

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.

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 1-6/2012	Plan 1-6/2012	Plan 2012
- 102.913,51 €	- 102.837,58 €	- 205.675,16 €

Der gebuchte Istbetrag beträgt 102,9 T€ (Plan: 102,8 T€) nach Ablauf des ersten Halbjahres 2012; somit stehen noch 102,8 T€ zur Verfügung.

...

-2-

Im Folgenden werden einzelne Positionen aus dem ersten Halbjahr 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) sind in unter dem Planwert, da in 2012 keine Imagebroschüre erstellt wurde und somit Einnahmen aus Anzeigen fehlen.

1.2 Entwicklung der jeweiligen Kennzahlen THH 14

Für die im Teilhaushalt 14 - Marketing und Tourismus beschlossenen Kennzahlen ergeben sich nach Ablauf des ersten Halbjahres 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 1-6/2012	Plan 1-6/2012	Plan 2012
8,75 %	12,36 %	12,36 %

Der gebuchte Istbetrag beträgt 102,9 T€ (Plan: 102,8 T€) nach Ablauf des ersten Halbjahres 2012; somit stehen noch 102,8 T€ zur Verfügung.

Im Folgenden werden einzelne Positionen aus dem ersten Halbjahr 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) sind in unter dem Planwert, da in 2012 keine Imagebroschüre erstellt wurde und somit Einnahmen aus Anzeigen fehlen. Dies spiegelt sich auch in der geringeren Refinanzierungsquote von 8,75 % (Plan: 12,36 %) wider.

2. Zielerreichung der wesentlichen Produkte

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

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
1. Ziel:	Erstellung eines Maßnahmenkataloges zur Verringerung des Leerstandes in der Innenstadt bis 30.06.2012.
Eingesetzte Maßnahmen:	Bis dato eingesetzte Maßnahmen vor Erstellung eines Maßnahmenkataloges: ständige Pflege der Liste "freie verfügbare Gewerbeflächen" Internet, engen Kontakt zu

...

-3-

	Vermietern von Gewerbeflächen, Angebotsschreiben an verschiedenen Unternehmen (u.a. Mode, Lebensmittel, Kosmetikartikel), persönliche Kontaktaufnahme zu Expansionsleiter (Grund Angebot), Kontaktherstellung Vermieter/Expansionsleiter bei Interesse.
Zielerreichung 1. Quartal 2012	Maßnahmenkatalog noch nicht erstellt.
Zielerreichung 2. Quartal 2012	Abschließende Arbeiten am Maßnahmenkatalog werden bis zu 31.07.2012 erledigt.

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
2. Ziel:	Die finanzielle Beteiligung im Bereich Veranstaltungen für 2012 bleibt auf dem Jahresniveau von 2011.
Eingesetzte Maßnahmen:	privatrechtliche Entgelte 2011: 28.174,46 €
Zielerreichung 1. Quartal 2012	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).
Zielerreichung 2. Quartal 2012	Im zweiten Quartal fanden keine Veranstaltungen statt. Abrechnung: Frühlingsfest: 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.

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
3. Ziel:	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.
Eingesetzte Maßnahmen:	Eingesetzte Maßnahmen 2012: u.a. Gastgeber u. Flyer, Anzeigen, Messen und Road-Shows.
Zielerreichung 1. Quartal 2012	Eine eventuelle Steigerung, bzw. die Übernachtungszahlen 2012 stehen erst im Januar 2013 fest.
Zielerreichung 2. Quartal 2012	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)

-4-

	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.
--	--

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
4. Ziel:	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.
Eingesetzte Maßnahmen:	jeweilige Power-Point-Präsentationen zum Quartalsbericht I - IV.
Zielerreichung 1. Quartal 2012	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 vermelden.
Zielerreichung 2. Quartal 2012	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.

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
5. Ziel: (Ziel aus 2011)	Fertigstellung von mindestens einer Rad/Wanderoute von angedachten und geplanten vier Rad/Wanderouten für die Stadt Schortens (Karte/Broschüre/Internet) bis 30.09.2012.
Eingesetzte Maßnahmen:	Erstellung der Radrouten ist in Arbeit (Ausschilderung, Flyer, Kartenmaterial und Internet).
Zielerreichung 1. Quartal 2012	Unter der Voraussicht das alles klappt ggf. Fertigstellung bereits zu den Sommerferien 2012 (Juli).
Zielerreichung 2. Quartal 2012	Eröffnungstermin Donnerstag, den 19.07.2012 - Einladung an den ASKT folgt.

-5-

...

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

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
7. Ziel: (Ziel aus 2011)	Jährlich je zehn Besuche/Gespräche bei Gewerbetreibenden, Unternehmen.
Eingesetzte Maßnahmen:	Durchführung von Gesprächen
Zielerreichung 1. Quartal 2012	Termin: Nordfrost, Frau Heine 18.04.2012, Termin: Avarto um Gespräch gebeten und warte auf Rückmeldung und Kontaktabfrage/ Kontaktbesuche innerhalb des Unternehmerfragebogens.
Zielerreichung 2. Quartal 2012	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.

Produkt-Nummer	P1.5.7.1.001
Produkt-Bezeichnung	Förderung der Wirtschaft
8. Ziel: (Ziel aus 2011, von THH11 übernommen)	Definition konkreter Standortfaktoren, die verbessert werden sollen.
Eingesetzte Maßnahmen:	Teil der Unternehmerbefragung, sh. 4. Ziel
Zielerreichung 1. Quartal 2012	sh. eingesetzte Maßnahme
Zielerreichung 2. Quartal 2012	sh. eingesetzte Maßnahme