

**Wirtschaftsplan 2026**  
**Münster Marketing**

## Inhaltsverzeichnis

### Wirtschaftsplan 2026

1. Vorbemerkungen zum Wirtschaftsplan 2026 .....	3
2. Darstellung der Betriebseinrichtung MÜNSTER MARKETING .....	6
3. Erfolgsplan 2026 - MÜNSTER MARKETING .....	10
4. Vermögensplan 2026 - MÜNSTER MARKETING .....	14
5. Stellenübersicht 2026 - MÜNSTER MARKETING .....	15

## 1. Vorbemerkungen zum Wirtschaftsplan 2026

### MÜNSTER MARKETING

Rechtsgrundlage für die Erstellung des **Wirtschaftsplanes 2026** ist die Eigenbetriebsverordnung (EigVO NRW) 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 NRW besteht der Wirtschaftsplan aus dem Erfolgsplan, dem Vermögensplan und der Stellenübersicht.

Der **Erfolgsplan** des Eigenbetriebes enthält gem. § 15 EigVO NRW alle voraussehbaren Erträge und Aufwendungen des Wirtschaftsjahres. Er basiert auf den erzielten Ergebnissen des Wirtschaftsjahres 2024 und auf den heute bekannten und sich bereits abzeichnenden Tendenzen und Trends des Wirtschaftsjahres 2025.

Der **Vermögensplan** enthält gem. § 16 EigVO NRW 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** enthält gem. § 17 EigVO NRW die im Wirtschaftsjahr erforderlichen Stellen für die tariflichen Beschäftigten einschließlich der Angaben zur Stellenbewertung und Eingruppierung der Stelleninhaber\*innen. Beamte\*innen, die bei der eigenbetriebsähnlichen Einrichtung beschäftigt werden, sind im Stellenplan der Gemeinde zu führen und in der Stellenübersicht von Münster Marketing nur nachrichtlich anzugeben. Zum Vergleich sind die Zahlen der im laufenden Wirtschaftsjahr vorgesehenen und der tatsächlich besetzten Stellen anzugeben.

## Erfolgsplan 2026

Die **Erträge** und deren **Aufwendungen** stellen sich im Vermögensplan folgendermaßen dar:

<b>Erträge</b>	<b>EUR</b>
Umsatzerlöse	885.400
Sonstige betriebliche Erträge	2.050
Zinsen und ähnliche Erträge	28.150
Erhaltene Zuweisungen	3.934.778
<b>Summe Erträge</b>	<b>4.850.378</b>

  

<b>Aufwendungen</b>	<b>EUR</b>
Materialaufwand	470.600
Personalaufwendungen	3.593.285
Abschreibungen	14.920
Sonstige betriebliche Aufwendungen	931.272
Gegebene Zuschüsse	36.000
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0
Sonstige Steuern	3.000
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>5.049.077</b>

  

<b>Planmäßiger Jahresfehlbetrag</b>	<b>-198.699</b>
-------------------------------------	-----------------

## Vermögensplan 2026

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

<b>Auszahlungen</b>	<b>EUR</b>
Jahresfehlbetrag	198.699
Investitionen	8.000
Auszahlungen in das Finanz-Anlagevermögen	24.034
<b>Summe Auszahlungen</b>	<b>230.733</b>

<b>Deckungsmittel</b>	<b>EUR</b>
Abschreibungen	14.920
Zuführung Pension- und Beihilferückstellungen	24.034
<b>Summe Deckungsmittel</b>	<b>38.954</b>
Finanzmittel am Anfang der Periode	776.067
Cash-Flow	-191.779
<b>Finanzmittel am Ende der Periode</b>	<b>584.288</b>

Münster, den 09.01.2026

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:

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

- ⇒ Strategische Markenführung und Kommunikation mit entsprechendem Einsatz unterschiedlicher Medien und Formate
- ⇒ Stärkung der Stadt(teil)identität durch vernetzende Kommunikation und Umsetzung priorisierter Formate
- ⇒ Prozessgestaltung umfassender themen- und spartenübergreifender Projekte (auch ämterübergreifend) in den Bereichen Baustellenkommunikation, Klimakommunikation, Standortstrategie, Quartiersmanagement und organisatorische Transformation
- ⇒ Entwicklung, Strukturierung und Durchführung von (großformatigen) Beteiligungsprozessen
- ⇒ Entwicklung neuer Formen der Bürger\*innenaktivierung
- ⇒ Beratung interner Ämter und Einrichtungen zu Fragen der Stakeholder-Kommunikation, Veranstaltungs- und Markenkommunikation, sowie Moderation übergreifender komplexer Veranstaltungen und Themenbereiche
- ⇒ Entwicklung und Umsetzung einer Digitalstrategie für MM

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

- ⇒ Presse und Öffentlichkeitsarbeit (auch international)
- ⇒ Öffentlichkeitsarbeit für Veranstaltungen (Hanse-mahl, Schauraum, Dialoge zum Frieden, Schlauraum etc.) und Veranstaltungen von besonderer Strahlkraft (z.B. Skulptur Projekte und andere bedeutende Ausstellungen und Veranstaltungen etc.)
- ⇒ Koordination und Leitung umfassender Kommunikationskampagnen
- ⇒ Netzwerkarbeit mit überregionalen Journalisten, Bloggern, Instagrammern
- ⇒ Medien-Kooperationen mit lokalen, überregionalen und intern. Partnern
- ⇒ Auslandsmarketing
- ⇒ Koordinierung der Web-Präsenz u.a. Social Media (Facebook und Instagram)
- ⇒ Türmerin Münster: Öffentlichkeitsarbeit zu der Historie und zu den Themen der Stadt u. a. mit dem Türmerinblog

### ➤ **Friedensbüro**

- ⇒ Motor, Netzwerker und Strategiebereiter für die lebendige Weiterentwicklung des Erbes des Westfälischen Friedens – mit dem Ziel, Münsters Friedensprofil lokal, regional und international sichtbar zu stärken
- ⇒ Stakeholdermanagement auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene inklusive spezifischer Veranstaltungen wie z.B. der Friedenskonvokation
- ⇒ Ermöglichung zivilgesellschaftlicher Veranstaltungen durch Vergabe von Fördermitteln in Kooperation mit der AG Frieden
- ⇒ Begleitung zivilgesellschaftlicher Gremien wie z.B. der AG Frieden auf organisatorischer Ebene
- ⇒ Konzeptionierung, Planung und Durchführung von eigenen profilbildenden Veranstaltungen und Programmreihen, inklusive Einwerbung von Drittmitteln
- ⇒ Dauerhafte Implementierung und operative Umsetzung der mit dem Europäischen Kulturerbesiegel verbundenen Anforderungen sowie aktive Mitarbeit an der Weiterentwicklung des Siegels auf europäischer Ebene
- ⇒ Strategische Themenkommunikation und Wissensvermittlung im digitalen wie analogen Raum

### ➤ **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
- ⇒ Betrieb und Weiterentwicklung eines Zentrenmanagements für die Innenstadt
- ⇒ Aufbau eines Innenstadt-Büros zur weiteren Koordination der Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung (mit dem Stadtplanungsamt und dem Amt für Mobilität und Tiefbau)
- ⇒ Quartiersmanagement für einzelne Straßen oder Innenstadtteile (z.B. ISG Bahnhofsviertel, Hörsterstraße)
- ⇒ 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
- ⇒ Qualitätsentwicklung von Stadtteilen und Quartieren in der Gesamtstadt: Koordination von Stadtteilentwicklungsprozessen, Bindegliedfunktion zwischen den Stadtteilen und der Stadtverwaltung, Aktivierung und Organisation von Bürgerbeteiligungsprozessen sowie Initiierung bzw. Unterstützung von Projekten und Veranstaltungen vor Ort
- ⇒ Aufbau von neuen Nachbarschaften und sozialem Miteinander in wachsenden Außenstadtteilen
- ⇒ 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 „Münster Experience – Tourismus- und Kongress Strategie für Münster
- ⇒ 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
- ⇒ Kooperation mit dem Münsterland e. V. bei radtouristischen Projekten, z. B. Themenradwege
- ⇒ Konzeption und Vertrieb touristischer Angebote/Programme
- ⇒ Zimmervermittlung für Geschäftsreisende und Privatreisende sowie Abwicklung von Kongresskontingenten und großen Reisegruppen
- ⇒ Kundenberatung persönlich vor Ort in der Geschäftsstelle, telefonisch und per Mail
- ⇒ Digitalisierungsprojekte: Eingabe offener Daten zu Sehenswürdigkeiten, Unternehmen, Veranstaltungen, Routen in das Open Data Datenportal Münsterland e. V. u. zur Auspielung u. a. bei Tourismus NRW und der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)
- ⇒ Erarbeitung und Erstellen von Printprodukten zu den Münster-Themen
- ⇒ Beratungen, Workshops für Hotels in Kooperation zu nachhaltigen Zertifizierungen
- ⇒ Präsentation auf Messen und Workshops im In- und Ausland

### ➤ **Kongressmarketing**

- ⇒ Weiterentwicklung der nachhaltigen Münster Experience- Tourismus und Kongressstrategie für Münster
- ⇒ Profilierung des Kongressstandortes Münster durch das Kongressbüro Münster Marketing und mit dem Netzwerk „Kongressinitiative Münster“ (u.a. Hotellerie, Gastronomie, touristische Leistungsträger: Museen, Stadtführer...)
- ⇒ Kongressakquise
- ⇒ Nationale und internationale Positionierung des Kongressstandortes durch Kooperation mit dem German Convention Bureau (GCB)
- ⇒ Konzeption und Bewerbung des virtuellen Kongress- und Tagungsguides
- ⇒ Betreuung und Weiterentwicklung der auf Open-Data basierten Suchmaschine für Veranstaltungsplaner\*innen ‚Location Finder Münster‘ gemeinsam mit Partnern aus den Bereichen Hotellerie, Eventlocations, Gastronomie und Dienstleister

- ⇒ Digitalisierungsprojekte: Eingabe offener Daten (Hotellerie, Gastronomie, Locations, Dienstleister) in das Open Data Datenportal Münsterland e. V. als Voraussetzung für den Location Finder und für die Beteiligung am Open Data Projekt MICE des German Convention Bureaus
- ⇒ Entwicklung zielgruppenspezifischer Social Media Kampagnen
- ⇒ 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 im Stadthaus 1 und Münster 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
- ⇒ Ticketing für diverse touristische und kulturelle Veranstaltungen u. a. der Stadt Münster
- ⇒ Ticketing für Stadtführungen und Rundfahrten
- ⇒ Organisatorische Abwicklung aller rund um die Bürgerhalle mit Friedenssaal anfallenden Aufgaben (Kartenverkauf, Information, Betreuung, Terminmanagement)

### ➤ **Wissenschaftsbüro**

- ⇒ One-stop-agency für alle Belange der Wissenschaft
- ⇒ Positionierung und Profilierung der Wissenschaftsstadt Münster nach Innen und Außen
- ⇒ Positionierung Münsters als profilierter Veranstaltungsort
- ⇒ 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 die Erarbeitung städtischer (Strategie)prozesse und Handlungsprogramme
- ⇒ Vernetzung der Akteure in der Wissenschaftsstadt Münster (Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Bildung)
- ⇒ Wissenschaftskommunikation): Netzwerkmanagement Wissenschaftskommunikator\*innen, Entwicklung und Umsetzung Formate der Wissenschaftskommunikation mit der Zielgruppe Stadtgesellschaft;
- ⇒ Aufbau lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Netzwerke mit Fokus Wissenschaft
- ⇒ Entwicklung und Realisierung von Veranstaltungsformaten für strategisch bedeutsame Zielgruppen
- ⇒ 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)

### 3. Erfolgsplan 2026 - MÜNSTER MARKETING

	Plan 2026 EUR	Plan 2025 EUR	Rechnungs- ergebnis 2024 EUR
1. Umsatzerlöse	885.400	713.791	810.812
2. Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0	0	0
3. Sonstige betriebliche Erträge	2.050	2.070	277.630
4. Erhaltene Zuweisungen	3.934.778	3.637.102	3.770.250
<b>5. Gesamtleistung</b>	<b>4.822.228</b>	<b>4.352.963</b>	<b>4.858.692</b>
6. Materialaufwand			
a) Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	17.900	17.100	20.017
b) Aufwendungen für bezog. Leistungen	452.700	303.130	610.458
7. Personalaufwendungen			
a) Löhne und Gehälter	2.833.227	2.500.291	2.282.584
b) Soziale Abgaben und Aufwendungen f. Altersversorgung und Unterstützung	760.058	672.275	583.051
8. Abschreibungen	14.920	16.000	14.920
9. Sonstige betriebliche Aufwendungen	931.272	908.166	1.112.518
10. Gegebene Zuschüsse	36.000	36.000	49.000
11. Zinsen u.ä. Erträge	28.150	50.000	72.523
12. Zinsen u.ä. Aufwendungen	0	0	3
13. Steuern von Einkommen und Ertrag	3.000	30.000	23.267
<b>14. Jahresergebnis</b>	<b>-198.699</b>	<b>-80.000</b>	<b>94.802</b>

## Allgemeine Erläuterungen zum Erfolgsplan

### 1. Umsatzerlöse 885.400 EUR

Die Umsatzerlöse entfallen auf:	WPL 2026	Vergleich: WPL 2025
Benutzungsgebühren	150.000 EUR	150.000 EUR
Erträge aus Verkauf	40.000 EUR	40.000 EUR
Teilnehmerentgelte	3.500 EUR	3.500 EUR
Leistungsentgelte	155.400 EUR	134.289 EUR
Kostenerstattungen	310.000 EUR	246.002 EUR
Erträge aus Provisionen	190.000 EUR	150.000 EUR

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

Der Bestand an Vorräten ist bei Münster Marketing regelmäßig sehr gering. Es zeichnen sich daher auch keine signifikanten Bestandsveränderungen ab.

### 3. Sonstige betriebliche Erträge 2.050 EUR

Die planbaren sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich aus Skonti und Mahngebühren zusammen.

### 4. Erhaltene Zuweisungen und Zuschüsse 3.934.778 EUR

Die Zuweisungen entfallen auf:	
Stadt Münster	3.899.778 EUR
Techniker Krankenkasse, Fördermittel	35.000 EUR

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

Die Regelzuweisungen der Stadt Münster für das Jahr 2026 betragen lt. Zielvereinbarung (Managementkontrakt) 3.729.778 €.

Im Managementkontrakt zwischen der Stadt Münster und der eigenbetriebsähnlichen Einrichtung Münster Marketing ist vereinbart, dass Personalaufwendungen die tarifbedingt über einem sich jährlich um 1,5 % erhöhenden Planwert liegen, vollständig als zusätzlicher Zuschuss von der Stadt Münster an Münster Marketing gezahlt werden. Aufgrund der Gehaltssteigerungen in den letzten beiden Tarifrunden wird hier ein zusätzlicher Zuschuss in Höhe von 140.000 € angenommen.

Laut Beschluss vom AWLFW vom 06.12.2023 erhält MÜNSTER MARKETING zudem bis einschließlich 2026 einen Personalkostenzuschuss in Höhe von 30.000 € für die Stelle Stadteilmanagement Hiltrup. Der Zuschuss wird von Münster Marketing in voller Höhe an den Wirtschaftsverbund Hiltrup e.V. weitergeleitet.

Daneben befindet sich Münster Marketing gerade in der Antragsphase eines Förderprojektes („Gesundheitsförderung“) bei der Techniker Krankenkasse. Das Projekt hat eine 100 % Förderung. Bei Bewilligung würden sowohl die erhaltenen Zuweisungen als auch die Aufwendungen im Jahr 2026 um bis zu 150.000 € erhöht werden. Im Jahr 2027 und 2028 läge das Volumen bei 200.000 € und im Jahr 2029 bei weiteren 50.000 €.

<b>5. Materialaufwand</b>	<b>470.600 EUR</b>
<b>a) Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe</b>	
Aufwendungen für Energiekosten	2.600 EUR
Aufwendungen für Waren	15.300 EUR
<b>b) Aufwendungen für bezogene Leistungen</b>	
<p>Wesentlicher Bestandteil dieser Position sind die Aufwendungen für sonstige Dienstleistungen in Höhe von 379.300 €. Darüber hinaus fallen Aufwendungen für Honorare, sonstige Sachleistungen und Botendienste in Höhe von 73.100 € an.</p>	
<b>6. Personalaufwendungen</b>	<b>3.567.569 EUR</b>
<b>a) Löhne und Gehälter</b>	2.807.510 EUR
<b>b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung</b>	672.275 EUR
<p>In den Personalaufwendungen sind alle Gehaltsbestandteile, die Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung, die Gemeindeunfallversicherungsbeiträge, Beihilfen sowie die Bildung und Auflösung personalbedingter Rückstellungen enthalten. Die geplanten Werte basieren auf Kalkulationen des Personal- und Organisationsamtes.</p>	
<b>7. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen des Anlagevermögens</b>	<b>14.920 EUR</b>
<p>Münster Marketing nutzt die lineare Abschreibungsmethode</p>	
<b>8. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>931.272 EUR</b>
Verwaltungsbedarf	250.636 EUR
Mieten	166.978 EUR
Beiträge, Versicherungen	59.694 EUR
Interne Leistungsverrechnungen mit städtischen Ämtern und der citeq	296.364 EUR
Übrige betriebliche Aufwendungen	157.600 EUR
<p>Insgesamt werden damit 12,4 % der städtischen Regelzuweisung über interne Leistungsverrechnungen und Mieten an die Stadt Münster zurückgeführt.</p>	
<b>9. Gegebene Zuschüsse</b>	<b>36.000 EUR</b>
<p>Zuschuss Turnier der Sieger 22.000 €, AGRAVIS-Cup 8.000 € sowie Schlösser und Burgentag 6.000 €.</p>	
<b>10. Zinsen und ähnliche Erträge</b>	<b>28.150 EUR</b>
<p>Die Bankgeschäfte werden über die Stadtkasse abgewickelt. Bei dem Ansatz handelt es sich um zu erwartende Zinserträge aus dem Cash-Pooling der Stadt Münster</p>	
<b>11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen</b>	<b>0 EUR</b>
<b>12. Steuern vom Einkommen und Ertrag</b>	<b>3.000 EUR</b>

## Mittelfristiger Erfolgsplan 2026 - 2030 MÜNSTER MARKETING

	Plan 2026 EUR	Plan 2027 EUR	Plan 2028 EUR	Plan 2029 EUR	Plan 2030 EUR
Umsatzerlöse	885.400	903.108	921.170	939.594	958.385
Erhöhung des Bestandes an fertigen und unfertigen Erzeugnissen	0	0	0	0	0
Sonstige betriebliche Erträge	2.050	2.050	2.050	2.050	2.050
Erhaltene Zuweisungen	3.934.778	3.982.874	4.062.531	4.143.782	4.226.657
<b>Gesamtleistung</b>	<b>4.822.228</b>	<b>4.888.032</b>	<b>4.985.751</b>	<b>5.085.425</b>	<b>5.187.093</b>
Materialaufwand	470.600	480.012	489.612	499.404	509.393
Personalaufwendungen	3.593.285	3.541.391	3.594.512	3.648.430	3.703.156
Abschreibungen	14.920	14.920	14.920	14.920	14.920
Sonstige betriebliche Aufwendungen	931.272	949.897	968.895	988.273	1.008.039
Gegebene Zuschüsse	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
Zinsen u.ä. Erträge	28.150	23.110	20.180	17.570	15.310
Zinsen u.ä. Aufwendungen	0	0	0	0	0
Steuern vom Einkommen und Ertrag	3.000	3.060	3.121	3.184	3.247
<b>Jahresergebnis</b>	<b>-198.699</b>	<b>-114.139</b>	<b>-101.130</b>	<b>-87.216</b>	<b>-72.352</b>

Im mittelfristigen Erfolgsplan gehen wir von einer Erhöhung der Materialaufwendungen und sonstigen betrieblichen Aufwendungen von 2,0 % pro Jahr aus. Weiterhin wird auch für den Zeitraum des nächsten Managementkontraktes eine jährliche Erhöhung der städtischen Zuweisung um 2 % pro Jahr angenommen. Für die Personalaufwendungen wird nach Ende des aktuell gültigen Tarifvertrags eine jährliche Tarifsteigerung in Höhe von 1,5 % angenommen. Ab dem 01.01.2027 fallen zudem die Personalkosten für eine befristete Stelle weg.

#### 4. Vermögensplan 2026 - MÜNSTER MARKETING

<b>Auszahlungen</b>	<b>Plan 2026 EUR</b>	<b>Plan 2027 EUR</b>	<b>Plan 2028 EUR</b>	<b>Plan 2029 EUR</b>	<b>Plan 2030 EUR</b>
Jahresfehlbetrag	198.699	114.139	101.130	87.216	72.352
Investitionen	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
Auszahlungen in das Finanz- Anlagevermögen	24.034	24.394	24.760	25.132	25.509
<b>Summe Auszahlungen</b>	<b>230.733</b>	<b>146.533</b>	<b>133.890</b>	<b>120.347</b>	<b>105.861</b>

<b>Deckungsmittel</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>
Abschreibungen	14.920	14.920	14.920	14.920	14.920
Zuführung Pension- und Beihilferück- stellungen	24.034	24.394	24.760	25.132	25.509
<b>Summe Deckungsmittel</b>	<b>38.954</b>	<b>39.314</b>	<b>39.680</b>	<b>40.052</b>	<b>40.429</b>
Finanzmittel am Anfang der Periode	776.067	584.288	477.069	382.859	302.563
Cash-Flow	-191.779	-107.219	-94.210	-80.296	-65.432
<b>Finanzmittel am Ende der Periode</b>	<b>584.288</b>	<b>477.069</b>	<b>382.859</b>	<b>302.563</b>	<b>237.131</b>

Der Vermögensplan von Münster Marketing weist die gesamten Auszahlungen der Jahre 2026 bis 2030 aus und stellt diesen die jeweiligen Deckungsmittel gegenüber.

Der aktuelle Managementkontrakt endet zum 31.12.2026. Für die mittelfristige Planung dieses Wirtschaftsplanes sind die im laufenden Managementkontrakt getroffenen Annahmen zunächst weiter unterstellt. Dies stellt keinen Vorgriff auf den noch zu verhandelnden neuen Managementkontrakt dar.

## 5. Stellenübersicht 2026 - MÜNSTER MARKETING

### Stellenübersicht der tariflich Beschäftigten

Entgeltgruppe	Stellen 2026	Stellen 2025	Veränderung gegenüber 2025	Ist-Besetzung am 30.06.2025
TVÖDFEST	1,00	1,00	0,00	1,00
E15	1,00	1,00	0,00	1,00
E14	3,00	3,00	0,00	2,85
E13	2,00	2,00	0,00	2,00
E12	3,00	3,00	0,00	3,00
E11	5,79	5,25	0,54	5,18
E10	3,00	3,63	-0,63	3,63
E09C	0,50	0,50	0,00	0,69
E09B	2,00	2,00	0,00	1,64
E09A	1,87	1,51	0,36	1,32
E08	3,23	3,50	-0,27	3,00
E07	7,68	7,68	0,00	7,28
E03	0,54	0,54	0,00	0,54
<b>Summe</b>	<b>34,61</b>	<b>34,61</b>	<b>0,00</b>	<b>33,13</b>

### nachrichtlich: Übersicht der Stellen für Beamte und Beamtinnen

Besoldungsgruppe	Stellen 2026	Stellen 2025	Veränderung gegenüber 2025	Ist-Besetzung am 30.06.2025
A12	1,00	1,00	0,00	0,98
<b>Summe</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,98</b>

### Einzelaufstellungen

AP-Nr.	EntgGr 2025	Stelle 2025	EntgGr 2026	Stelle 2026	Funktion	Bemerkungen
80.10.0210	E10	0,63	E11	0,90	Sachbearbeiter/-in	Stellenvermehrung/-wertanpassung Orga-Maßnahme Umstrukturierung mit AP 80.10.0211 (Verfügung OB 10.11.0106 vom 05.06.2025)
80.10.0211	E08	1,00	E08	0,73	Sachbearbeiter/-in	Stellenverminderung Orga-Maßnahme Umstrukturierung mit AP 80.10.0210 (Verfügung OB 10.11.0106 vom 05.06.2025)
80.30.0003	E11	0,36	E09a	0,36	Sachbearbeiter/-in	Stellenwertreduzierung

## zeitlich befristete Projekte - ohne Einrichtung von Stellen -

AP-Nr.	EntgGr	Anzahl	Funktion	Bemerkungen
80.30.0011üp	E13	1,00	Sachbearbeiter/-in	Projektleitung "Mitte Gremmendorf" Befristung bis 31.12.2028
80.10.0107üp	E12	1,00	Sachbearbeiter/-in	Nachtbürgermeister/-in Befristung bis 31.12.2026
80.20.0208üp	E07	0,14	Mitarbeiter/-in Infostelle	geringfügig Beschäftigte
80.20.0306üp	E07	0,29	Mitarbeiter/-in Friedenssaal	geringfügig Beschäftigte