

<b>Abteilung/FB</b>	<b>Datum</b>	<b>Status</b>
<b>Controlling</b>	<b>30.05.2016</b>	<b>öffentlich</b>

Az: Q1/2016\_THH14

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

Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus

14.06.2016

zur Kenntnisnahme

**1. Quartalsbericht 2016 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 unterjährigen 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.

Die Istwerte beinhalten die Sekundärbuchungen, die über die Umlageverteilung im 1. Quartal 2016 auf die empfangenen Produkte verteilt wurden.

**1. Ist/Plan/Abweichung****1.1 Ergebnisrechnung**

Der gebuchte Zuschuss-Istbetrag ohne Umlagen beträgt 52,9 T€ (Plan: 65,2 T€) nach Ablauf des ersten Quartals 2016; mit Umlagen 63,6 T€ (Plan: 80,7€).

Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es keine nennenswerten Änderungen, über die berichtet werden kann.

**1.2 Investitionsrechnung**

Es wurden im ersten Quartals 2016 bisher keine Investitionen getätigt (Plan: 2,3 T€).

...

<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>			

### **1.3 Ist-Plan-Abweichung zu ausgewählten Produkten**

Im Teilhaushalt 14 gibt es keine ausgewählten Produkten.

## **2. Kennzahlen**

Für die im Teilhaushalt 14 beschlossene Kennzahl ergibt sich nach Ablauf des ersten Quartals 2016 folgender Wert. Alle Kennzahlen sind inklusive der Sekundärbuchungen aus der Umlageverteilung und den internen Leistungsbeziehungen berechnet.

Der Kostendeckungsgrad beträgt 11,66% nach Ablauf des ersten Quartals 2016 (Plan: 10,71%).

## **3. Ziele und Zielerreichungen**

Im Folgenden sind die jeweiligen Zielerreichungen der beschlossenen Ziele aufgeführt:

### **1. Ziel:**

#### Zieldefinition:

Die Qualitätsinitiative Niedersachsen/TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (QI/TMN) bestätigte am 04.06.2015 acht abschließende Maßnahmen; diese acht Maßnahmen müssen bis zum 30.06.2016 durchgeführt werden (sh. SV-Nr. 11//1701).

Folgende acht Maßnahmen wurden 2015 für 2016 eingereicht und durch die Prüfungsstelle der TMN am 04.06.2016 bestätigt:

#### Maßnahme 1:

Überprüfung der Veranstaltung „Oktoberfest - Die Wiesn für die Friesen“ 2015 für eine eventuelle Neuausrichtung des Festes für das Jahr 2016 (Zielgruppenevaluation, noch zeitgemäß, Qualitätsstandards prüfen) - ggf. Umsetzung / Planung Oktoberfest 2016.

Das Oktoberfest wurde bereits 2015 neu ausgerichtet, u.a. durch Radio Antenne Niedersachsen „Moderator, Band und einem Stargast“, Buspulling um die Stadtmeisterschaft Stadt Schortens, Straffung der Wahl Mühlenkönigin / Mühlenprinzessin und mit dem Museumsdorf Münkeboe (sh. dazu SV-Nr. 11//1262).

#### Maßnahme 2:

Nach der Beendigung des Projektes „Zukunft Schortens 2014/2015“ (September 2015) und unter Berücksichtigung des demographischen Wandels. Entwicklung eines Flyers für die Zielgruppe 60/65 + im Bereich „Radfahren, Kultur und Erholung“.

Im Abschlussbericht des Stadtentwicklungsprozesses 2014/2015 wurden im Arbeitskreis „Zukunft Wirtschaft & Tourismus“ Aufgaben und Ziele im Bereich Tourismus definiert (sh. hierzu Seite 42 ff).

Die Maßnahme 3:

Einbindung des Wochenmarktes in den regionalen/städtischen Tourismus mit einem geplanten Kalender „Tipps zur Region/Ausflüge, Rezepte“ (sh. hierzu Zielerreichung 1. Quartal 2016).

Maßnahme 4:

Erstellung allgemeiner AGB's für Pauschalen mit Leistungen; erledigt am 15.12.2015.

Maßnahme 5:

Aufbau einer touristischen regionalen Messe (Angebote, Fahrradrouten, Ausflüge) zum Frühlingsfest 2016; erfolgt am 25.04.2016.

Maßnahme 6:

Vernetzung des Kulturtourismus (Bürgerhaus Schortens mit seinem Kleinkunstprogramm , der Internationale Schortenser Klinkerzauber etc.). Kulturelle Highlights stellen eine Chance dar, Gäste für die Stadt Schortens über den Tourismus hinaus zu begeistern. Schaffung von Kulturpaketen, u. a. auch für das Gastgeberverzeichnis 2016/2017.

Die Vernetzung ist ein laufender Prozess; z.B. Zusammenarbeit im Bereich Neujahrsempfang, Erstellung von Pauschalen (sh. Gastgeber 2016),

Maßnahme 7:

Entwicklung eines Plakatierungs- und Bannerkalenders zur verbesserten Vermarktung von Veranstaltungen; erstellt am 15.01.2016.

Maßnahme 8:

Erweiterung der Telefontechnik um eine störungsfreie Erreichbarkeit und schnelle und direkte Weitervermittlung ohne lange Wartezeit zu gewährleisten.

Bei Abwesenheit Umstellung der Telefone auf Team, Zentrale oder auf Anrufbeantworter.

Zielerreichung 1. Quartal 2016:

Die Bestätigung/Meldung der Maßnahme 7 plus 1 an die QI/TMN Prüfstelle erfolgte am 20.04.2016 mit Rückbestätigung seitens der TMN am 21.04.2016.

**Folgende Maßnahme wurde auf den Herbst 2016 gelegt:**

Die Maßnahme 3 zur Einbindung des Wochenmarktes in den regionalen/städtischen Tourismus mit einem geplanten Kalender „Tipps zur Region/Ausflüge, zum Wochenmarkt, Rezepte“ wird auf November 2016, mit der Veröffentlichung im Dezember 2016, verlegt. Das Design des Kalenders besteht bereits.

## **2. Ziel:**

### Zieldefinition:

Überprüfung aller durch das Stadtmarketing (FB 12) der Stadt Schortens organisierten Veranstaltungen, dazu gehören das Eiskunsthfest, Frühlingsfest, Schortenser Klinkerzauber, Oktoberfest und der Musikcontest bis 30.05.2016 für den Haushalt THH14 / Jahr 2017 (Zielgruppenevaluation, Akzeptanz, Beliebtheit, noch zeitgemäß, Qualität, Image, Nachhaltigkeit etc.).

### Zielerreichung 1. Quartal 2016:

Ziel erreicht.

Die politischen Gremien haben im Dezember 2015 beschlossen, dass der Fachbereich Stadtmarketing weiterhin das Frühlingsfest, den Klinkerzauber und das Oktoberfest organisiert. Die Ausrichtung der Feste wird kontinuierlich angepasst. Weiterhin werden zukünftig die bisherigen TGM-Veranstaltungen Eisskulpturenfest und Musikcontest vom Fachbereich Stadtmarketing organisiert, sofern die Finanzierung der Veranstaltungen sicher gestellt ist.

## **Anlagenverzeichnis:**

THH14\_Quartalsbericht\_Q12016