

Niederschrift

über die 17. Sitzung (öffentlicher Teil)
des Werksausschusses Münster Marketing
am Mittwoch, **03.07.2013**, 17:00 Uhr - 18:39 Uhr,
Braunsberg-Braniewo-Zimmer, Stadtweinhaus, Prinzipalmarkt 8-9, 48143 Münster

Anwesend waren:

von der CDU-Fraktion

Charlotte Nees, Robert Otte, Karin Reismann, Helga Welker

von der SPD-Fraktion

Willi Elbert, Thomas Holz, Wendela-Beate Vilhjalmsen

von der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen/GAL

Carsten Peters

von der FDP-Fraktion

Heinrich Götting

von der Fraktion DIE LINKE.

Rüdiger Sagel

von der Verwaltung

Martina Brandherm, Andrea Deiters, Dietmar König, Petra Panske, Dr. Matthias Schmidt, Fritz Schmücker, Hartwig Schultheiß, Bernadette Spinnen, Waltraud Wilken

für die Schriftführung

Brigitte Kappenberg

Es fehlten:

Dr. Ludwig Schipmann

Gäste:

Andreas Jürgens, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Concunia GmbH

nichtöffentlicher Sitzungsteil

siehe Niederschrift über die 17. Sitzung (nichtöffentlicher Teil) des Werksausschusses Münster Marketing am 03.07.2013

Tagesordnung

- | | | |
|---------------------------|-----|--|
| | 1. | Festlegung der Tagesordnungspunkte, bei denen die Anwesenheit eines Mitgliedes der Verwaltung erforderlich ist |
| | 2. | Eingänge und Mitteilungen |
| | 3. | Bericht der Werksleitung |
| <u>V/0471/2013</u>
III | 4. | Feststellung des Jahresabschlusses von Münster Marketing für das Wirtschaftsjahr 2012 |
| <u>V/0416/2013</u>
II | 5. | Handlungsprogramm 2012 bis 2017 - 1. Projektbericht zur Umsetzung (Auszug Werksausschuss Münster Marketing) |
| <u>V/0473/2013</u>
III | 6. | Regelung zum Reisebusparken in der Vorweihnachtszeit |
| <u>V/0322/2013</u>
III | 7. | Markenentwicklung und -führung "Wissenschaft & Lebensart": Übersetzung der Profilkomponente "Lebensart" |
| <u>V/0125/2013</u>
V | 8. | Münster auf dem Weg zur inklusiven Stadt: Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention |
| | 9. | Anfragen und Anregungen |
| | 10. | Verschiedenes |

Herr **Otte** eröffnete die Sitzung und begrüßte die Anwesenden.

Punkt 1 der Tagesordnung	Festlegung der Tagesordnungspunkte, bei denen die Anwesenheit eines Mitgliedes der Verwaltung erforderlich ist
---------------------------------	---

Herr **Otte** bat Herrn König, zum Tagesordnungspunkt 6 für Fragen zur Verfügung zu stehen.

Punkt 2 der Tagesordnung	Eingänge und Mitteilungen
---------------------------------	----------------------------------

Es lagen keine Eingänge und Mitteilungen vor.

Punkt 3 der Tagesordnung**Bericht der Werksleitung**

Vom 7. bis zum 16. Juni hat die Veranstaltung „Schlauraum“, die vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft in dem Wettbewerb „Stadt der Wissenschaft“ als überzeugendes Projekt ausgezeichnet wurde, stattgefunden. Frau **Spinnen** berichtete, dass das Programm, von Open-Air-Hörsaal über Wissensbar bis hin zur Kopfhörerparty, Jung und Alt angesprochen habe und es gelungen sei, die Wissenschaft den Menschen in der Stadtgesellschaft zugänglich zu machen. Es werde überlegt, ob bestimmte Elemente, die ausgesprochen erfolgreich waren, ggf. weitergeführt werden.

Herr **Schultheiß** ergänzte, dass die Veranstaltung weit über Münster hinaus wahrgenommen wurde.

Herr **Schmücker** teilte mit, dass es im August dieses Jahres eine Wiederholung der Aktion „Bettgeflüster – Zu Gast in der eigenen Stadt“ geben werde. Münsteranerinnen und Münsteraner haben die Möglichkeit, in der Nacht vom 17./18. bzw. 18./19. August für 10 Euro pro Nacht pro Stern pro Zimmer in einem der 19 beteiligten Hotels zu übernachten. Über 1.600 Betten stehen zur Verfügung. Ab dem 15. Juli, 10.00 Uhr, starte die Buchung der Zimmer zeitgleich Online oder persönlich in der Münster Information.

Frau **Spinnen** erklärte, dass die Partner Sparda-Bank Münster und Initiative starke Innenstadt (ISI) die Aktion möglich gemacht haben.

Frau **Brandherm** führte zur Pay what you want-Aktion im Friedenssaal aus:

- In der Woche Ende Januar/Anfang Februar wurde im Friedenssaal kein Eintritt erhoben. Die Monate Januar und Februar sind erfahrungsgemäß besucherschwache Zeiten. Die Besucher konnten selbst entscheiden, ob und wie viel sie zahlen. Die Besucher wurden in 6 Gruppen eingeteilt: Vorher zahlen/keine Spende, nachher zahlen/keine Spende, vorher zahlen/50 % Spende, nachher zahlen/50 % Spende, vorher zahlen/Spende selbst bestimmen, nachher zahlen/Spende selbstbestimmen. Wissenschaftliche Mitarbeiter des Instituts für Marketing der Westfälischen Wilhelmsuniversität führten das Projekt durch und betreuten die Gäste beim Ausfüllen der Fragebögen.
- Insgesamt 430 Gäste haben sich an der Befragung beteiligt.
- Das Durchschnittsalter der Besucher lag bei 48 Jahren.
- Knapp 60 % kamen aus Deutschland, davon 40 % aus NRW
- Gründe für den Friedenssaalbesuch:
 - 40 % historisches Interesse
 - 15 % Münsteraner, die den Saal ihren Gästen zeigen wollten
 - 15 % im Rahmen einer Stadtführung
- Zwei Drittel der Gäste kannten den Eintrittspreis nicht, ebenfalls zwei Drittel hatten im Vorfeld keine Kenntnis von der Pay what you want-Aktion. Trotzdem erhöhten sich die Besucherzahlen in der Testwoche um das 1,8-fache.
- Im Durchschnitt zahlten die Besucher 3,04 € incl. Spende, für den Eintritt zahlten sie im Durchschnitt 2,09 €. Der reguläre Eintrittspreis beträgt für Vollzahler 2,00 €, der ermäßigte Eintritt beträgt 1,50 €. In der Vorwoche betrug der Durchschnittspreis 1,79 €, da in der Regel zahlreiche Besucher in den Genuss des ermäßigten Preises kommen. Der Eintrittspreis in der Aktionswoche lag um 17 % höher als in der Vergleichswoche.
- Nur 1,2 % der Besucher (5 von 430 Personen) zahlten weder eine Spende noch einen Eintrittspreis.

- 6 Besucher zahlten nur eine Spende, so dass insgesamt 11 Personen nichts für den Eintritt in den Friedenssaal zahlten.

Erkenntnisse:

- Die Integration einer Spende senkt den gezahlten Eintrittspreis, da die Spende gedanklich eingerechnet wird und nicht zusätzlich gezahlt wird.
- Der Gesamtpreis ist höher, wenn die Personen den Spendenanteil selbst bestimmen können.
- Die Vermutung, dass die Zahlungsbereitschaft der Gruppe höher ist, die nachher zahlt, hat sich nicht bestätigt. Die Abweichung war nur gering, aber die Unsicherheit der Besucher über den zu zahlenden Betrag war gering.
- Bezieher höherer Einkommen zahlen tendenziell einen höheren Eintrittspreis, nicht aber eine höhere Spende.

Fazit:

Mit einer Pay what you want-Aktion kann der Umsatz kurzfristig gesteigert und die Aufmerksamkeit und das Image verbessert werden.

Auf Nachfrage von Herrn **Holz** wies Frau **Brandherm** darauf hin, dass nur Einzelgäste und nicht Gruppen an der Aktion teilgenommen haben.

Frau **Spinnen** erklärte auf Nachfrage, dass eine Wiederholung für begrenzte Aktionszeiträume ggf. denkbar sei.

Frau **Vilhjalmsson** wies auf eine Vereinbarung im Ältestenrat hin, wonach die Nutzung des Friedenssaals aus konservatorischen Gründen auf ein Mindestmaß reduziert werden soll.

Punkt 4 der Tagesordnung V/0471/2013

Feststellung des Jahresabschlusses von Münster Marketing für das Wirtschaftsjahr 2012

Herr **Jürgens** von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Concunia stellte den Bericht über die Prüfung des Jahresabschlusses von Münster Marketing und den Lagebericht zum 31.12.2012 vor.

Die Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt, ein uneingeschränkter Bestätigungsvermerk wurde erteilt.

Herr **Schmücker** wies darauf hin, dass sich der Verlust im Wesentlichen durch tariflich bedingte Mehraufwendungen für Personalkosten und auf Grund zu erwartender Ertragssteuernachzahlungen für die letzten Jahre erklären lasse.

Frau **Spinnen** stellte den Geschäftsbericht 2012 vor.

Herr **Otte** dankte dem Team von Münster Marketing für die geleistete Arbeit. Frau **Vilhjalmsson** berichtete, dass sie von vielen Kongressveranstaltern äußerst positive Rückmeldungen über den Service des Kongressbüros bekommen habe. Sie sprach den Mitarbeiterinnen einen besonderen Dank aus.

Der Werksausschuss Münster Marketing beschloss einstimmig, dem Rat die Annahme des Beschlussvorschlages der Vorlage zu empfehlen:

„I. Sachentscheidung:

1. Der Jahresabschluss 2012 von Münster Marketing (Anlage) mit einer Bilanzsumme von 1.391.197,41 € wird festgestellt.
2. Die Gewinn- und Verlustrechnung für das Wirtschaftsjahr 2012 weist einen Jahresfehlbetrag von 61.551,36 € aus. Der Jahresfehlbetrag wird aus der Rücklage entnommen.
3. Die Werkleitung Münster Marketing wird für das Wirtschaftsjahr 2012 entlastet.

II. Finanzielle Auswirkungen:

Es entstehen keine Kosten und keine Folgekosten.“

**Punkt 5 der Tagesordnung
V/0416/2013**

Handlungsprogramm 2012 bis 2017 - 1. Projektbericht zur Umsetzung (Auszug Werksausschuss Münster Marketing)

Der Werksausschuss Münster Marketing nahm den Bericht zur Kenntnis.

Frau **Spinnen** berichtete, dass eine Maßnahme zur Haushaltskonsolidierung am 1. Juli umgesetzt worden sei: Aufgrund von Personalreduzierung verringert sich die Öffnungszeit der Münster Information in der Heinrich-Brüning-Straße um eine halbe Stunde. Sie öffnet erst um 10.00 Uhr.

Zum Prüfauftrag, nach Möglichkeiten für eine Beitragsreduzierung für den Verein Münsterland e. V. zu suchen, erklärte Frau **Spinnen**, dass Münster zunächst eine Untersuchung des Kreises Borken abgewartet habe. Diese habe sich allerdings als nicht ausreichend erwiesen. Der Kreis habe entschieden, den Zuschuss weiterhin zu zahlen. Der Beitragserhöhung habe er nicht zugestimmt. Münster habe bisher noch keine Entscheidung getroffen.

Nach kurzer Diskussion beauftragte der Werksausschuss Münster Marketing die Verwaltung, gemeinsam mit dem Münsterland e. V. Gespräche mit den Münsterlandkreisen aufzunehmen, um die erforderlichen Prüfungen über Synergien, Schnittstellen und Finanzanforderungen des Münsterland e. V. mit der Stadt Münster vorzubereiten.

**Punkt 6 der Tagesordnung
V/0473/2013**

Regelung zum Reisebusparken in der Vorweihnachtszeit

Nach ausführlicher Diskussion wurde die Vorlage ohne Beschlussfassung geschoben.

**Punkt 7 der Tagesordnung
V/0322/2013**

Markenentwicklung und -führung "Wissenschaft & Lebensart": Übersetzung der Profilkomponente "Lebensart"

Der Werksausschuss Münster Marketing beschloss einstimmig:

„I. Sachentscheidung:

1. Die Verwaltung wird beauftragt, die Profilkomponente „Lebensart“ des im Integrierten Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingprozesses erarbeiteten Stadtprofils „Wissenschaft & Lebensart“ auf der Grundlage des Konzeptes „Münsters Lebensart“ (Anlage 1) zum zentralen Bestandteil vor allem in der Außenkommunikation zu machen.
2. Es wird zur Kenntnis genommen, dass das Stadtprofil „Wissenschaft & Lebensart“ eine Filterfunktion für die Schwerpunktsetzung von Münster Marketing übernimmt und durch die Initiierung und Umsetzung von Profil stärkenden Projekten weiter gestärkt wird.
3. Münster Marketing wird beauftragt, dieses Profil gemeinsam mit den Akteuren in der Stadt weiter zu entwickeln und zu konkretisieren.

II. Finanzielle Auswirkungen:

Keine“

Punkt 8 der Tagesordnung V/0125/2013	Münster auf dem Weg zur inklusiven Stadt: Aktionsplan zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention
---	---

Die Vorlage wurde ohne Beschlussfassung geschoben.

Punkt 9 der Tagesordnung	Anfragen und Anregungen
---------------------------------	--------------------------------

Es lagen keine Anfragen und Anregungen vor.

Punkt 10 der Tagesordnung	Verschiedenes
----------------------------------	----------------------

Es lagen keine Wortmeldungen vor.

Ende der Sitzung: 18.39 Uhr

gez. Robert Otte
Vorsitz

gez. Brigitte Kappenberg
Schriftführung