

<u>Abteilung/FB</u>	<u>Datum</u>	<u>Status</u>
Controlling	16.03.2017	öffentlich

Az: Q4/2016\_THH14

**Beratungsfolge:**

Ausschuss für Stadtmarketing, Kultur und  
Tourismus

**Sitzungsdatum:**

22.03.2017 zur Kenntnisnahme

#### **4. Quartalsbericht 2016 Teilhaushalt 14 - Marketing und Tourismus**

**Bericht:**

Gem. § 21 der Gemeindehaushalts- und -kassenverordnung - GemHKVO - berichtet das Controlling in den politischen Gremien in einem unterjährig 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 4. Quartal 2016 auf die empfangenen Produkte verteilt wurden.

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

Der gebuchte Zuschuss-Istbetrag ohne Umlagen beträgt 256,7 T€ (Plan: 260,9 T€) nach Ablauf des Jahres 2016; mit Umlagen 310,5 T€ (Plan: 322,8€).

Die privatrechtlichen Entgelte (Ziffer 06) in Höhe von 35,9 T€ (Plan: 30,5 T€) sind über dem Planwert, da u.a. für den Bereich Veranstaltungen ein höheres Sponsoring erwirtschaftet werden konnte.

**1.2 Investitionsrechnung**

Das gebuchte Ist beträgt 2,1 T€ (Plan: 2,3 T€) nach Ablauf des Jahres 2016. Die Blitzschutzanlage wurde montiert und die Rechnungstellung ist erfolgt.

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

Im Teilhaushalt 14 gibt es keine ausgewählten Produkte.

## 2. Kennzahlen

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

Der Kostendeckungsgrad in Höhe von 12,02% (Plan: 10,71%) ist über dem Planwert, da im Berichtszeitraum gegenüber dem Planwert die Erträge höher und die Aufwendungen geringer sind.

## 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“

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 4. Quartal 2016:

Ziel erreicht. Der Wochenmarktkalender wurde am 08.12.2016 veröffentlicht.

**2. Ziel:**

Zieldefinition:

Überprüfung aller durch das Stadtmarketing (FB 12) der Stadt Schortens organisierten Veranstaltungen, dazu gehören das Eiskunstfest, 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 4. Quartal 2016:

Ziel erreicht.

...

**Anlagenverzeichnis:**

THH14\_Quartalsbericht\_Q42016

Bohlen-Janßen  
Controlling

Böhling  
Bürgermeister