



Wirtschaftsplan 2024

tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH
(Stand: 29.11.2023)

Wirtschaftsplan tmu GmbH 2024

Erfolgsplan

Erträge	499.590,00 €
Aufwendungen	499.590,00 €
Jahresergebnis (vor Steuern)	0,00 €
Gewinnrücklage (per 01.01.2023)	72.091,71 €

Finanzplan

Mittelzufluss/Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	0,00 €
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	- 2.000,00 €
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanztätigkeit	0,00 €

Gesamtbetrag der Kredite

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

Erfolgsplan

Lfd. Nr.	Position	Plan 2024		Plan 2025		Plan 2026		Plan 2027		Plan 2028	
		tmu	Dawl								
1	Umsatzerlöse	49.590,00	450.000,00	49.590,00	450.000,00	49.590,00	450.000,00	49.590,00	500.000,00	49.590,00	500.000,00
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	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	28.374,37	311.625,63	28.374,37	321.825,63	28.374,37	332.331,63	28.374,37	343.152,81	28.374,37	354.298,63
7	Abschreibungen	25,95	124,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	sonstige betriebliche Aufwendungen	10.096,40	48.434,60	10.122,35	48.558,65	10.122,35	48.558,65	10.122,35	48.558,65	10.122,35	48.558,65
	Projekte tmu / Dawl	11.000,00	89.535,00	11.000,00	79.335,00	11.000,00	68.829,00	11.000,00	108.007,82	11.000,00	96.862,00
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	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	93,28	280,72								

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	93,28	280,72	93,28	280,72	93,28	280,72	93,28	280,72	93,28	280,72
22	Jahresgewinn/-verlust	0,00									

Finanzplan

Lfd. Nr.		Position	Plan 2024	Plan 2025	Plan 2026	Plan 2027	Plan 2028
			€	€	€	€	€
1	+/-	Periodenergebnis vor außerordentlichen Posten	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2	+/-	Abschreibungen / Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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
10	=	Mittelzu- / Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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
16	=	Einzahlungen aus Investitionstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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
22	=	Mittelzufluss/Mittelabfluss aus der Investitionstätigkeit (16-21)	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00
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
28	=	Einzahlungen aus Finanzierungstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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
34	=	Auszahlung aus der Finanzierungstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
35	=	Mittelzufluss/Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
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
38	=	Saldo aus der Inanspruchnahme von Liquiditätsreserven (36-37)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
39	=	zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes (Summe aus Zeile 10 + 22 + 35 + 38)	-1.850,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00	-2.000,00
40	+	Finanzmittelbestand bzw. voraussichtlicher Bestand an eigenen Zahlungsmittel am Anfang der Periode (ohne Liquiditätskredite und Kontokorrentverbindlichkeiten)	130.000,00	128.150,00	126.150,00	124.150,00	122.150,00
41	=	Voraussichtlicher Finanzmittelbestand am Ende der Periode (40 + 39)	128.150,00	126.150,00	124.150,00	122.150,00	120.150,00

Stellenplan

<u>2024-2028</u>	Geschäfts- führung	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter	Projekt- mitarbeiter
tmu	40 %	40 %	20 %	10 %	10 %	10 %
Projekte (DAWI)	35 %	40 %	80 %	90 %	90 %	27 %
<u>andere Projekte:</u>						
- Geschäftsbesorgung für den Tourismusverband Uckermark e.V.	20 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
- Gastgeberverzeichnis Uckermark	5 %	15 %	0 %	0 %	0 %	63 %

Projektplan

	Projektbezeichnung	Projektmanagement (intern)	Projektherstellung (extern)
Schwerpunkt- themen	Wandern	12.500,00 €	5.000,00 €
	Uckermärker Wandertag (05.05.2024)	2.500,00 €	550,00 €
	Winterliche Uckermark	4.500,00 €	0,00 €
	Wasser	7.000,00 €	0,00 €
	regionale Produkte	9.500,00 €	0,00 €
	Kunst und Kultur	5.000,00 €	2.500,00 €
	Spezialthemen	5.500,00 €	0,00 €
	Actionbound	2.500,00 €	250,00 €
	Infrastruktur, Gestaltung, Vernetzung	22.000,00 €	300,00 €
Verstärkungsthemen	touristische Mobilitätsangebote	7.900,00 €	0,00 €
	Gästekarte/Mobilitätskarte	2.400,00 €	0,00 €
	Radfahren	9.500,00 €	500,00 €
	Gesundheits-/Wellnesstourismus/Barrierefreiheit	2.500,00 €	0,00 €
	Offene Gärten Uckermark	3.000,00 €	3.000,00 €
	Oder-Neiße-Radweg	2.500,00 €	500,00 €
	grenzüberschreitende Zusammenarbeit/Projekte	3.500,00 €	3.500,00 €
Landes- marketing	Kooperation Marketingthemen TMB	5.000,00 €	0,00 €
	Tourismusmarke Brandenburg	500,00 €	0,00 €
	Marketingpakete (Ausland)	3.000,00 €	5.300,00 €
	Vertriebsunterstützung via IVS der TMB	200,00 €	200,00 €
	Tourismusnetzwerk Brandenburg	5.000,00 €	0,00 €
	Mein.Brandenburg	1.000,00 €	0,00 €
Nachhaltige Reiseregion	nachhaltige Reiseregion	8.500,00 €	1.000,00 €
	Broschüre für Nachhaltige Anbieter	3.000,00 €	1.500,00 €
	Kommunikation	6.000,00 €	0,00 €
	klimaneutrale Geschäftsstelle	1.000,00 €	1.500,00 €
	Nachhaltiges Reiseziel	5.500,00 €	4.550,00 €
	Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele	3.500,00 €	1.500,00 €
Internet	Webhosting	3.000,00 €	1.440,00 €
	Wartungsvertrag	3.000,00 €	10.920,00 €
	Anpassungen CMS	15.000,00 €	1.500,00 €
	TourismDataHub	41.500,00 €	1.500,00 €
	Projektmanagementtolls	1.500,00 €	400,00 €
	soziale Netzwerke	12.000,00 €	0,00 €
	Newsletter (intern)	1.500,00 €	300,00 €
Publikationen	Freizeit- und Ausflugstipps	7.500,00 €	8.000,00 €
	Wanderbroschüren	5.000,00 €	0,00 €
	inhaltliche Korrekturen von Fremdpublikationen	6.000,00 €	0,00 €
	fremdsprachige Publikationen	3.500,00 €	500,00 €
	Blöcke Uckermark-Übersichtskarte	1.200,00 €	500,00 €
	Nachdruck	3.765,00 €	1.300,00 €

Marktfor- schung	Destination Brand	2.000,00 €	3.900,00 €
	Befragung/Studien	2.500,00 €	0,00 €
Binnenkommu- nikation	Tourismuswahrnehmung und -akzeptanz	7.500,00 €	2.000,00 €
	Beratung und Stellungnahmen	16.000,00 €	0,00 €
	Workshops, Seminare, Seminarreise	7.000,00 €	500,00 €
	Regionalmarke Uckermark - Premiumpartnerschaft	3.000,00 €	12.605,00 €
	tourismus-uckermark.de/intern	13.000,00 €	0,00 €
	Klassifizierung/Zertifizierung (Beratungsleistung)	6.000,00 €	0,00 €
Medien	Redaktionsplan	11.000,00 €	0,00 €
	Externer Pressedienst (djd Deutsche Journalistendienste)	2.400,00 €	2.000,00 €
	PR-Themenplan (Easy PR)	2.400,00 €	2.000,00 €
	Auslandsmedien	2.300,00 €	1.700,00 €
	Medienpartner	5.300,00 €	1.000,00 €
	Pflege und Ausbau des digitalen Fotoarchivs	5.000,00 €	0,00 €
	Bearbeitung von Presse- und Anzeigenanfragen	11.900,00 €	0,00 €
Messen/ Präsentationen	boot Düsseldorf (20.-28.01.24)	200,00 €	250,00 €
	f.r.e.e. München (14.-18.02.24)	200,00 €	250,00 €
	ITB (05.-07.03.24)	4.000,00 €	1.200,00 €
	VELO Berlin (13.-14.04.24)	3.000,00 €	700,00 €
	Inkontakt Schwedt (06.-08.09.24)	500,00 €	220,00 €
	Berlin Travel Festival	3.000,00 €	1.200,00 €
	TMB/Auslandsmarketing (Polen, Schweiz)	3.100,00 €	0,00 €
	Werbemittel	100,00 €	500,00 €
	Prospektservice	100,00 €	1.500,00 €
	GESAMT	360.465,00 €	89.535,00 €

Investitionsplan

Betriebs-/Geschäftsausstattung (Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögensgegenstände)	2.000,00 €
---	------------

Vorbericht

zum Wirtschaftsplan 2024 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 **499.590,00 EUR** angegeben. Den Einnahmen stehen für das Jahr 2024 Aufwendungen in Höhe von **499.590,00 EUR** gegenüber. Die geplanten Ausgaben decken die voraussichtlichen Einnahmen der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH vollständig ab. Das Jahresergebnis ist ausgeglichen. Für das Jahr 2024 wird wieder eine Unterteilung in „DawI-Leistungen“ und „tmu-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 weitere fünf Jahre, beginnend ab 1. Januar 2022 sind aktuell keine wesentlichen Risiken für die kommunale Gesellschaft erkennbar.

Mit dem Beschluss der Erhöhung des Zuschusses ab dem 1. Januar 2022 für weitere fünf Jahre wurde eine strategische und zukunftsfähige Entscheidung für die Reiseregion Uckermark und die wichtige Regionalentwicklung durch die Mitglieder des Kreistages getroffen. Mit der Budgeterhöhung wird zum Großteil das sogenannte Projektmanagement für die Initiierung, Weiterentwicklung und Umsetzung, aber auch für die regelmäßigen und fachlich zuverlässigen Ansprechpartner in Bezug auf den Uckermarktourismus flächendeckend für den gesamten Landkreis gedeckt. Aufgrund dessen, dass die Betrauung und damit auch Finanzierung einer zeitlichen Begrenzung von 5 Jahren, bis Ende 2026 unterliegt, muss wiederum langfristig an einer Folgefinanzierung und damit weiterhin strategischen Ausrichtung und Planungssicherheit für die Tourismusgesellschaft gearbeitet werden. Hier sind vor allem die sukzessiven Anpassungen der Personalkosten in Anlehnung an den TvöD sowie die allgemeinen Preisentwicklungen zu berücksichtigen. Im Laufe der nächsten Jahre wird auch die beschlossene Erhöhung vollends durch die Personal- und Produktions- bzw. Herstellungskosten verbraucht. Perspektivisch ist eine grundsätzliche Dynamisierung im zur Verfügung gestellten Budget für die Gesellschaft zumindest in Höhe der prognostizierten Personal- und Preisentwicklungen zu bedenken.

Für die weiterhin positiven Entwicklungen der Reiseregion Uckermark stellt die verlässliche Zusammenarbeit und Struktur aus tmu GmbH, 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 und Verantwortlichen 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 Krisen und Sondersituationen haben in den vergangenen Jahren ihr Spuren hinterlassen. Diese und die aktuellen Entwicklungen auch in Bezug auf den Arbeitskräftemangel, die politischen Rahmenbedingungen und Energie- und Preisentwicklungen sorgen weiter für Verunsicherung und hemmen strategische Entscheidungen. Corona, ASP, das Fischsterben in der Oder und die Kommunikationspolitik zur Zukunft des Wirtschaftsstandortes Schwedt mit dem PCK wirken auf einen weitreichenden Imageverlust für die Reiseregion Uckermark ein. Die erarbeitete Position im Wettbewerb der Destinationen, das schnelllebige Informations- und das kurzfristige Buchungsverhalten können mögliche negative Entwicklungen abmildern bzw. auch zum Großteil abwenden.

Parallel zu den eher äußeren Einflüssen und Rahmenbedingungen wächst der ganzheitliche Anspruch an die Tourismusverantwortlichen und somit auch an die „DMO der Zukunft“. Der sich nach und nach verstetigende Anspruch neben dem Management des Tourismus auch der Forderung nach einer Aufgabenerweiterung auf den gesamten „Lebensraum“ in ihrer Destination nachzukommen wächst. Dieser ist aber in und für die Reiseregion noch nicht diskutiert und definiert.

Die tmu GmbH kann sich mit dem geplanten Projektumfang sowie der personellen Ausstattung bis zum Ablauf des Betrauungsaktes (Ende 2026) finanzieren 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 Projektkinhalt 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. Im gemeinsamen Kontext mit den Genehmigungsbehörden und dem Landkreis ist es besonders wichtig, ein investorenfreundliches Klima zu schaffen und zu kommunizieren.
- b) Neben der Erhaltung und Stärkung der 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. Eine positive Tourismuswahrnehmung ist der Grundstein für eine gute Zusammenarbeit und gemeinsame Weiterentwicklung und dient der Förderung der Tourismusakzeptanz.
- 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.