

Magdeburg Marketing, Kongress und Tourismus GmbH (MMKT)

Lagebericht 2009

1. Darstellung des Geschäftsverlaufs

1.1 Rechtliche und gesellschaftliche Verhältnisse

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. Gründungsdatum der Gesellschaft war der 05.07.1999. Die aktive Geschäftstätigkeit der Gesellschaft begann zum 01.01.2000. Auf der 10. Gesellschafterversammlung am 15. Juli 2003 wurde Herr Olaf Ahrens zum neuen Geschäftsführer bestellt (ab 16. August 2003). Zum 16. August 2006 wurde der Geschäftsführer-Dienstvertrag mit Herrn Olaf Ahrens um weitere fünf Jahre verlängert.

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

- Stadtparkasse Magdeburg
- Interessengemeinschaft Innenstadt e.V.
- Ströer Deutsche Städte Medien GmbH
- DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt

im Jahr 1999 bzw. 2003 (Stammeinlage DEHOGA, 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.

1.2 Materieller und finanzieller Geschäftsverlauf

Grundlage für den Geschäftsverlauf der Gesellschaft bildete der am 08.12.2008 vom Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2009 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von TEUR 900. Damit wurde der städtische Zuschuss im Vergleich zum Vorjahr um TEUR 50 vermindert. Nach den Stadtratsentscheidungen aus dem Jahr 2007 sinkt der Betriebskostenzuschuss an die Gesellschaft kontinuierlich weiter bis auf TEUR 850 im Jahr 2010.

Im Jahr 2009 hat die Gesellschaft weiter daran gearbeitet, die aus den Zuschusskürzungen resultierenden Einsparungen umzusetzen. Dazu gehören Einsparungen im Personalbereich - wobei auf betriebsbedingte Kündigungen bisher verzichtet werden konnte - sowie Einschnitte im Marketingetat.

Trotz der allgemeinen Krisenszenarien auch im Deutschlandtourismus konnte die MMKT den Umsatz des Vorjahres deutlich übertreffen und das Geschäftsjahr mit einem positiven Ergebnis beenden. Damit wurde trotz ungünstigerer Rahmenbedingungen wiederum ein erfolgreiches Geschäftsjahr erreicht.

Ein Sondereffekt ergab sich dadurch, dass die Gesellschaft erstmals den Betrieb des Shops im Kulturhistorischen Museum Magdeburg während einer Sonderausstellung, nämlich der Landesausstellung „Aufbruch in die Gotik“ übernehmen konnte. Dadurch konnten die Umsätze im Souvenirverkauf deutlich gesteigert werden. Allerdings wurden die Erwartungen an den Verkauf von Waren im Museum nicht ganz erfüllt, denn die Zahl der Ausstellungsbesucher blieb weit hinter den Erwartungen zurück.

1.3 Wirtschaftliche Verhältnisse

Im Jahr 2009 hat sich die touristische Nachfrage in Magdeburg – gemessen an den Übernachtungszahlen – weiterhin auf einem hohen Niveau bewegt. Die Zahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben konnte gegenüber dem Vorjahresstand sogar um 4,7 Prozent auf nunmehr 508.000 Übernachtungen gesteigert werden, einen Wert, der angesichts der Finanz- und Wirtschaftskrise nicht zu erwarten war.

Die MMKT schloss das Geschäftsjahr mit dem mit Abstand höchsten bisher in der Unternehmensgeschichte erzielten Umsatz ab. Besonders im Souvenirverkauf und bei den Reisearrangements konnten die Umsätze mehr als verdoppelt werden, u.a. bedingt durch den zusätzlichen Verkauf im Museum, einen Sondereffekt, der in 2010 nicht zu erwarten ist. Aber auch die Stadtführungen konnten bezogen auf den Umsatz um knapp 10 Prozent zulegen, die Zahl der Gruppen stieg von 2.012 (2008) auf 2.174 Gruppen im Jahr 2009.

Gesteigert werden konnte ebenso der Umsatz mit der Vermittlung von Zimmern (plus 16 Prozent). Hier ist die zusätzliche Attraktivität von Online-Buchungen nach der Umstellung des Buchungssystems besonders hervorzuheben.

Nicht an den Erfolg des Vorjahres anknüpfen konnte das Kongressbüro, das angesichts der Krise bei den Unternehmen spürbar weniger Anfragen entgegennahm.

Der in 2007 beschaffte Doppeldecker-Bus konnte im zweiten Jahr seines Einsatzes die an ihn gerichteten Erwartungen bei weitem übertreffen. Nachdem das Angebot an Stadtrundfahrten noch einmal deutlich ausgeweitet worden war, stieg die Zahl der Fahrgäste auf mehr als 14.000 Personen.

Weiterhin erfolgreich war die Gesellschaft in der Einwerbung von Mitteln für diverse Marketingprojekte. Einige Marketing-Maßnahmen wurden nur möglich, weil verschiedene Partner Projekte mitgetragen und mitfinanziert haben. So unterstützten beispielsweise die Otto-von-Guericke Universität, die Fachhochschule Magdeburg-

Stendal und das Kulturhistorische Museum sowie weitere Partner den Beileger in der Wochenzeitung „DIE ZEIT“ inhaltlich und finanziell.

Von zunehmender Bedeutung sind auch die bisher entwickelten Kooperationen, zum Beispiel das „Tagungsdreieck Magdeburg.Halle.Dessau“ sowie die Initiative „Stadtsprung. Städte zwischen Harz und Elbe“, die die acht wichtigsten kulturtouristischen Leuchttürme im Land Sachsen-Anhalt vereinigt. Hier werden wichtige Synergieeffekte erzielt, die auch in Zukunft für das Tourismusmarketing der MMKT unverzichtbar sind.

2. Ertrags- und Finanzlage

Entsprechend dem Wirtschaftsplan waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von TEUR 900 weitere Erträge von insgesamt TEUR 575 eingeplant. Die Gesellschaft erreichte allerdings im Jahr 2009 Erträge von TEUR 1.654, von denen TEUR 678 als Umsatzerlöse zu rechnen sind. Damit stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um etwa 32 Prozent.

Im Geschäftsjahr 2009 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 14 feste Mitarbeiter, 1 Geschäftsführer, 2 Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte. Die Personalkosten konnten durch verschiedene Maßnahmen gegenüber dem Vorjahr weiter gesenkt werden und beliefen sich auf TEUR 549.

3. Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind, liegen nicht vor.

4. Voraussichtliche Entwicklung, Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung

Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit wird davon abhängen, ob der MMKT ein mittelfristig verlässlicher Zuschuss auf dem jetzt ab 2010 vereinbarten Niveau (TEUR 850) erhalten bleibt und ob weiterhin rege Nachfrage nach Städtereisen im Inland herrscht. Der relativ krisensichere Deutschlandtourismus, der sich auch in Zeiten der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise stabil entwickelt hat, lässt hoffen, dass auch die sogenannte Zweit- oder Drittreise, als die üblicherweise Städte- und Kulturreisen gelten, weiterhin attraktiv und für die Mehrheit der Bevölkerung auch bezahlbar bleibt.

Für die Jahre 2010 und 2011 zeichnen sich bisher nur wenige überregional bedeutsame touristische Höhepunkte ab. Allerdings kann die geplante große Imagekampagne unter der neuen Dachmarke „Ottostadt“ auch neue Zielgruppen erschließen helfen. Der Start der Außenkampagne ist allerdings erst für 2011 vorgesehen.

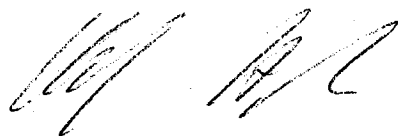
Der Umsatz der Gesellschaft kann 2010 sicher nicht weiter gesteigert werden, eher sind aufgrund der Sondereffekte aus 2009 deutliche Umsatzrückgänge zu erwarten. Weiterhin wird auch die inzwischen ausgebildete private Konkurrenz in den Bereichen Gästeführungen und Souvenirverkauf weiteres Umsatzwachstum erschweren. Eine gute Chance bietet der Ausbau der Stadtrundfahrten mit dem roten Doppeldecker-Bus der MMKT, der in 2010 konsequent mit neuen Produkten fortgesetzt werden soll.

Sollte die Landeshauptstadt Magdeburg eine Umweltzone ausweisen, muss offen bleiben, ob der Doppeldecker-Bus eine Ausnahmegenehmigung erhält und weiterhin Stadtrundfahrten anbieten kann. Eine umweltfreundliche Nachrüstung des Fahrzeugs ist nach jetzigem Kenntnisstand nicht möglich. Zudem muss in einigen Jahren über ein neues Fahrzeug nachgedacht werden, das über einen höheren Komfort als das vorhandene verfügt.

Die Rahmenbedingungen für die Tätigkeit der MMKT insgesamt sind durch die realisierte Kürzung des städtischen Zuschusses in mehreren Etappen deutlich verschlechtert worden. Während 2007 noch ein Zuschuss von TEUR 1.059 gewährt wurde, sank dieser Betrag auf TEUR 950 im Jahr 2008, auf TEUR 900 im Jahr 2009 und sinkt auf TEUR 850 im Jahr 2010. Wenn sich diese Entwicklung nach 2010 in ähnlicher Form fortsetzt, ist die Gesellschaft in ihrer Existenz bedroht. Bereits jetzt wurde der Fortbestand der MMKT nur gesichert, indem harte Einschnitte bei den Personalausgaben vorgenommen und auch der Marketingetat deutlich beschnitten wurden. So müssen die Mitarbeiter zukünftig auf Sonderleistungen wie Weihnachts- oder Urlaubsgeld verzichten. Die von zwei Mitarbeiterinnen im Jahr 2008 angestregten Arbeitsgerichtsverfahren konnten in 2009 durch einen Vergleich beigelegt werden.

Diverse Marketingprojekte können in Zukunft nicht mehr finanziert werden oder haben nur dann noch eine Chance, wenn zusätzliche Mittel von Dritten akquiriert werden können. Insofern wird es nach den bereits realisierten, drastischen Einschnitten immer schwieriger für die MMKT, ihre vielfältigen Aufgaben als touristische Stadtmarketinggesellschaft auch weiterhin in hoher Qualität und umfassend wahrzunehmen.

Magdeburg, den 30. März 2010



Olaf Ahrens

Geschäftsführer