

Magdeburg Marketing, Kongress und Tourismus GmbH, Magdeburg

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2020

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. Seit dem 1. Februar 2021 führt Herr Hardy Puls die Geschäfte des Unternehmens. Er ist bis zum 31.01.2026 angestellt.

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt € 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.

eingezahlt worden sind; 1999 erfolgte die ursprüngliche Stammeinlage der Erstgesellschafter und 2003 eine Stammeinlage des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Sachsen-Anhalt e.V. (DeHoGa) und eine Erhöhung der Stammeinlage der Landeshauptstadt Magdeburg.

Organe der Gesellschaft sind:

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

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.

Die gesamtwirtschaftliche Lage des Berichtsjahres 2020 war erheblich beeinflusst von den Maßnahmen zur Eindämmung der SarS-CoV-2-Pandemie. Das Jahr stellte die weltweite Tourismusbranche vor große Herausforderungen. Reisebeschränkungen und Kontaktverbote legten den Tourismus für mehrere Monate lahm. In ganz Deutschland sind die Übernachtungszahlen 2020 um rund 39 Prozent gesunken.

Rund 430.000 Übernachtungen wurden für das Jahr 2020 in Magdeburg gezählt. Im Vorjahr 2019 hatte die Landeshauptstadt noch einen neuen Rekordwert von 732.040 Übernachtungen erreicht. Damit verzeichnet die Stadt ein Minus von knapp 41%, dies entspricht etwa dem Bundesniveau. Sachsen-Anhalt verzeichnete für 2020 ein Minus von 31%, da vor allem ländliche Urlaubsregionen nicht so stark im Minus lagen wie Großstädte. Der verbleibende Inlandstourismus konzentrierte sich stärker auf ländliche Destinationen; das fast vollständige Ausbleiben des internationalen Tourismus betraf die Städte stärker als ländliche Destinationen.

Herauszustellen ist, dass Magdeburg bei den Übernachtungen im Januar und Februar 2020 noch mit 14% im Plus lag und ohne die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie das gute Ergebnis des Vorjahres voraussichtlich noch hätte steigern können. Insgesamt stiegen die Übernachtungszahlen innerhalb der letzten zehn Jahre in Magdeburg um mehr als 43%.

2. Geschäftsverlauf

Grundlage für den Geschäftsverlauf der Gesellschaft bildete der am 09. Dezember 2019 vom Stadtrat beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2020 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von T€ 1.452 (brutto).

Vom 19. November 2020 bis 2. Februar 2021 fand zum zweiten Mal die Lichterwelt Magdeburg statt. Die Stadt investierte 2018 erstmals 1,6 Millionen € in die neue Winterbeleuchtung, die tausende Besucher in die Ottostadt lockte. Die MMKT setzte die dafür bereits 2019 begonnene Marketingkampagne in 2020 nur sehr eingeschränkt auf regionaler Ebene fort, da aufgrund der Corona-Pandemie nicht mit überregionalen Besucherströmen zu rechnen war.

Im Januar und Februar 2020 lagen die Übernachtungen ggü. Vorjahr 14% im Plus (94.421 vs. 82.925) und die MMKT blickte zuversichtlich auf die Geschäftsentwicklung 2020.

Nach ersten Corona-Fällen im Januar 2020 gewann das Infektionsgeschehen an Dynamik. Mitte März 2020 traf das Coronavirus Deutschland besonders hart. Die Zahl der Toten verdoppelt sich und das öffentliche Leben erlahmt zusehends. Am 22. März 2020 trat schließlich der erste Corona-Lockdown in Kraft. Es wurde zwar keine allgemeine Ausgangssperre verhängt, aber es bestand ein Kontakt- und Reiseverbot. Touristische Beherbergungen wurden untersagt, Reiseverkehr zwischen Bundesländern stark eingeschränkt. Damit kam der In- und Auslandstourismus zum Erliegen. Die Maßnahmen sollten dabei helfen, die Ausbreitung des Virus zu verlangsamen. Zunächst sollte die Reduzierung sozialer Kontakte auf zwei Wochen beschränkt werden, am 15. April gab Angela Merkel bekannt, das Kontaktverbot bis Anfang Mai zu verlängern.

Nachdem der Lockdown Wirkung zeigte und die Ausbreitung des Corona-Virus sich verlangsamte, öffneten ab Mai wieder sukzessive Schulen, Friseurläden, später auch wieder gastronomische Betriebe unter strengen Auflagen; am 15. Juni traten weitere Lockerungen in Kraft. In vielen Bereichen des öffentlichen Lebens kehrte wieder etwas Normalität ein. Einige Beschränkungen wie die Maskenpflicht blieben dennoch bestehen und auch der Tourismus blieb verhalten. Die Übernachtungszahlen der Monate März-Mai waren demnach erheblich vom Lockdown und vom touristischen Beherbergungsverbot betroffen. Auch der Juni blieb noch stark negativ. Die Sommermonate Juli und August verzeichneten geringere Rückgänge, bleiben aber mit 16,5% ebenfalls im Minus. September und November verzeichneten dann bereits wieder -23% bzw. -26% Rückgänge ggü. Vorjahr.

Am 2. November begann dann, nachdem das Infektionsgeschehen wieder an Dynamik gewonnen hatte, ein „Lockdown light“, der zum 16. Dezember in einen harten Lockdown überging. Da auch hier wieder v.a. eine Einschränkung des Reiseverkehrs und ein touristisches Beherbergungsverbot griffen und bis Jahresende Bestand hatten, gingen die Übernachtungszahlen für November und Dezember 2020 noch einmal erheblich nach unten.

Übernachtungen	2019	2020	Diff.
Januar	41.452	48.110	16%
Februar	41.473	46.311	12%
März	51.696	28.346	-45%
April	57.335	7.625	-87%
Mai	71.264	15.582	-78%
Juni	65.626	34.275	-48%
Juli	63.464	52.871	-17%
August	68.468	57.800	-16%
September	73.597	56.971	-23%
Oktober	66.837	49.433	-26%
November	66.167	18.682	-72%
Dezember	64.661	14.598	-77%
Gesamt	732.040	430.604	

Durch die stark einbrechenden Umsätze in allen Unternehmensbereichen wurde die Kostenreduktion die wichtigste Maßnahme zur Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes. Erheblich erschwert wurde die Planung vor allem durch die Kurzfristigkeit neuer Entscheidungen auf Bundes- und Landesebene. Eine Ertrags- und Kostenplanung über den Zeitraum des nächsten Monats war kaum möglich, da neue Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie, aber auch zur Lockerung, das gesamte Geschäftsfeld dynamisch prägten.

Zunächst wurde daher der Saisonstart des Doppeldeckerbusses auf den 01.06.2020 verschoben, auch die Stadtrundgänge wurden ausgesetzt, die Tourist Information wurde zeitweise geschlossen oder mit beschränkten Öffnungszeiten betrieben. Eine Stornierungswelle setzte ein, sowohl im Bereich der Stadtführungen als auch im Ticketsegment.

Bereits zum 18.03.2020 wurden die ersten Mitarbeiter in Kurzarbeit geschickt. Die Anmeldung bei der Agentur für Arbeit erfolgte zunächst bis Ende August für den Großteil der Mitarbeiter. In dieser Zeit auslaufende Arbeitsverträge wurden nicht verlängert. Im September und Oktober bestand keine Kurzarbeit, ab November wurde die Kurzarbeit dann erneut beantragt und eingeführt.

Zur Sitzung des Aufsichtsrats am 09.06.2020 wurde ein Nachtrag zum Wirtschaftsplan 2020 für das laufende Jahr erstellt. Durch die eingeleiteten Maßnahmen konnte darin trotz der Umsatzeinbrüche ein ausgeglichenes Ergebnis prognostiziert werden. Die erwarteten Umsatzerlöse wurden erheblich reduziert und dieser Ausfall durch reduzierte Aufwendungen v.a. bei Material und Personal kompensiert. Die erwarteten Jahreserträge wurden von T€ 1.950 auf T€ 1.698 abgesenkt, die Aufwendungen von T€ -1.950 auf T€ -1.697 reduziert. Dieser Nachtrag hatte bis Ende 2020 als Planungsgrundlage Bestand.

in T€	2020 Plan	2020 angep.
Erträge	1.950,4	1.697,9
Umsatzerlöse	503,5	176,4
Sonstige betriebliche Erträge	1.446,9	1.521,5
Aufwendungen	-1.950,4	-1.696,6
Materialaufwand	-240,0	-132,2
Personalaufwand	-1.180,5	-1.033,1
Abschreibungen	-47,0	-47,0
Sonstiger betriebl. Aufwand	-482,9	-484,3
Ergebnis	0,0	1,3
Ersatzinvestition BGA	5,0	1,5
Investitionen GWG	5,0	1,5
Gesamt	10,0	3,0

Im Jahr 2020 wurde Umsatzerlöse in Höhe von T€ 497 erzielt. Diese liegen unter dem ursprünglichen Plan von T€ 504, aber noch deutlich über dem angepassten Plan, der T€ 176 vorsah. Insbesondere Souvenirverkauf und Stadtführungen lagen Corona-bedingt deutlich unter Vorjahr und Plan. Aufwendungen für die Ottostadtkampagne (T€ 97) und Externe Projekte (T€ 54) waren im Wirtschaftsplan noch nicht enthalten und wurden unterjährig zugeteilt.

Bedingt durch eine Auflage des Finanzamtes Magdeburg hat der Anteil der Kosten für MVB und Tickets der Weißen Flotte an den Stadtrundfahrten ab 2020 nicht wie in den Vorjahren die Umsatzerlöse verringert, sondern den Aufwand erhöht, so dass die Umsatzerlöse nur bedingt mit den Vorjahren vergleichbar sind. 2020 betrug dieser Anteil T€ 108.

Die Erlöse aus Stadtführungen und -rundfahrten lagen bei T€ 175, ursprünglich geplant waren T€ 265. Im Souvenirbereich wurden T€ 55 statt der geplanten T€ 100 erwirtschaftet. Die Erlöse aus dem Ticketverkauf lagen bei T€ 6, die Differenz zu den geplanten T€ 35 ergibt sich vor allem aus Veranstaltungsabsagen. Im Tagungsbereich wurden noch T€ 16 Erlöst, geplant waren T€ 40.

Die Weiterführung der Ottostadt-Kampagne ist mittlerweile zu einem festen Bestandteil der Marketingaktivitäten der MMKT geworden. Dafür wurden 2020 unter den Umsatzerlösen T€ 97 verbucht, die nicht Teil des Wirtschaftsplanes waren, da die Beschlussfassung darüber stets erst zum Ende des Jahres erfolgt und damit nach der Bestätigung des Wirtschaftsplanes.

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen wird u.a. der Betriebskostenzuschuss durch die Landeshauptstadt Magdeburg ausgewiesen. Eingeplant waren hier T€ 1.417 netto, letztlich wurden aber nur T€ 1.148 benötigt, so dass die Gesellschaft einmalig und bedingt durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie T€ 278 an die Stadt zurückzahlt. Für 2021 plant die Gesellschaft wieder mit dem vollen Betrag.

Entsprechend des Wirtschaftsplanes waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von T€ 1.452 (brutto, abz. USt. T€ 35) weitere Erträge von insgesamt T€ 30 netto eingeplant, letztlich wurden T€ 102 netto Erlöst, vornehmlich durch die Erstattung der Sozialversicherungsbeiträge im Rahmen der Kurzarbeit, die Erstattungen durch Krankenkassen, und durch den Verkauf des alten Doppeldecker-Busses. Insgesamt erzielte die Gesellschaft so T€ 1.250 sonstige betriebliche Erträge.

Die Gesellschaft erreichte im Jahr 2020 insgesamt Erträge von T€ 1.746, von denen T€ 497 Umsatzerlöse darstellen. Demgegenüber hatte die Gesellschaft Aufwendungen von T€ -1.746.

Der Personalaufwand lag bei T€ -855 und damit durch Kurzarbeit unter Plan (T€ -1.181). Der Materialaufwand lag bei T€ -190, die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bei T€ -639.

Die MMKT schließt das Jahr 2020 mit einem Jahresergebnis von € 17 ab.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2020 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 19 feste Mitarbeiter*Innen (Vollzeitäquivalent), eine Geschäftsführerin, zwei Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte.

3. Lage

a) Ertragslage

Die Umsatzerlöse in Höhe von T€ 497 enthalten folgende Schwerpunkte:

Stadtrundgänge/Stadtrundfahrten T€ 175 entsprechen 35%

Verkauf von Souvenirs T€ 55 entsprechen 12%

Zuschüsse für externe Projekte T€ 53 entsprechen 11%

Umsätze Kongressbüro T€ 16 entsprechen 3%

Ottostadt-Kampagne T€ 97 entsprechen 20%

Ticketshoperträge T€ 6 entsprechen 1%

Diese Umsätze sind stark abhängig von den Besucherzahlen in der Ottostadt Magdeburg und waren 2020 erheblich negativ beeinflusst durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. Künftige Maßnahmen der Gesellschaft werden darauf abzielen, die Besucherzahlen der Stadt im Tages- und Übernachtungstourismus zu steigern und die Umsätze entsprechend zu erhöhen.

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 i.d.R. monatsweise 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

Die Bilanzsumme hat sich von T€ 375 auf T€ 592 erhöht. Auf der Aktivseite resultiert die Erhöhung vor allem aus dem gestiegenen Bankguthaben. Auf der Passivseite haben sich insbesondere die sonstigen Verbindlichkeiten erhöht.

Der Doppeldeckerbus wurde im Jahr 2016 auf einen Erinnerungswert von € 0,50 abgeschrieben und Anfang 2020 verkauft. Eine Neuanschaffung ist bereits 2019 durch die MVB erfolgt.

Zur Überbrückung von finanziellen Engpässen wurde zeitweilig der Kontokorrentkredit in Anspruch genommen. Darlehen bestehen derzeit keine.

Prognosebericht

Das touristische Jahr 2021 wird maßgeblich geprägt werden von den weiteren Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie. Das Jahr startete mit der Fortführung weitreichender Lockdown-Maßnahmen, die einen Tourismus nahezu unmöglich machen. Die Übernachtungszahlen für die Landeshauptstadt lagen im Januar 2021 erneut 71% im Minus gegenüber dem (sehr starken) Vorjahres-Monat. Die Lichterwelt fand zwar statt und begeisterte einmal mehr Magdeburger und Tagesbesucher aus dem Umland; allerdings waren fast keine gastronomischen Angebote möglich und die hohen Besucherzahlen blieben aus.

Absehbar wird zumindest die gesamte erste Jahreshälfte erhebliche Einschränkungen im Tourismus erfahren. Hotellerie und große Teile der Gastronomie bleiben vorerst geschlossen. Erste Modellprojekte im Land Sachsen-Anhalt erlauben das Austesten von Öffnungskonzepten unter strengen Hygieneauflagen. Erst mit einer deutlichen Erhöhung der Impfquote in der Bundesrepublik, die frühestens für die 2. Jahreshälfte zu erwarten ist, und mit konkreten Strategien zur Eröffnung, vor allem durch Hygiene- und Testmaßnahmen, dürfte in der 2. Jahreshälfte 2021 wieder etwas Normalität in den bundesdeutschen Tourismus einkehren. Es ist davon auszugehen, dass dann zunächst der Inlandstourismus, und da vor allem auch der Städtetourismus, möglich ist. Der Binnentourismus, und damit auch Magdeburg, sollten von der Wiederaufnahme touristischer Reisen profitieren können. Offen ist, wie sich die touristische und gastronomische Unternehmenslandschaft bis dahin gewandelt hat, welche Unternehmen noch am Markt bestehen, und wo ggf. ganz neue Konzepte und Unternehmen entstehen. Die MMKT erwartet eine dynamische touristische Lage auch über das Jahr 2021 hinaus.

Die langsamste Erholung erwarten wir im Bereich des Kongress- und Tagungsmarktes. Unternehmerischen Aktivitäten setzen erhebliche Schutz- und Testkonzepte voraus, oder die umfassende Impfung der Bevölkerung. Eine nennenswerte Aufnahme der Tätigkeiten wird hier erst 2022 erwartet.

IV. Chancen- und Risikobericht

1. Risikobericht

Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit wird davon abhängen, ob der MMKT ein verlässlicher Zuschuss durch die Landeshauptstadt mindestens auf dem jetzt vereinbarten Niveau erhalten bleibt.

Darüber hinaus wird die Geschäftstätigkeit 2021 erheblich von den Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie geprägt, und ab wann wieder touristische Städtereisen möglich sind. Aktuell liegen die Buchungszahlen im Sommer in den eigenen Systemen bei 70% ggü. den Vergleichsmonaten des Vorjahres. Eine kurzfristige Wiederaufnahme des Tourismus kann diesen Trend umkehren.

Da unsere Umsätze auch abhängig von Großereignissen und Sonderaktionen sind, die uns zusätzliche finanzielle Mittel zukommen lassen, birgt die Corona-Pandemie große Risiken für die weitere geschäftliche Entwicklung, welche sich jedoch mittelfristig durch die Senkung von Personalkosten durch Kurzarbeit und die Beschränkung auf notwendige und nach wie vor sinnvolle Maßnahmen stabilisieren lässt.

Wie sich die Wettbewerbsrisiken durch die Corona-Pandemie entwickeln werden, lässt sich nur schwer abschätzen. Eine stetig zu aktualisierende Einschätzung der Lage ist unabdingbar.

Ein weiteres Risiko birgt die durch die Corona-Pandemie im Gange befindliche Marktberreinigung. Eine mögliche Folge könnte ein Anbietermangel werden, durch den die ansteigende Nachfrage nicht mehr bedient werden könnte, z.B. bei Busreiseveranstaltern oder Hotels.

Der Klimawandel und die damit verbundenen teilweise extremen Wetterlagen bergen zusätzliches negatives Potential. Heiße Sommer könnten erneut zum nahezu vollständigen Ausfall der Ausflugschiffahrt in Magdeburg, und damit zu Buchungs- und Umsatzeinbrüchen führen.

2. Chancenbericht

Der durch die Corona-Pandemie derzeit stark diskutierte mögliche Trend zum Inlandstourismus kann für Magdeburg eine Chance bieten, zu mehr Bekanntheit im Tourismus zu gelangen. Die gute, auch medizinische Infrastruktur, in Deutschland und das damit verbundene Vertrauen der Menschen in deren Versorgung wird sehr wahrscheinlich dazu führen, dass das Reiseziel Deutschland noch attraktiver wird.

Großes Potenzial bieten Städtereisende (mit Übernachtung), die sich nunmehr auf Inlandsreisen konzentrieren und dabei auch Städte wie Magdeburg berücksichtigen, sei es wegen der geringeren Besuchermengen in den Hauptreisemonaten, wegen niedrigerer Aufenthaltskosten, oder weil durch die dann wiedereinsetzenden Marketing- und Vertriebsaktivitäten die Attraktivität der Stadt herausgestellt werden kann.

Darüber hinaus gilt das Augenmerk der MMKT den Tagestouristen, die im Magdeburger Umland einschließlich des Harzes ihren Urlaub verbringen und die Stadt für einen Tagestrip besuchen.

Für beide Zielgruppen wird die MMKT Marketingmaßnahmen entwickeln, die zum Beginn der Wiederaufnahme des Tourismus vorbereitet sind und dann zum Einsatz kommen.

Der Vertrieb bei Reiseveranstaltern und im Kongressbüro bietet auch weiteres Potential. Die Kontakte konnten im vergangenen Jahr erweitert werden. Sie bilden die Grundlage für den Ausbau des Geschäftsbereichs und haben damit Einfluss auf die Umsätze im Bereich der Stadtrundgänge und Stadtrundfahrten, perspektivisch auch auf die Anzahl der Übernachtungen.

Die MMKT wird auch weiter aktiv daran arbeiten, städtische Marketingmaßnahmen erfolgreich fortzuführen und weitere zu entwickeln. Insbesondere die Konzeption eines gesamtstädtischen Marketings soll im Laufe des Jahres abgeschlossen werden. Diese Maßnahmen tragen durch finanzielle Zuschüsse und weitreichende Marketingaktivitäten zur Geschäftstätigkeit der MMKT bei.

3. Gesamtaussage

Trotz der aktuellen Corona-Pandemie sehen wir mit dem Trend der letzten Jahre eine kontinuierliche Steigerung der touristischen Nachfrage und blicken weiter optimistisch in die Zukunft. Öffnungsstrategien, die vor allem auf Impfung und Test- und Hygienekonzepte beruhen, lassen für die zweite Jahreshälfte 2021 eine positive Trendwende erwarten, aber das Übernachtungsniveau der Jahre bis 2019 wird auch 2021 nicht erreicht werden. Eine Erholung auf das Niveau der Jahre vor der Corona-Pandemie ist frühestens für 2022, dann aber langfristig nachhaltig, zu erwarten.

Trotz der Corona-Pandemie und wegen der beschriebenen Maßnahmen erwarten wir für 2021 ein ausgeglichenes Ergebnis, wie im Wirtschaftsplan prognostiziert. Die Bewältigung unserer Aufgaben in hoher Qualität hängt trotz Einwerbung von zusätzlichen Mitteln auch weiterhin von einem verlässlichen Zuschuss der Landeshauptstadt ab.

Magdeburg, den 26. Mai 2021

gez. Hardy Puls

Hardy Puls
Geschäftsführer