Anlage 4

Magdeburg Marketing, Kongress und Tourismus GmbH, Magdeburg

Lagebericht 2010

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 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

- Stadtsparkasse Magdeburg
- Interessengemeinschaft Innenstadt e.V.
- Ströer Media Deutschland GmbH & Co. KG, Köln
- 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 01.03.2010 vom Stadtrat der Landeshauptstadt Magdeburg beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2010 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von TEUR 850. Damit wurde der städtische Zuschuss im Vergleich zum Vorjahr um weitere TEUR 50 vermindert. Nach den Stadtratsentscheidungen aus dem Jahr 2007 ist die über mehrere Jahre gestaffelte Absenkung der Betriebskostenzuschüsse damit vollständig realisiert.

Im Jahr 2010 hat die Gesellschaft weiter daran gearbeitet, die aus den Zuschuss-Kürzungen resultierenden Einsparungen umzusetzen. Dazu gehören Einsparungen im Personalbereich sowie Einschnitte im Marketingetat.

Nach dem besonders erfolgreichen Geschäftsjahr 2009, das durch Sondereffekte z.B. im Zusammenhang mit der Landesausstellung im Kulturhistorischen Museum gekennzeichnet war (Museumsshop), konnte die MMKT im Jahr 2010 wie erwartet nicht an die Umsätze des Vorjahres anknüpfen.

1.3 Wirtschaftliche Verhältnisse

Im Jahr 2010 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 leicht um 0,2 Prozent auf nunmehr 509.346 Übernachtungen gesteigert werden.

Die MMKT schloss das Geschäftsjahr mit einem gegenüber dem Vorjahr deutlich niedrigeren Umsatz ab. Dies geht vor allem auf Sondereffekte zurück, z.B. den Betrieb des Museumsshops im Jahr 2009 oder auch Sonderwerbemaßnahmen, für die in 2009 erhebliche Drittmittel eingeworben werden konnten, für die aber in 2010 keine Basisfinanzierung durch die MMKT mehr gesichert werden konnte.

Beim Verkauf von Pauschalen werden Übernachtungsleistungen nach der Umsatzsteuerabsenkung häufig nicht mehr als Komplettpaket verkauft (Pauschale), sondern lediglich vermittelt, damit der Kunde den niedrigeren Umsatzsteuersatz für Übernachtungsleistungen in Anspruch nehmen kann. Dadurch verringern sich nicht nur die Umsätze, sondern naturgemäß auch die betrieblichen Aufwendungen.

Besonders erfolgreich gestaltete sich der Betrieb des Doppeldeckers sowie der Bereich Stadtführungen insgesamt. Nach einer neuen vertraglichen Regelung mit den Magdeburger Verkehrsbetrieben kann die Gesellschaft jetzt 50 Prozent des erzielten Gewinns für sich vereinnahmen und damit deutlich stärker von diesem Geschäftsfeld (Stadtrundfahrten) profitieren als in den Vorjahren.

In der Summe erhöhte sich die Zahl der geführten Gruppen (einschließlich Stadtrundfahrten) um fast 13 Prozent auf 2.460 Gruppen. Damit bleibt der Verkauf von Stadtführungen und Stadtrundfahrten das mit Abstand wichtigste Geschäftsfeld der MMKT. Auch das Kongressbüro konnte die Umsätze gegenüber dem Vorjahr leicht steigern.

2. Ertrags- und Finanzlage

Entsprechend dem Wirtschaftsplan waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von TEUR 850 weitere Erträge von insgesamt TEUR 554 eingeplant. Die Gesellschaft erreichte im Jahr 2010 Erträge von TEUR 1.388, von denen TEUR 456 als Umsatzerlöse zu rechnen sind.
Im Geschäftsjahr 2010 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 14 feste Mitarbeiter, 1 Geschäftsführer, 2 Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte. Die Personalkosten konnten durch die Inanspruchnahme der Altersteilzeitrückstellung gegenüber dem Vorjahr weiter gesenkt werden und beliefen sich auf TEUR 530.

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 das Jahr 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. In diesem Kontext sind mehrere Veranstaltungen geplant, in deren Bewerbung und teils auch Organisation die MMKT eng eingebunden sein wird. Wirtschaftliche Risiken werden in diesem Zusammenhang nicht gesehen.

Der Umsatz der Gesellschaft wird im Jahr 2011 voraussichtlich weitgehend stabil bleiben und nicht mehr deutlich gesteigert werden können, denn die MMKT schöpft mittlerweile ihre wirtschaftlichen Potentiale weitgehend aus. Weiterhin werden auch die privaten Wettbewerber in den Bereichen Gästeführungen und Souvenirverkauf weiteres Umsatzwachstum erschweren. Ohne weitere Investitionen sind auch die zusätzlichen Möglichkeiten beim Betrieb des Doppeldecker-Busses der MMKT beschränkt.

Nach der Ausweisung einer Umweltzone zum 1. September 2011 wird der Bus voraussichtlich eine Sondergenehmigung für den weiteren Betrieb erhalten. 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.

In 2011 plant die MMKT, sich personell für die Akquise von Kongress- und Tagungsveranstaltungen zu verstärken. In diesem Zusammenhang ist die Gründung einer „Kongress-Allianz" für Magdeburg geplant, an der sich die touristischen Anbieter auch finanziell beteiligen sollen. Die geplante neue Stelle für die Einwerbung von Tagungen und Kongressen in Magdeburg würde somit anteilig von der Tourismuswirtschaft in Magdeburg mitfinanziert.

Die Rahmenbedingungen für die Tätigkeit der MMKT insgesamt sind durch die mittlerweile vollständig 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 auf TEUR 850 im Jahr 2010.

Wenn sich diese Entwicklung nach 2010 in ähnlicher Form fortsetzt, ist die Gesellschaft in ihrer Existenz bedroht.

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 Tourismusmarketinggesellschaft auch weiterhin in hoher Qualität und umfassend wahrzunehmen.

Magdeburg, den 31. März 2011

Olaf Ahrens
Geschäftsführer