

Magdeburg Marketing, Kongress und Tourismus GmbH (MMKT), Magdeburg

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015

I. Grundlagen des Unternehmens

Aufgabe der MMKT ist die Entwicklung und Umsetzung eines tourismusbezogenen Stadtmarketingkonzeptes mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad und die Attraktivität der Landeshauptstadt Magdeburg zu erhöhen und den Städtetourismus zu fördern, wobei sich der Einsatzbereich der MMKT ausschließlich auf das Außenmarketing bezieht, nicht jedoch auf das Marketing im Binnenmarkt der Stadt Magdeburg.

Gründungsdatum der Gesellschaft war der 5. Juli 1999. Die aktive Geschäftstätigkeit der Gesellschaft begann zum 1. Januar 2000. Auf der 23. Gesellschafterversammlung am 1. Dezember 2014 wurde, nach 10monatiger Interims-Geschäftsführertätigkeit durch Herrn Ralf Steinmann, Frau Sandra Yvonne Stieger zum 1. Januar 2015 als Geschäftsführerin für fünf Jahre bestellt.

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt EUR 27.700,00, wovon 66,8 % durch die Landeshauptstadt Magdeburg und jeweils 8,3 % durch die Gesellschafter

- Stadtparkasse Magdeburg
- Interessengemeinschaft Innenstadt e.V.
- Ströer Media Deutschland GmbH, Köln
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Sachsen-Anhalt e.V.

im Jahr 1999 bzw. 2003 (Stammeinlage Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Sachsen-Anhalt e.V., Erhöhung der Stammeinlage der Landeshauptstadt Magdeburg) voll eingezahlt worden sind.

Organe der Gesellschaft sind:

- a) die Gesellschafterversammlung, wobei jeder Gesellschafter in die Gesellschafterversammlung bis zu fünf Vertreter entsenden kann und
- b) der Aufsichtsrat mit elf Mitgliedern.

Der Oberbürgermeister entsendet das erste, der Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg fünf weitere Aufsichtsratsmitglieder. Je ein weiteres Aufsichtsratsmitglied wird von den Gesellschaftern entsandt. Der Stadtrat schickt darüber hinaus ein externes Mitglied in den Aufsichtsrat.

II. Wirtschaftsbericht

1. Gesamtwirtschaftliche, branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die Erfüllung der Aufgaben der MMKT hängt von einem verlässlichen Zuschuss der Landeshauptstadt ab. Die Gesellschaft ist stets bemüht, zusätzliche Mittel für Sonderprojekte zu akquirieren sowie die Erlöse zu steigern, um die Tätigkeitsfelder erweitern zu können.

Die Zunahme von privaten Wettbewerbern, die fortschreitende Digitalisierung und die an Strenge zunehmenden rechtlichen Rahmenbedingungen wirken sich jedoch erschwerend auf Umsatzsteigerungen aus.

Durch innovative Produkte und Dienstleistungen sowie ein hohes Maß an Qualität und Verlässlichkeit wird versucht, dieser Entwicklung zu begegnen. So wurde bereits im Jahr 2015 die Umstellung der Zimmerbuchungen über ein neues Portal angegangen, welches 2016 final umgesetzt werden wird.

2. Geschäftsverlauf

Grundlage für den Geschäftsverlauf der Gesellschaft bildete der am 3. Dezember 2014 vom Stadtrat beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2015 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von TEUR 950 brutto.

Im Jahr 2015 hat sich die touristische Nachfrage in Magdeburg – gemessen an den Übernachtungszahlen – um knapp 7 % erhöht. Die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben (ab zehn Betten) stieg auf nunmehr 608.748 Übernachtungen.

Das Tourismusjahr 2015 war durch zahlreiche Veranstaltungen gekennzeichnet. Der 1. FC Magdeburg stieg in die dritte Liga auf. Die Spiele bekommen dadurch auch künftig größere Relevanz, die Besucherzahlen steigen. Durch die Bundesgartenschau im Norden des Landes konnten auch in Magdeburg die Übernachtungszahlen erhöht werden, ebenso wie durch die European Choir Games Anfang Juli. Insbesondere dadurch sieht man einen deutlichen Anstieg der ausländischen Gäste in den ersten beiden Wochen des Juli 2015. Zahlreiche weitere Veranstaltungen, Fachtagungen und Kongresse machten Magdeburg im vergangenen Jahr zu einem attraktiven Ziel für Besucher der Ottostadt.

Die Umsatzerlöse sind im Jahr 2015 um TEUR 28 auf 557 TEUR leicht gesunken. Gegenüber dem Plan, welcher TEUR 510 prognostizierte, liegt die Gesellschaft jedoch deutlich über den Erwartungen. Die Weiterführung der Ottostadt-Kampagne - mit den Projekten Otto von Guericke, Otto macht Mode, Otto reitet, Otto liebt Editha sowie dem Kaiser-Otto-Fest - ist mittlerweile zu einem festen Bestandteil der Marketingaktivitäten der MMKT geworden. Gemeinsam mit den Aktivitäten zur Kulturhauptstadtwerbung im Ausland, führte das zur Einwerbung von zusätzlichen finanziellen Mitteln in Höhe von TEUR 121 netto.

Die Landeshauptstadt Magdeburg beauftragte die MMKT im Jahr 2015 mit der Produktion eines Flyers und einer Zeitung zur Magdeburger Moderne der 20er Jahre. Durch dieses 2015 begonnene Projekt welches erst 2016 abgeschlossen werden wird, konnten die Umsatzerlöse um TEUR 10 erhöht werden. Der Umsatz des Kongressbüros konnte im Jahr 2015 maßgeblich auf TEUR 26 gesteigert werden, dazu trugen auch zwei Aufträge der Landeshauptstadt Magdeburg bei, zum einen der Ottogeburtstag, welcher mit TEUR 2 zu Buche schlug, ebenso wie die Ausrichtung der OttoAwards mit einer Umsatzsteigerung in Höhe von TEUR 6.

Die MMKT schließt das Jahr 2015 wie geplant mit einem Jahresfehlbetrag von TEUR 9 ab.

Entsprechend des Wirtschaftsplanes waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von TEUR 950 (brutto, abzügl. USt TEUR 23) weitere Erträge von insgesamt TEUR 540 eingeplant. Wie vom Aufsichtsrat beschlossen, erhöhte sich der Betriebskostenzuschuss im Berichtsjahr um knapp TEUR 5 netto durch die Beauftragung einer Beratungsgesellschaft. Die Erstattung dieser Gelder durch die Landeshauptstadt Magdeburg wird als Betriebskostenzuschuss gewertet.

Die Gesellschaft erreichte im Jahr 2015 Erträge von TEUR 1.601, von denen TEUR 557 TEUR Umsatzerlöse darstellen. Damit sank der Umsatz der MMKT um 4,8 % gegenüber dem Vorjahr.

Die Erlöse aus Stadtführungen und -rundfahrten stiegen dabei von TEUR 193 im Jahr 2014 auf TEUR 214 im Jahr 2015, das entspricht einer Steigerung von 11 %. Diese resultieren aus Rundgängen, nicht aus Rundfahrten mit dem Doppeldeckerbus.

Im Bereich des Souvenirverkaufs wurde eine neue Strategie festgelegt. Altbestände werden abgebaut, das Sortiment wird ausgedünnt und auf Wirtschaftlichkeit hinterfragt. Der Umsatz im Bereich des Souvenirverkaufs ging von TEUR 119 auf TEUR 99 zurück, allerdings muss man dabei auch berücksichtigen, dass der Aufwand für die Beschaffung um TEUR 26 gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden konnte.

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um TEUR 16 auf TEUR 1.044. Hierbei ist zu erwähnen, dass die Mittel, die von der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt (IMG) als Zuschuss an die AG Stadtsprung geflossen sind, deutlich um TEUR 26 gesunken sind. Eine Rückstellung, welche im Jahr 2014 gebildet wurde, um Verbindlichkeiten gegenüber dem Finanzamt Magdeburg abzubilden, ist in Anspruch genommen worden, die Gelder wurden überwiesen, eine Forderung gegenüber der IMG geltend gemacht. Die Personalkosten sind deutlich auf TEUR 734 gestiegen. Zum einen wird hierbei die zusätzliche Kraft, die für den GTM (German Travel Mart) eingestellt wurde, abgebildet. Zum anderen waren vier Langzeitkranke im laufenden Jahr zu kompensieren. Die Kosten werden zwar zum Teil durch die Krankenkassen erstattet, diese Erstattung in Höhe von TEUR 29 wird jedoch nicht im Personalaufwand sondern in den sonstigen betrieblichen Erträgen abgebildet, was bei der Entwicklung des Personalaufwandes aber berücksichtigt werden muss.

Im Geschäftsjahr 2015 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 18 feste Mitarbeiter, einen Geschäftsführer, eine Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte.

3. Lage

a) Ertragslage

Die Stadtrundgänge und -fahrten bilden mit 38 % den stärksten Teil der Umsatzerlöse der MMKT. Die Ottostadt-Kampagne schlägt mit 22 % zu Buche, der Verkauf von Souvenirs mit 18 %. Daher wird sich die Werbung im Jahr 2016 auch verstärkt der Bewerbung von Stadtrundfahrten und -gängen sowie dem Angebot der Souvenirs widmen. Besonders hervorzuheben ist der Umsatzanstieg im Kongressbüro von TEUR 7 auf TEUR 26. Der Sonderposten ist bis auf einen Restbetrag von TEUR 1 aufgelöst.

b) Finanzlage

Unsere Finanzlage ist zumeist stabil, kurzzeitig auftretende Engpässe werden mit Hilfe des Kontokorrentkredites überwunden. Unsere Kreditlinie ist bedeutend höher, als wir durchschnittlich in Anspruch nehmen. Der Betriebskostenzuschuss wird monatlich in Höhe der zu erwartenden Ausgaben abzüglich der zu erwartenden Einnahmen von der Stadt Magdeburg abgefordert.

Die Verbindlichkeiten werden i.d.R. innerhalb der Zahlungsfrist beglichen, die Forderungen innerhalb der Zahlungsziele vereinnahmt bzw. es werden nach Ablauf der Zahlungsziele Mahnungen verschickt.

c) Vermögenslage

Der im Jahr 2014 auf Schrottwert abgeschriebene Doppeldeckerbus wurde im Frühjahr 2015 technisch entsprechend der Abgasnorm für TEUR 20 aufgerüstet und aktiviert. Damit hat der Bus 2015 einen Wert von TEUR 25 und wird für 2015 und 2016 mit jeweils TEUR 12,5 abgeschrieben.

Es erfolgte eine überschaubare Neuanschaffung technischer Geräte, unter anderem eines PCs für die Buchhaltung im Wert von TEUR 2. Für Messen und Präsentationen wurde ein Kompaktzelt für ebenfalls TEUR 2 angeschafft.

Außerplanmäßig wurde die in 2014 angeschaffte Kasse abgeschrieben, da diese Fehlfunktionen aufwies und nicht den Anforderungen entsprach. Einer Reklamation wurde nicht stattgegeben.

Zur Überbrückung von finanziellen Engpässen wurde zeitweilig der Kontokorrentkredit in Anspruch genommen.

Das bestehende Darlehen wurde vertragsgemäß getilgt. Eine Prolongation wurde vereinbart. Durch das geringe Zinsniveau und die gleichbleibend vereinbarten Annuitäten wird das Darlehen etwas früher abbezahlt sein als ursprünglich geplant.

III. Nachtragsbericht

Die Organisationsstruktur wurde angepasst, die Aufbauorganisation 2015 installiert, die Ablauforganisation initiiert. Die Strukturanpassungen werden erst 2016 vollständig umgesetzt werden.

IV. Prognosebericht

Für das Jahr 2016 zeichnen sich zahlreiche touristisch relevante Veranstaltungen ab. Im April erwartet die Ottostadt rund 1.100 Gäste aus 45 Ländern – davon knapp 400 Reiseeinkäufer und -experten, 550 Touristiker aus Deutschland sowie rund 150 Journalisten aus aller Welt – zum Germany Travel Mart. Zahlreiche Tagungen und Kongresse sind angekündigt, wie der Bundesparteitag der Linken, der Deutsche Präventionstag oder der Deutsche Naturschutztag. Flankiert werden diese durch Veranstaltungen, die jedes Jahr zahlreiche Gäste nach Magdeburg locken, wie das Domplatz OpenAir oder die Telemann-Festtage.

Der Aktivvertrieb wird im Zuge der initiierten Ablauforganisation seine Arbeit aufnehmen. Auch das Kongressbüro arbeitet weiter aktiv an der Akquise neuer Veranstaltungen für die Ottostadt.

Wir sind zuversichtlich, die Umsätze auf hohem Niveau halten zu können.

Für das laufende Jahr planen wir einen Umzug der Tourist Information auf den Breiten Weg um mehr Laufkundschaft in unseren Räumlichkeiten begrüßen zu können.

Um die Arbeitssicherheit zu gewährleisten, wird der in den Räumen der MMKT stehende Serverschrank verkleinert und mittels Trockenbau umbaut werden.

Strategisch befasst sich die MMKT mit der Weiterentwicklung der Ottostadt-Kampagne.

V. Chancen- und Risikobericht

1. Risikobericht

Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit wird davon abhängen, ob der MMKT ein verlässlicher Zuschuss auf dem jetzt vereinbarten oder einem höheren Niveau erhalten bleibt und ob weiterhin rege Nachfrage nach Städtereisen im Inland herrscht.

Die Wettbewerbsrisiken haben sich aufgrund der Zunahme privater und anderer Anbieter in der Branche erhöht. So steigt die Zahl der Anbieter touristischer Dienstleistungen wie Stadtführungen stetig an, ein Verdrängungswettbewerb setzt ein.

Unsere Umsätze sind auch abhängig von Großereignissen und Sonderaktionen, die uns zusätzliche finanzielle Mittel zukommen lassen.

Die aufgelaufenen Umsatzsteuerforderungen seitens des Finanzamtes resultierend aus der Stadtsprung-Kooperation mit der IMG der Jahre 2011 bis 2014 wurden zwar gegenüber dem Finanzamt getilgt, jedoch steht der Ausgleich durch die IMG aus.

Ein weiteres zu benennendes Risiko ist die Beihilfeproblematik. Eine Stellungnahme des Rechtsanwaltes Dr. Backhaus liegt vor. Er bescheinigt der MMKT, dass die Zuschüsse der Stadt nicht als Beihilfen zu deklarieren sind. Differierende rechtliche Auffassungen könnten zukünftig zu Konsequenzen für die Gesellschaft führen. Eine städtische Arbeitsgruppe zur Thematik wurde eingerichtet.

2. Chancenbericht

Im Bereich der Zimmervermittlungen geht die Tendenz zunehmend zu Buchungen im Internet, die stationäre Buchung nimmt stark ab, darunter leiden auch unsere Umsätze. 2015 erreichten diese Umsätze einen Tiefststand von TEUR 11. Wir haben uns daher entschieden auf eine Buchungsplattform zu wechseln, welche uns an den Internetumsätzen mitverdienen lässt. Auf diese werden wir 2016 umsteigen.

Auch im Jahr 2016 plant die MMKT die in 2011 eingeführte Marketingkooperation „Kongress-Allianz für Magdeburg“ weiter auszubauen und verstärkt Tagungen und Kongresse für Magdeburg zu akquirieren. Mit über 20 festen Partnern Ende 2015 steht die Kongress-Allianz bereits auf einem soliden Fundament, indem die Leistungsträger die Marketing-Aufwendungen der Allianz mitfinanzieren.

Ein großer Erfolg unserer Geschäftstätigkeit ist die Übertragung der Fortführung der Otto-Stadtkampagne seitens der Landeshauptstadt an die MMKT. Wir hoffen auch 2016, die Kampagne für die Landeshauptstadt Magdeburg fortführen zu dürfen.

3. Gesamtaussage

Mit dem Trend der letzten Jahre der kontinuierlichen Steigerung der touristischen Nachfrage sehen wir weiter optimistisch in die Zukunft.

Nach dem Wirtschaftsplan erwarten wir für 2016 einen Jahresfehlbetrag von TEUR 6.

Die Bewältigung unserer Aufgaben in hoher Qualität hängt trotz Einwerbung von zusätzlichen Mitteln von einem verlässlichen Zuschuss der Landeshauptstadt ab.

Magdeburg, den 30. März 2016



Sandra Yvonne Stieger
Geschäftsführerin

6 von 6