



# **Wirtschaftsplan 2021**

tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH  
(Stand: 02.12.2020)

## Wirtschaftsplan tmu GmbH 2021

### Erfolgsplan

Erträge	414.990,00 €
Aufwendungen	480.040,00 €
Jahresgewinn	0,00 €
Jahresverlust (vor Steuern)	- 64.676,00 €
Jahresverlust (nach Steuern)	- 65.050,00 €
Gewinnrücklage (per 31.12.2019)	127.148,47 €

### Finanzplan

Mittelzufluss/Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	- 55.050,00 €
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	- 2.500,00 €
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanztätigkeit	0,00 €

### Gesamtbetrag der Kredite

Kreditaufnahme	0,00 €
----------------	--------

## Erfolgsplan

Lfd. Nr.	Position	Plan 2021		Plan 2022		Plan 2023		Plan 2024		Plan 2025	
		tmu	Dawl	tmu	Dawl	tmu	Dawl	tmu	Dawl	tmu	Dawl
1	Umsatzerlöse	64.490,00	350.000,00	57.500,00	450.000,00	57.500,00	450.000,00	57.500,00	450.000,00	57.500,00	450.000,00
2	Bestand an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3	andere aktivierte Eigenleistungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4	sonstige betriebliche Erträge	500,00	0,00	500,00	0,00	500,00	0,00	500,00	0,00	500,00	0,00
5	Materialaufwand	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6	Personalaufwand	34.050,00	268.950,00	12.125,00	298.875,00	16.510,00	303.490,00	15.295,00	314.105,00	20.080,00	318.720,00
7	Abschreibungen	3.721,26	6.278,74	3.239,60	5.860,40	3.097,20	5.602,80	3.026,00	5.474,00	2.848,00	5.152,00
8	sonstige betriebliche Aufwendungen	23.665,71	36.360,29	22.068,98	40.957,02	19.726,38	36.599,62	20.812,58	38.613,42	18.505,58	34.320,42
	Projekte tmu / Dawl	22.500,00	84.140,00	20.500,00	104.000,00	18.600,00	104.000,00	18.800,00	91.500,00	16.500,00	91.500,00
9	Erträge aus Beteiligungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzvermögens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11	sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	<b>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</b>	<b>-18.946,97</b>	<b>-45.729,03</b>	<b>66,43</b>	<b>307,57</b>	<b>66,43</b>	<b>307,57</b>	<b>66,43</b>	<b>307,57</b>	<b>66,42</b>	<b>307,58</b>

15	Erträge aus Gewinn-gemeinschaften, Gewinnabführungs- und Teilgewinnabführungsverträgen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16	Aufwendungen aus Verlustübernahme	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17	außerordentliche Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18	außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
19	außerordentliches Ergebnis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
20	Steuern von Einkommen und vom Ertrag	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	sonstige Steuern	66,42	307,58	66,42	307,58	66,42	307,58	66,42	307,58	66,42	307,58
<b>22</b>	<b>Jahresgewinn/-verlust</b>	<b>-19.013,39</b>	<b>-46.036,61</b>	<b>0,00</b>							

## Finanzplan

Lfd. Nr.		Position	Plan 2021	Plan 2022	Plan 2023	Plan 2024	Plan 2025
			€	€	€	€	€
1	+/-	Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten	-65.050,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	+/-	Abschreibungen / Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	10.000,00	9.100,00	8.700,00	8.500,00	8.000,00
3	+/-	Abschreibungen / Zuschreibungen auf Sonderposten zum Anlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4	+/-	Zunahme / Abnahme von Rückstellungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5	+/-	Verlust / Gewinn aus dem Abgang des Anlagevermögens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6	+/-	Sonstige zahlungswirksamen Aufwendungen und Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7	+/-	Abnahme / Zunahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktive, die nicht der Investitions- oder Finanztätigkeit zuzuordnen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	+/-	Zunahme / Abnahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanztätigkeit zuzuordnen sind	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
9	+/-	Ein- und Auszahlungen aus außerordentlichen Posten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>10</b>	=	<b>Mittelzu- / Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-55.050,00</b>	<b>9.100,00</b>	<b>8.700,00</b>	<b>8.500,00</b>	<b>8.000,00</b>
11	+	Einzahlungen aus Investitionszuwendungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	+	Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	+	Einzahlungen aus Abgängen immaterieller Vermögensgegenstände	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14	+	Einzahlungen aus Abgängen des Finanzanlagevermögens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15	+	sonstige Einzahlungen aus Investitionstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>16</b>	=	<b>Einzahlungen aus Investitionstätigkeit</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
17	-	Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00
18	-	Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Vermögensgegenstände	-500,00	-500,00	-500,00	-500,00	-500,00
19	-	Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

20	-	sonstige Auszahlungen aus Investitionstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
21	=	Auszahlungen aus Investitionstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>22</b>	=	<b>Mittelzufluss/Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (16-21)</b>	<b>-2.500,00</b>	<b>-2.500,00</b>	<b>-2.500,00</b>	<b>-2.500,00</b>	<b>-2.500,00</b>
23	+	Einzahlungen aus der Aufnahme von Krediten für Investitionen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
24	+	sonstige Einzahlungen aus Finanztätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
25	+	Einzahlungen aus Kapitalzuführungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
26	+	Einzahlungen aus Sonderposten zum Anlagevermögen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
27	+	Einzahlungen aus passivierten Ertragszuschüssen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>28</b>	=	<b>Einzahlungen aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
29	-	Auszahlungen für die Tilgung von Krediten und Investitionen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
30	-	sonstige Auszahlungen aus der Finanzierungstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
31	-	Auszahlungen an die Gesellschafter	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
32	-	Auszahlungen aus der Rückzahlung von Sonderposten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
33	-	Auszahlungen aus der Rückzahlung von passivierten Ertragszuschüssen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>34</b>	=	<b>Auszahlung aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>35</b>	=	<b>Mittelzufluss/Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
36	+	Einzahlungen aus der Auflösung von Liquiditätsreserven	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
37	-	Auszahlungen aus Liquiditätsreserven	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>38</b>	=	<b>Saldo aus der Inanspruchnahme von Liquiditätsreserven (36-37)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>39</b>	=	<b>zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes (Summe aus Zeile 10 + 22 + 35 + 38)</b>	<b>-57.550,00</b>	<b>6.600,00</b>	<b>6.200,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>5.500,00</b>
40	+	Finanzmittelbestand bzw. voraussichtlicher Bestand an eigenen Zahlungsmittel am Anfang der Periode (ohne Liquiditätskredite und Kontokorrentverbindlichkeiten)	72.250,00	14.700,00	21.300,00	27.500,00	33.500,00
<b>41</b>	=	<b>Voraussichtlicher Finanzmittelbestand am Ende der Periode (40 + 39)</b>	<b>14.700,00</b>	<b>21.300,00</b>	<b>27.500,00</b>	<b>33.500,00</b>	<b>39.000,00</b>

## Stellenplan

<b><u>2021</u></b>	Geschäfts- führung	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter
tmu	40 %	40 %	20 %	10 %	10 %	10 %
Projekte (DAWI)	45 %	40 %	80 %	90 %	90 %	27 %
<u>andere Projekte:</u>						
- Geschäftsbesorgung für den Tourismusverband Uckermark e.V./Partner Nationale Naturlandschaften	15 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
- Gastgeberverzeichnis Uckermark	0 %	15 %	0 %	0 %	0 %	63 %

<b><u>2022 - 2025</u></b>	Geschäfts- führung	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter
tmu	40 %	45%	20 %	10 %	10 %	10 %
Projekte (DAWI)	60 %	40 %	80 %	90 %	90 %	27 %
- Gastgeberverzeichnis Uckermark	0 %	15 %	0 %	0 %	0 %	63 %

## Projektplan

	<b>Projektbezeichnung</b>	<b>Projektmanagement (intern)</b>	<b>Projektherstellung (extern)</b>
<b>Schwerpunkt- themen</b>	Qualitätswege Wanderbares Deutschland	5.000,00 €	3.500,00 €
	Uckermärker Wandertag	2.700,00 €	800,00 €
	Winterliche Uckermark	5.500,00 €	4.500,00 €
	Wasser	5.500,00 €	500,00 €
	regionale Produkte	4.000,00 €	0,00 €
	Kunst und Kultur	5.000,00 €	3.000,00 €
	Spezialthemen	2.780,00 €	0,00 €
<b>Verstärkungsthemen</b>	touristische Mobilitätsangebote	5.950,00 €	2.000,00 €
	Gästekarte/Mobilitätskarte	2.430,00 €	0,00 €
	Radfahren	3.500,00 €	0,00 €
	Gesundheits- /Wellnesstourismus/Barrierefreiheit	1.000,00 €	0,00 €
	Offene Gärten Uckermark	3.000,00 €	2.000,00 €
	Oder-Neiße-Radweg	250,00 €	0,00 €
	Lauschtouren	3.000,00 €	0,00 €
	Grenzüberschreitende Zusammenarbeit/Projekte	1.500,00 €	0,00 €
<b>Landes- marketing</b>	Kooperation Marketingthemen TMB	3.500,00 €	2.000,00 €
	Tourismusmarke Brandenburg	500,00 €	0,00 €
	Marketingpaket (Ausland)	3.000,00 €	5.500,00 €
	Vertriebsunterstützung via IVS der TMB	200,00 €	400,00 €
	Tourismusnetzwerk Brandenburg	5.000,00 €	0,00 €
	Mein.Brandenburg	1.000,00 €	0,00 €
<b>Nachhaltige Reiseregion</b>	nachhaltige Reiseregion	2.500,00 €	1.000,00 €
	Neuaufgabe Faltblatt "nachhaltige Anbieter"	5.000,00 €	0,00 €
	Kommunikationskonzept	3.500,00 €	0,00 €
	klimaneutrale Geschäftsstelle	1.000,00 €	1.500,00 €
	Nachhaltiges Reiseziel	5.500,00 €	4.970,00 €
	Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele	1.000,00 €	1.500,00 €
<b>Internet</b>	Serverbereitstellung (Hosting/Domaingebühren)	3.000,00 €	1.300,00 €
	Pflege-/Betreuungsvertrag Internet	3.000,00 €	2.200,00 €
	Anpassungen Typo3	5.000,00 €	2.000,00 €
	Lizenzgebühr TMB (TOMAS)	2.000,00 €	800,00 €
	Datenpflege/Datenmanagement	23.000,00 €	0,00 €
	Eventdatenbank TMB	9.500,00 €	50,00 €
	POI-Informationssystem DAMAS	7.500,00 €	250,00 €
	soziale Netzwerke	12.000,00 €	0,00 €
	Digitalisierung Wegedaten	1.500,00 €	250,00 €
	Newsletter (intern, extern)	1.500,00 €	250,00 €
	Neue Internetseite inklusive Unterregionsseiten	8.000,00 €	0,00 €

Publikationen	Freizeit- und Ausflugstipps	3.000,00 €	2.500,00 €
	Nachdruck Wanderbroschüren	2.500,00 €	2.500,00 €
	inhaltliche Korrekturen von Fremdpublikationen	4.500,00 €	0,00 €
	fremdsprachige Publikationen	3.000,00 €	1.500,00 €
	Blöcke Uckermark-Übersichtskarte	200,00 €	0,00 €
	Nachdruck	2.500,00 €	1.900,00 €
Marktforschung	Destination Brand	2.000,00 €	3.500 €
	TouristiCon	2.700,00 €	750,00 €
	Gästabefragung in DTV-Touristinformationen (TIMON)	4.000,00 €	3.900,00 €
	Befragungen/Studien	2.500,00 €	1.500,00 €
	Wirtschaftsfaktor Tourismus	3.500,00 €	0,00 €
Binnenkommunikation	Beratung u. Stellungnahmen	8.500,00 €	0,00 €
	Workshops u. Seminare, Seminarreise	2.000,00 €	1.000,00 €
	Regionalmarke Uckermark - Premiumpartnerschaft	5.000,00 €	12.600,00 €
	tourismus-uckermark.de/tmu-intern	3.500,00 €	0,00 €
	Klassifizierung/Zertifizierung (Beratungsleistung)	4.000,00 €	0,00 €
	Infrastruktur, Gestaltung, Vernetzung	3.650,00 €	250,00 €
	Ausstattung der Tourismusvereine und Partner	2.000,00 €	150,00 €
	tourism for future	3.500,00 €	0,00 €
Medien	Redaktionsplan	8.000,00 €	0,00 €
	Externer Pressedienst (djd)	4.800,00 €	3.000,00 €
	PR-Themenplan (Easy PR)	4.400,00 €	2.000,00 €
	Medienpartner	5.300,00 €	500,00 €
	Pflege und Ausbau des digitalen Fotoarchivs	5.000,00 €	0,00 €
	Bearbeitung von Presse- und Anzeigenanfragen	4.500,00 €	0,00 €
Messen/ Präsentationen	boot Düsseldorf (23.-31.01.2021)	250,00 €	200,00 €
	ITB (10.-14.03.2021)	4.000,00 €	2.000,00 €
	Berlin Travel-Festival (12.-14.03.2021)	1.000,00 €	1.700,00 €
	Inkontakt Schwedt (29.-30.05.2021)	650,00 €	220,00 €
	Tour Natur Düsseldorf (03.-05.09.2021)	3.300,00 €	1.700,00 €
	TMB/Auslandsmarketing (Polen, Schweiz)	3.100,00 €	0,00 €
	Werbemittel	100,00 €	0,00 €
	Prospektservice	100,00 €	500,00 €
	<b>GESAMT</b>	<b>265.860,00 €</b>	<b>84.140,00 €</b>

## **Investitionsplan**

Betriebs-/Geschäftsausstattung (Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögensgegenstände)	2.500,00 €
---	------------

## Vorbericht

zum Wirtschaftsplan 2021 der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH

Die Gründung der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH in 2005, als touristische Marketinggesellschaft für die Reiseregion Uckermark stellte die grundsätzliche strategische Ausrichtung in der Entwicklung und Vermarktung der Destination dar. Im Zuge des Anteilserwerbs der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH durch den Landkreis Uckermark wurde die Finanzierung an die EU-beihilferechtlichen Vorgaben angepasst. Durch die Zuwendung wurde die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH als Zuwendungsempfängerin mit der Förderung der touristischen Entwicklung der Uckermark sowie ihre regionale und überregionale Vermarktung als Erbringung einer Dienstleistung von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse (DawI) durch den Landkreis Uckermark betraut.

### Erfolgsplan

Der Erfolgsplan entspricht in seiner Struktur der Gewinn- und Verlustrechnung. In diesem Plan werden die Erlöse aus den geplanten touristischen Maßnahmen und Projekten sowie den sonstigen Erträgen von insgesamt **414.990,00 EUR** angegeben. Den Einnahmen stehen für das Jahr 2021 Aufwendungen in Höhe von **480.040,00 EUR** gegenüber. Die geplanten Ausgaben übersteigen die voraussichtlichen Einnahmen der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH mit **65.050,00 EUR**. Dieser Jahresverlust resultiert aus der Umstellung der Gehälter und Entlohnung nach TVöD und wird durch die Gewinnrücklagen (Stand per 31.12.2019: **127.148,47 EUR**) auch für das Geschäftsjahr 2021 der Gesellschaft ausgeglichen.

### **Erläuterungen: Personalvergütung ab 01.01.2020:**

*Die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH stellt seit der Gründung im Jahr 2005 die strategischen Grundlagen für die touristischen Entwicklungen der Region. Die Anfangsjahre bis hin zur Etablierung der Gesellschaft und der dazugehörigen Entwicklungszahlen waren durch enge finanzielle Rahmenbedingungen sowie durch personalpolitisches Neuland geprägt. Das fachliche Know-How der Mitarbeiter war am Markt sowie in der Region quasi nicht verfügbar. Im Laufe der Zeit entwickelten sich aus sogenannten ABM-Stellen und ersten Aus- und Fortbildungsgängen ein erster Personenkreis, welche die Arbeit im Rahmen der ersten fünf Geschäftsjahre übernahm. Durch einen gewissen Entwicklungsstand sowie durch die gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen war aber auch die Zeit gekommen die Gesellschaft sowie ihre Tätigkeiten weiter zu professionalisieren. Langfristigen Geschäftszugehörigkeiten, ein wachsender Pool aus anerkannten Ausbildungs- sowie Hochschulabsolventen sollen die Gesellschaft für die Zukunft fit machen sowie das Engagement in und für die Region weiter festigen.*

*Zu den übergeordneten Schwerpunkten in der Arbeit der GmbH zählen u.a. der Ausbau der Marktposition der Uckermark als naturtouristische, nachhaltige Destination, die Unterstützung und Initiierung von neuen touristischen Produkten und Initiativen sowie die Stärkung der Wahrnehmung der tmu GmbH als zentrale touristische Destinationsmanagementorganisation der Reiseregion Uckermark. Diverse veränderte Rahmenbedingungen in Bezug auf die Tourismusförderung und -finanzierung auch im europaweiten Kontext stellte die Gesellschaft vor weitere, notwendige Veränderungsprozesse. Seit dem*

*Geschäftsjahr 2017 agiert die tmu GmbH als Konsequenz daraus als hundertprozentige landkreiseigene Gesellschaft.*

*Die fortlaufend positiven Entwicklungen in Bezug auf die zu verzeichnenden Gäste- und Übernachtungszahlen, der zunehmende Professionalisierungsgrad der touristischen Partner, der Sieg im Bundeswettbewerb als Nachhaltigste Reiseregion Deutschlands sowie die fortlaufende Verbesserung des Images als Reiseregion auch im deutschlandweiten Wettbewerb erzwingen die kontinuierliche Arbeit der Touristiker am Gemeinschaftsprodukt Uckermark-Tourismus. Parallel dazu steht die Region Uckermark sowie natürlich die gesamte Tourismusbranche vor weiteren gravierenden Veränderungsprozessen. Das sinkende Image der Dienstleistungsbranche als attraktiver Arbeitgeber, der sich wandelnde Anspruch der Arbeitnehmer an Arbeits- und Berufsalltag in Kombination mit der gewünschten „Work-Life-Balance“, die große Auswahl an Arbeitsplätzen in den Städten sowie im Raum Berlin lassen den sogenannten Fachkräftemangel verstärkt auf die Uckermark wirken.*

*Als Arbeitgeber hat sich die tmu GmbH im Laufe der Zeit, auch mit dem Druck von außen gewandelt. Die strategisch geschaffenen fünf Personalstellen sind mit gut ausgebildeten Fachkräften inklusive langjähriger Berufserfahrungen in ihrem jeweiligen Tätigkeitsbereich besetzt. Die sich stark differenzierenden Arbeiten erfordern ein Höchstmaß an persönlichem Engagement und fachlichem Know-How, besonders im Bereich der Digitalisierung. Neben dem freien – unter Hilfestellung und Ausstattung mit digitalen Medien und Arbeitsplattformen - Arbeiten an Projekten, der gefragten Fachexpertise auch von außen, sowie dem möglichen Grad der Selbstverwirklichung der Mitarbeiter in ihren Themenbereichen stellt natürlich auch die Vergütung der Arbeit einen wesentlichen Punkt im Gefüge zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Diese bedarf einer dringlichen Anpassung, da die Vergütung eher noch aus der Anfangszeit der Gesellschaft rührt. Die aktuellen Planungen und die Anpassung der Vergütung der Mitarbeiter wird als strategische Entscheidung betrachtet, sodass die GmbH auch zukünftig qualitativ hochwertiges Personal an sich binden kann.*

Für das Jahr 2021 wurde wieder eine Unterteilung in „Dawl-Leistungen“ und „andere Projekte“ vorgenommen. Diese Unterteilung dient der Abgrenzung in der Finanzierung und Abrechnung von geplanten Projekten.

#### Finanzplan

Der Finanzplan stellt die Einzahlungen und Auszahlungen sowie weitere Positionen dar, welche für den Mittelzu- und abfluss aus der laufenden Geschäftstätigkeit, aus Investitionstätigkeit und Finanzierungstätigkeit von Bedeutung sind. Gemäß der Verordnung für Eigenbetriebe sind auch die folgenden Wirtschaftsjahre dargestellt. Hier werden die voraussichtlichen Ausgaben und Deckungsquellen dargestellt.

#### Ausblick

Aufgrund der Betrauung durch den Landkreis für zunächst fünf Jahre, beginnend ab 1. Januar 2017 sind aktuell keine wesentlichen Risiken für die kommunale Gesellschaft erkennbar. Nichtsdestotrotz wurde bereits in 2019 und 2020 an der Folge-Betrauung in Bezug auf die weitere Destinationsentwicklung gearbeitet. Für die positive Weiterentwicklung der Reiseregion Uckermark stellt die gemeinsame Zusammenarbeit und Struktur aus tmu, den lokalen Tourismusvereinen und Partnern eine wichtige Voraussetzung für die zukünftigen Handlungsfelder und Ziele. Innerhalb der Region gilt es weiter gemeinsam sich an verabredete Rahmen und Pläne zu halten und Innovation vor allem in Bezug auf die Themen Positionierung, Ansiedlung von weiteren und ergänzenden Produkten und Dienstleistungen und

Digitalisierung unter Nachhaltigkeitsaspekten zu befördern. Die Kommunikation und der Austausch zwischen den touristischen Partnern bilden hierzu für den Eigenbetrieb ein strategisches Netzwerk und stärkt die tmu Tourismus Marketing GmbH als zentrale touristischen Destinations-Management-Organisation für die Reiseregion Uckermark.

Die tmu GmbH kann sich mit dem geplanten Projektumfang sowie der personellen Ausstattung bis zum Ablauf des Betrauungsaktes (Ende 2021) finanzieren (durch Zugriff auf Rücklagen) und damit auch agieren. Um weiterhin auch wichtige strategische Entscheidungen treffen zu können sowie die Partner an sich zu binden gilt es aber weitere Entwicklungen im Projektinhalt sowie deren Umfang in der Gesellschaft zu entwickeln bzw. zu etablieren und damit auch aus zu finanzieren:

- a) Um die Tourismuswirtschaft weiterzuentwickeln und gezielte touristische Investoren in die Uckermark zu holen, ist es eine zentrale Aufgabe der tmu GmbH Informations- und Projektmanagement mit ihren Partnern zu betreiben, welche Städte und Gemeinden sowie Tourismusvereinen bei der Umsetzung ihres Flächen-, Investoren- und Betreibermarketings unterstützt. Diese Aufgabe verfügt über ein hohes Potential für die Uckermark, welches es auszubauen gilt.
- b) Neben der Stärkung und strategischen Positionierung der Reiseregion gilt es in Zukunft verstärkt auch Aufgaben und Kommunikation in Bezug auf das Binnenmarketing weiterzuentwickeln. Ein positives Klima und Verständnis zwischen Einwohnern, Gästen und möglichen Investoren gilt es mit klaren Strukturen, gemeinsam definierten Entwicklungsräumen und Themen auszugestalten und transparent und offen zu kommunizieren.
- c) Die vielfachen positiven Effekte aus dem verabschiedeten touristischen Nachhaltigkeitsleitbild der Reiseregion, dem besonderen Engagement der Akteure vor Ort und der quasi Vorbildfunktion der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH gilt es gemeinsam und im gegenseitigen Verständnis für einander in Bezug auf eine nachhaltige Uckermark Stück für Stück zu übertragen.