

<b>Abteilung/FB</b>	<b>Datum</b>	<b>Status</b>
Controlling	23.01.2013	öffentlich

Az: Q4/2012\_THH14

**Beratungsfolge:****Sitzungsdatum:**

Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus

06.02.2013

zur Kenntnisnahme

**4. Quartalsbereich 2012 Teilhaushalt 14 - Marketing und Tourismus**Abstimmungsergebnis  Ja  Nein  Enthaltung**Bericht:**

Gem. § 21 der Gemeindehaushalts- und -kassenverordnung - GemHKVO - berichtet das Controlling in den politischen Gremien in einem unterjährigem Berichtswesen regelmäßig über die Entwicklung des Ergebnishaushaltes und über die jeweiligen Kennzahlen, die für einzelne Produkte in den einzelnen Teilhaushalten beschlossen wurden. Weiterhin berichtet das Controlling gem. § 4 Abs. 7 GemHKVO regelmäßig über die geplanten Maßnahmen und die entsprechende Zielerreichung der wesentlichen beschlossenen Produkte.

In dem vorliegenden Bericht wird im ersten Teil (1. Quartalsbericht) über das unterjährige Berichtswesen (1.1) und die Entwicklung der jeweiligen Kennzahlen (1.2) berichtet. Im zweiten Teil (2. Maßnahmen und Zielerreichung der wesentlichen Produkte) wird über eben diese berichtet.

**1. Quartalsbericht****1.1 Quartalsbericht Gesamthaushalt THH 14**

Im Folgenden ist die Entwicklung des gesamten Teilhaushaltes 14 - Marketing und Tourismus in Tabellenform dargestellt.

**Gesamt THH 14:**

Ist 1-12/2012	Plan 1-12/2012	Plan 2012
- 214.781,58 €	- 205.675,16 €	- 205.675,16 €

Der gebuchte Istbetrag beträgt 214.781,58 € (Plan: 205.675,16 €) nach Ablauf des Jahres 2012.

<b>SachbearbeiterIn</b>		<b>FachbereichsleiterIn:</b>		<b>Bürgermeister:</b>	
<b>Haushaltsstelle:</b>		<input type="checkbox"/> Mittel stehen zur Verfügung <input type="checkbox"/> Mittel stehen in Höhe von € _____ zur Verfügung <input type="checkbox"/> Mittel stehen nicht zur Verfügung <input type="checkbox"/> Jugendbeteiligung erfolgt		<b>UVP</b> <input type="checkbox"/> keine Bedenken <input type="checkbox"/> Bedenken <input type="checkbox"/> entfällt	
<b>bisherige SV:</b>					

Im Folgenden werden einzelne Positionen des Jahres 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) sind in unter dem Planwert, da in 2012 keine Imagebroschüre erstellt wurde und somit Erlöse aus Anzeigen fehlen. Hinsichtlich Veranstaltungen ist ein Rückgang im Bereich Sponsoring und Umlagen seitens des Gewerbes anzumerken.

## 1.2 Entwicklung der jeweiligen Kennzahlen THH 14

Für die im Teilhaushalt 14 - Marketing und Tourismus beschlossenen Kennzahlen ergeben sich nach Ablauf der drei Quartale 2012 folgende Werte. Alle Kennzahlen sind ohne sonstige kalkulatorische Kosten und ohne Personalgemeinkosten berechnet.

### Produkt Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr, P1.5.7.5.001:

Kennzahl: Refinanzierungsquote  
2012: 12,36 % Refinanzierungsquote (2011: 10,91 %)

Ist 1-12/2012	Plan 1-12/2012	Plan 2012
12,12 %	12,36 %	12,36 %

Der gebuchte Istbetrag beträgt 214.781,58 T€ (Plan: 205.675,16 T€) nach Ablauf des Jahres 2012.

Im Folgenden werden einzelne Positionen des Jahres 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) sind in unter dem Planwert, da in 2012 keine Imagebroschüre erstellt wurde und somit Erlöse aus Anzeigen fehlen. Hinsichtlich Veranstaltungen ist ein Rückgang im Bereich Sponsoring und Umlagen seitens des Gewerbes anzumerken. Die Refinanzierungsquote von 12,12 % (Plan: 12,36 %) hat sich im Gegensatz zu den ersten drei Quartalen in 2012 um 1,88 % erhöht. Grund für die Verbesserung sind die Einnahmen aus der Beteiligung an der Weihnachtsbeleuchtung.
2. Die Aufwendungen für aktives Personal (Ziffer 13) sind aufgrund von nicht eingeplanter Tariferhöhung und Mehrausgaben wegen Vertretung während der Elternzeit über dem Planwert.

## 2. Zielerreichung der wesentlichen Produkte

Die eingesetzten Maßnahmen der beschlossenen wesentlichen Produkte und deren jeweilige Zielerreichung sind im Folgenden aufgeführt:

...

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>1. Ziel:</b>	Erstellung eines Maßnahmenkataloges zur Verringerung des Leerstandes in der Innenstadt bis 30.06.2012.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Bis dato eingesetzte Maßnahmen vor Erstellung eines Maßnahmenkataloges: ständige Pflege der Liste "freie verfügbare Gewerbeflächen" Internet, engen Kontakt zu Vermietern von Gewerbeflächen, Angebotsschreiben an verschiedenen Unternehmen (u.a. Mode, Lebensmittel, Kosmetikartikel), persönliche Kontaktaufnahme zu Expansionsleiter (Grund Angebot), Kontaktherstellung Vermieter/Expansionsleiter bei Interesse.
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Maßnahmenkatalog noch nicht erstellt.
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Abschließende Arbeiten am Maßnahmenkatalog werden bis zu 31.07.2012 erledigt.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht wurde am 27.07.2012 erreicht. Der Maßnahmenkatalog lag der Politik im ASKT am 26.09.2012 zur Ansicht vor.
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>2. Ziel:</b>	Die finanzielle Beteiligung im Bereich Veranstaltungen für 2012 bleibt auf dem Jahresniveau von 2011.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	privatrechtliche Entgelte 2011: 28.174,46 €
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Die Gesamtbeteiligungen im Bereich Veranstaltungen stehen erst nach Beendigungen aller Feste und Veranstaltungen 2012 fest. Im 1. Quartal fand am 29.01.2012 der Stadtgeburtstag "Eiskunst in der Innenstadt" statt. Information zum Fest "Ausgabe/Beteiligung" wurde im ASKT vom 14.03.2012 bekannt gegeben (Ausgaben € 5.700,00 - Einnahmen Beteiligung € 1.200,00).
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Im zweiten Quartal fanden keine Veranstaltungen statt. Abrechnung: Frühlingfest: Ausgaben € 2.479,47 Einnahmen Beteiligung € 2.967,90 (Stand 24.05.2012). Die Veranstaltung Kramermarkt wurde in der Zeit vom 22.-25.06.2012 beworben. Ein Veranstaltungskalender für den Zeitraum Juni - September 2012 wurde erstellt.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Ein Nachfolgeveranstaltungskalender August-Dezember 2012 wurde erstellt. Oktoberfest 2012/Stand 01.10.2012: Ausgaben lt. Plan € 24.800 (im Haushalt veranschlagt € 25.000). Einnahmen € 12.000 (im Haushalt veranschlagt € 15.500) und somit unter Planwert. Zu verzeichnen ist der Rückgang im Sponsoring (unterschiedliche Gründe) und bei den Umlagen (hier könnten noch Zahlungen eintreffen).
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Die finanzielle Beteiligung im Bereich Veranstaltungen für 2012 liegt nach bisherigem Stand bei 24.073,16 €.

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>3. Ziel:</b>	Steigerung der Übernachtungszahlen gegenüber dem 2011 um 5 %. Übernachtungszahlen lagen in 2011 bei 46.126. Es ergibt sich eine Steigerung von 2.300 Übernachtungen für 2012.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Eingesetzte Maßnahmen 2012: u.a. Gastgeber u. Flyer, Anzeigen, Messen und Road-Shows.
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Eine eventuelle Steigerung, bzw. die Übernachtungszahlen 2012 stehen erst im Januar 2013 fest.
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Eine eventuelle Steigerung, bzw. die Übernachtungszahlen 2012 stehen erst im Januar 2013 fest. Auf Basis der Daten des Landesbetriebes für Statistik und Kommunikationstechnologien Niedersachsen (LSKN) gibt der Marktforschungsbericht (Mafo) der Tourismus Marketing Niedersachsen (TMN) monatlich, bzw. pro Quartal Auskunft über die aktuellen Zahlen der Übernachtungen sowie über Reisetrends in monatlich, bzw. pro Quartal Auskunft über die aktuellen Zahlen der Übernachtungen sowie über Reisetrends Niedersachsen. Eine Tendenz ist lt. dem 3. Mafo-Booklet des TMN (Juni 2012) für das erste Quartal 2012 zu 2011 zu erkennen. Es ergibt sich eine Steigerung zum Vorjahr für die Nordseeküste / Ostfriesisches Binnenland von 3,9% - 11,1%. Zurzeit wird von einem Übernachtungszuwachs von 5 - 7 % für die Stadt Schortens ausgegangen. Der Mafo-Bericht über die Monate April bis Juni 2012 liegt noch nicht vor.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Nach eigenem Eindruck und trotz des unbeständigen Wetters im Juni/Juli geht das Stadtmarketing z.Zt. von einem 4 - 6 % Übernachtungszuwachs für die Stadt Schortens aus. Voranmeldungen Busreisen über Buskontor grenzenlos: St. Stephanus: Voranmeldungen 2012: 1 / 2013: 1 Accumer Mühle: Voranmeldungen 2012: 0 / 2013: 10 Eine Umfrage über den Verlauf der Saison 2012 mit Berücksichtigung der Frage nach Monteuren und Urlaubern lag dem Schreiben „Gastgeber 2013“ bei. Die Übernachtungszahlen 2012 stehen erst im Januar 2013 fest.
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Die Übernachtungszahlen lagen in 2012 bei 46.264. Es ergibt sich für 2012 eine Steigerung von 138 Übernachten (0,3 %) zu 2011.

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>4. Ziel:</b>	Umsetzung von Maßnahmen auf Basis des vom Rat der Stadt am 23.06.2010 beschlossenen PR- und Marketingkonzeptes und Durchführung der Unternehmerbefragung bis 30.09.2012 und die Erstellung einer Neubürgerbroschüre bis 31.01.2012.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	jeweilige Power-Point-Präsentationen zum Quartalsbericht I - IV.
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Neubürgerbroschüre wurde erstellt und am 30.03.2012 der Öffentlichkeit vorgestellt, erhältlich im Rathaus, im Stadtmarketing und als Download im Internet. Unternehmerbefragung in der 13. KW gestartet - erste Rückläufe sind zu vermehren.
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Unternehmerbefragung endete am 15.05.2012. Versandt wurde an 1.127 Firmen (abzgl. 53 Rückkehrer wegen Geschäftsaufgabe, Verlegung der Betriebsstätte oder Sparen von Abmeldekosten). Somit reduziert sich die Anzahl der angeschriebenen Firmen auf 1.074. Es erfolgten 99 Rücksendungen (Stand 18.06.2012). Die Auswertung erfolgt ab Juli 2012.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Rücksendung 100 anstatt 99. Die Einpflege der Bögen ist abgeschlossen. Auswertung und Zusammenfassung stehen noch aus - angedachtes Ziel ist der 31.10.2012.
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Im ASKT am 06.12.2012 wurde mit SV-Nr. 11//0438 die Auswertung zur Ansicht vorgelegt.

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>5. Ziel: (Ziel aus 2011)</b>	Fertigstellung von mindestens einer Rad/Wanderroute von angedachten und geplanten vier Rad/Wanderwegen für die Stadt Schortens (Karte/Broschüre/Internet) bis 30.09.2012.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Erstellung der Radrouten ist in Arbeit (Ausschilderung, Flyer, Kartenmaterial und Internet).
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Unter der Voraussicht das alles klappt ggf. Fertigstellung bereits zu den Sommerferien 2012 (Juli).
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Eröffnungstermin Donnerstag, den 19.07.2012 - Einladung an den ASKT folgt.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Die Radroute Schortens nach dem Knotenpunktsystem wurde am 26.07.2012 der Öffentlichkeit und den Medien vorgestellt und gleichzeitig eröffnet.
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>6. Ziel: (Ziel aus 2011)</b>	Erstellung eines Mediaplanes 2012 für die Bereiche Stadtmarketing, Aqua Toll & Naturfreibad Heidmühle und Bürgerhaus Heidmühle bis 31.03.2012.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Gespräche über Ausgabe-Planungen mit den jeweiligen Medien (WZ, NWZ, Jeversches Wochenblatt etc), mit Werbegemeinschaften, Planung Feste, Planung Veranstaltungen etc.
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Mediapläne sind erstellt und mit den jeweiligen Einrichtungsleitern (Aqua Toll/Bürgerhaus) abgesprochen; Fertigstellung aller Pläne erfolgte am 13.03.2012.
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Ziel erreicht

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.5.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr</b>
<b>7. Ziel: (Ziel aus 2011)</b>	Jährlich je zehn Besuche/Gespräche bei Gewerbetreibenden, Unternehmen.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Durchführung von Gesprächen
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	Termin: Nordfrost, Frau Heine 18.04.2012, Termin: Avarto um Gespräch gebeten und warte auf Rückmeldung und Kontaktabfrage/ Kontaktbesuche innerhalb des Unternehmerfragebogens.
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	T. Elektro Reelfs, Herr Reelfs am 23.05.2012 und T: Konzept GmbH, Herrn Peter Golland am 31.05.2012, Vermietertreffen am 27.06.2012.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	Es fanden aufgrund der Ferienzeit und Hochsaison im Stadtmarketing keine Besuche statt. T: IST Ingenieurbüro - DR. Schwerdhelm & Tjardes GbR am 11.09.2012.
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	T: Erbegemeinschaft/ Zoo & Co Popken am 16.10.2012 T: Stefan Wessels Elektro Technik am 23.10.2012 T: Unternehmerabendbrot am 25.10.2012, T: Kornmühle (Bioladen) Frau Stratmann am 28.11.2012 - weitere Termine: Herr Lütjens / Firma Apparel verlegt vom 05.12.2012 auf den 09.01.2013, Herr Hütter / Marine Logistikzentrum am 11.12.2012 - Termin mit der Baumschule Harms (aus Unternehmerbefragung wurde von Dezember auf Anfang Jan verlegt - Termin noch offen). T: Apollo Optik/Frau Eilts am 12.12.2012. T: Stadtbäckerei Siemens, Frau Bauer und Frau Rossmann-Siemens am 14.12.2012 Anzahl Besuche 2012: 11 Unternehmen zzgl. ein Termin Unternehmerabendbrot (TGM) und ein Termin Vermietertreffen Tourismus (TGM). Nächste Termine im Januar 2013. Ziel erreicht.

<b>Produkt-Nummer</b>	<b>P1.5.7.1.001</b>
<b>Produkt-Bezeichnung</b>	<b>Förderung der Wirtschaft</b>
<b>8. Ziel: (Ziel aus 2011, von THH11 übernommen)</b>	Definition konkreter Standortfaktoren, die verbessert werden sollen.
<b>Eingesetzte Maßnahmen:</b>	Teil der Unternehmerbefragung, sh. 4. Ziel
<b>Zielerreichung 1. Quartal 2012</b>	sh. eingesetzte Maßnahme
<b>Zielerreichung 2. Quartal 2012</b>	Nach erfolgter Auswertung der Unternehmerbefragung können hierzu konkretere Aussagen getroffen werden.
<b>Zielerreichung 3. Quartal 2012</b>	sh. eingesetzte Maßnahme
<b>Zielerreichung 4. Quartal 2012</b>	Wurde der Politik am 06.12.2012 (ASKT) vorgelegt. Ziel erreicht.

**Anlagenverzeichnis:**

THH14\_Quartalsbericht\_Q42012\_Produkte mit Kennzahlen und Zielerreichung