

Zielvereinbarung
zwischen
der KölnTourismus GmbH
und
der Stadt Köln
für das Geschäftsjahr
2010

1. Präambel

Mit den Regelungen dieser Vereinbarung sollen die Zielerwartungen 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 der dazugehörigen Kennzahlen aus den Jahren 2008 und 2009 festgelegt, welche die Messbarkeit der Zielerreichung dokumentieren.

Bei den Zielmarken handelt es sich um Ziele für das Kalenderjahr 2010.

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: **Rückgang der Gästezahlen eindämmen. Er soll maximal fünf Prozent gegenüber 2009 betragen.**

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

(Beherbergungsstatistik von IT.NRW, Düsseldorf, früher Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik.)

	2008	2009	2010
	(IST)	(IST)	(ZIEL)
Ankünfte in Köln	2.384.775	2.343.504	2.226.329 oder mehr
Übernachtungszahlen	4.308.701	4.133.244	3.926.582 oder mehr

Mit dem Aktionsplan 2010, basierend auf der in 2002 entwickelten Marketingstrategie, welche im August/September 2009 aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise überprüft und aktualisiert wurde, will die KölnTourismus GmbH einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der oben genannten Gästezahlen leisten. Kernelemente im Internationalen Außenauftritt werden die Umsetzung des Leitthemas Medienmetropole Köln mit neuen marktfähigen Produkten, der Ausbau der Web-Präsenz Kölns (Social-Media) sowie die Intensivierung der Zusammenarbeit im Rahmen des erfolgreich gestarteten Partnermodells sein.

B Finanzziele

Unternehmenskennzahlen

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

Höhe des Betriebskostenzuschusses

	2008	2009	2010
Betriebskostenzuschuss	4.180.000 €	4.036.000 €	3.788.200 €

Zielmarke: **Das Erreichen folgender Umsatzwerte in den kundenrelevanten Bereichen und damit eine Steigerung der Umsätze in drei von vier Sparten.**

Kennzahl: **Umsatzentwicklung parallel mit Deckungsbeitrag III**

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

	2008 (IST)	2009 (Vorauss. IST)	2010 (ZIEL)
Zimmervermittlung	91.294 €	99.500 €	112.250 €
DB III	-33.901 €	-60.000 €	-19.202 €
Shops	1.144.523 €	1.128.300 €	1.161.620 €
DB III	206.482 €	350.000 €	481.340 €
Stadtführungen	227.339 €	201.300 €	200.850 €
DB III	-47.510 €	-38.636 €	-50.000 €
Ticketing	71.896 €	59.000 €	101.500 €
DB III	-15.913 €	11.000 €	12.628 €

Zielmarke: **Erhöhung der Umlaufgeschwindigkeit**

Kennzahl: **Umschlagsdauer des Vorratsvermögens in Jahren**

	2008 (IST)	2009 (Vorauss. IST)	2010 (ZIEL)
Umschlagsdauer in Jahren	1,79	1,50	1,30

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

	2008	2009	2010
	(IST)	(Vorauss. IST)	(ZIEL)
Anteil eigenerw. Mittel	2.622.470 €	2.230.000 €	2.157.555 €
Eigenkapitalquote	57 %	61 %	62 %
(Eigenkapital./Gesamtkapital)			
Verschuldungsgrad	43 %	39 %	38 %
(Fremdkapital./Gesamtkapital)			
Liquidität	138 %	180 %	190 %
(liquide Mittel./kurzfr. Verbindlichkeiten)			

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 stehen diese Mittel dem Unternehmen für folgende Aufgaben zur Verfügung:

- Ein Drittel des Betrages für Investitionen
- Ein Drittel zur Ausschüttung an die Mitarbeiter im Rahmen der LOB
- Ein Drittel als Zuführung in die Kapitalrücklage.

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

Dieter Körber
als Gesellschaftervertreter