

Begründung:

Gegenüber der Finanzplanung des Jahres 2012 erhöht sich in 2013 der Zuschussbedarf des Teilhaushaltes 14 von 208.057,00 Euro um 7.199,00 Euro auf 215.256,00 Euro. Dieses ist wie folgt begründet:

1. Ergebnishaushalt

Entwicklung der Erträge

Die Beteiligung der Unternehmen und das Sponsoring sind variable Erträge zugunsten einer Veranstaltung oder eines Festes und somit nicht auf den konkreten Betrag kalkulierbar. Im Jahr 2012 haben sich die Erträge, trotz diverser Gespräche und Kontakte, um ca. 10 % gegenüber dem Vorjahr verringert. Daher rechnen wir im Bereich Erträge mit Erlösen im Gesamtbetrag von € 25.000,00 gegenüber den im Vorjahr (2012) geplanten € 29.000,00.

Entwicklung der Aufwendungen

Bedingt durch eine Steigerung der Personalkosten (Tarifsteigerung) 2013 von € 147.237,00 auf € 153.889,00 und der zusätzlichen Aufwendungen im Bereich Sach- und Dienstleistungen erhöhen sich daher die Aufwendungen für den THH 14 um € 7.199,00.

Im Betrag Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen ist auch das Marketingbudgets mit € 60.000,00 enthalten. Unter Berücksichtigung des Neuzuschnitts der Aufgaben des FB 12 ist dieser Betrag im Einzelnen wie folgt aufgeschlüsselt:

Art	z.Zt. geplanter Betrag €	unter Berücksichtigung des Haushaltssicherungskonzept:	Geplanter Betrag €
Gastgeber 2013	4.250,00		4.250,00
Bürgerbroschüre Einlegeblatt	750,00		750,00
Fahrrad Messe Essen (Reisen & Camping) / Tag der Logistik WHV 2013	2.500,00		2.500,00
Anzeigenwerbung inkl. Veranstaltungs,- Standortwerbung	12.000,00		10.000,00
Merchandise	1.000,00		1.000,00
Veranstaltungen:			
Neujahrsempfang	2.000,00		1.500,00
Frühlingsfest	3.000,00		3.000,00
Oktoberfest	25.000,00		25.000,00
Unterstützung Vereine - Bereich Veranstaltungen seitens der Stadt "Werbung"	1.500,00		1.000,00
Wochenmarkt	1.500,00		750,00
Service Qualität / Intobis	2.500,00		2.000,00
Rad/Wanderoute 2011/2013	1.000,00		750,00
Internet Homepage Verbesserungen	3.000,00		2.500,00

Kosten	60.000,00		55.000,00
--------	-----------	--	-----------

Bauunterhaltungsmaßnahmen

Es sind keine Bauunterhaltungsmaßnahmen für 2013 vorgesehen.

Finanzhaushalt

Der Finanzhaushalt spiegelt die tatsächlichen Zahlungsströme der Einzahlungen und Auszahlungen sowohl des Ergebnishaushaltes als auch der Investitionen. Nach abschließender Beratung in den Fachausschüssen wird dieser berechnet, da hierfür erst die Investitionsmaßnahmen abschließend beraten sein müssen.

2. Investitionsmaßnahmen 2013

Maßnahme	Priorität	Kosten	Aufteilung über mehrere Haushaltsjahre
Erwerb Schaukasten Garten Ecke Rhein/Menkestrasse	Hoch	€ 2.000,00	Nur 2013
Erwerb einer zweiten Werbe-Mastanlage „Bahnhofstraße“	Mittel	€ 3.500,00	Nur 2013

3. Ziele und Kennzahlen

Das erste Ziel wird seitens der Verwaltung vorgeschlagen, da mit den angehenden Veränderungen in der Region (Eröffnung Jade Weser Port, Ansiedlungen im Jade Weser Park, im TCN und Aufstockung Bundeswehrstandort Upjever/Schortens) die Werbung um Einwohner oberste Priorität hat. Neben den sogenannten weichen Standortfaktoren wie Kinderbetreuung, Bildungsmöglichkeiten, Kultur, Erholung, Freizeit ist auch der Service und die Qualität gegenüber dem Gast und Bürger ein wichtiger Bestandteil für die Entscheidung eines zukünftigen Wohnortes.

Das "Q" ist das Siegel für Servicequalität in Deutschland. Mehr als 3.500 Betriebe (z.B. Kommunen, Stadtmarketing, Bäder, Bürgerservice, Hotels etc.) haben sich bundesweit nach den Q-Kriterien zertifizieren lassen und sich somit im besonderen Maße der Servicequalität verschrieben. Die Initiative ServiceQualität Deutschland bietet Betrieben, Kommunen und Gewerbe die Möglichkeit, in einem dreistufigen Verfahren, die Servicequalität im eigenen Haus nachhaltig und kontinuierlich zu verbessern und so die Kunden-/Bürger-/Gästebindung zu erhöhen und zu festigen.

Aufteilung des Dreistufensystems:

Stufe I: Qualitätsaufbau und Entwicklung mit dem Schwerpunkt Servicequalität

Stufe II: Qualitätssicherung mit dem Schwerpunkt Qualitätsmessung

Stufe III: Total Quality Management-System

(Die Stufen bauen aufeinander auf. In Niedersachsen wurden bisher die Stufen I und II eingeführt. Die Einführung der Stufe III erfolgt nach Bedarf)

Den sogenannten Betrieben (Kommunen, touristischem Betrieben etc.) wird damit ein Instrument zur Verfügung gestellt, das hilft, den neuen Gäste- und Bürger-Ansprüchen gerecht zu werden, die Servicequalität im Ort zu verbessern und die Regionale und nationale Wettbewerbsfähigkeit zu gewährleisten.

Durch die in der Schulung erworbenen Kenntnisse über Anwendung und Einsatz der Arbeitsinstrumente erfolgt die Erarbeitung eigener betrieblicher Serviceketten für die jeweiligen Zielgruppen (Bürger und Touristen/Gäste). Weiterhin erfolgt eine Überprüfung der Servicequalität mit Hilfe eines der Qualitätsbausteine dazu zählt, u.a. Beschwerdemanagement, ein Maßnahmenplan mit mindestens **acht** konkreten Maßnahmen.

Das zweite Ziel betrifft die Wirtschaftsförderung und somit den Tourismus. Die Tourist Information des Fachbereich 12 wird die Vermittlung von Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Hotels und Privatzimmer verstärken, d.h. bei erfolgreicher Vermittlung wird eine Provision in Höhe von 10% zuzüglich der gesetzlichen Umsatzsteuer auf die tatsächlich vermittelte Buchung erhoben. Hierfür wird ein Vertrag zwischen dem Fachbereich 12 / Tourist Information und dem Dienstleister (Vermieter) geschlossen.

4. Haushaltssicherungskonzept

Da ein Ausgleich des festgestellten Zuschussbedarfes für den Teilhaushalt 14 aus den anderen Teilhaushalten nicht möglich sein wird und auch die bisherige Finanzplanung von einem unausgeglichenen Haushalt ausgehen musste, ist ein Haushaltssicherungskonzept aufzustellen (§ 110 Abs. 6 NKomVG). Hierdurch bedingt ist die Konsolidierung vordringlichstes Ziel für alle Teilhaushalte. Das bisherige Haushaltssicherungskonzept ist fortzuschreiben und im Hinblick auf den bisherigen Erfolg zu berichten.

Im Haushaltssicherungskonzept 2012 waren für den Teilhaushalt 14 die anliegend dargestellten Punkte aufgenommen. Der erreichte Konsolidierungsbetrag wurde als Istwert 2012 in die Aufstellung übernommen.

Produkt-Nr.	Bezeichnung	Maßnahme	2011 €	Ist 2011 €	2012 €	Ist 2012 * €	2013 €
P1.5.7.5.001	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr	<i>Erlössteigerung im Bereich Merchandising und Provision</i> <i>(Ordentliche Erträge 02)</i>	2.000	3.400	2.000	1.500	Ist im unteren Gesamt- betrag enthalten
Produkt-Nr.	Bezeichnung	Maßnahme	2011 €	Ist 2011 €	2012 €	Ist 2012 * €	2013 €

P1.5.7.5.001	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr	Angemessene finanzielle Beteiligung (Sponsoring / Werbekostenumlage des Gewerbes (privatrechtliche Erträge 06)	23.000	30.528	27.000	15.600	25.000
--------------	--------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

* **Stand 01.10.2012 einschließlich Anteilig Einnahmen Oktoberfest 2012 ...**

5

Erlöse im Bereich Merchandise, finanziellen Beteiligung der Unternehmen (Sponsoring/ Werbekostenumlage) und erzielte Provisionen sind für 2013 wie folgt geplant:

ART	Geplanter Betrag €
Anzeigen u.a. Gastgeber, Einlegeblatt Bürgerbroschüre	3.000,00
Einnahmen T-Info (u.a. Kartenmaterial, Merchandise)	700,00
Provision	1.500,00
Veranstaltungen (Sponsoring/Umlagen):	
Frühlingsfest	3.000,00
Oktoberfest	15.500,00
Refinanzierung Messe Essen (WIR 5)	1.300,00
Gesamtbetrag Erlöse	25.000,00

Die Beteiligungen der Unternehmen und das Sponsoring sind variable Erträge zugunsten einer Veranstaltung oder eines Festes und somit nicht auf einen konkreten Betrag kalkulierbar. Die Erfahrung der letzten 2 Jahre hat gezeigt, dass finanzielle Beteiligungen (Umlage, Sponsoring) rückläufig sind. Eine der Maßnahmen 2012 war daher das Familienfest an den Verein Klosterpark-Freunde e.V. abzugeben. Es entfielen durch diese Maßnahme die allgemeinen Kosten, aber auch die dazugehörigen Erträge der Veranstaltung.

Für 2013 soll mit der Vermittlung von Unterkünften gegen Provisionszahlung die Erlöse des FB 12 / THH 14 gesteigert werden.

Über diese Maßnahme hinaus und unter Berücksichtigung des Haushalts sicherungskonzeptes im Marketingbudgets, angegliedert unter Sach- und Dienstleistungen, schlägt die Verwaltung ab 2013 folgende weitere Einsparung vor:

Aus SV 11//0368

Haushaltsplan 2012	Zuschussbedarf 2012 €	Zuschussbedarf 2012 €	Vorschlag der Verwaltung 2013 €
Marketing, Tourismus und Fremdenverkehr	205.675,00	215.256,00	210.256,00

Begründung:

Innerhalb des Marketingbudgets wird in den Bereichen Anzeigenwerbung, Neujahrsempfang, Unterstützung im Bereich Veranstaltung Dritter (Flyer, Poster), Unterstützung Wochenmarkt, Service Qualität, Radwanderroute und Verbesserung Homepage (allgemeiner Internetauftritt, touristischer Teil „Intobis“) € 5.000,00 eingespart.

...

6

5. Bürgerhaushalt

Im Rahmen des 2. Bürgerhaushaltes wurden seitens der Bürger/innen für den Teilhaushalt **14** die anliegenden Vorschläge unterbreitet. Die Verwaltung hat hierzu ergänzende Anmerkungen vorgenommen. Über die Umsetzung der Vorschläge ist zu beraten.

Folgende Anregungen / Einzelvorschläge wurden im Rahmen des Bürgerhaushaltes abgegeben:

Einzelvorschläge / Anregungen der Bürger/innen	Anmerkung/Vorschlag der Verwaltung
Marketing: deutlich geringerer Ansatz, auf 80T € deckeln	Der Marketingetat betrug 60.000 Euro im Teilhaushalt 14 für das Haushaltsjahr 2012
Marketing: Aufwand - Ergebnis prüfen	Siehe dazu u.a. alle ASKT-Berichte seit 2008 bis heute. Hervorzuheben ist die Initiierung einer einheitlichen Corporate Identity in der Stadt Schortens, Verbessertes Informationsmaterial, u.a. Messestand, Bürgerbroschüre, Image und Gastgeber, Flyer, Internet. Verleihung Prädikat staatl. anerkannter Erholungsort, Klassifizierung Tourist Info als i-Punkt, Erstellung/Aufbau Radroute nach holl. Knotenpunktsystem im gesamten Stadtgebiet, Neuausrichtung Veranstaltungen (Eisfest, Familienfest, Oktoberfest) u.v.m.
Marketing: mehr Engagement erwünscht	Siehe dazu u.a. alle ASKT-Berichte seit 2008 bis heute. U.a. Präsenz auf Veranstaltungen (eigene und von dritten organisierte), Messen und sogenannte Roadshows innerhalb und außerhalb der Region. Mitarbeit in Werbe- und Marketinggemeinschaften, u.a. WIR 5, FTG, Samstags-, Freitagnachmittagöffnungszeiten Juli – September u.v.m.
Anzahl der Steuerzahler durch attraktive Angebote in der Stadt erhöhen	Siehe dazu u.a. alle ASKT-Berichte seit 2008 bis heute. Vieles macht unsere Stadt interessant, neben Familienprogramme, Kinderbetreuungsangebote u.a. auch Aqua Toll, Bürgerhaus (Kultur), Stadtbücherei, städtische Open-Air-Veranstaltungen und

	Feste (u.a. Eisfest, Famfest, Oktoberfest), Natur (Rad) etc.
im Haushalt ausgewiesene Personalkosten für Marketing erscheinen zu hoch	Keine Angaben
Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung zusammenfassen	Stadtmarketing und Tourismus ist ein Teil der Wirtschaftsförderung (Provisionen, Gewerbeeinkünfte etc.)
Umzug des Marketings ins Rathaus oder Bürgerhaus	Dieser Vorschlag war 2011 bereits in den Ausschüssen und wurde abgelehnt. In dem 2008 angekauften und eingerichteten Haus befindet sich auch die klassifizierte Tourist-Information der sogenannte „I-Punkt“, welches ein Teil der Anforderung zum staatl. anerkannten Erholungsort ist.
Aktion Adventskalender auch in Schortens einführen	Weihnachten: Sterntaler wird seitens des TGM's und Wunschbaum seitens der Stadt Schortens durchgeführt.
Einzelvorschläge / Anregungen der Bürger/innen	Anmerkung/Vorschlag der Verwaltung
neue Bürger ansiedeln, Grundstücke anbieten, Anreize durch Kaufpreisermäßigung schaffen	Lt. VA vom 12.06.2012 mit Nachricht an FB 12 vom 19.06.2012 wurden die Bauplätze: Am Pelzershamm 23, Bahnweg 28a und Weidenweg 4 mit neuen VK-Preisen (ermäßigt) ausgewiesen.
Verlagerung des Schwerpunktes Marketing auf Werbung Zuzugwilliger, Leerstandsmanagement, Unterstützung Gewerbebetriebe durch Infos	Ist Teil der Neuausrichtung des Stadtmarketing (SV 11//0311) - siehe dazu Punkt 5 der von der Politik verabschiedeten Aufgaben „Standortmarketing und Citymarketing“ und zusätzlich den Maßnahmenkatalog zur Verringerung des Leerstandes in der Innenstadt vom 27.07.2012 (Ziel 1 / THH 14/2012)