

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

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2021

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. Dieser wurde 2021 erneut für die Jahre 2022 bis einschließlich 2025 bestätigt, was der Gesellschaft einen ausreichenden Planungshorizont verschafft. Die Gesellschaft ist darüber hinaus stets bemüht, zusätzliche Mittel für Sonderprojekte zu akquirieren sowie die Erlöse zu steigern, um die Tätigkeitsfelder erweitern zu können.

Die Zunahme des privaten Wettbewerbs unter den Anbietern, 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 2021 war erheblich beeinflusst von den Maßnahmen zur Eindämmung der SarS-CoV-2-Pandemie. Das zweite Jahr in Folge sah sich der weltweite Tourismus vor große Herausforderungen gestellt. Reisebeschränkungen, Kontaktverbote und Lock-Downs legten den Tourismus zum Jahresbeginn für mehrere Monate lahm. In Sachsen-Anhalt sind die Übernachtungszahlen trotz einer leichten Erholung gegenüber 2020 auf das Niveau des Jahres 2004 gesunken. (Volksstimme vom 19.02.2022)

Knapp 460.000 Übernachtungen wurden für das Berichtsjahr 2021 in Magdeburg gezählt, nach rund 430.000 Übernachtungen im Vorjahr. Noch 2019 hatte die Landeshauptstadt einen neuen Rekordwert von 732.040 Übernachtungen erreicht. Damit verzeichnet die Stadt 2021 ein Plus von +7% gegenüber Vorjahr, aber weiterhin -37% gegenüber 2019. Diese Entwicklung entspricht etwa dem Landes- und Bundesniveau. Dabei zeigt sich deutlich der Einfluss der pandemiebedingten Restriktionen im ersten Halbjahr 2021: Lag die Landeshauptstadt in Q1 und Q2 2021 noch ca. -60% hinter dem Erfolgsjahr 2019, waren es im Q3 nur noch -10%. Für Q4 2021 wurde dann ein Rückgang von -30% gegenüber 2019 gemessen. Es zeigt sich eine stärkere Ausprägung der touristischen Saisonalität. (alle Übernachtungszahlen: offizielle Beherbergungsstatistik des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt)

2. Geschäftsverlauf

Grundlage für den Geschäftsverlauf der Gesellschaft bildete der am 07.12.2020 vom Stadtrat beschlossene Wirtschaftsplan für das Jahr 2021 mit dem darin vorgesehenen Betriebskostenzuschuss für die MMKT in Höhe von T€ 1.445.

Am 13. Dezember 2020 gab die damalige Bundesregierung neue Maßnahmen gegen das Coronavirus bekannt. Die neuen Beschlüsse sollten zunächst bis zum 10. Januar 2021 gelten, wurden aber mehrere

Male verlängert. Unter anderem hatten Bund und Länder beschlossen, dass Einzelhandel und Dienstleistungsbetriebe zu schließen und touristische Übernachtungen zu untersagen wären. Im März 2021 wollte man rasch aus diesem Lockdown; Schnelltests und Selbsttests sollten nebst Impfungen dafür sorgen, die Maßnahmen schnellstmöglich wieder aufzuheben. Dennoch stiegen die Infektionszahlen weiter an. Erst Ende Mai 2021 konnten die Maßnahmen dann wieder aufgehoben werden, so dass auch touristische Reisen wieder möglich wurden. Zunächst im Juni noch zögerlich, entwickelte sich der Tourismus ab Juli positiv mit Übernachtungszahlen deutlich über 2020 aber noch immer unter denen von 2019.

	2019	2020	2021
Januar	41.452	48.110	13.691
Februar	41.473	46.311	14.414
März	51.696	28.346	19.343
April	57.335	7.625	20.040
Mai	71.264	15.582	25.812
Juni	65.626	34.275	40.385
Juli	63.464	52.871	57.391
August	68.468	57.800	61.681
September	73.597	56.971	66.575
Oktober	66.837	49.433	61.929
November	66.167	18.682	44.287
Dezember	64.661	14.598	32.838
TOTAL	732.040	430.604	458.386

(Beherbergungsstatistik des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt)

Die Ertragslage des Unternehmens ist stark abhängig von den Umsätzen, die mit touristischen Dienstleistungen und Handelswaren erzielt werden. Durch die fehlende touristische Geschäftsgrundlage in Fortsetzung der pandemischen Eindämmungsmaßnahmen blieb die Kostenreduktion die wichtigste Maßnahme zur Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebes. Erheblich erschwert wurde die Planung auch in der zweiten Jahreshälfte 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 stetig wechselnde Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie das gesamte Geschäftsfeld dynamisch prägten.

In Fortführung der bewährten Praxis des Vorjahres blieben die Mitarbeitenden bis Mai 2021 durchgängig und zum Teil auch im Juni 2021 in Kurzarbeit. In dieser Zeit auslaufende Arbeitsverträge wurden nicht verlängert. Mit der Aufhebung des Lockdowns konnte die Arbeit dann wieder aufgenommen werden. Notwendige Nachbesetzungen wurden vorgenommen, wobei der Personalstamm bis zum Jahresende gegenüber der Planung reduziert blieb.

Im Jahr 2021 wurden Umsatzerlöse in Höhe von T€ 585 erzielt. Diese liegen unter dem ursprünglichen Plan von T€ 594, hier ergänzt um die Anteile der MVB GmbH & Co. KG und der Weißen Flotte GmbH an den Stadtrundfahrten und kombinierten Stadtrundfahrten, die im Wirtschaftsplan 2021 noch als direkter Abzug von den Umsatzerlösen angesetzt waren. Laut einer Anordnung des Finanzamtes vom 17.02.2020 sind diese jedoch seit 2020 den Aufwendungen zuzurechnen. Dieser Anteil beträgt im Jahr 2021 T€ 137. Neben ausgefallenen Führungen und Rundfahrten und fehlendem Souvenirverkauf im 1. Halbjahr 2021 konnten v.a. ganzjährig nur geringe Einnahmen aus Ticketverkäufen und Zimmervermittlungen erzielt werden. Auch das Kongressgeschäft blieb 2021 pandemiebedingt nahezu umsatzfrei.

Die Erlöse aus Stadtführungen und -rundfahrten lagen bei T€ 226, ursprünglich geplant waren T€ 382. Im Souvenirbereich wurden T€ 65 statt der geplanten T€ 100 erwirtschaftet. Die Erlöse aus dem Ticketverkauf lagen bei T€ 7, die Differenz zu den geplanten T€ 35 ergibt sich vor allem aus Veranstaltungsabsagen. Im Tagungsbereich wurden noch T€ 1 Erlöst, geplant waren T€ 20.

Die MMKT setzte auch 2021 außerplanmäßig einige externe Kampagnen um, die einerseits die Ertragslage verbesserten und andererseits in gleicher Höhe Sachausgaben genierten. Dies waren u.a. „Abenteuer in Magdeburg“, „Magdeburg erleben“, „Disco ver Buckau“ und die Marketingkampagne zur Lichterwelt. Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen wird u.a. der Betriebskostenzuschuss durch die Landeshauptstadt Magdeburg ausgewiesen. Eingeplant waren hier T€ 1.445 netto, letztlich wurden aber nur T€ 1.040 benötigt, so dass die Gesellschaft erneut und bedingt durch die fortgesetzten Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie T€ 417 an die Stadt zurückzahlt.

Entsprechend des Wirtschaftsplanes waren zuzüglich zum Betriebskostenzuschuss in Höhe von T€ 1.480 (brutto, abz. USt. TEUR 35) weitere Erträge von insgesamt T€ 25 netto eingeplant, letztlich wurden T€ 155 netto Erlöst, vornehmlich durch die Auflösung einer aus einem Rechtsstreit resultierenden Rückstellung sowie durch Erstattungen von Sozialversicherungsbeiträgen im Rahmen der Kurzarbeit. Insgesamt erzielte die Gesellschaft so T€ 1.195 sonstige betriebliche Erträge.

Die Gesellschaft erreichte im Jahr 2021 insgesamt Erträge von T€ 1.780, von denen T€ 585 Umsatzerlöse darstellen. Demgegenüber hatte die Gesellschaft Aufwendungen von T€ -1.762.

Der Personalaufwand lag bei T€ -846 und damit durch Kurzarbeit unter Plan (T€ -1.199). Der Materialaufwand lag bei T€ -214, die sonstigen betrieblichen Aufwendungen bei T€ -651.

Die MMKT schließt das Jahr 2021 mit einem Jahresergebnis von T€ 18 ab.

Im Geschäftsjahr 2021 beschäftigte die MMKT GmbH durchschnittlich 74 feste Mitarbeitende (davon 52 Gästeführer), einen Geschäftsführer, zwei Auszubildende sowie mehrere zeitweilig tätige Praktikanten und Aushilfskräfte.

3. Lage

a) Ertragslage

Die Umsatzerlöse in Höhe von T€ 585 enthalten folgende Schwerpunkte:

Stadtrundgänge/Stadtrundfahrten T€ 226 entsprechen 39%

Verkauf von Souvenirs T€ 65 entsprechen 11%

Zuschüsse für externe Projekte T€ 82 entsprechen 14%

Umsätze Kongressbüro T€ 1 entsprechen 0,2%

Ottostadt-Kampagne T€ 35 entsprechen 6%

Ticketshoperträge T€ 7 entsprechen 1%

Diese Umsätze sind stark abhängig von den Besucherzahlen in der Ottostadt Magdeburg und waren 2021 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

Die Finanzlage der Gesellschaft ist zumeist stabil; kurzzeitig auftretende Engpässe werden mit Hilfe des Kontokorrentkredites überwunden. Die Kreditlinie ist bedeutend höher als durchschnittlich in Anspruch genommen wird. 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€ 592 auf T€ 734 erhöht. Auf der Aktivseite resultiert die Erhöhung vor allem aus dem gestiegenen Bankguthaben. Auf der Passivseite haben sich insbesondere die Sonstigen Verbindlichkeiten erhöht.

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

Prognosebericht

Der Beginn des Jahres 2022 wird noch geprägt werden von den weiteren Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie. Insbesondere die Zutrittsregelungen beeinflussen das touristische Geschehen. Es ist davon auszugehen, dass nach Lockerung ihr Einfluss auf die Entscheidung zu touristischen Reisen einen deutlich geringeren Einfluss hat.

Es ist davon auszugehen, dass der Inlandstourismus, und da vor allem auch der Städtetourismus, sich dann wieder positiv entwickelt. Offen ist, wie sich die touristische Unternehmenslandschaft gewandelt hat, welche Unternehmen noch am Markt bestehen, und wo ggf. ganz neue Konzepte und Unternehmen entstehen. Steigende Inflation und Fachkräftemangel erschweren die Ertragssituation in der Hotellerie und Gastronomie. Abzuwarten bleibt die pandemische Entwicklung im Herbst & Winter 2022, die ggf. erneute Eindämmungsmaßnahmen erforderlich macht. Die MMKT erwartet deshalb eine dynamische touristische Lage auch für das Jahr 2022. Die Wirtschaftspläne stellen auf eine entsprechend positive Entwicklung, jedoch noch unter der des Jahres 2019, ab.

Die langsamste Erholung erwarten wir im Bereich des Kongress- und Tagungsmarktes. Eine nennenswerte Aufnahme der Tätigkeiten wird hier erst ab der Jahresmitte 2022 erwartet. Die MMKT erarbeitet dazu ein Konzept zur – ggf. angepassten – Fortführung des Kongressbüros.

IV. Chancen- und Risikobericht

1. Risikobericht

Die Geschäftstätigkeit wird auch 2022 noch von den Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie geprägt. Für Tages- und Übernachtungsgäste rechnet die Gesellschaft mit einer positiven Steigerung gegenüber 2021, jedoch voraussichtlich mit einer starken Saisonalität mit schwachen Monaten in der Nebensaison und erfolgreichen Monaten in der Hauptsaison. Im Bereich der Ticketverkäufe und Kongresse wird mit weiterhin volatiler Ertragssituation gerechnet. Die Wirtschaftsplanung 2022 geht von 2% weniger Umsatzerlösen als 2021 aus, die in bis zur Erstellung der Wirtschaftspläne nicht zugesagten Maßnahmen der Stadt (Bewerbung Lichterwelt, Kaiser-Otto-Fest etc.) begründet liegen. Die Gesellschaft rechnet 2022 mit einem ausgewogenen Jahresergebnis von € 335.

Da die Umsätze auch abhängig von regionalen Großereignissen und Sonderaktionen sind, die der Gesellschaft zusätzliche finanzielle Mittel zukommen lassen, birgt die Corona-Pandemie auch weiterhin Risiken für die weitere geschäftliche Entwicklung. Sollte es notwendig sein, könnte diesen pandemiebedingten Risiken erneut durch die Senkung von Personalkosten, durch Kurzarbeit und die Beschränkung auf notwendige Marketingmaßnahmen begegnet werden.

Ein weiteres Risiko liegt in einer möglicherweise einsetzenden Marktberreinigung, die vor allem als Folge der Pandemie, aber auch aufgrund der derzeitigen Inflationsentwicklung und des Fachkräftemangels möglich ist. Eine Folge könnte eine negative Entwicklung auf der Angebotsseite (bei Hotels oder gastronomischen Einrichtungen) und der Nachfrageseite (bei Busreiseveranstaltern) sein.

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

Vom Krieg in der Ukraine ist die Gesellschaft unmittelbar nicht betroffen, der Anteil russischer und ukrainischer Reisegruppen fällt im internationalen Mix kaum ins Gewicht. Es gibt keine Produkte mit Lieferengpässen, lediglich die steigenden Energiekosten können Auswirkungen auf die betrieblichen Aufwendungen haben, denen ggf. durch Preiserhöhungen gegenüber den Endkunden begegnet werden kann.

2. Chancenbericht

Der durch die Corona-Pandemie derzeit stark diskutierte mögliche Trend zum Inlandstourismus kann für Magdeburg eine Chance bieten, zu mehr und vor allem positiver Bekanntheit im Tourismus zu gelangen.

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. Die MMKT wird durch entsprechende Marketing- und Vertriebsmaßnahmen die touristische Attraktivität der Landeshauptstadt maßgeblich mit entwickeln.

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.

Die MMKT wird auch weiter aktiv daran arbeiten, städtische Marketingmaßnahmen erfolgreich fortzuführen und weitere zu entwickeln. Diese Maßnahmen tragen durch finanzielle Zuschüsse und weitreichende Marketingaktivitäten zur Geschäftstätigkeit der MMKT bei.

3. Gesamtaussage

Trotz der noch anhaltenden Corona-Pandemie sehen wir mit dem Trend der letzten Jahre eine kontinuierliche Steigerung der touristischen Nachfrage und blicken optimistisch in die Zukunft. Das Geschäftsjahr 2022 wird als Konsolidierungsjahr mit reduzierten Umsätzen und Aufwendungen gegenüber 2019 geplant. Die Gesellschaft wird durch weitere strategische Marketing- und Vertriebsmaßnahmen durch

dieses Jahr geführt und rechnet ab 2023 mit einer Wirtschaftsplanung auf dem Niveau der vorpandemischen Jahre. Mithilfe der beschriebenen Maßnahmen erwartet die Gesellschaft für 2022 einen ausgeglichenen Wirtschaftsplan.

Magdeburg, den 26. April 2022

gez. Hardy Puls

Hardy Puls

Geschäftsführer