Abteilung/FB	Datum	Status
Controlling	11.10.2012	nicht öffentlich

Az: Q3/2012_THH14

Beratungsfolge:**Sitzungsdatum:**

Ausschuss für Sport, Kultur und Tourismus

17.10.2012

zur Kenntnisnahme

3. Quartalsbericht 2012 Teilhaushalt 14 - Marketing und TourismusAbstimmungsergebnis 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.

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 1-9/2012	Plan 1-9/2012	Plan 2012
- 155.594,55 €	- 154.256,37 €	- 205.675,16 €

Der gebuchte Istbetrag beträgt 155,6 T€ (Plan: 154,3 T€) nach Ablauf der drei Quartale 2012. Es stehen somit noch 50,1 T€ zur Verfügung.

SachbearbeiterIn		FachbereichsleiterIn:		Bürgermeister:	
Haushaltsstelle:		☐ Mittel stehen zur Verfügung ☐ Mittel stehen in Höhe von € _____ zur Verfügung ☐ Mittel stehen nicht zur Verfügung ☐ Jugendbeteiligung erfolgt		UVP ☐ keine Bedenken ☐ Bedenken ☐ entfällt	
bisherige SV:					

Im Folgenden werden einzelne Positionen der drei Quartale 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) 16,2 T€ (Plan: 20,3 T€) 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 1-9/2012	Plan 1-9/2012	Plan 2012
10,24 %	12,36 %	12,36 %

Der gebuchte Istbetrag beträgt 155,6 T€ (Plan: 154,3 T€) nach Ablauf der drei Quartale 2012. Es stehen somit noch 50,1 T€ zur Verfügung.

Im Folgenden werden einzelne Positionen der drei Quartale 2012 genauer erläutert.

1. Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) 16,2 T€ (Plan: 20,3 T€) 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 10,24 % (Plan: 12,36 %) hat sich im Gegensatz zum ersten Halbjahr um 1,49 % erhöht. Grund für die Verbesserung sind die Einnahmen aus dem Oktoberfest, welches vom 21. Bis 23. September 2012 satt fand.

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 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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	Ziel erreicht wurde am 27.07.2012 erreicht. Der Maßnahmenkatalog lag der Politik im ASKT am 26.09.2012 zur Ansicht vor.

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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	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).

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) 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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	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.

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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	Rücksendung 100 anstatt 99. Die Einpflege der Bögen ist abgeschlossen. Auswertung und Zusammenfassung stehen noch aus - angedachtes Ziel ist der 31.10.2012.

Produkt-Nummer	P1.5.7.5.001
Produkt-Bezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
5. Ziel: (Ziel aus 2011)	Fertigstellung von mindestens einer Rad/Wanderroute 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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	Die Radroute Schortens nach dem Knotenpunktsystem wurde am 26.07.2012 der Öffentlichkeit und den Medien vorgestellt und gleichzeitig eröffnet.

...

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.
Zielerreichung 3. 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.
Zielerreichung 3. Quartal 2012	Es fanden aufgrund der Ferienzeit und Hochsaison im Stadtmarketing keine Besuche statt. T: IST Ingenieurbüro - DR. Schwerdhelm & Tjardes GbR am 11.09.2012.

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
Zielerreichung 3. Quartal 2012	sh. eingesetzte Maßnahme

Anlagenverzeichnis:

THH14_Quartalsbericht_Q32012_Produkte mit Kennzahlen und Zielerreichung