

# **Managementkontrakt**

**zwischen**

**der Stadt Münster**

**und**

**der eigenbetriebsähnlichen Einrichtung**

**Münster Marketing der Stadt Münster**

für den Zeitraum vom  
01.01.2022 bis 31.12.2026

## **Präambel**

Mit den Vereinbarungen dieses Managementkontraktes wird fixiert, welche Zielerwartungen die Stadt Münster und Münster Marketing haben und wie beide Partner dazu beitragen können, diese Ziele zu erreichen.

Münster Marketing ist eine eigenbetriebsähnliche Einrichtung der Stadt Münster und ist zum einen der Informationskategorie A und zum anderen dem Steuerungscluster I zugeordnet. Somit unterliegt Münster Marketing einer vierteljährlichen Berichtspflicht.

Die nachfolgenden Regelungen wurden unter Berücksichtigung der Beteiligungsgrundsätze und der Rahmenrichtlinie für Beteiligungen der Stadt Münster, die im Public Corporate Governance Kodex zusammengefasst sind, erstellt.

### **1. Gültigkeit des Managementkontraktes**

Dieser Managementkontrakt gilt für die Dauer von fünf Jahren vom 01.01.2022 bis zum 31.12.2026. Die Vertragsparteien verpflichten sich, spätestens ein Jahr vor Ablauf der Vereinbarung mit Verhandlungen über die Fortschreibung des Vertrages zu beginnen und den Vertrag bis zum 31.12.2026 abzuschließen.

### **2. Betriebszweck von Münster Marketing**

Als Betriebszweck ist in der Satzung aufgeführt (Stand 6/01)

„Zweck der Einrichtung einschließlich etwaiger Hilfs- und Nebenbetriebe ist die Profilierung und Stärkung von Münster im Wettbewerb der Städte und Regionen durch Instrumente des Stadtmarketings und alle den Betriebszweck fördernden Geschäfte. Dabei arbeitet „Münster Marketing“ eng mit den städtischen Ämtern, Einrichtungen und Gesellschaften zusammen. „Münster Marketing“ kann zur Erfüllung des Betriebszwecks sowohl eigene Leistungen erstellen, als auch die Bestrebungen und Aktivitäten Dritter unterstützen. Der Betriebszweck ist im Rahmen der gesamtstädtischen Zielsetzung der Stadt Münster und individueller Zielvereinbarungen sowie unter Beachtung einer wirtschaftlichen Leistungserbringung zu erfüllen.“

### **3. Zielbestimmungen von Münster Marketing**

Ausgehend vom Betriebszweck sowie allgemeingültiger betriebswirtschaftlicher Grundsätze werden nachfolgende Ziele definiert:

#### **3.1. Oberziele**

Die Zielsetzung von Münster Marketing richtet sich insbesondere nach den Bedürfnissen der Stadt Münster und ihrer Einwohner.

Münster Marketing obliegt die Markenführung der Stadt. Ziele der Arbeit sind, das Profil der Stadt fortzuentwickeln, zu schärfen und zu kommunizieren, die Wahrnehmung nach innen (Bürger und Bürgerinnen) und nach außen zu erhöhen sowie neue Reichweiten und Zielgruppen zu erschließen durch die konsequente Weiterentwicklung der Zukunftsstrategien (Münster Zukünfte, städtische Nachhaltigkeitsstrategie, Innenstadtentwicklung, Tourismusstrategie u.a.) unter Berücksichtigung des Stadtprofils „Wissenschaft und Lebensart“.

## **3.2. Teilziele**

### **3.2.1. Sachziele**

Die Sachziele von Münster Marketing werden organisatorisch in den Geschäftsbereichen und dem Wissenschaftsbüro operationalisiert. Die Aufteilung hier entspricht den fünf Teilerfolgsplänen im Wirtschaftsplan.

#### **3.2.1.1 Strategische Kommunikation und Partizipation**

- Profilierung der Stadt Münster durch Kommunikation innerhalb und außerhalb der Stadt in allen relevanten Medien und Kommunikationskanälen.
- Weiterentwicklung der digitalen Kommunikation und der Printmedien in enger Anlehnung an die Profile aus dem ISM-Prozess und ihrer Fortschreibung
- Prozessgestaltung großer themen- und spartenübergreifender Projekte (auch ämterübergreifend)
- Entwicklung neuer Formen der Bürger/innenaktivierung
- Int. Öffentlichkeitsarbeit und Auslandsmarketing
- Qualitätsentwicklung von Stadtteilen und Quartieren
- Profilierung Münsters als Stadt des Westfälischen Friedens unter der Leitlinie „Frieden durch Dialog“ nach Innen und Außen.

#### **3.2.1.2 Zentren- und Veranstaltungsmanagement**

- Aufwertung der münsterschen Innenstadt - auch einzelner Innenstadtquartiere oder -viertel
- Initiierung und Begleitung von Innenstadtentwicklungsprozessen gemeinsam mit relevanten Partnern aus Verwaltung, Zivilgesellschaft und Wirtschaft
- Profilbildende Veranstaltungen und Angebote initiieren und fördern, darunter auch Projekte mit nationaler und internationaler Ausstrahlung (ISM-Leitorientierung)
- Weiterentwicklung des öffentlichen Raums durch Reallabore, Rauminszenierungen u. a.

#### **3.2.1.3 Touristik und Kongressmarketing**

- Stärkung des Kongressstandortes Münster in Kooperation mit der „KongressInitiative Münster“ und des Wirtschaftsstandortes gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung GmbH Münster und der Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH.
- Nationale und internationale Positionierung des Kongressstandortes durch Kooperationen
- Optimale Betreuung von Gästen in der Stadt durch „Service aus einer Hand“
- Konsequente Umsetzung der Tourismusstrategie gemeinsam mit relevanten Partner/-innen.

#### **3.2.1.4 Stadtinformation**

- Betrieb von zwei Stadtinformationen als Anlaufstellen für eine umfassende Beratung von Bürgern und Touristen

#### **3.2.1.5 Wissenschaftsbüro**

Umsetzung der im ISM-Prozess erarbeiteten Leitorientierung “Wir werden einer der führenden Bildungs-, Wissenschafts-, Forschungs- und Entwicklungsstandorte in Europa“ insbesondere durch den Auf- und Ausbau sowie das Management von Netzwerken zwischen den Akteuren

in der Wissenschaftsstadt (vor allem Hochschulen und andere wissenschaftliche Einrichtungen).

### 3.2.2. Finanzziele

Die Finanzziele von Münster Marketing leiten sich unmittelbar aus den oben aufgeführten Ober- und Sachzielen ab:

- Erfüllung des Betriebszwecks auf der Basis der jeweiligen beschlossenen Wirtschaftspläne unter Einhaltung der mit der Stadt Münster vereinbarten Finanzmittelbereitstellung
- Es wird geplant, eigene Erlöse (Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge) von ca. 20 % (bezogen auf den Zuschuss) zu generieren.
- Optimierung des Kostendeckungsgrades

### 3.2.3 Finanzmittelbereitstellung der Stadt Münster an Münster Marketing

Die Dotierung basiert auf der Wirtschaftsplanung 2022 – 2026 von Münster Marketing. Dort sind zur Erreichung eines ausgeglichenen Jahresergebnisses folgende Zuweisungen der Stadt Münster für die einzelnen Jahre eingeflossen und werden entsprechend im Haushalt und in der mittelfristigen Finanzplanung bereitgestellt:

2022	2023	2024	2025	2026
3.447.961	3.516.340	3.586.092	3.657.227	3.729.778

Von MM als eigenbetriebsähnlicher Einrichtung mit mittelfristig festgelegtem Budget wird erwartet, dass mit der beschlossenen Finanzmittelbereitstellung der Stadt Münster ausgeglichene Jahresergebnisse erzielt werden.

Für einen wirtschaftlichen Einsatz der finanziellen Ressourcen gelten die folgenden Leitlinien:

- Der Wirtschaftsplan wird jährlich durch den Rat beschlossen.
- Die Münster Marketing zuerkannte Finanzmittelbereitstellung wird von Münster Marketing eigenverantwortlich und eigenständig ausdifferenziert und verwendet.
- Anpassungen innerhalb des Wirtschaftsplans, die im laufenden Wirtschaftsjahr notwendig sind, können eigenverantwortlich durch Münster Marketing vorgenommen werden. Bei wesentlichen Änderungen ist eine geänderte Wirtschaftsplanung vorzulegen.
- Soweit Teile des städtischen Zuschusses aufgrund ungeplanter Vorkommnisse nicht durch Münster Marketing verbraucht wurden, können diese durch den städtischen Haushalt zurückgefordert werden. Dies betrifft insbesondere Überschüsse, die aufgrund externer Transferleistungen (z.B. für Coronahilfen) entstehen.
- In der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Jahresüberschüsse, die bei einem planmäßigen Betrieb von Münster Marketing am Ende eines Geschäftsjahres verbleiben, werden für die Folgejahre in eine Gewinnrücklage von Münster Marketing eingestellt. In dieser Gewinnrücklage sollen Beträge aus Bewirtschaftungsverbesserungen angesammelt werden, die sich durch Einsparungen bei den Sachkosten oder durch Mehreinnahmen bei den Erträgen ergeben (eigene Managementleistungen). Diese Verwendung dieser Gewinnrücklage kann durch Münster Marketing in eigener Verantwortung bestimmt werden, soweit die pekuniäre Deckung der Rücklage durch liquide Mittel gegeben ist.

- Regelungen zum Defizitausgleich: für den Ausgleich zukünftiger Tarifsteigerungen, die während der Laufzeit des Managementkontrakts beschlossen werden, erfolgt die vollständige Übernahme der tarifbedingten Mehraufwendungen durch die Stadt Münster. Kalkuliert sind die folgenden Personalaufwendungen:

<b>Geschäftsjahr</b>	<b>Personalaufwand</b>
<b>2022</b>	2.727.300
<b>2023</b>	2.768.210
<b>2024</b>	2.809.733
<b>2025</b>	2.851.879
<b>2026</b>	2.894.657

Die diese kalkulierten Personalaufwendungen übersteigenden Beträge werden als zusätzlicher Zuschuss von der Stadt Münster an Münster Marketing gezahlt. Der Personalaufwand wurde auf der Basis des Personaleinsatzes kalkuliert, der der aktuellen Wirtschaftsplanung zugrunde liegt. Der Ausgleich der Personalkosten erfolgt durch Subtraktion des Ist-Aufwandes mit dem für das jeweilige Wirtschaftsjahr kalkulierten Personalaufwand (s. Tabelle oben). Dabei wird eine Erhöhung des Personaleinsatzes nicht durch die Stadt Münster, sondern durch Münster Marketing getragen.

#### **4. Sonstige Vereinbarungen**

- Für das Berichtswesen gelten die Beteiligungsgrundsätze und die Rahmenrichtlinien für Beteiligungen der Stadt Münster (Public Corporate Governance Kodex) in ihrer jeweils gültigen Fassung.
- Münster Marketing unterliegt einer vierteljährlichen Berichtspflicht. Die Quartalsberichte sind, im von der Stadt Münster vorgegebenen Format, rechtzeitig nach Anforderung zu übermitteln.

Münster, den \_\_\_\_\_

Für die Stadt Münster

Für Münster Marketing

.....  
Christine Zeller  
Stadtkämmerin

.....  
Bernadette Spinnen  
Betriebsleiterin