

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 der - 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. Die Spalten 1 bis 4 beinhalten folgende Werte:

Spalte 1: Bezeichnung des Teilhaushaltes bzw. Produktnummer

Spalte 2: gebuchte Istwerte bis Dezember 2011

Spalte 3: Planwerte bis einschl. viertes Quartal 2011 (⁴/₄ des Gesamtplanes 2011)

Spalte 4: Gesamtplanwert für das Jahr 2011 gem. Haushalt

...

Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3	Spalte 4
Bezeichnung	Ist 1-12/2011	Plan 1-12/2011	Plan 2011
Gesamt THH14	- 245.319,28 €	- 220.496,31 €	- 220.496,31 €

Die Differenz zwischen Spalte 2 und 3 ergibt sich aus dem höheren Aufwand an Sach- und Dienstleistungen (Ziffer 15). Grund hierfür sind Aufwendungen für die kulturellen Veranstaltungen. Die Entgelte sind zwar im Gegensatz zum Planwert gestiegen (Ziffer 06), aber die erhofften Einnahmen beim Oktoberfest blieben merklich hinter den Erwartungen. Ausschlaggebend hierfür waren die nicht ausgebuchten Zeltveranstaltungen sowie die geringe finanzielle Beteiligung der Gewerbetreibenden.

1.2 Entwicklung der jeweiligen Kennzahlen THH 14

Für die im Teilhaushalt 14 - Marketing und Tourismus beschlossene Kennzahl ergeben sich bis für 2011 folgende Werte, welche in Tabellenform dargestellt sind.

Produkt Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr, P1.5.7.5.001:

Die Refinanzierungsquote im Ist liegt gegenüber dem Planwert um 1,71 Prozentpunkte höher. Grund hierfür ist der prozentual höhere Anstieg der Erträge im Gegensatz zu den Aufwendungen.

Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3	Spalte 4
Bezeichnung	Ist 1-12/2011	Plan 1-12/2011	Plan 2011
P1.5.7.5.001	12,62 %	10,91 %	10,91 %

2. Maßnahmen und Zielerreichung der wesentlichen Produkte

Die eingesetzten Maßnahmen der beschlossenen wesentlichen Produkte und deren jeweilige Zielerreichung im 4. Quartal 2011 sind in der Anlage auf den Seiten 5 bis 12 ersichtlich.