

Berichtsmappe THH14 (4. Quartal 2016)

1. Ist-Plan-Abweichung

1.1 Ergebnisrechnung

Kostenarten	Ist 1-12/2016	Plan 1-12/2016	Plan 2016
* 01. Steuern und ähnliche Abgaben	0,00	0,00	0,00
* 02. Zuwendungen und allgem. Umlagen	0,00	0,00	0,00
* 03. Auflösungserträge aus Sonderposten	0,00	0,00	0,00
* 04. sonstige Transfererträge	0,00	0,00	0,00
* 05. öffentlich-rechtliche Entgelte	1.491,72	0,00	0,00
* 06. privatrechtliche Entgelte	35.855,09	30.500,00	30.500,00
* 07. Kostenerstattungen und Kostenumlagen	0,00	0,00	0,00
* 08. Zinsen und ähnliche Finanzerträge	0,00	0,00	0,00
* 09. aktivierte Eigenleistungen	0,00	0,00	0,00
* 10. Bestandveränderungen	0,00	0,00	0,00
* 11. sonstige ordentliche Erträge	8,35	0,00	0,00
** 12. Summe ordentliche Erträge	37.355,16	30.500,00	30.500,00
* 13. Aufwendungen für aktives Personal	-164.160,94	-171.773,39	-171.773,39
* 14. Aufwendungen für Versorgung	0,00	0,00	0,00
* 15. Aufwendungen Sach- und Dienstleistungen	-111.875,32	-103.800,00	-103.800,00
* 16. Abschreibungen	-5.861,00	-5.861,00	-5.861,00
* 17. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	0,00	0,00	0,00
* 18. Transferaufwendungen	-849,08	0,00	0,00
* 19. sonstige ordentliche Aufwendungen	-11.290,22	-10.000,00	-10.000,00
** 20. Summe ordentliche Aufwendungen	-294.036,56	-291.434,39	-291.434,39
*** 21. ordentliches Ergebnis	-256.681,40	-260.934,39	-260.934,39
* 22. außerordentliche Erträge	0,00	0,00	0,00
* 23. außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00	0,00
** 24. außerordentliches Ergebnis	0,00	0,00	0,00
**** 25. Jahresergebnis	-256.681,40	-260.934,39	-260.934,39
* 26. Erträge interner Leistungsbeziehungen	5.058,01	8.204,20	8.204,20
* 27. Aufwendungen interner Leistungsbez.	-58.868,35	-70.033,64	-70.033,64
** 28. Saldo interner Leistungsbeziehungen	-53.810,34	-61.829,44	-61.829,44
***** 29. Zuschuss (-) / Überschuss (+)	-310.491,74	-322.763,83	-322.763,83

Zusammensetzung Erträge interner Leistungsbeziehungen (Ziffer 26), THH14

* 02. Zuwendungen und allgem. Umlagen	76,80
* 05. öffentlich-rechtliche Entgelte	59,78
* 06. privatrechtliche Entgelte	2.748,74
* 07. Kostenerstattungen und Kostenumlagen	1.433,52
* 08. Zinsen und ähnliche Finanzerträge	7,76
* 11. sonstige ordentliche Erträge	731,41
gesamt	5.058,01

Zusammensetzung Aufwendungen interner Leistungsbeziehungen (Ziffer 27), THH14

* 13. Aufwendungen für aktives Personal	-27.022,03
* 14. Aufwendungen für Versorgung	-513,15
* 15. Aufwendungen Sach- und Dienstleistung.	-21.611,77
* 16. Abschreibungen	-379,64
* 17. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-3.265,05
* 18. Transferaufwendungen	-12,45
* 19. sonstige ordentliche Aufwendungen	-6.045,80
* 23. außerordentliche Aufwendungen	-18,46
gesamt	-58.868,35

1.2 Investitionsrechnung

Bezeichnung	Ist 1-12/2016	Plan 1-12/2016	Plan 2016
Blitzschutzanlage Gebäude FB Marketing	-2.118,08	-2.300,00	-2.300,00
gesamt	-2.118,08	-2.300,00	-2.300,00

1.3 Ist-Plan-Abweichung zu ausgewählten Produkten

Im Teilhaushalt 14 gibt es keine ausgewählten PSP-Elemente.

2. Kennzahlen

Bezeichnung	Ist 1-12/2016	Plan 2016	Ist 2015
2.1 Kostendeckungsgrad	12,02%	10,71%	13,24%
Erlöse	42.413	38.704	43.621
Kosten	-352.905	-361.468	-329.345

3. Ziele und Zielerreichungen

Produktnummer	P1.5.7.5.001
Produktbezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
1. Ziel:	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 Wiesen 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).

Produktnummer	P1.5.7.5.001
Produktbezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
1. Ziel:	Die Maßnahme 3: Einbindung des Wochenmarktes in den regionalen/städtischen Tourismus mit einem geplanten Kalender „Tipps zur Region/Ausflüge, Rezepte“ (sh. hierzu Zielerreichung 1. Quartal 2016). Maßnahme 4: Erstellung allgemeiner AGB's für Pauschalen mit Leistungen; erledigt am 15.12.2015. Maßnahme 5: Aufbau einer touristischen regionalen Messe (Angebote, Fahrradroutes, 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.
Eingesetzte Maßnahmen:	sh. Zielerreichung 1. Quartal 2016
Zielerreichung 1. Quartal 2016	Die Bestätigung/Meldung der Maßnahme 7 plus 1 an die QI/TMN Prüfstelle erfolgte am 20.04.2016 mit Rückbestätigung seitens der TMN am 21.04.2016. Folgende Maßnahme wurde auf den Herbst 2016 gelegt: Die Maßnahme 3 zur Einbindung des Wochenmarktes in den regionalen/städtischen Tourismus mit einem geplanten Kalender „Tipps zur Region/Ausflüge, zum Wochenmarkt, Rezepte“ wird auf November 2016, mit der Veröffentlichung im Dezember 2016, verlegt. Das Design des Kalenders besteht bereits.
Zielerreichung 2. Quartal 2016	sh. Zielerreichung 1. Quartal 2016

Produktnummer	P1.5.7.5.001
Produktbezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
1. Ziel:	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).
Zielerreichung 3. Quartal 2016	Die noch offene Maßnahme 3 zur Einbindung des Wochenmarkts in den regionalen/städtischen Tourismus mit einem geplanten Kalender wird der Öffentlichkeit innerhalb der Veranstaltung „Weihnachten auf dem Wochenmarkt“ am 08.12.2016 vorgestellt.
Zielerreichung 4. Quartal 2016	Ziel erreicht. Der Wochenmarktkalender wurde am 08.12.2016 veröffentlicht.

Produktnummer	P1.5.7.5.001
Produktbezeichnung	Marketing, Tourismus, Fremdenverkehr
2. Ziel:	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.).
Eingesetzte Maßnahmen:	sh. Zielerreichung 1. Quartal 2016
Zielerreichung 1. Quartal 2016	Ziel erreicht. Die politischen Gremien haben im Dezember 2015 beschlossen, dass der Fachbereich Stadtmarketing weiterhin das Frühlingsfest, den Klinkerzauber und das Oktoberfest organisiert. Die Ausrichtung der Feste wird kontinuierlich angepasst. Weiterhin werden zukünftig die bisherigen TGM-Veranstaltungen Eisskulpturenfest und Musikcontest vom Fachbereich Stadtmarketing organisiert, sofern die Finanzierung der Veranstaltungen sicher gestellt ist.
Zielerreichung 2. Quartal 2016	Ziel erreicht.
Zielerreichung 3. Quartal 2016	Ziel erreicht.
Zielerreichung 4. Quartal 2016	Ziel erreicht.