnungszeiten in der Hauptsaison und dem erweiterten Serviceangebot (Uni-Laden-Übernahme) Rechnung getragen.

Beide Maßnahmen haben die Umsatz- und Serviceerwartungen nicht erfüllt. Weder konnten in den zusätzlichen Sonntagsöffnungszeiten zusätzliche Besucher- und Umsatzzahlen erzielt werden, noch wurde die erhoffte Umsatzsteigerung mit dem UniLaden-Sortiment erreicht. Beide Fakten und die künftigen Herausforderungen zur Stabilisierung des städtischen Zuschusses veranlassen die Geschäftsführung dazu, die temporäre Stelle in der Greifswald-Information nicht zu verlängern. Die zusätzlichen Sonntagsöffnungszeiten im CDF-Jubiläumswahljahr (vgl. Punkt 2) werden aber abgesichert.

Diese Maßnahme wird sich im Planjahr und im Folgejahr auf die Personalkosten auswirken. So wird die Personalkostensteigerung begrenzt. Der Personalaufwand 2024 ist für den Geschäftsführer, acht Mitarbeiter (inkl. Teilzeitbeschäftigte) und drei Auszubildende in Höhe von 531 TEUR geplant.

Zur Verstärkung des Personals und zur Sicherung und Erweiterung der Öffnungszeiten in der aktions- und eventreichen Sommersaison am Standort Rathaus-Arkaden sind kurzfristig Beschäftigte und Praktikanten eingeplant.

In der Mehrjahresplanung wird von steigenden Personalkosten aufgrund von Gehaltsanpassungen ausgegangen (Steigerung von jährlich 2,5 % seit 2021).

Personalaufwand:

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Personalaufwand	472	522	531	531	540	550

2.5. Abschreibungen

Bezeichnung	In TEUR					
	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1.Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Abschreibungen	14	13	13	12	11	2

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 132 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. Für den GMG-Bürostandort Bahnhofstraße ist eine weitere Anpassung der Nebenkosten berücksichtigt.

In den sonstigen betrieblichen Kosten sind Aufwendungen für Telefon, Porto, Bürobedarf, Buchführung und Steuerberatung sowie für die Erstellung und Prüfung des Jahresabschlusses enthalten.

Grundsätzlich ist auch 2024 eine ca. 5 %-ige Steigerung für die sonstigen Kosten (inflationabhängig) eingeplant.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	157	114	132	139	144	150
davon Raumkosten	40	45	50	52	53	55
davon Versicherungen und Beiträge	6	5	8	8	8	8
Reparatur/Instandhaltung	13	11	12	12	13	13
Kfz-Kosten	10	12	11	14	14	15
davon Werbe- und Reisekosten	6	7	6	6	6	6
davon sonstige betriebliche Kosten (wie z.B. Bürobedarf, Rechts- und Beratungskosten)	82	34	45	47	50	53

3. Finanzplan

Der Finanzplan weist für die Jahre 2023 ff. in der Gesamtbetrachtung eine leicht positive Entwicklung des Finanzmittelfonds durch die positiven Jahresergebnisse aus. Eine ausreichende Liquidität ist wichtige Voraussetzung zur Vorfinanzierung von Projekten und Gewährleistung der unterjährigen Handlungsfähigkeit der GMG.

In TEUR

Bezeichnung	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Mittelzu- und Mittelabfluss						
aus lfd. Geschäftstätigkeit	-105	36	10	40	24	31
aus Investitionstätigkeit	-4	-3	-4	-4	-4	-4
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)	199	90	123	129	165	185
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	-109	33	6	36	20	27
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	90	123	129	165	185	212

4. Investitionsübersicht

Größere Investitionen sind 2024 nicht geplant. Investitionen sind für die Erneuerung von Computertechnik und Möbelbeschaffungen geplant.

Für 2024 sind folgende Investitionen vorgesehen:

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Auszahlungen für Investitionen in das Anlagevermögen	-4	-3	-4	-4	-4	-4

5. Stellenübersicht

Der Mitarbeiterstamm bleibt temporär bis 06/2024 um eine Mitarbeiterin erweitert. Damit sind im Planjahr acht Mitarbeiter*innen (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 bleiben in der Höhe gleich. Die Ergebnisvorträge und das Eigenkapital entwickeln sich auf Grund der Ergebnisse positiv.

In TEUR

	IST	HR	Plan	Plan	Plan	Plan
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	(Vorvorjahr)	(Vorjahr)	(Planjahr)	(1. Folgejahr)	(2. Folgejahr)	(3. Folgejahr)
Stammkapital	25	25	25	25	25	25
Kapitalrücklage	18	18	18	18	18	18
Ergebnisvorträge	84	58	76	79	95	114
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-26	18	3	16	19	26
Gesamtbetrag Eigenkapital zum 31.12.	101	119	122	138	157	183
Sonderposten	7	5	4	3	2	0
Rückstellungen	27	22	14	14	14	14

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 2024 konstant bleibend bei 21 T€.

Greifswald Marketing GmbH

Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2024

Zusammenstellung

Der Wirtschaftsplan wird mit folgenden Festsetzungen beschlossen:

Erfolgsplan

Gesamtbetrag der Erträge	1587
Gesamtbetrag der Aufwendungen	1584
Jahresergebnis	3

Finanzplan

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.586
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	1.576
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der laufenden Geschäftstätigkeit	10

Gesamtbetrag der Einzahlungen aus der Investitionstätigkeit	0
Gesamtbetrag der Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	4
Saldo der Ein- und Auszahlungen aus der Investitionstätigkeit	-4

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	6
--	---

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	12,40
--	-------

Sonstige Angaben

Gesamtbetrag der aus Wirtschaftsplänen der Vorjahre voraussichtlich fortgeltenden Kreditermächtigungen	
Finanzmittelbestand am Ende der Periode	129
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2022	101
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2023 voraussichtlich	119
Wertansatz des Eigenkapitals in der Bilanz zum 31.12.2024 voraussichtlich	122

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2024
Erfolgsplan

	Ist 2022 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2023 (Vorjahr)	Plan 2024 (Planjahr)	Plan 2025 (1. Folgejahr)	Plan 2026 (2. Folgejahr)	Plan 2027 (3. Folgejahr)
1 Umsatzerlöse	695	792	708	743	780	819
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	631	716	877	609	609	609
5 Materialaufwand	715	835	907	648	668	689
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	409	420	412	426	441	457
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	306	415	495	222	227	232
6 Personalaufwand	472	522	531	531	540	550
a) Löhne und Gehälter	383	427	442	442	450	458
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	89	95	89	89	91	92
- davon für Altersversorgung	0	0	0	0	0	0
7 Abschreibungen	14	13	13	12	11	2
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	2	2	2	2	0	0
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die im Unternehmen üblichen Abschreibungen überschreiten	12	11	11	10	10	2
8 Erträge aus der Auflösung von Sonderposten nach § 33 Absatz 4 bis 6 EigVO M-V	1	1	1	1	1	0
9 sonstige betriebliche Aufwendungen	157	114	132	139	144	150
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	1	1	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	-5	8	1	7	8	11
16 Ergebnis nach Steuern	-26	18	3	16	19	26
17 sonstige Steuern	0	0	0	0	0	0
18 Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	-26	18	3	16	19	26
Verwendung des Jahresergebnisses						
Verrechnung mit dem Verlustvortrag						
Verrechnung mit dem Gewinnvortrag						
Vortrag auf neue Rechnung	-26	18	3	16	19	26
Einstellung in die Rücklagen						
Entnahme aus den Rücklagen						
Ausschüttung an die Gemeinde						
Ausgleich durch die Gemeinde						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2024
Finanzplan

	Ist 2022 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2023 (Vorjahr)	Plan 2024 (Planjahr)	Plan 2025 (1. Folgejahr)	Plan 2026 (2. Folgejahr)	Plan 2027 (3. Folgejahr)	
1	Periodenergebnis nach Steuer	-26	18	3	16	19	26
2	Abschreibungen (+) / Zuschreibungen (-) auf Gegenstände des Anlagevermögens	14	13	13	12	11	2
3	Zunahme (+) / Abnahme (-) der Rückstellungen	-5	-8	0	0	0	0
4	Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (+) / Erträge (-)	-1	-1	-1	-1	-1	0
5	Zunahme (-) / Abnahme (+) der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	35	-2	0	7	0	0
6	Zunahme (+) / Abnahme (-) der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-100	-3	0	0	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 (-)	-5	8	1	7	8	11
12	Einzahlungen aus außerordentlichen Posten (+)	0	0	0	0	0	0
13	Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)	0	0	0	0	0	0
14	Ertragsteuerzahlungen (-/+)	-16	12	-6	-1	-13	-9
15	Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	-105	36	10	40	24	31
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 (-)	-4	-3	-4	-4	-4	-4
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 2024
Finanzplan

	Ist 2022 (Vorvorjahr)	Plan/HR 2023 (Vorjahr)	Plan 2024 (Planjahr)	Plan 2025 (1. Folgejahr)	Plan 2026 (2. Folgejahr)	Plan 2027 (3. Folgejahr)
25 Auszahlungen aus außerordentlichen Posten (-)						
26 Erhaltene Zinsen (+)						
27 Erhaltene Dividenden (+)						
28 Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-4	-3	-4	-4	-4	-4
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	-109	33	6	36	20	27
40 Finanzmittelfonds am Anfang der Periode (+)	199	90	123	129	165	185
41 Finanzmittelfonds am Ende der Periode	90	123	129	165	185	212
Zusammensetzung des Finanzmittelfonds						
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente						
jederzeit fällige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sowie andere kurzfristige Kreditaufnahmen, die zur Disposition der liquiden Mittel gehören						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2024
Investitionszusammenfassung

	Gesamt	Plan/HR bis 2023 (Vorjahr)	Plan 2024 (Planjahr)	Plan 2025 (1. Folgejahr)	Plan 2026 (2. Folgejahr)	Plan 2027 (3. Folgejahr)
Einzahlungen						
davon aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens, des Sachanlagevermögens und des Finanzanlagevermögens						
davon Sonstige						
Auszahlungen		-3	-4	-4	-4	-4
davon für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen						
davon für Investitionen in das Sachanlagevermögen		-3	-4	-4	-4	-4
davon für Investitionen in das Finanzanlagevermögen						
davon für Sonstige						
davon zu leisten aufgrund einer im Planjahr eingegangenen Verpflichtung						
Saldo der Ein- und Auszahlungen		-3	-4	-4	-4	-4
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		3	4	4	4	4
Finanzielle Auswirkungen auf den Haushalt der Gemeinde (Entstehung/Wegfall/Erhöhung/Verminderung)						
Zuschuss						
Verlustrücklage						
Leistungsvergütung						
Ausschüttung						

Greifswald Marketing GmbH
Wirtschaftsplan für das Wirtschaftsjahr 2024
Stellenübersicht

laufende Nummer	Bezeichnung	Anzahl und Bewertung 2023	tatsächliche Besetzung am 30.06.2023	Anzahl und Bewertung 2024	Bemerkungen
1	Geschäftsführung	1	1	1	
2	Assistenz der Geschäftsführung	1	1	1	
3	MA Touristisches Marketing	1	1	1	
4	MA Tagungs- und Veranstaltungsmarketing I	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	1	
8	MA Greifswald-Information III	1	1	1	
9	MA Greifswald-Information IV	1	1	0,5	
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	
15	Saisonkraft Greifswaldinformation	0,3	0,3	0,3	
Summe		12,65	12,65	12,40	