

- Beschluss**
- Wahl**
- Kenntnisnahme**

Vorlagen Nr. 10/014/2016

öffentlich

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Jaeger, Jasmin	Datum: 21.04.2016 Az.: 10-4
---	--------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	23.05.2016	Kenntnisnahme

Kennzahlenüberarbeitung des Sachgebietes Tourismus

- Finanzielle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
- Personelle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
- Organisatorische Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen

Die Ausführungen der Verwaltungen werden zur Kenntnis genommen.

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Jaeger, Jasmin	Datum: 21.04.2016 Az.: 10-4
---	--------------------------------

Kennzahlenüberarbeitung des Sachgebietes Tourismus

Anlass der Vorlage:

Die Überarbeitungen und Ergänzung des Kennzahlensystems des Sachgebietes Tourismus sind abgeschlossen.

Sachverhaltsdarstellung:

Im Kreisausschuss am 9. Dezember 2013 wurde die Verwaltung erneut beauftragt, zum jeweiligen Zuständigkeitsbereich der Fachausschüsse einen Zeitplan für die Fortentwicklung der kennzahlengestützten Zielsysteme vorzulegen. Im Kreistag am 16. Dezember 2013 wurde die Verwaltung beauftragt, ein Kennzahlensystem für den Bereich Tourismus zu entwickeln.

Eine besondere Herausforderung des Produktes 15.04.01 (Tourismusförderung) ist, Kausalitäten zwischen Mitteleinsatz bzw. Leistung und Wirkung herzustellen sowie geeignete Kennzahlen zu erfassen und abzubilden. Während z.B. im Produkt 02.05.03 (Zulassung von Fahrzeugen) die Wirkungskennzahl „Reduzierung der durchschnittlichen Wartezeit für Kunden ohne Termin“ unmittelbar verwaltungsseitig beeinflusst werden kann (z.B. durch den Einsatz von mehr Personal), kann im Bereich der Tourismusförderung nur in wenigen Fällen eine direkte Einflussnahme erfolgen. Trotz dieser Einschränkungen hat die Verwaltung schrittweise ein Kennzahlensystem erarbeitet. In einem ersten Schritt ist über die Zielsetzung hinsichtlich der Parameter geeigneter Kennzahlen diskutiert worden. Es stellte sich heraus, dass eine geeignete Kennzahl für dieses Produkt möglichst mit Mitteln der Verwaltung messbar und dokumentierbar sein sollte. Ebenso sollte sie bestenfalls steuerbar sein.

Die **Überarbeitungen** von Produkt 15.04.01 (Tourismusförderung) haben im Laufe des Jahres 2014 stattgefunden. Die Ergebnisse sind dem Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus in der Sitzung vom 27.11.2014 vorgestellt worden (vgl. Vorlagen Nr. 10/021/2014). Ziel dieser Überarbeitungen war es, ein Kennzahlensystem zu entwickeln, das bei der Umsetzung weiterer Stufen der Organisation des Tourismusmanagements innerhalb der Kreisverwaltung Mettmann als Entscheidungsgrundlage dienen kann. Gleichzeitig wurde die neue Darstellungsstruktur aus den übrigen Kennzahlenüberarbeitungen übernommen.

Das Produkt 15.04.01 (Tourismusförderung) ist somit im Sinne des Auftrags des Kreisausschusses vom 9. Dezember 2013 und des Auftrags des Kreistags vom 16. Dezember 2013 verwaltungsseitig bearbeitet worden.

Um die Aussagefähigkeit des Kennzahlenkatalogs zu steigern, ist er auf Anregung aus dem Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus im Laufe des Jahres 2015 um weitere **Kennzahlen ergänzt** worden: Flyerverbrauch, Messebesucher, Auflagenhöhe Familienflyer und Auflagenhöhe Schulflyer (vgl. Informationen der Verwaltung, Ausschuss für Wirtschaftsförderung und Tourismus vom 09.11.2015). Auch die von dem Sachgebiet Tourismus besuchten Messen finden Berücksichtigung. Im Abschnitt „Wirkung“ unter A) Teilnehmer an Veranstaltungen werden das Interessentenpotential (Anzahl der Besucher) sowie die bei den Veranstaltungen verteilten Flyer festgehalten. Eine Abbildung der Messekosten im Rahmen des Kennzahlenkatalogs erfolgt nicht. Einen Überblick dazu bietet

der Marketingmaßnahmenplan neanderland 2015ff., der im Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus am 27.11.2014 vorgestellt worden ist (Vorlagen Nr. 10/022/2014). Im Marketingmaßnahmenplan neanderland sind 27.500 Euro für die Teilnahme an den wichtigsten Tourismusmessen angesetzt (Vakantiebeurs Utrecht, Reise+Camping Essen, ITB Berlin, RadAktiv-Tag Düsseldorf, Tour Natur Düsseldorf). Hinzu kommen die Kosten für die Erarbeitung und Umsetzung eines neuen Messekonzeptes 2016 (vgl. Vorlagen Nr. 10/005/2016, Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus am 22.02.2016).

Der Kennzahlenkatalog liefert in seiner jetzigen Form einen guten Überblick über Leistungen und Wirkungen des Produkts, wird stetig aktualisiert und bei Bedarf ergänzt.

Anlage: Auszug aus Haushaltsplan 2016, Produkt 15.04.01

Produkt 15.04.01 Tourismusförderung
Leistungsdaten und Kennzahlen

Mitteinsatz						
	Ergebnis	Ansatz		Planung		
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Aufwandsdeckungsgrad in %	47,17	4,23	10,84	12,46	13,38	4,43
Netto-Ergebnis je Einwohner	-0,47	-1,26	-1,59	-1,59	-1,47	-1,40
Leistung: Mengengerüste, Prozesse, Output						
	Ergebnis	Ansatz		Planung		
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A) Veranstaltungen						
neanderland ERLEBNISTOUREN	10	12	12	12	12	12
Kreisrundfahrten	11	14	14	14	14	14
Messeeteilnahmen	-	5	6	5	6	5
B) Flyer						
Auflage Reisekatalog	-	10.000	8.000	8.000	10.000	10.000
Auflage Erstinformationsflyer (deutsch)	-	50.000	45.000	45.000	50.000	50.000
Auflage Erstinformationsflyer (englisch)	-	7.000	7.000	8.000	8.000	8.000
Auflage Erlebnistouren-Flyer	-	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Auflage Familien-Flyer	-	-	-	20.000	-	-
Auflage Schul-Flyer	-	-	-	-	5.000	-
Wirkung						
	Ergebnis	Ansatz		Planung		
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A) Teilnehmer an Veranstaltungen						
neanderland ERLEBNISTOUREN	293	260	300	300	300	300
Kreisrundfahrten	377	410	378	378	378	378
Messebesucher / Interessentenpotential	-	420.000	600.000	420.000	600.000	420.000
Messebesucher / Flyerverteilung	-	-	5.500	5.000	5.500	5.000
B) Flyerverbrauch						
Flyerverteilung an Endkunden	-	-	6.100	5.600	6.200	5.700
Flyerverteilung an Partner	-	-	58.000	60.000	62.000	63.000
C) Nutzung des Internetangebotes						
Websitebesuche	-	34.000	40.000	41.000	42.000	43.000
Seitenansichten	-	92.000	84.000	86.000	88.000	90.000
Aufenthaltsdauer (in min.)	-	3,40	3,40	3,40	3,40	3,42
D) Sonstiges						
Kooperationen mit Beherbergungsbetrieben	-	95	50	60	65	70
Stellenplanauszug						
	Ergebnis	Ansatz		Planung		
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Planstellen	4,34	4,34	4,47	4,47	4,47	4,47
Vollzeitäquivalent	5,31	5,31	6,69	6,69	6,69	6,69

Produkt 15.04.01 Tourismusförderung Erläuterungen zu den Kennzahlen

Mitteleinsatz	
Kennzahl	Erläuterung
Aufwandsdeckungsgrad in %	Ordentliche Erträge (Z. 10) geteilt durch die ordentlichen Aufwendungen (Z. 17) zuzüglich des Saldos der internen Leistungsbeziehungen (Z. 28 minus Z.27)
Netto-Ergebnis je Einwohner	Ergebnis im TEP Z. 28 bezogen auf EW zum 31.12.2014, Zensus in Höhe von 477.760. Positive Salden kennzeichnen einen Überschuss und negative Salden kennzeichnen einen Fehlbetrag.
Leistung: Mengengerüste, Prozesse, Output	
Kennzahl	Erläuterung
neanderland ERLEBNISTOUREN	Anzahl der vom Kreis Mettmann organisierten neanderland ERLEBNISTOUREN im betreffenden Haushaltsjahr
Kreisrundfahrten	Anzahl der vom Kreis Mettmann bezuschussten von den Gruppen selbständig organisierten Kreisrundfahrten im betreffenden Haushaltsjahr.
Messeteilnahmen	Anzahl der Messen und Veranstaltungen mit Beteiligung des Kreises (Bereich Tourismus) im betreffenden Haushaltsjahr.
Auflage Reisekatalog	Anzahl der gedruckten Exemplare des Reisekatalogs "neanderland FÜR ENTDECKER" (deutsch/ englisch) im betreffenden Haushaltsjahr
Auflage Erstinformationsflyer (deutsch)	Anzahl der gedruckten Exemplare des Erstinformationsflyers "neanderland AUF EINEN BLICK" (deutsch) im betreffenden Haushaltsjahr
Auflage Erstinformationsflyer (englisch)	Anzahl der gedruckten Exemplare des Erstinformationsflyers "neanderland AT A GLANCE" (englisch) im betreffenden Haushaltsjahr
Auflage Erlebnistouren-Flyer	Anzahl der gedruckten Flyer "neanderland ERLEBNISTOUREN" im betreffenden Haushaltsjahr
Auflage Familien-Flyer	Anzahl der gedruckten Exemplare des Flyers „neanderland FÜR FAMILIEN“ im betreffenden Haushaltsjahr (Flyer ist dauerhaft aktuell angelegt und wird nach erfolgter Verteilung der jeweiligen Auflage neuaufgelegt, Erstauflage August 2014)
Auflage Schul-Flyer	Anzahl der gedruckten Exemplare des Flyers „neanderland FÜR SCHULEN“ im betreffenden Haushaltsjahr (Flyer ist dauerhaft aktuell angelegt und wird nach erfolgter Verteilung der jeweiligen Auflage neuaufgelegt, Erstauflage Mai 2015)
Wirkung	
Kennzahl	Erläuterung
neanderland ERLEBNISTOUREN	Anzahl der Teilnehmer der vom Kreis Mettmann organisierten neanderland ERLEBNISTOUREN im betreffenden Haushaltsjahr
Kreisrundfahrten	Anzahl der Teilnehmer der von den Gruppen selbständig organisierten Kreisrundfahrten im betreffenden Haushaltsjahr
Messebesucher / Interessentenpotential	Gesamtzahl aller Besucher der im betreffenden Haushaltsjahr durch den Bereich Tourismus besuchten Messen und Veranstaltungen (Interessentenpotential)
Messebesucher / Flyerverteilung	Anzahl der o.g. Flyer und Broschüren, die an Besucher am neanderland-Stand der im betreffenden Haushaltsjahr durch den Bereich Tourismus besuchten Messen und Veranstaltungen verteilt wird.
Flyerverteilung an Endkunden	Anzahl der im betreffenden Haushaltsjahr an Endkunden verteilte o.g. Flyer und Broschüren, z.B. via neanderland-Infoservice, Messen und Veranstaltungen.
Flyerverteilung an Partner	Anzahl der im betreffenden Haushaltsjahr an Partner (z.B. ka. Städte, Hotels, Freizeit- und Kultureinrichtungen, die im Reisekatalog benannt sind) verteilte o.g. Flyer und Broschüren, die ihrerseits die Flyer und Broschüren an Endkunden verteilen.
Websitebesuche	Anzahl der Visits (Besuche eines Nutzers) des Online-Angebotes www.neanderland.de im betreffenden Haushaltsjahr
Seitenansichten	Anzahl der Page Impressions (Abrufe einzelner Seiten) des Online-Angebotes www.neanderland.de im betreffenden Haushaltsjahr
Aufenthaltsdauer (in min.)	Durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Nutzers des Online-Angebotes www.neanderland.de (in Minuten) im betreffenden Haushaltsjahr
Kooperationen mit Beherbergungsbetrieben	Anzahl der Kooperationen des Kreises (Bereich Tourismus) mit Beherbergungsbetrieben im Kreisgebiet im betreffend Haushaltsjahr