

**Wirtschaftsplan 2025**  
**Münster Marketing**

## Inhaltsverzeichnis

### Wirtschaftsplan 2025

1. Vorbemerkungen zum Wirtschaftsplan 2025 .....	3
2. Darstellung der Betriebseinrichtung MÜNSTER MARKETING .....	6
3. Erfolgsplan 2025 der MÜNSTER MARKETING .....	10
4. Teilerfolgsplan .....	14
5. Vermögensplan MÜNSTER MARKETING .....	15
6. Finanzplan 2025 – 2029 .....	16
7. Stellenübersicht Münster Marketing 2025 .....	17

## 1. Vorbemerkungen zum Wirtschaftsplan 2025

### MÜNSTER MARKETING

Rechtsgrundlage für die Erstellung des **Wirtschaftsplanes 2025** ist die Eigenbetriebsverordnung (EigVO NW) in der Fassung vom 16.11.2004.

Der hier vorgelegte Wirtschaftsplan stellt die von der eigenbetriebsähnlichen Einrichtung MÜNSTER MARKETING zu erbringenden Leistungen und die erforderlichen Ressourcen dar.

Gem. § 14 EigVO besteht der Wirtschaftsplan aus dem Erfolgsplan, dem Vermögensplan und der Stellenübersicht.

Der **Erfolgsplan** des Eigenbetriebes enthält alle voraussehbaren Erträge und Aufwendungen des Wirtschaftsjahres. Er basiert auf den erzielten Ergebnissen des Wirtschaftsjahres 2023 und auf den heute bekannten und sich bereits abzeichnenden Tendenzen und Trends des laufenden Wirtschaftsjahres 2024.

Der Erfolgsplan zeigt neben den Wirtschaftsplanansätzen 2024 und 2025 auch das Rechnungsergebnis 2023.

Der **Vermögensplan** enthält alle voraussehbaren vermögenswirksamen Einnahmen und Ausgaben aus Anlageänderungen und aus der Kreditwirtschaft, die notwendigen Verpflichtungsermächtigungen sowie auf der Einnahmeseite die vorhandenen oder zu beschaffenden Deckungsmittel.

Die **Stellenübersicht** hat gem. § 17 EigVO NW die im Wirtschaftsjahr erforderlichen Stellen für Beschäftigte zu enthalten. Beamte, die bei dem Eigenbetrieb beschäftigt werden, sind im Stellenplan der Gemeinde zu führen und in der Stellenübersicht des Eigenbetriebes nachrichtlich anzugeben. Zum Vergleich sind die Zahlen der im laufenden Wirtschaftsjahr vorgesehenen und der tatsächlich besetzten Stellen anzugeben.

## Erfolgsplan 2025

**Erträge** und **Aufwendungen** des Erfolgsplans gliedern sich wie folgt:

<b>Erträge</b>	<b>EUR</b>
Umsatzerlöse	713.791
Sonstige betriebliche Erträge	2.070
Zinsen und ähnliche Erträge	50.000
Erhaltene Zuweisungen	3.637.102
Erträge aus Auflösung von Rücklagen	80.000
	<b>4.482.963</b>

<b>Aufwendungen</b>	<b>EUR</b>
Materialaufwand	320.230
Personalaufwendungen	3.180.567
Abschreibungen	16.000
Sonstige betriebliche Aufwendungen	908.166
Gegebene Zuschüsse	36.000
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0
Sonstige Steuern	30.000
	<b>4.482.963</b>

## Vermögensplan 2025

Die **Auszahlungen** und deren **Deckungsmittel** stellen sich im Vermögensplan folgendermaßen dar:

<b>Auszahlungen</b>	<b>EUR</b>
Investitionen	8.000
Darlehntilgungen	0
<b>Summe Auszahlungen</b>	<b>8.000</b>

<b>Deckungsmittel</b>	<b>EUR</b>
Abschreibungen	16.000
Kredite	0
<b>Summe Deckungsmittel</b>	<b>16.000</b>

Münster,

i.V.

Denstorff  
Stadtbaurat

i.A.

Spinnen  
Betriebsleiterin

i.V.

Zeller  
Stadtkämmerin

## 2. Darstellung der Betriebseinrichtung MÜNSTER MARKETING

Seit dem 01.07.2001 wird MÜNSTER MARKETING als eigenbetriebsähnliche Einrichtung geführt. MÜNSTER MARKETING ist dem Dezernat III des Stadtbaurates zugeordnet und damit eng mit der Stadtentwicklung verbunden.

MÜNSTER MARKETING obliegt die Markenführung der Stadt. Ziele der Arbeit sind, das Profil der Stadt weiterzuentwickeln, zu schärfen und zu kommunizieren, die Wahrnehmung nach innen (Bürger\*innen) 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 der Berücksichtigung des Profils „Wissenschaft und Lebensart“.

Diese Zielsetzung wird innerhalb der folgenden Themenbereiche umgesetzt:

### ➤ **Übergreifende Marketingaktivitäten**

- ⇒ Geschäftsführung, Arbeitskreise und Betriebsausschuss, Beirat Münster Marketing
- ⇒ Integrierter Stadtmarketing- und Stadtentwicklungsprozess / MünsterZukünfte, Innenstadtentwicklung u. a.
- ⇒ Weiterentwicklung von Vermarktungsclaims sowie einer „Dachmarke“ für Münster
- ⇒ Betreuung und Begleitung gesamtstädtischer profilbildender (Groß-)Projekte
- ⇒ Sponsorenakquise

### ➤ **Strategische Kommunikation und Partizipation**

- ⇒ Strategische Markenführung und Kommunikation mit entsprechendem Einsatz unterschiedlicher Medien und Formate
- ⇒ Stärkung der Stadt(teil)identität
- ⇒ Prozessgestaltung großer themen- und spartenübergreifender Projekte (auch ämterübergreifend) wie Klimakommunikation, Quartier und Transformation
- ⇒ Strukturierung und Durchführung von (großformatigen) Beteiligungsprozessen
- ⇒ Strategische und operative Begleitung des neuen Fachbereichs III/3 „SMART CITY“
- ⇒ Weiterentwicklung und Begleitung des Prozesses „Gutes Morgen Münster“
- ⇒ Entwicklung neuer Formen der Bürger\*innenaktivierung
- ⇒ Beratung interner Ämter und Einrichtungen zu Fragen der Stakeholder-Kommunikation und Markenkommunikation
- ⇒ Entwicklung und Umsetzung einer Digitalstrategie für MM

### ➤ **Öffentlichkeitsarbeit und digitales Marketing**

- ⇒ Presse und Öffentlichkeitsarbeit (international)
- ⇒ Öffentlichkeitsarbeit für eigene Veranstaltungen (Hanse-mahl, Schauraum, Dialoge zum Frieden, 375 Jahre Westfälischer Frieden, Schlauraum etc.) und Veranstaltungen von besonderer Strahlkraft (z.B. Skulptur Projekte und andere bedeutende Ausstellungen und Veranstaltungen etc.)
- ⇒ Koordination und Leitung von großen Kommunikationskampagnen

- ⇒ Netzwerkarbeit mit überregionalen Journalisten, Bloggern, Instagrammern
- ⇒ Medien-Kooperationen mit lokalen, überregionalen und intern. Partnern
- ⇒ Auslandsmarketing
- ⇒ Koordinierung des Auftritts von Münster Marketing im Bereich Social Media (Facebook und Instagram)
- ⇒ Pflege des zentralen Fotoarchivs
- ⇒ Pflege des Internetauftritts von Münster Marketing
- ⇒ Türmerin Münster: Öffentlichkeitsarbeit zu der Historie und zu den Themen der Stadt u. a. mit dem Türmerinblog

### ➤ **Friedensbüro**

- ⇒ Moderation der zivilgesellschaftlichen Akteure im Themenfeld „Frieden“
  - Vergabe von Fördermitteln
  - Leitung der AG Frieden
- ⇒ EKS: Dauerhafte Implementierung und operative Umsetzung der mit dem Europäischen Kulturerbesiegel verbundenen Anforderungen
- ⇒ Profilierung Münsters als Stadt des Westfälischen Friedens
  - Netzwerkarbeit lokal, regional und international (z.B. Mayors for Peace)
  - Stakeholdermanagement und Kooperationen im Kongress- und Konferenzbereich
  - Konzeptionierung, Planung und Durchführung von Veranstaltungen und Programmreihen, inklusive Einwerbung von Drittmitteln
  - Vorträge, Führungen, kleinere Publikationen
  - Nutzung/Gestaltung digitaler Anwendungen (z.B. Instagram, Friedensblog, Website, 3D-Modell)

### ➤ **Zentren-, Quartiers- und Stadtteilmanagement**

- ⇒ Ausbau und Weiterentwicklung einer dauerhaften Kooperation mit den Innenstadtakteuren Initiative starke Innenstadt (ISI, runder Tisch der Innenstadtkaufleute, Quartiersgemeinschaften) sowie weiterer Partner u. a. aus Kultur, Bildung, Wissenschaft
- ⇒ Einrichtung und Betrieb eines Zentrenmanagements und des Innenstadt-Zukunftsfonds
- ⇒ Koordinierung und Moderation bei ausgewählten Projekten zur Aufwertung der Innenstadt, z.B. Qualitätsstandards Außengastronomie, Leitbildentwicklung für den öffentlichen Raum, Weihnachtsbeleuchtung, Lichtkonzept Innenstadt, Cityprojekte, Erreichbarkeit Innenstadt
- ⇒ Quartiersmanagement für einzelne Straßen oder Innenstadtteile (z.B. ISG „Bahnhofsviertel“)
- ⇒ Qualitätsentwicklung von Stadtteilen und Quartieren: Aktivierung und Organisation von Bürgerbeteiligungsprozessen sowie Initiierung bzw. Unterstützung von Projekten und Veranstaltungen vor Ort
- ⇒ Kommunikation über und in die Stadtteile zu Aktivitäten und Veranstaltungen
- ⇒ Initiieren und Aufgreifen von Interessen und Anregungen Münsteraner Bürger\*innen und Gruppierungen
- ⇒ Verzahnung von Aktivitäten und Kommunikation sowohl ämterübergreifend als auch stadtteilweit
- ⇒ Bündelung privater und öffentlicher Aktivitäten und Investitionen
- ⇒ Orientierungshilfen für Gäste (Wegweisung)

- ⇒ Initiierung und Begleitung von Präventivmaßnahmen und Konfliktlösungen insbesondere auch im Bereich des Nachtlebens

### ➤ **Veranstaltungsmanagement**

- ⇒ Konzeptionierung und Durchführung eigener (Groß-)Veranstaltungen
- ⇒ Veranstaltungsservice für Veranstalter z.B. runder Tisch der Feste-Veranstalter; Beratung und Begleitung von (Groß-)Veranstaltungen insb. im öffentlichen Raum
- ⇒ Veranstaltungskalender
- ⇒ Zentrale Terminkoordination für Veranstaltungen
- ⇒ Marketingleistungen für Fachbereiche bei stadtzentralen Großveranstaltungen und Maßnahmen (z.B. Weihnachtsmärkte)

### ➤ **Touristik**

- ⇒ Weiterentwicklung der nachhaltigen Tourismusstrategie
- ⇒ Weiterentwicklung von dauerhaften Kooperationen mit touristischen Partnern wie Hotellerie, Gastronomie, Stadtführungsanbietern, Museen, Flughafen Münster Osnabrück, Qualitätssiegel Münsterland sowie der Deutschen Zentrale für Tourismus, Historic Highlights Germany, internationalem Hansebund sowie Tourismus NRW
- ⇒ Aktive Partizipation an den Förderprojekten vom Münsterland e. V. im Bereich Themenradwege
- ⇒ Konzeption und Vertrieb von touristischen Angeboten/Programmen online und offline
- ⇒ Zimmervermittlung für Geschäftsreisende und Privatreisende sowie Abwicklung von Kongresskontingenten
- ⇒ Kundenberatung persönlich vor Ort in der Geschäftsstelle, telefonisch und per Mail
- ⇒ Digitale Transformation: Eingabe offener Daten zu Sehenswürdigkeiten, Unternehmen, Veranstaltungen, Routen in das Open Data Datenportal Münsterland e. V. u. DTV (Deutscher Tourismus Verband)
- ⇒ Beratungen, Workshops für Hotels in Kooperation zu nachhaltigen Zertifizierungen
- ⇒ Sterne Zertifizierung von Ferienwohnungen
- ⇒ Präsentation auf Messen im In- und Ausland

### ➤ **Kongressmarketing**

- ⇒ Weiterentwicklung der nachhaltigen Kongressstrategie
- ⇒ Profilierung des Kongressstandortes Münster durch das Kongressbüro Münster Marketing und mit dem Netzwerk „Kongressinitiative Münster“ (u.a. Hotellerie, Gastronomie, touristische Leistungsträger: Museen, Stadtführer...)
- ⇒ Nationale und internationale Positionierung des Kongressstandortes durch Kooperation mit dem German Convention Bureau (GCB)
- ⇒ Konzeption und Bewerbung des virtuellen Kongress- und Tagungsguides
- ⇒ Entwicklung eines Location Finder Münster mit Partnern (Hotellerie, Gastronomie, Dienstleister) auf Basis von Open Data
- ⇒ Digitale Transformation: Eingabe offener Daten (Hotellerie, Gastronomie, Locations, Dienstleister) in das Open Data Datenportal Münsterland e. V. als Voraussetzung für die Implementierung des Location Finder und für Beteiligung am Open Data Projekt MICE des German Convention Bureau

- ⇒ Kongressakquise
- ⇒ Strategische Weiterentwicklung des Bereiches Tourismus- und Kongressmarketing in den Bereichen Marketing, Sales, Online Marketing, Mailings, Informationsveranstaltungen
- ⇒ Auslobung Kongresspreis Münster

### ➤ **Stadtinformation**

- ⇒ Betrieb von zwei Stadtinformationsstellen: Münster Information und Information im historischen Rathaus
- ⇒ Persönliche, schriftliche und telefonische Beratung von Tourist\*innen und Bürger\*innen
- ⇒ Bereitstellung von digitalen Informationen für Gäste der Stadt über Touchscreens und Monitore / Multimediale App Explore MS
- ⇒ Lotsenfunktion in der Stadtverwaltung
- ⇒ Versand von Informationsmaterial
- ⇒ Ausgabe und Verkauf diverser Printprodukte und Informationsbroschüren für Bürger\*innen und Gäste
- ⇒ Ticketing für diverse touristische und kulturelle Veranstaltungen u. a. der Stadt Münster
- ⇒ Ticketing für Stadtführungen und Rundfahrten
- ⇒ Verkauf von AWM (Abfallwirtschaftsbetrieb MS) Produkten
- ⇒ Organisatorische Abwicklung aller rund um die Bürgerhalle mit Friedenssaal anfallenden Aufgaben (Kartenverkauf, Information, Betreuung, Terminmanagement)

### ➤ **Wissenschaftsbüro**

- ⇒ Geschäftsführung und konzeptionelle Weiterentwicklung Allianz für Wissenschaft
- ⇒ Entwicklung von Schlüsselprojekten in den jeweiligen Clustern
- ⇒ Entwicklung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie für den Gesamtprozess sowie in den jeweiligen Clustern
- ⇒ Einbindung der Wissenschaft in städtische (Strategie)prozesse
- ⇒ In Kooperation mit dem Stadtplanungsamt (Federführung) Entwicklung einer gemeinsam von Wissenschaft und Stadt getragenen Strategie der räumlichen Gesamtentwicklung der Wissenschaftsstadt (Allianz für die Fläche/ Urbane Wissensquartiere)
- ⇒ Vernetzung der Akteure in der Wissenschaftsstadt Münster (Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Bildung)
- ⇒ Positionierung und Profilierung der Wissenschaftsstadt Münster nach Innen und Außen
- ⇒ Positionierung Münsters als profilierter Veranstaltungsort für wissenschaftliche Tagungen und Kongresse
- ⇒ Verankerung des Themas Wissenschaft in der Stadtgesellschaft (Wissenschaftskommunikation)
- ⇒ Aufbau lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Netzwerke mit Fokus Wissenschaft
- ⇒ Entwicklung und Realisierung von Veranstaltungsformaten für strategisch bedeutsame Zielgruppen

### 3. Erfolgsplan 2025 der MÜNSTER MARKETING

		Plan 2025 EUR	Plan 2024 EUR	Rechnungs- ergebnis 2023 EUR
1.	Umsatzerlöse	713.791	708.958	721.736
2.	Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0	0	0
3.	Sonstige betriebliche Erträge	2.070	2.070	5.393
4.	Erhaltene Zuweisungen	3.637.102	3.661.092	4.171.187
<b>5.</b>	<b>Gesamtleistung</b>	<b>4.352.963</b>	<b>4.372.120</b>	<b>4.898.316</b>
6.	Materialaufwand			
	a) Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	17.100	17.100	20.017
	b) Aufwendungen für bezog. Leistungen	303.130	286.902	610.458
7.	Personalaufwendungen			
	a) Löhne und Gehälter	2.500.291	2.488.807	2.282.584
	b) Soziale Abgaben und Aufwendungen f. Altersversorgung und Unterstützung	672.275	661.831	583.051
8.	Abschreibungen	16.000	10.000	15.582
9.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	908.166	841.480	1.472.629
10.	Gegebene Zuschüsse	36.000	36.000	34.000
11.	Zinsen u.ä. Erträge	50.000	0	72.523
12.	Zinsen u.ä. Aufwendungen	0	0	3
13.	Steuern von Einkommen und Ertrag	30.000	30.000	23.267
14.	Erträge aus Auflösung von Rücklagen	80.000	0	0
<b>15.</b>	<b>Jahresergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-70.753</b>

## Allgemeine Erläuterungen zum Erfolgsplan

### 1. Umsatzerlöse 713.791 EUR

Die Umsatzerlöse entfallen auf:	WPL 2025	Vergleich: WPL 2024
Benutzungsgebühren	150.000 EUR	150.000 EUR
Erträge aus Verkauf	40.000 EUR	40.000 EUR
Teilnehmerentgelte	3.500 EUR	3.500 EUR
Leistungsentgelte	134.289 EUR	134.050 EUR
Mieteinnahmen	- EUR	- EUR
Kostenerstattungen	246.002 EUR	231.408 EUR
Erträge aus Provisionen	150.000 EUR	150.000 EUR

### 2. Erhöhung oder Verminderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen 0 EUR

Hierbei handelt es sich um einen Merkposten.

### 3. Sonstige betriebliche Erträge 2.070 EUR

Es handelt sich um Erträge aus Skonti und Mahngebühren.

### 4. Erhaltene Zuweisungen 3.637.102 EUR

Die Zuweisungen entfallen auf:	
Stadt Münster	3.562.102 EUR
Land, Fördermittel	- EUR
Techniker Krankenkasse, Fördermittel	75.000 EUR

Die Einrichtung MÜNSTER MARKETING kann aufgrund ihrer Aufgabenstellung nicht kostendeckend geführt werden. Der Ausgleich wird durch entsprechende Transferleistungen der Stadt Münster vorgenommen.

Die Zuweisungen der Stadt Münster für das Jahr 2025 betragen lt. Zielvereinbarung (Managementkontrakt) 3.657.257 EUR. Diese wurde mit der Beschlussvorlage V/0755/2021 einmalig um 125.125 EUR auf 3.532.102 EUR gekürzt.

Laut Beschluss vom AWLFW vom 06.12.2023 erhält MÜNSTER MARKETING zudem bis einschließlich 2026 einen Personalkostenzuschuss in Höhe von 30.000 EUR für die Stelle Stadteilmanagement Hiltrup.

### 5. Materialaufwand 320.230 EUR

#### a) Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe

Aufwendungen für Energiekosten	2.100 EUR
Aufwendungen für Waren	15.000 EUR

#### b) Aufwendungen für bezogene Leistungen

Wesentlicher Bestandteil dieser Position sind die Aufwendungen für sonstige Dienstleistungen in Höhe von 237.830 EUR. Darüber hinaus fallen Aufwendungen für Honorare, Sachleistungen und Botendienste in Höhe von 65.300 EUR an.

**6. Personalaufwendungen 3.172.567 EUR**

- |           |  |               |
|-----------|--|---------------|
| <b>a)</b> | <b>Löhne und Gehälter</b>  | 2.500.291 EUR |
| <b>b)</b> | <b>Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung</b> | 672.275 EUR   |

Inhalt dieser Position sind die Arbeitgeberanteile zu den Sozialabgaben. Weiterhin sind hier die Gemeindeunfallversicherungsbeiträge, Beihilfen, Zusatzversorgungsaufwendungen und Pensionsverpflichtungen zu nennen.

**7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen des Anlagevermögens 16.000 EUR**

Es wird die lineare Abschreibungsmethode unter Zugrundelegung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer angewendet.

**8. Sonstige betriebliche Aufwendungen 878.166 EUR**

Verwaltungsbedarf	220.550 EUR
Mieten	167.200 EUR
Beiträge, Versicherungen	56.695 EUR
Leistungsverrechnungen	286.221 EUR
Übrige betriebliche Aufwendungen	147.500 EUR

**9. Gegebene Zuschüsse 46.000 EUR**

Zuschuss Turnier der Sieger und AGRAVIS-Cup sowie Schlösser und Burgentag.

**10. Zinsen und ähnliche Erträge 50.000 EUR**

Die Bankgeschäfte werden über die Stadtkasse abgewickelt. Bei dem Ansatz handelt es sich um zu erwartende Zinserträge aus der Anlage liquider Mittel.

**11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen 0 EUR**

**12. Steuern vom Einkommen und Ertrag 30.000 EUR**

## Anlage:

## Mittelfristiger Erfolgsplan 2025 - 2029 der MÜNSTER MARKETING

	Plan 2025 EUR	Plan 2026 EUR	Plan 2027 EUR	Plan 2028 EUR	Plan 2029 EUR
Umsatzerlöse	713.791	731.029	738.339	745.723	753.180
Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0	0	0	0	0
Sonstige betriebliche Er- träge	2.070	3.000	3.000	3.000	3.000
Erhaltene Zuweisungen	3.637.102	3.759.787	3.804.374	3.880.461	3.958.070
<b>Gesamtleistung</b>	<b>4.352.963</b>	<b>4.493.807</b>	<b>4.545.713</b>	<b>4.629.184</b>	<b>4.714.250</b>
Materialaufwand	320.230	359.787	370.581	381.698	393.149
Personalaufwendungen	3.172.567	3.161.743	3.209.169	3.257.307	3.306.167
Abschreibungen	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000
Sonstige betriebliche Auf- wendungen	908.166	910.277	901.963	921.179	945.934
Gegebene Zuschüsse	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Zinsen u.ä. Erträge	50.000	35.000	35.000	30.000	30.000
Zinsen u.ä. Aufwendun- gen	0	0	0	0	0
Steuern vom Einkommen und Ertrag	30.000	35.000	37.000	37.000	37.000
Erträge aus Auflösung von Rücklagen	80.000	0	0	0	0
<b>Jahresergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## 4. Teilerfolgsplan

### 4.1 Strategische Kommunikation und Partizipation

### 4.2 Zentren- und Veranstaltungsmanagement

### 4.3 Touristik und Kongressbüro

### 4.4 Stadtinformation

### 4.5 Wissenschaftsbüro

	4.1 Plan 2025 EUR	4.2 Plan 2025 EUR	4.3 Plan 2025 EUR	4.4 Plan 2025 EUR	4.5 Plan 2025 EUR
Umsatzerlöse	47.030	80.500	321.489	237.448	27.324
Bestandsveränderungen	0	0	0	0	0
Sonstige betriebliche Erträge	414	414	414	414	414
Erhaltene Zuweisungen	920.181	836.331	809.843	679.239	457.196
<b>Gesamtleistung</b>	<b>950.125</b>	<b>903.745</b>	<b>1.106.246</b>	<b>917.101</b>	<b>480.934</b>
Material- u. Projektaufwand	234.231	187.384	167.308	26.769	53.538
Personalaufwendungen	656.065	648.357	760.590	759.684	347.871
Abschreibungen	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200
Sonstige betriebliche Aufwendungen	102.130	100.704	122.648	118.648	86.037
Beiträge/Zuschüsse	0	0	65.000	0	0
Zinsen u.ä. Erträge	17.500	14.000	12.500	2.000	4.000
Zinsen u.ä. Aufwendungen	0	0	0	0	0
Steuern von Einkommen und Ertrag	0	0	20.000	10.000	0
Erträge aus Auflösung von Rücklagen	28.000	22.400	20.000	3.200	6.400
<b>Jahresergebnis</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

## Erläuterungen zum Teilerfolgsplan

Die Umsetzung der Erträge und Aufwendungen für die einzelnen Sparten erfolgt entsprechend dem Managementkontrakt.

In der Position Material- und Projektaufwand wurden alle Aufwendungen angesetzt, die kostentechnisch den Projektkosten zuzurechnen sind. Somit wurde die Position „Sonstige Betriebliche Aufwendungen“ um 349.000 EUR entlastet und enthält an dieser Stelle allgemeine Aufwendungen, die auf die einzelnen Sparten verrechnet werden. Darüber hinaus wurden die Beiträge und Zuschüsse in Höhe von 65.000 EUR (29.000 EUR Beiträge und 36.000 EUR Zuschüsse) separat dargestellt.

## 5. Vermögensplan MÜNSTER MARKETING

I.	Auszahlungen	Plan 2025 EUR	Plan 2024 EUR	Ergebnis 2023 EUR
1.	Investitionen	8.000	8.000	74.361
2.	Darlehstilgungen	0	0	0
	<b>Summe</b>	<b>8.000</b>	<b>8.000</b>	<b>74.361</b>

II.	Deckungsmittel	Plan 2025 EUR	Plan 2024 EUR	Ergebnis 2023 EUR
1.	Abschreibungen	10.000	10.000	15.582
2.	Aufnahme von Krediten	0	0	0
3.	Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag	0	0	-70.753
	<b>Summe</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>-55.171</b>

### Erläuterungen zum Vermögensplan 2025

Bei den Investitionen handelt es sich um allgemeine Ersatzbeschaffungen. Weitere Investitionen sind derzeit nicht geplant.

Als Deckungsmittel dienen die Abschreibungen eines Jahres, da diese nicht zur Auszahlung kommen.

## 6. Finanzplan 2025 – 2029

I.	Investitionen	Plan 2025 EUR	Plan 2026 EUR	Plan 2027 EUR	Plan 2028 EUR	Plan 2029 EUR
1.	Investitionen	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
2.	Darlehstilgungen	0	0	0	0	0
3.	Jahresfehlbetrag	0	0	0	0	0
	<b>Summe</b>	<b>8.000</b>	<b>8.000</b>	<b>8.000</b>	<b>8.000</b>	<b>8.000</b>

II.	Deckungsmittel	Plan 2025 EUR	Plan 2026 EUR	Plan 2027 EUR	Plan 2028 EUR	Plan 2029 EUR
1.	Regelabschreibungen	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000
2.	Aufnahme von Krediten	0	0	0	0	0
3.	Jahresüberschuss	0	0	0	0	0
	<b>Summe</b>	<b>16.000</b>	<b>16.000</b>	<b>16.000</b>	<b>16.000</b>	<b>16.000</b>

<b>III.</b>	<b>Verpflichtungsermächtigungen</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
-------------	-------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------

### Erläuterungen zum Finanzplan 2025

Der Finanzplan von Münster Marketing weist die gesamten Auszahlungen der Jahre 2025 bis 2029 aus und stellt diesen die jeweiligen Deckungsmittel gegenüber.

## 7. Stellenübersicht Münster Marketing 2025

### Stellenübersicht der tariflich Beschäftigten

Stellenwert	Stellen 2024	Stellen 2025	Abweichungen gegenüber 2024	Besetzte Stellen am 30.06.2024	Bemerkungen
TVÖDFEST	1,00	1,00		1,00	
E 15	1,00	1,00		1,00	
E 14	3,00	3,00		3,00	
E 13	1,00	2,00	+1,0	2,00	
E 12	3,00	3,00		3,00	
E 11	6,25	5,25	-1,0	4,64	
E 10	3,63	3,63		3,26	
E 09C	0,50	0,50		0,50	
E 09B	2,00	2,00		1,64	
E 09A	1,37	1,51	+0,14	1,18	
E 08	3,50	3,50		2,67	
E 07	7,68	7,68		7,74	
E 03	0,54	0,54		0,54	
<b>insgesamt</b>	<b>34,47</b>	<b>34,61</b>	<b>+0,14</b>	<b>32,17</b>	

Nachrichtlich:

### Übersicht der Stellen für Beamte/Beamtinnen

Stellenwert	Stellen 2024	Stellen 2025	Abweichungen gegenüber 2024	Besetzte Stellen am 30.06.2024	Bemerkungen
A 12	1,00	1,00		0,73	
<b>Insgesamt</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>		<b>0,73</b>	

### Anpassung des Stellenwerts

Lfd. Nr.	Arbeitsplatz Nr.	Bewertung bisher	Bewertung künftig	Anzahl	Funktion/Aufgabengebiet
1	80.30.0004	E11	E13	1	Sachbearbeiter*in

Zu 1)

Die Stelle 80.30.0004 wurde aufgrund des aktuellen Aufgabenportfolios durch das Personal- und Organisationsamt entsprechend neu bewertet.

### Stellenvermehrungen

Lfd. Nr.	Arbeitsplatz Nr.	Bewertung	Anzahl bisher	Anzahl künftig	Funktion/Aufgabengebiet
1	80.30.0003	E09A	0,86	1	Sachbearbeiter*in

Zu 1)

Die Stelle 80.30.0003 „Sachbearbeiter\*in im Geschäftsbereich Strategische Kommunikation und Partizipation“ wird seit Jahren als Vollzeitstelle ausgeübt, die mit einem Anteil von 0,86 aus dem Stellenplan und mit 0,14 Stellenanteil aus dem Wirtschaftsplan finanziert wird. Mit dem Wirtschaftsplan 2025 soll dieser Anteil nun im Stellenplan abgebildet werden. Es entsteht kein finanzieller Mehraufwand.