

Zielvereinbarung

zwischen

der KölnTourismus GmbH

und

der Stadt Köln

1. Präambel

Mit den Regelungen dieser Vereinbarung sollen im Rahmen des Pilotversuches die Ziel-erwartungen der Stadt Köln an ihre 100%ige Tochtergesellschaft KölnTourismus GmbH beschrieben und festgelegt werden.

Gemeinsam mit der Unternehmensführung wurden die operativen Zielmarken auf der Grundlage der Spartenrechnung sowie die dazugehörigen Kennzahlen (basierend auf 2007) festgelegt, die die Messbarkeit der Zielerreichung dokumentieren.

In der Pilotphase werden die Ziele zunächst für die Dauer eines Jahres vereinbart.

2. Zielbestimmung der KölnTourismus GmbH

2.1 Betriebszweck

Gegenstand des Unternehmens ist gemäß § 3 des Gesellschaftsvertrages der KölnTourismus GmbH die Positionierung Kölns und seiner Region als attraktive Tourismus- und Kongress-Destination im nationalen und internationalen Markt und damit einhergehend die Erhöhung der Wertschöpfung aus dem Tourismus und dem Kongresswesen für die Wirtschaft in der Stadt und der Region.

Die Gesellschaft ist zu allen Maßnahmen und Geschäften berechtigt, durch die der o. g. Gesellschaftszweck gefördert oder verwirklicht werden kann. Sie kann sich auch an anderen Unternehmen mit gleichem oder ähnlichem Gegenstand beteiligen sowie solche erwerben oder veräußern.

Auf der Grundlage des o. g. formulierten Gesellschaftszweckes wurden aus den bisherigen Tätigkeiten sowie den zukünftig anstehenden Aufgaben die Hauptziele der KölnTourismus GmbH in zwei Bereiche,

Bereich A Sachziele/Tourismuskennzahlen und

Bereich B Finanzziele/Unternehmenskennzahlen gegliedert.

A Sachziele

Tourismuskennzahlen

Zielmarke: **Steigerung der Gästezahlen bzw. der Übernachtungsgäste**

Kennzahl: **Anzahl der Ankünfte u. Übernachtungen in Köln**

Als Bewertungsmaßstab für die Erreichung der v. g. Ziele wird Folgendes vereinbart:

	2007	2008
Ankünfte in Köln	2.423.256	2.550.000
Übernachtungszahlen	4.382.428	4.580.000

Mit dem Aktionsplan 2008, basierend auf der in 2002 entwickelten Marketingstrategie, wird die KölnTourismus GmbH einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der o. g. Gästezahlen leisten. Kernelemente im Internationalen Außenauftritt werden die „Low Cost Carrier Offensive“ sowie die Umsetzung des Leitthemas „Familienerlebnis Köln“ sein.

Zur Verbesserung der Vermarktung der Kongressstadt Köln wurde ein zentrales Kongressbüro eingerichtet und gem. Ratsbeschluss als gesonderte Sparte in der Spartenrechnung ausgewiesen. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass diese Sparte hauptsächlich die Umsatzentwicklung (s. B Finanzziele) in den kundenrelevanten Bereichen positiv beeinflusst.

B Finanzziele

Unternehmenskennzahlen

Von der KölnTourismus GmbH mit mittelfristig festgelegtem Budget wird erwartet, dass mit dem folgenden Zuschuss der Stadt Köln ein ausgeglichenes Jahresergebnisse erzielt wird.

-Zielmarke: **Höhe des Betriebskostenzuschusses**

	2007	2008
-Betriebskostenzuschuss	3.736.000 €	4.180.000 €

Zielmarke: **Steigerung der Umsätze in den kundenrelevanten Bereichen**

Kennzahl: **Umsatzentwicklung parallel mit Deckungsbeitrag III**

(DB I = Erlöse-Wareneinsatz/DBII = DBI-Personalkosten/DBIII= DBII-Sachkosten)

	2007	DB III	2008	DBIII
Zimmervermittlung	124.325 €	-51.076	139.100 €	-7.710
Shops	1.424.098 €	100.489	1.580.700 €	264.831
Stadtführung	223.686 €	1.305	487.338 €	10.308
Ticketing	74.151 €	-21.524	91.662 €	-2.784

Zielmarke: **Erhöhung der Umlaufgeschwindigkeit**

Kennzahl: **Umschlagsdauer des Vorratsvermögens in Jahren**

	2007	2008
Umschlagsdauer in Jahren	1,9	1,7

Entsprechend des vom Finanzausschuss beschlossenen Konzeptes wurden darüber hinaus folgende Finanz- u. Liquiditätsziele vereinbart:

	2007	2008
-Anteil eigenerwirtschaftete Mittel	2.521.500 €	2.622.470 €
-Eigenkapitalquote (Eigenkapital./Gesamtkapital)	52%	59%
-Verschuldungsgrad (Fremdkapital./Gesamtkapital)	40%	33%
-Liquidität (liquide Mittel./kurzfr. Verbindlichkeiten)	15%	47%

3. Berichtspflicht

Über den Stand der Umsetzung der o. g. Ziele wird im Rahmen des laufenden Berichtswesens in den Sitzungen des Aufsichtsrates der KölnTourismus GmbH sowie mindestens einmal jährlich im Finanzausschuss der Stadt Köln berichtet. Bei negativen Zielabweichungen sind unverzüglich Gegensteuerungsmaßnahmen zu ergreifen.

4. Folgen von Zielabweichungen

Sollte der Jahresabschluss –nach Berücksichtigung des städt. Zuschusses (Verlustausgleich)- durch positive Zielabweichungen mit einem Überschuss abschließen, so werden diese Mittel der Rücklage zugeführt und stehen für künftige Aufgaben des Unternehmens zur Verfügung.

Sofern trotz eingeleiteter Gegensteuerungsmaßnahmen bei negativen Zielabweichungen ein Fehlbetrag (nach Verlustausgleich) festgestellt wird, so ist dieser aus den Mitteln der Rücklage zu decken.

Wird durch die allgemeine wirtschaftliche sowie durch eine nicht durch die Gesellschaft beeinflussbare Entwicklung festgestellt, dass die Zielerreichung unmöglich ist, sind Neuverhandlungen anzustreben.

5. Schlussbestimmung

Änderungen und Ergänzungen der Zielvereinbarung bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

Sollte eine Bestimmung dieser Zielvereinbarung unwirksam sein, so bleibt die Zielvereinbarung im Übrigen wirksam und die Vertragsparteien verpflichten sich, eine neue Regelung zu treffen, die dem Zweck der unwirksamen Regelung in zulässiger Weise am nächsten kommt.

Köln, den

Die Partner der Zielvereinbarung

Josef Sommer
Geschäftsführer der
KölnTourismus GmbH

Peter Michael Soénius
Stadtkämmerer
als Gesellschaftervertreter