

STADT+HANDEL

Quartiers- management

Tätigkeitsbericht

Sitzung Haupt- und Finanzausschuss
17. Oktober 2017

Anke Haun, Ute Marks

Handlungsfelder des Quartiersmanagementes Lüdinghausen

- **Management des Verfügungsfonds**
 - Beratung von Antragstellern
 - Akquise von Projekten
 - Moderation des Entscheidungsgremiums
- **Multifunktionale Innenstadt**
 - Kommunikation mit den Händlern
 - Aktivierung der Eigentümer
 - Attraktivierung der Innenstadt
- **Service und Aufenthaltsqualität**
- **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**
- **Abstimmung mit dem Auftraggeber**

Verfügungs- fonds

Städtebauförderung § 171b

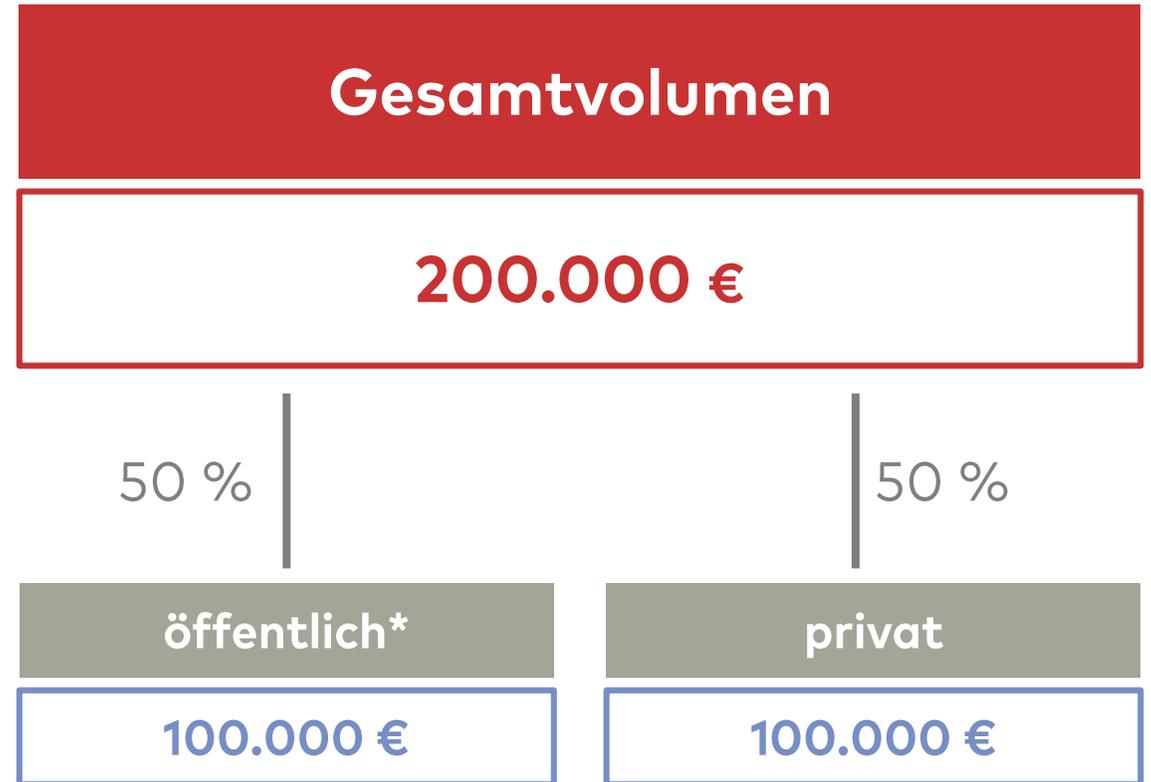
Management des Verfügungsfonds

- Erstellung der Richtlinien
- Akquise des Entscheidungsgremiums
- Vorbereitung und Durchführung der Sitzungen
- Bereitstellung von Informationsmaterial
- Beratung von Antragstellern
- Sichtung und Überprüfung der Anträge
- Klärung von Zweifelsfällen auch mit der Bez.Reg
- Abstimmung mit der Stadtverwaltung



Management des Verfügungsfonds

- **Zielgruppenkriterium:** Werden Akteure aus dem Programmgebiet einbezogen?
- **Entwicklungskriterium:** Wird durch das Projekt eine Entwicklung in Gang gesetzt (Anschubwirkung) oder eine bereits bestehende Entwicklung im Sinne der Zielsetzung unterstützt?
- **Nachhaltigkeitskriterium:** Bewirkt oder unterstützt das Projekt direkt oder indirekt eine längerfristige Entwicklung? Hat oder unterstützt das Projekt einen strategischen Ansatz für das Gebiet?
- **Kooperationskriterium:** Wird mit dem Projekt die Entstehung oder Stärkung privat-öffentlicher Kooperationen bzw. neuartiger Kooperationen zwischen verschiedenen privaten Akteursgruppen gefördert?



Management des Verfügungsfonds



Multifunktionale Innenstadt

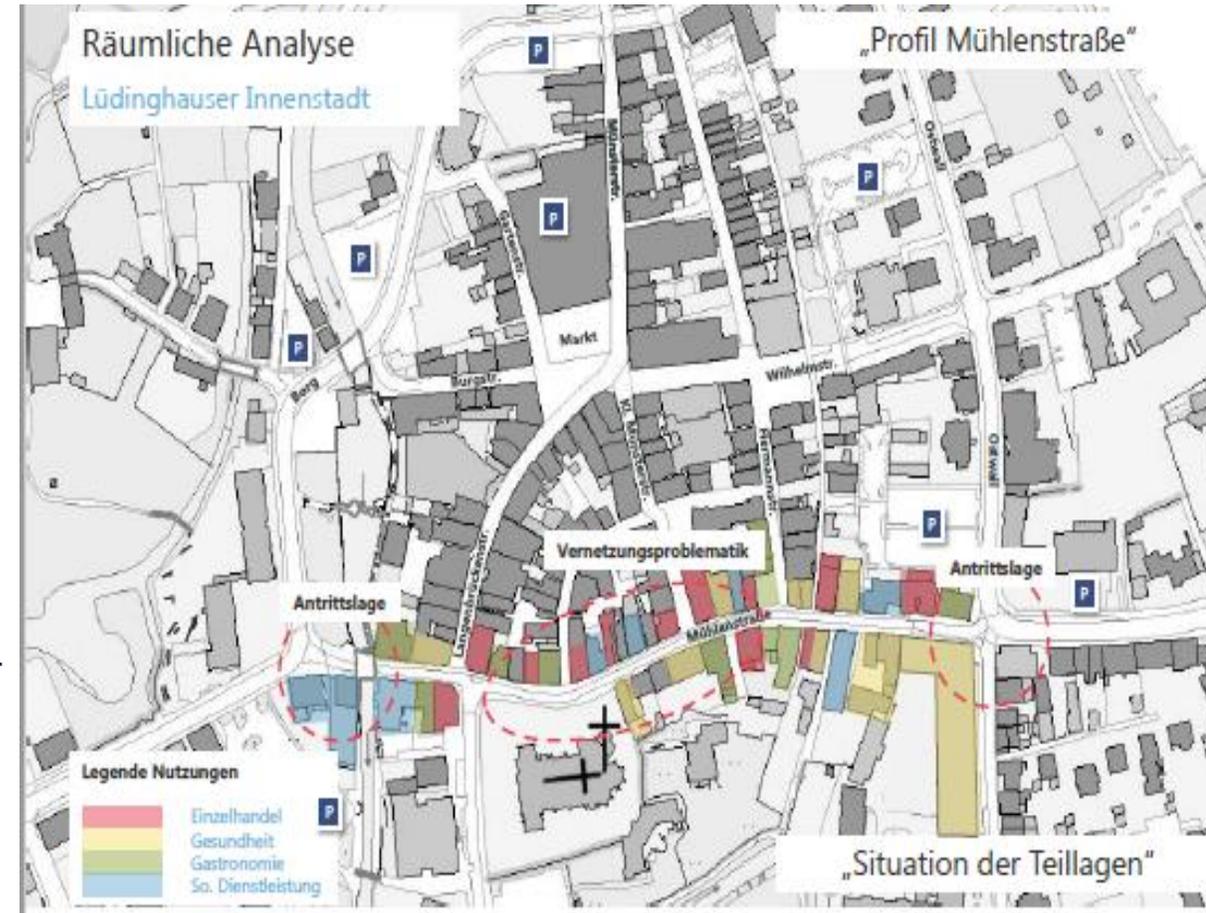
Kommunikation und Kooperation

Aufsuchende Gespräche: Stimmungsbild



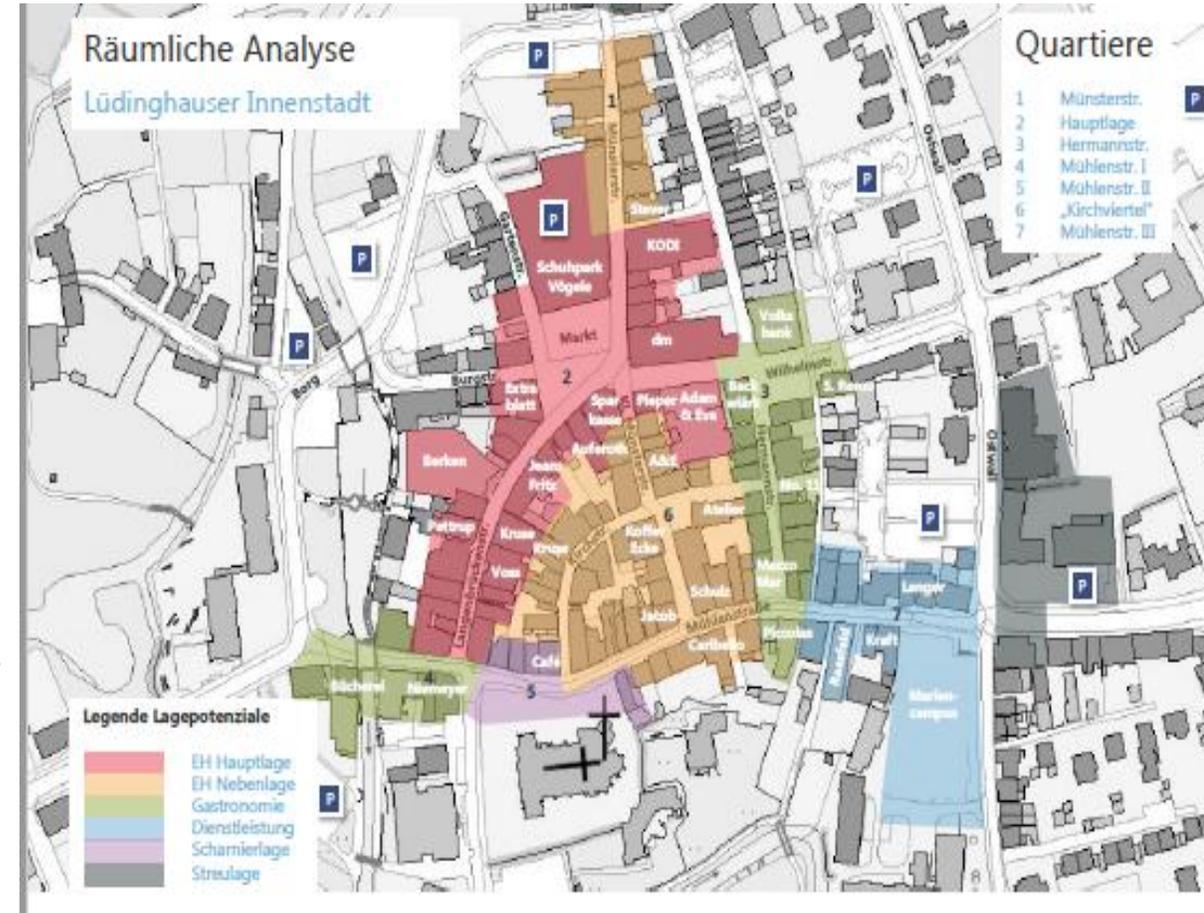
Investitionsgut Immobilie: Mühlenstraße

- Privates Engagement Als Initiator einer Untersuchung zur Vitalisierung der Mühlenstraße
- Rundgänge und Work Shop: Mit Anlieger und Vertretern von Verwaltung und Institutionen
- Entwicklung von Ideen: Welche Bedeutung hat die Teillage für die Gesamtlage
- Kooperationskriterium: Wird mit dem Projekt die Entstehung oder Stärkung privat-öffentlicher Kooperationen bzw. neuartiger Kooperationen zwischen verschiedenen privaten Akteursgruppen gefördert?



Investitionsgut Immobilie: Mühlenstraße

- Privates Engagement Als Initiator einer Untersuchung zur Vitalisierung der Mühlenstraße
- Rundgänge und Work Shop: Mit Anlieger und Vertretern von Verwaltung und Institutionen
- Entwicklung von Ideen: Welche Bedeutung hat die Teillage für die Gesamtlage
- Kooperationskriterium: Wird mit dem Projekt die Entstehung oder Stärkung privat-öffentlicher Kooperationen bzw. neuartiger Kooperationen zwischen verschiedenen privaten Akteursgruppen gefördert?



Service und Aufenthaltsqualität

Die Nette Toilette

Die Nette Toilette

Was ist die Nette Toilette?

- Die Nette Toilette bietet Besucherinnen und Besuchern der Innenstadt ein Netz an frei zugänglichen Toiletten

Vorteile Besucher

- Erhöhung der Servicequalität durch flächendeckende Bereitstellung gut gepflegter Sanitäreinrichtungen
- Nutzung der Toiletten durch Beteiligung örtlicher Gastronomiebetriebe bis in den späten Abend möglich

Vorteile teilnehmende Institutionen

- Imagegewinn und Steigerung der Bekanntheit
- Erhöhung der Kundenfrequenz

„Kosten“ für Kunden und teilnehmende Einrichtungen

- Nutzung der Sanitäreinrichtungen für Besucher kostenlos
- Teilnehmende Einrichtungen stellen WC-Anlagen unentgeltlich zur Verfügung



STADT+HANDEL

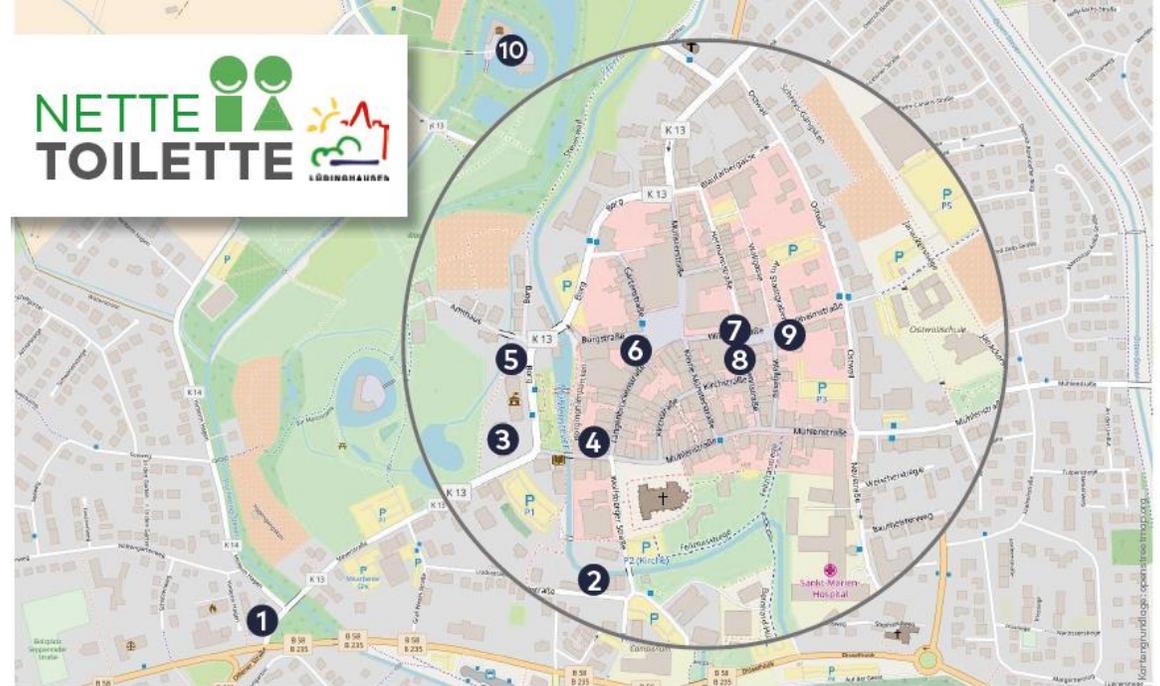
Ein Service für unsere Gäste:

Die Nette Toilette

in der Lüdinghauser Innenstadt



Wer beteiligt sich an der Netten Toilette?



- | | | | |
|--|--|--|--|
| 1 Café Terjung
Steверstr. 6 | Di-Fr: 07:00-17:00
Sa: 07:00-11:00
So: 07:00-17:00 | 6 Café Extrablatt
Markt 2 | Eröffnung 2018 |
| 2 Hotel zur Post
Wolfsberger Str. 11 | Di-So: 10:00-14:00
17:00-23:00 | 7 Terjungs Backwäark
Hermannstr. 12 | Mo-So: 08:00-16:00 |
| 3 Rathaus
Borg 2 | Mo-Mi: 07:30-16:30
Do: 07:30-18:00
Fr: 07:30-12:30 | 8 Eiscafé Venezia
Hermannstr. 10 | Mo-So: 11:00-21:00 |
| 4 Mediterrana
Restaurant Bar
Mühlenstr. 2 | Mo-So: 17:00-23:00 | 9 Eiscafé San Remo
Wallgasse 9 | Sommer: 09:00-23:00
Winter: 10:00-22:00 |
| 5 Lüdinghausen
Marketing e.V.
Borg 4 | Mo-Sa: 10:00-17:00 | 10 Terjung Reitstall
(Burg Vischering)
Berenbrock 1 | Di-So: 10:00-16:00 |

Quartiersmanagement Lüdinghausen

Nette Toilette in Lüdinghausen

Presse- und Öffentlichkeit

Tue Gutes und rede darüber!

Presse- und Öffentlichkeit

Wie hoch ist die Förderung?

Bis zu 50% der geplanten Kosten können gefördert werden. Die Mindestsumme der Gesamtkosten pro beantragter Maßnahme liegt bei 500,- Euro.

Das entsprechende Antragsformular erhalten Sie beim Quartiersmanagement und bei der Stadtverwaltung.

Über die Bewilligung aller Anträge entscheidet ein unabhängiges Gremium.

Ausgezahlt wird der Zuschuss nach Abschluss der Maßnahme.

Hintergrund

Mithilfe des Verfügungsfonds kann die Innenstadt in den kommenden Jahren schrittweise aufgewertet werden. Er ist Bestandteil des integrierten Stadtentwicklungskonzepts und besteht aus Fördermitteln des Bundes, des Landes Nordrhein-Westfalen und der Stadt Lüdinghausen.



Haben Sie noch Fragen?

Quartiersmanagement
Lüdinghausen
Borg 2
59348 Lüdinghausen



Anke Haun, M.Sc.
Ihre Ansprechpartnerin



0163 51 96 062



luedinghausen@stadt-handel.de



immer mittwochs zwischen
10:00 und 16:00 Uhr in Raum
A 112 im Altbau des Rathauses



Ministerium für Bauen, Wohnen,
Stadtbauentwicklung und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

Quartiersmanagement
Lüdinghausen



Verfügungsfonds

Ihre Ideen für die Innenstadt



Der Verfügungsfonds

Gestalten Sie gemeinsam die Lüdinghauser Innenstadt.

Wir machen die City fit für die Zukunft. Machen Sie mit!

Wie? So funktioniert's: Sie entwickeln Ideen zur Aufwertung des Stadtbildes und machen daraus Ihr eigenes Projekt - alleine, zusammen mit Ihren Nachbarn oder im Verbund mit Händlerkollegen. Der Vorteil: Bis zu 50% der Kosten werden Ihnen aus Fördermitteln erstattet. Hierzu zählen Aktivitäten, die das Miteinander stärken und die Attraktivität der Innenstadt erhöhen. Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf!

Wir freuen uns auf Ihre Ideen.

Wer zahlt ein?

50% Städtebauförderung
50% private Mittel

Wer entscheidet?

Ein lokales Entscheidungsgremium verfügt über die Verwendung der Mittel.

Quartiersmanagement Lüdinghausen

Mögliche Projekte

Was für Projekte können gefördert werden?

Zum einen werden Maßnahmen unterstützt, die konkrete Investitionen erfordern, beispielsweise für die Begrünung eines öffentlichen Platzes, Kinderspielgeräte, Sitzbänke oder Weihnachtsbeleuchtung.

Die Bandbreite reicht von Bepflanzungen bis zu Beratungen, von Kunstwerken bis zu Kinderbetreuung, von Müllbehältern bis zu Marketingaktionen.

Zum anderen können auch nicht-investive Maßnahmen gefördert werden, welche nicht mit konkreten Investitionen verbunden sind. Dabei kann es sich um die Einrichtung eines Lieferservices für Kunden, die Entwicklung neuer Mietermodelle für Eigentümer oder eine Broschüre für potenzielle Investoren handeln.

- Gestaltung von Plätzen und Straßen
- Beleuchtung und Lichtkonzepte im öffentlichen Raum
- Stadtmobiliar
- Spielgeräte für Kinder
- Beschilderung und Info-Terminals
- Umnutzungskonzepte von Immobilien
- Eigentümer-, Unternehmens- und Passantenbefragungen

Quartiersmanagement Lüdinghausen

Ihr Antrag

Erforderliche Unterlagen:

- Beschreibung der Maßnahme
- Räumliche Zuordnung
- Dauer und Zeitraum
- Bei Maßnahmen über 5.000 Euro: Vorlage zweier vergleichbarer Angebote
- Kosten- und Finanzierungsübersicht
- Angaben zum Antragsteller

Das Formular für einen Projektantrag und die dazugehörigen Richtlinien erhalten Sie beim Quartiersmanagement sowie online unter www.luedinghausen.de.



Quartiersmanagement Lüdinghausen

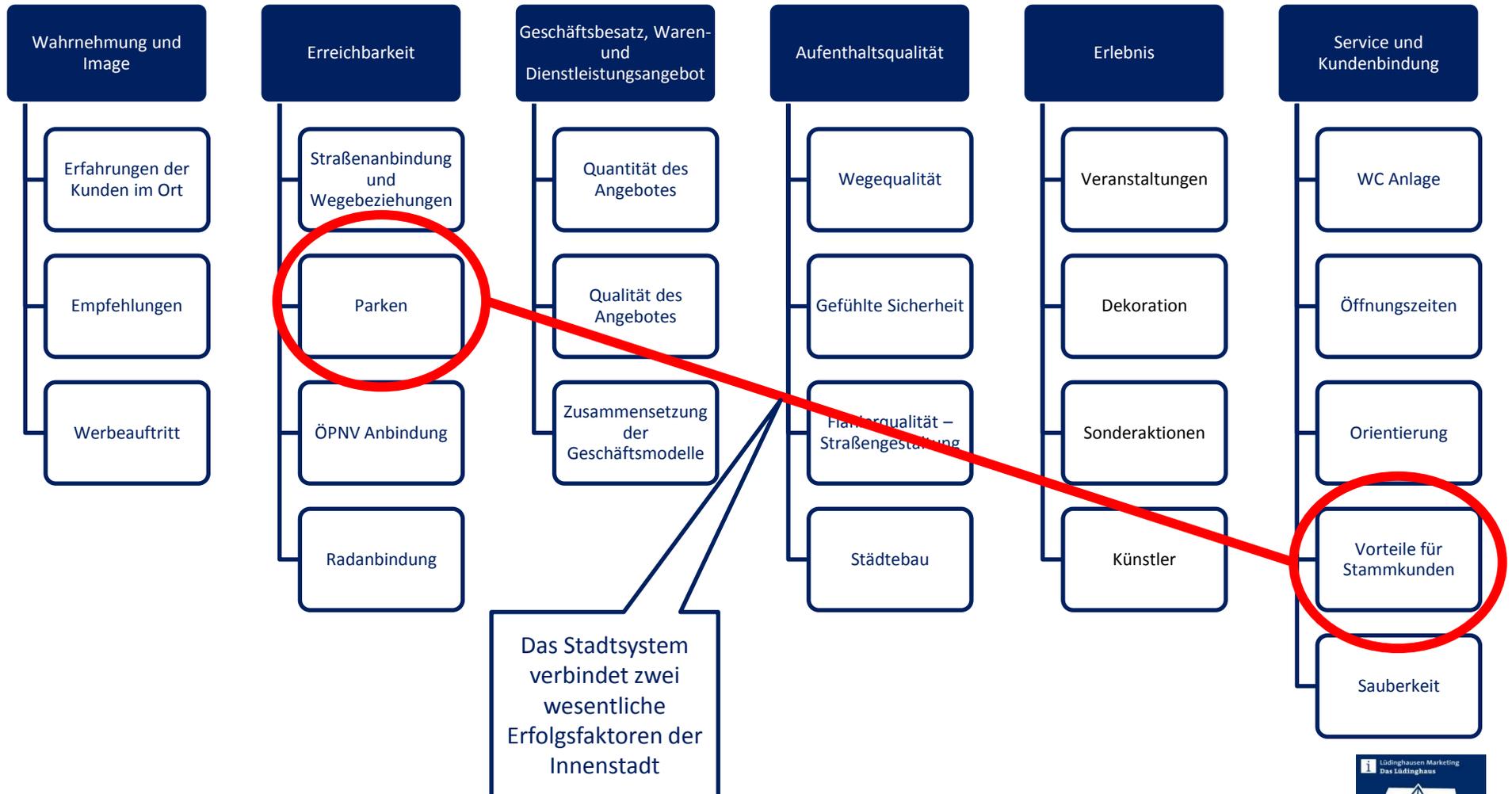
Neue Wege.
Klare Pläne.

www.stadt-handel.de

Stadtsystem

Projekt zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

Erfolgsfaktoren einer Innenstadt



Gemeinsame Zielsetzung – Politik und Handel sind im Wettbewerb gemeinsam gefordert

Die Wertschöpfung in der Innenstadt erhalten



Kunden an Lüdinghausen binden

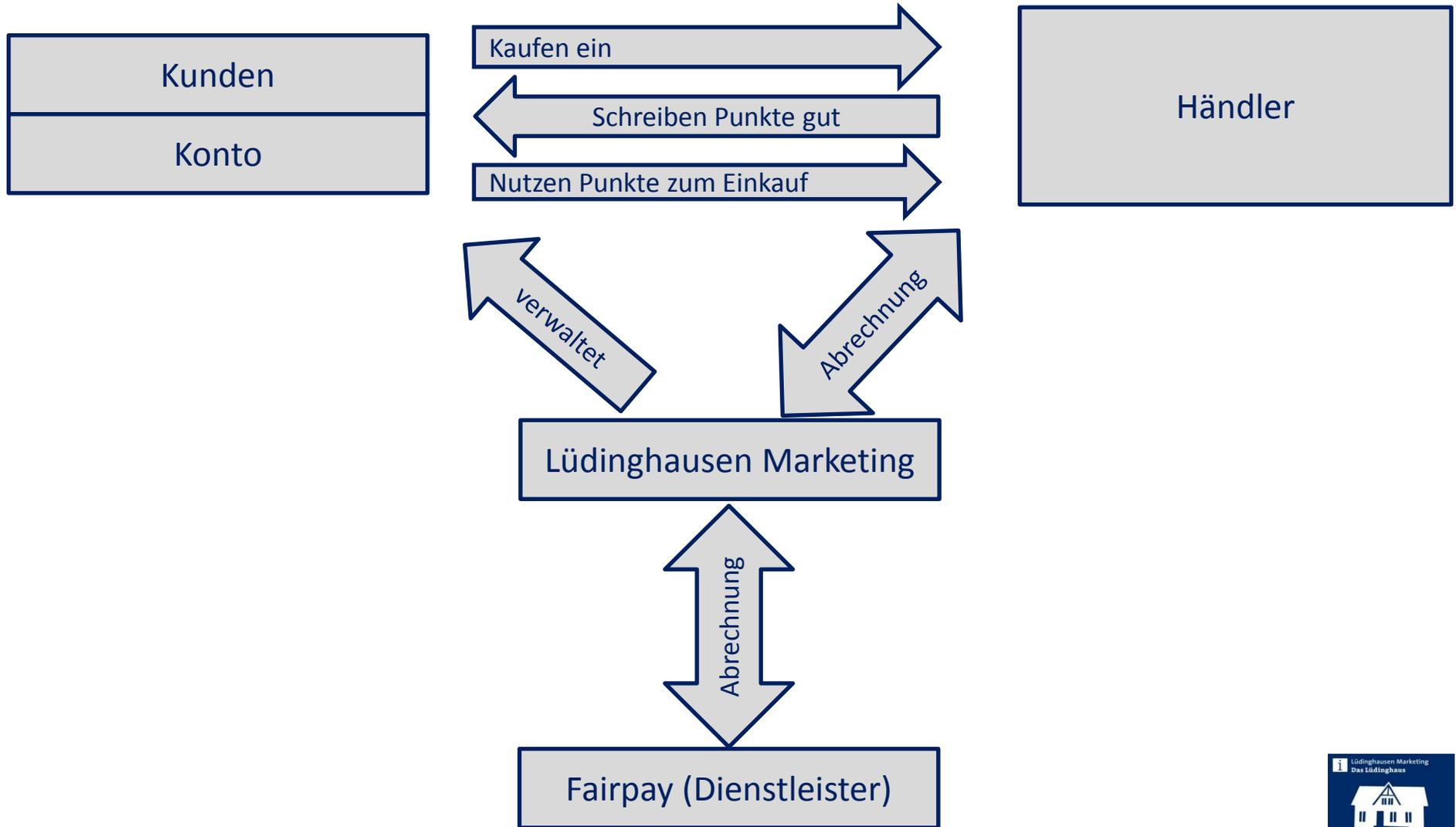


Services und Vorteile bieten



Stadtsystem als ein Baustein

Aktuelle Funktionsweise der LH Karte



Aktuelle Situation der LH Karte

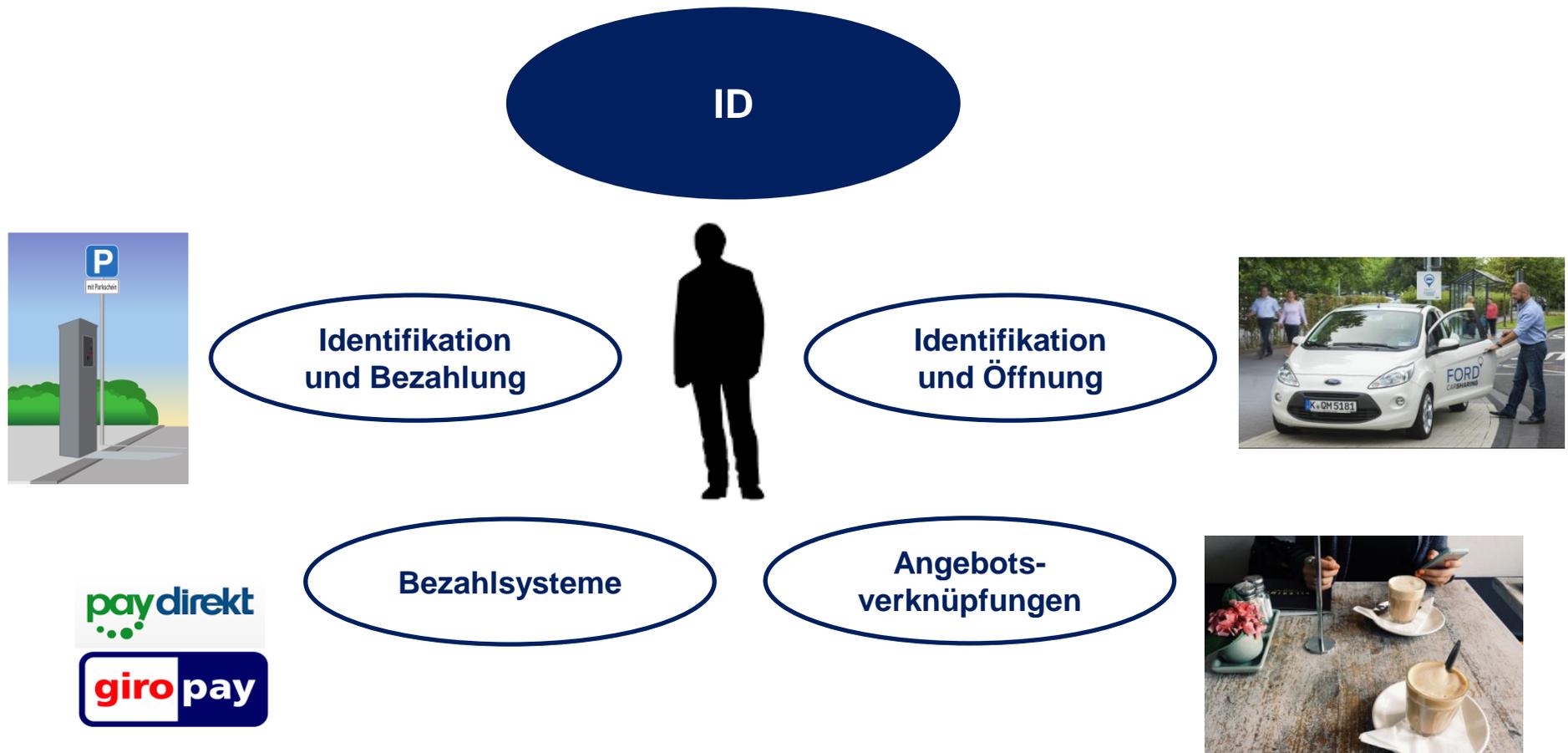
- Über 7000 registrierte Kunden haben eine LH Karte
- Über 3000 Kunden nutzen die Karte regelmäßig
- Durch die Geschäftsaufgabe von Rathmer fehlt ein wichtiger Partner
- Das System ist für Händler oft zu teuer → Stagnation der Partnerunternehmen
- Veraltete Technik

Aktuelle Situation im Bereich Parken

- Parkautomaten müssen ausgetauscht werden
- Eine Vielzahl der Parkplätze sind im städtischen Eigentum → Steuerungsmöglichkeit
- Parkplätze sind „gefühl“ knapp und bei Kunden ein emotionales Thema
- Bei den Kunden und im Wettbewerb mit anderen Handelsstandorten spielt die Organisation des Parkens eine zentrale Rolle

Was braucht die digitale Kleinstadt in Zukunft?

Ein System mit Zugang zu unterschiedlichen Angeboten



Unsere Anforderung: Ein zukunftsfähiges System mit Entwicklungsmöglichkeiten

Generell

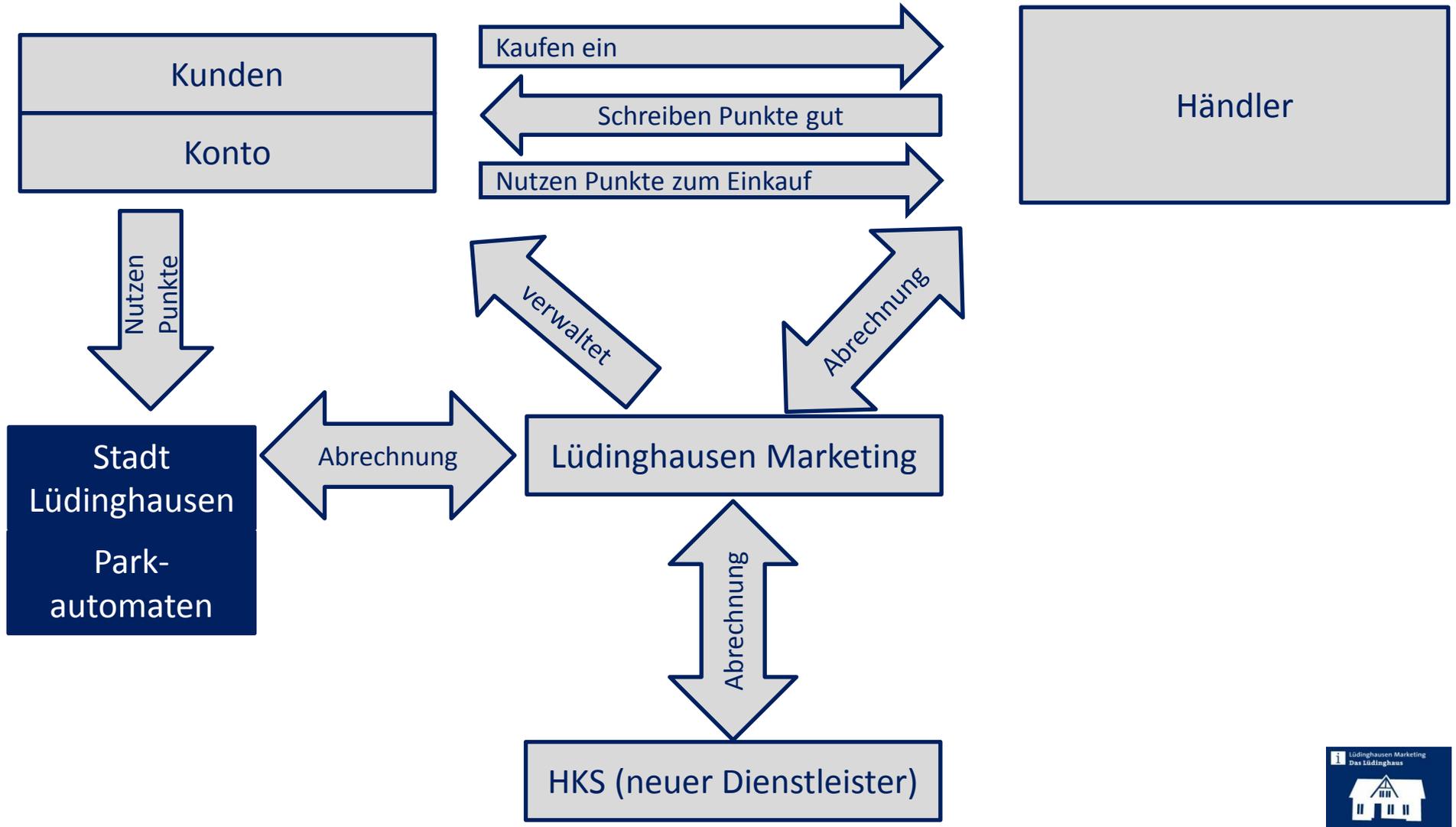
- Möglichkeit zur Anbindung neuer Funktionen
- Möglichkeit zur Einbindung unterschiedlicher Akteure
- Zentrale und einfache Steuerung

Thema Parken

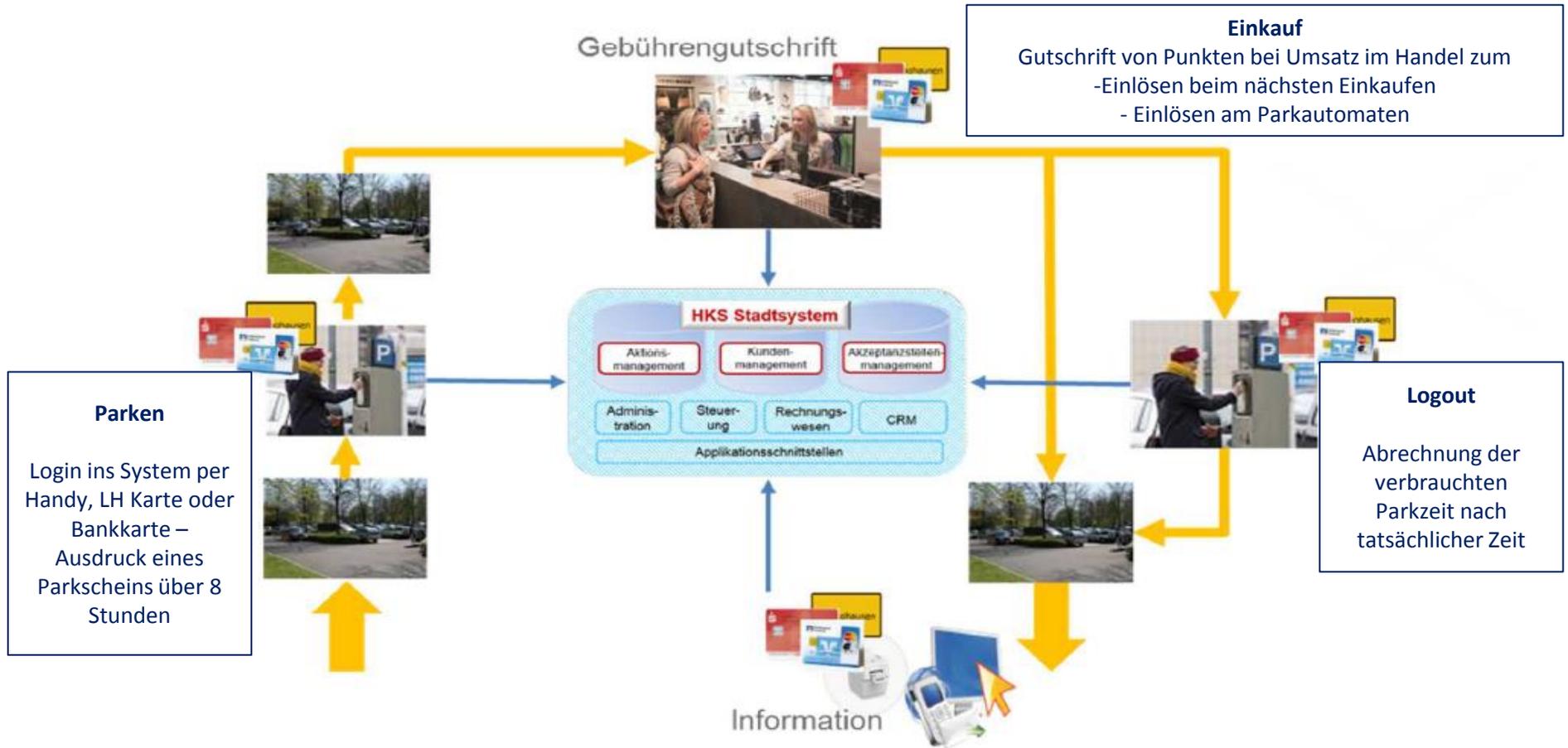
- Gebührenrückerstattung – Kostenloses Parken für die Kunden der Innenstadt
- Zeitliche Entfristung für Kunden der Innenstadt
- Idealerweise Steuerung des ruhenden Verkehrs

Erste Entwicklungsstufe des Stadtsystems

Verbindung LH Karte mit Parken



Funktionsweise der Parkgebührenrückerstattung



Händlersicht Payback – Wie werden die Punkte gesammelt?

Autarker Prozess des Kassen- und Payment-Systems

Zahlungsvorgang



Autarker Prozess zur Punktevergabe über ein Tablet und eine App



Händlersicht Payback

Tablet Basisdisplay



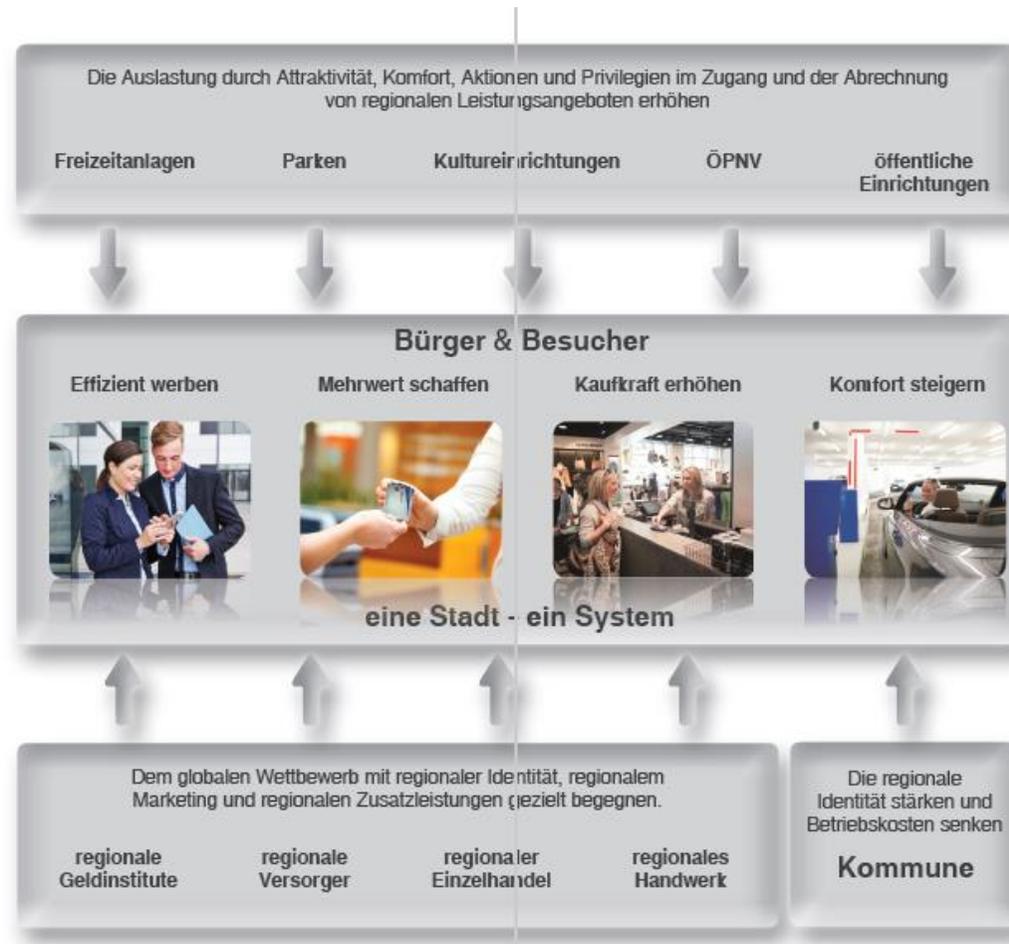
Tablet Payback-Display



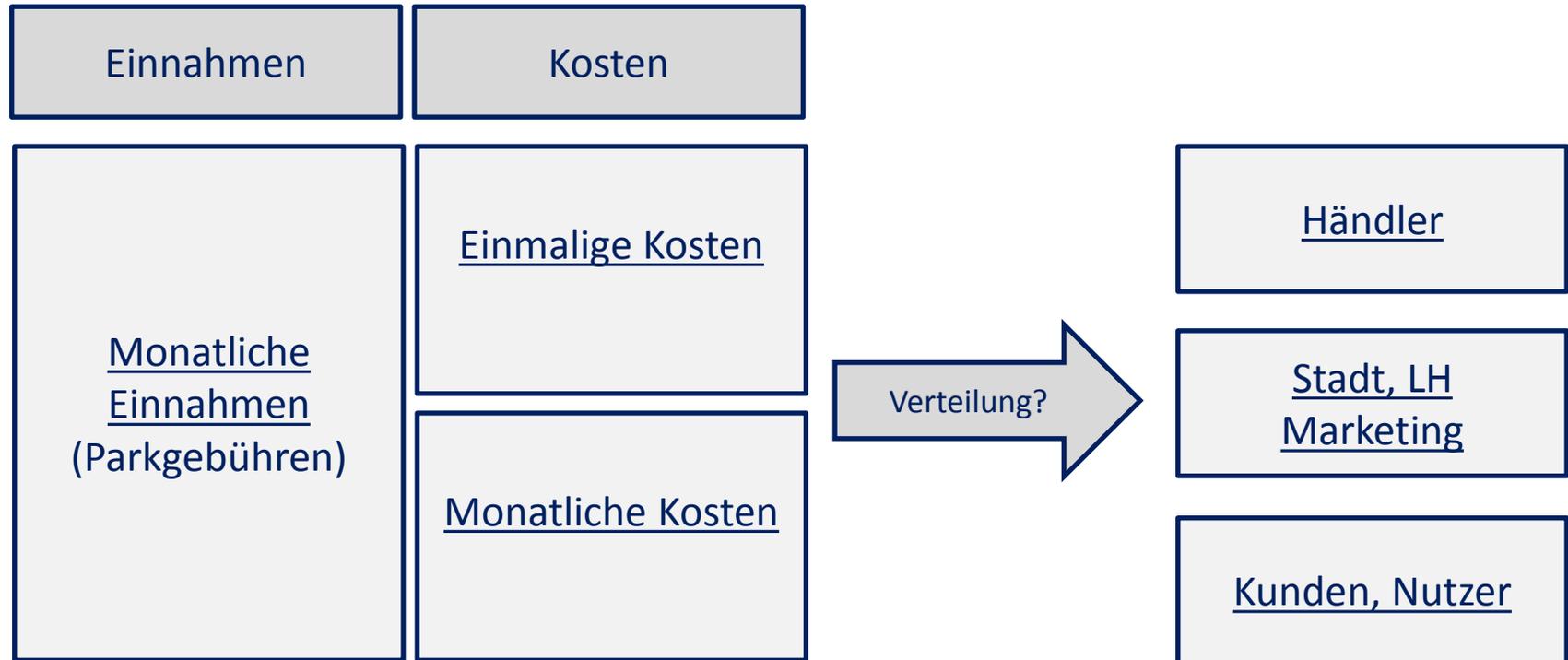
Vorteile des Parkmoduls aus drei Perspektiven

Händler	Stadt Lüdinghausen/ LH Marketing	Kunde
Keine zeitliche Limitierung der Parkzeit – entspannte Kunden!	Steigerung der Attraktivität der Innenstadt	Keine zeitliche Limitierung der Parkzeit
Kostenlose Parkplätze für Kunden	Vereinfachte Abwicklung der Parkeinnahmen	Kein Kleingeld nötig
Geschenk/Dankeschön für den Kunden	System mit Erweiterungsmöglichkeiten	Kostenloses Parken als Kunde

Was ist ein Stadtsystem? – Präsentation von Herrn Rinsch (HKS)



Installation und Betrieb des Systems



Kostenübersicht unabhängig der Träger

Einmaliger Aufwand		Monatliche Kosten	
Spezifikation des Konzeptes	4.600,- €	Betrieb Grundgebühr	1760,- €
Implementierung	17.000,- €	Betriebsgebühr pro Teilnehmer	48,- €
Anschaffung Parkautomaten	Ca. 6.000,- € pro Stk. Bei 10 Stk. 60.000,- €	Transaktionskosten	0,06 € pro Transaktion
Anschaffung der Tablets	Ca. 250,-€ pro Tablet	PDM Control Parkscheinautomat	48,- €
Anschaffung neuer Karten mit RFID Chip	1,52€ pro Stück		

Vorschlag zur Einnahmen und Kostenverteilung



Rechnung aus Sicht eines Händlers: Betriebskosten

Annahmen		Kosten
Einmalig	Tablet	250,-€
20 Transaktionen am Tag	0,06 € pro Transaktion	= $20 \cdot 0,06\text{€} = 1,20\text{€}$ netto am Tag
40 Transaktionen am Tag	0,06€ pro Transaktion	= $40 \cdot 0,06\text{€} = 2,40\text{€}$ netto am Tag
	0,50 Cent Gutschrift pro Kunde (eine umsatzabhängige Größe ist ebenfalls möglich)	= $20 \cdot 0,50 = 10,-\text{€}$ brutto = $40 \cdot 0,50 = 20,-\text{€}$ brutto
Jahreskosten		
20 Transaktionen	250 Öffnungstage im Jahr	= $250 \cdot 1,20\text{€} + 250 \cdot 10,-\text{€} = \underline{2700,-\text{€}}$, Monat: 225,-€
40 Transaktionen		= $250 \cdot 2,40\text{€} + 250 \cdot 20,-\text{€} = \underline{5600,-\text{€}}$, Monat: 467,-€

Rechnung aus Sicht der Stadt: Einmalige Kosten

Annahmen		Kosten
Spezifikation des Konzeptes	4.600,-	4.600,-€
Implementierung	17.000,-	17.000,-€
Anschaffung Parkautomaten	Ca. 5.500,- Euro pro Automat	=10*6000,-=60000,-€
Gesamt		= <u>81.600,-€</u>

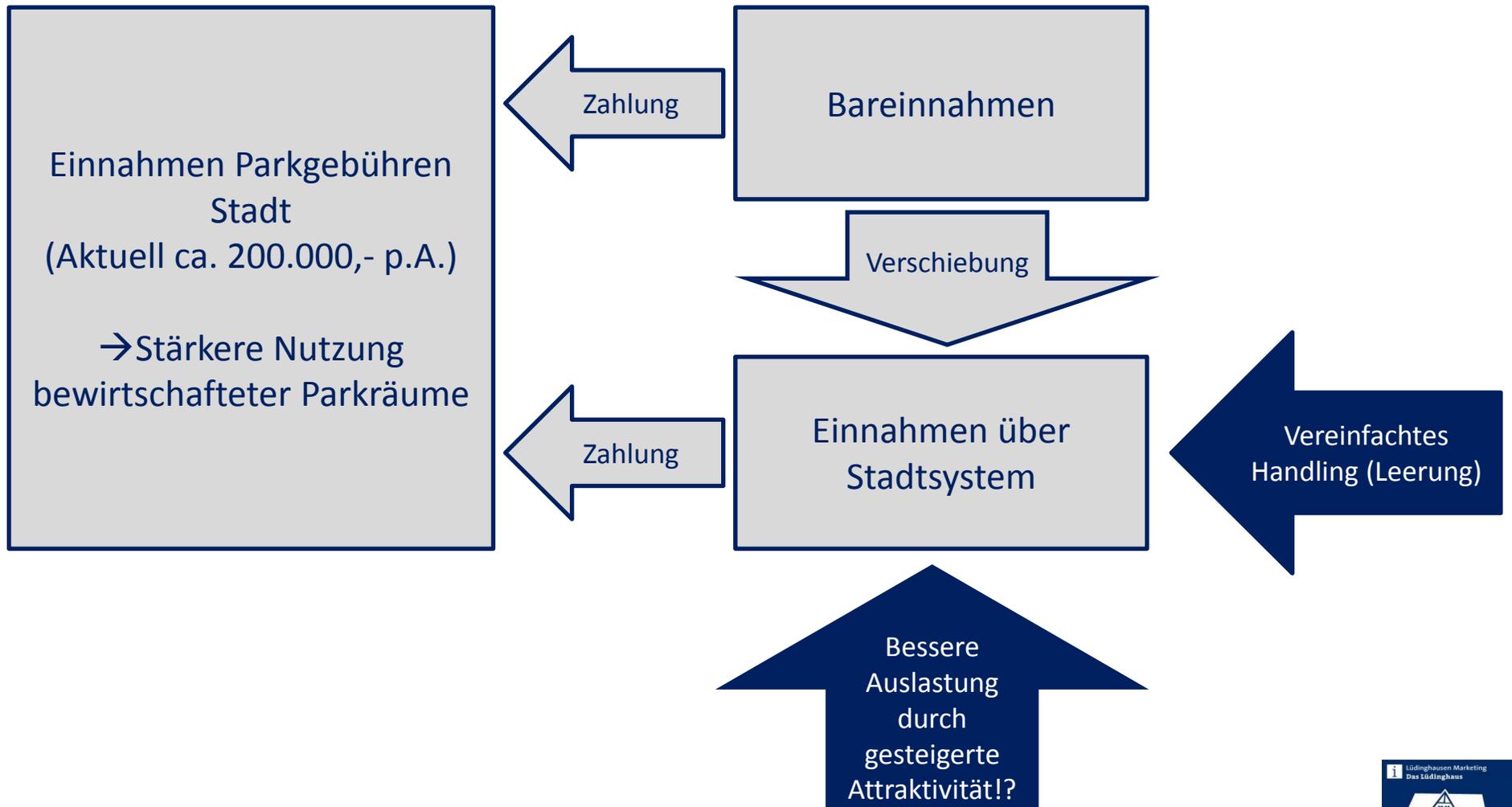
Rechnung aus Sicht der Stadt: Betriebskosten

Annahmen		Kosten
Grundgebühr		1760,-€
Parkmodul		48,-€
20 Händler 30 Teilnehmer	48,-€ pro Teilnehmer monatlich	=21*48,-€=1008,-€ pro Monat =31*48,-€=1488,-€ pro Monat
Jahreskosten (netto) 20 Teilnehmer		=12*1008,-€+1760,-€= <u>13.856,-€</u>
30 Teilnehmer		=12*1488,-€+1760,-€= <u>19.616,-€</u>

Steuerungsmöglichkeiten/Anschub

- Übernahme der Transaktionskosten für 6 Monate
- Sechs Monate Testlaufzeit für Händler
- Zwei Benutzerkonten: Unterscheidung zwischen registrierten und nicht registrierten Nutzer.
 - Registrierte Nutzer mit mehr Vorteilen (z.B. Parkgebühren per Lastschrift, mehr Punkte pro Einkauf)
 - Möglichkeit zur Nicht-Registrierten Nutzung zum „Kennenlernen des Systems“

Erwartete Effekte



Investitionsbedarf zur Umsetzung

- Budget für einmalige Investitionen 81.600,-€ netto, 97.104,- brutto
 - Vorhandenes Budget 2017: 55.000,-€ brutto
 - Budgetbedarf 2018:
 - Einmalig: ca. 45.000,- € brutto
 - Jährliches Budget für den Betrieb des Stadtsystems : 25.000,-€ netto, 29.750,- € brutto
- Investitionsbedarf für die Stadt:
 - 45.000,- € in den Haushalt 2018
 - 30.000,- € in den Haushalt der kommenden 3 Jahre (2018-2020)

**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**

LH-Card



Identität und Attraktivität
regional vernetzen

Die regionale Vielfalt für den gemeinsamen Kunden, den Bürger und Besucher, digital vernetzen!

Die Interessen der unterschiedlichen Unternehmen und Einrichtungen mit der LH-Card verbinden...



... und von den Vorteilen als regionales Unternehmen und Kommune gemeinsam partizipieren

Regionale Kundenpräsenz:

- Effiziente und persönliche Kundenadressierung über moderne Medien



zusätzlicher Komfort bei regionalen Leistungen

- Einfache Zutritts-, Buchungs- und Abrechnungsverfahren für regionale Angebote

Benefits durch regionale Angebotsverknüpfung:

- attraktive Angebotsverknüpfungen, Bonusaktionen, Parkgebührenbefreiungen

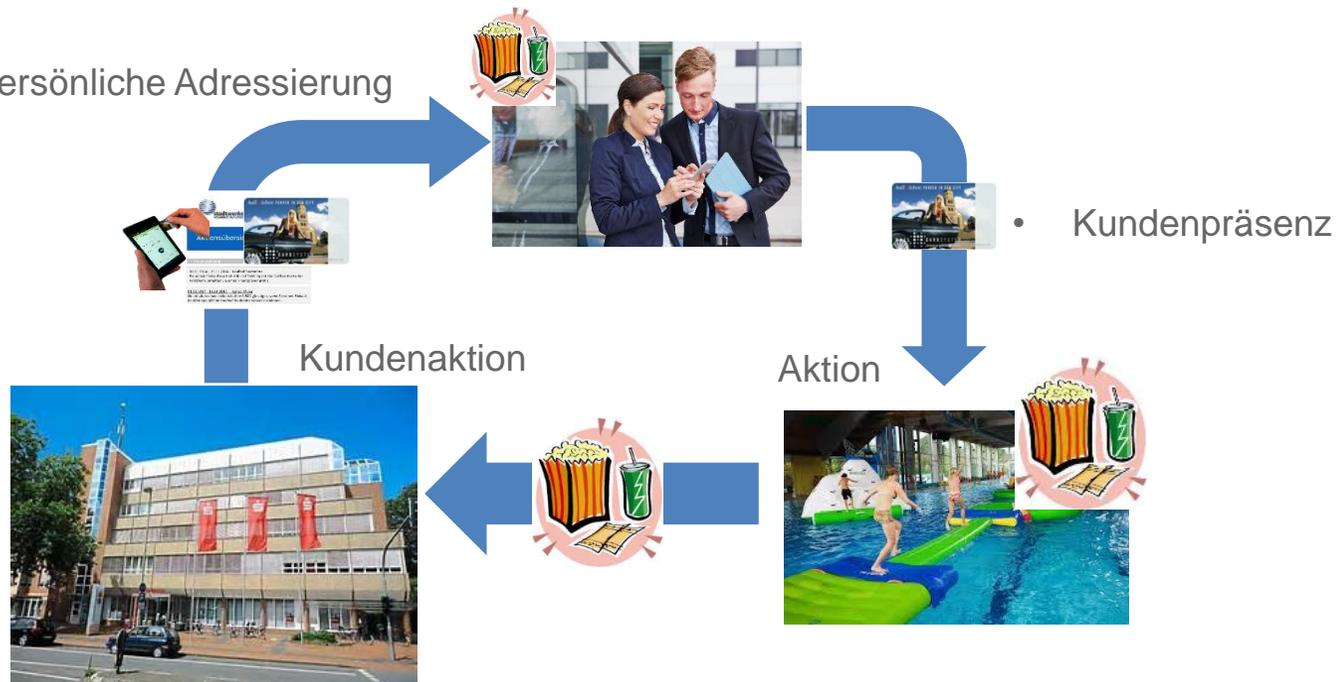


Cross-Selling über die LH-Card

Beispiel: Bonusmodul

- Kundenpräsenz (Sparkasse und Schwimmbad)

- persönliche Adressierung



Systemträger:

z.B. Sparkasse/Volksbank oder Kommune

- positive Kundenpräsenz
- Kundenmehrwert außerhalb des Kerngeschäftes
- regionale Identifikation

Aktionsträger:

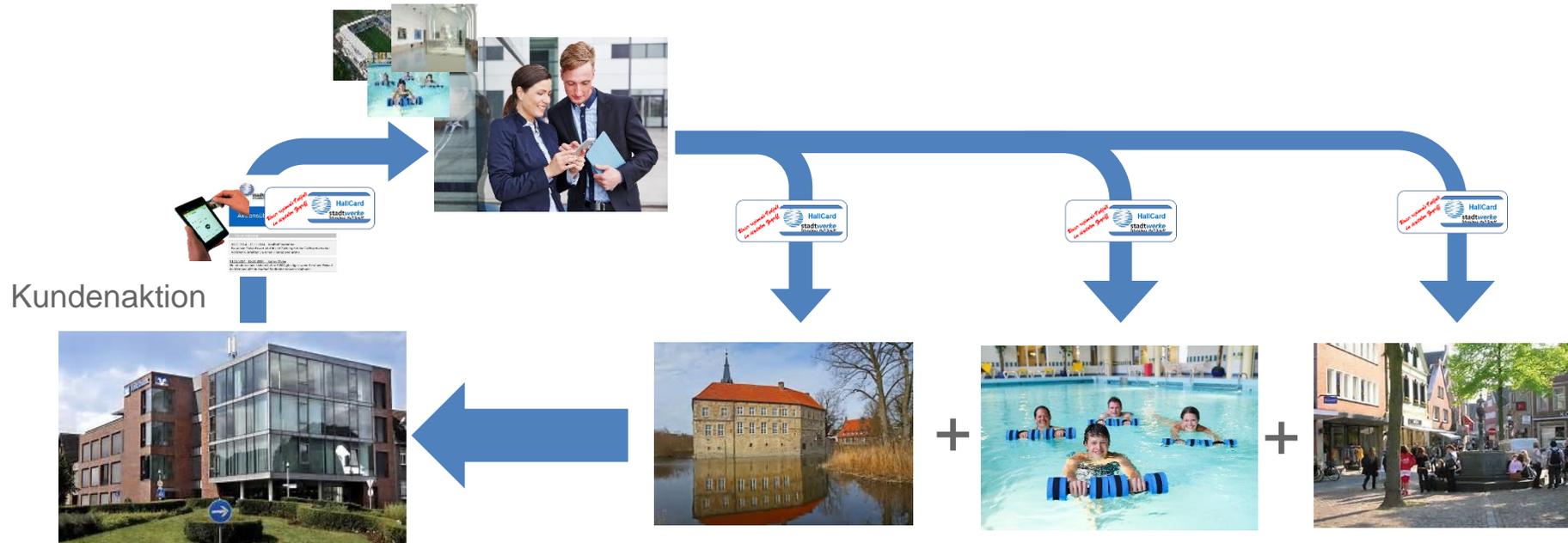
Schwimmbad

- persönliche Kundenadressierung
- effizienter Werbekosteneinsatz
- Kaufanreize, Auslastung
- regionale Identifikation

Cross-Selling über die LH-Card

Beispiel: Verknüpfungsmodul

- Kundenpräsenz (Volksbank - Kultur - Schwimmbad - Einzelhandel)



Verknüpfungsangebot zur Erhöhung der Auslastung z.B.:

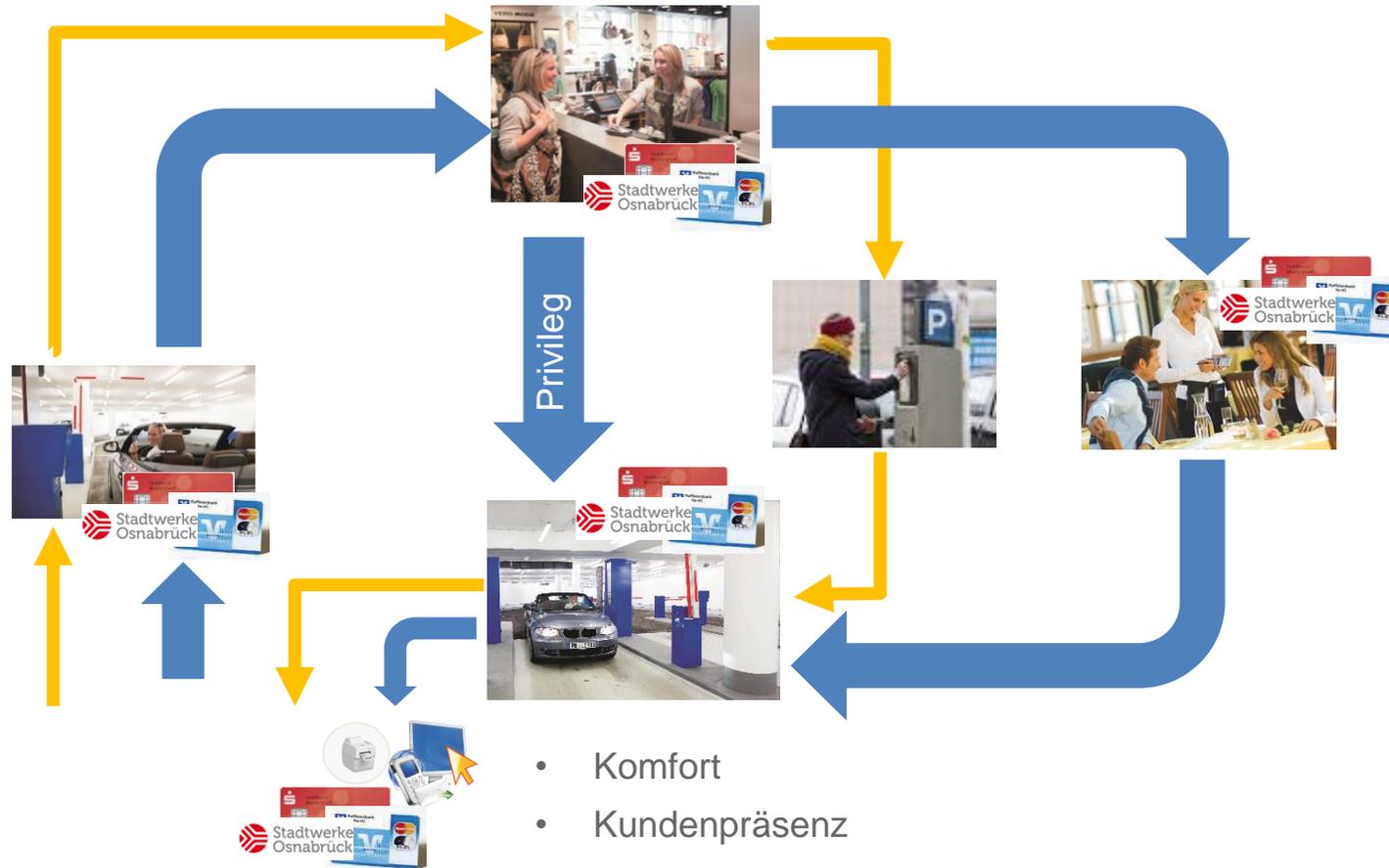
nutze 3 zahle 2,5

Teilnehmer und deren Motivationen und Rollen

Beispiel: Parkmodul Standard und Komfort
+ Verknüpfungsmodul

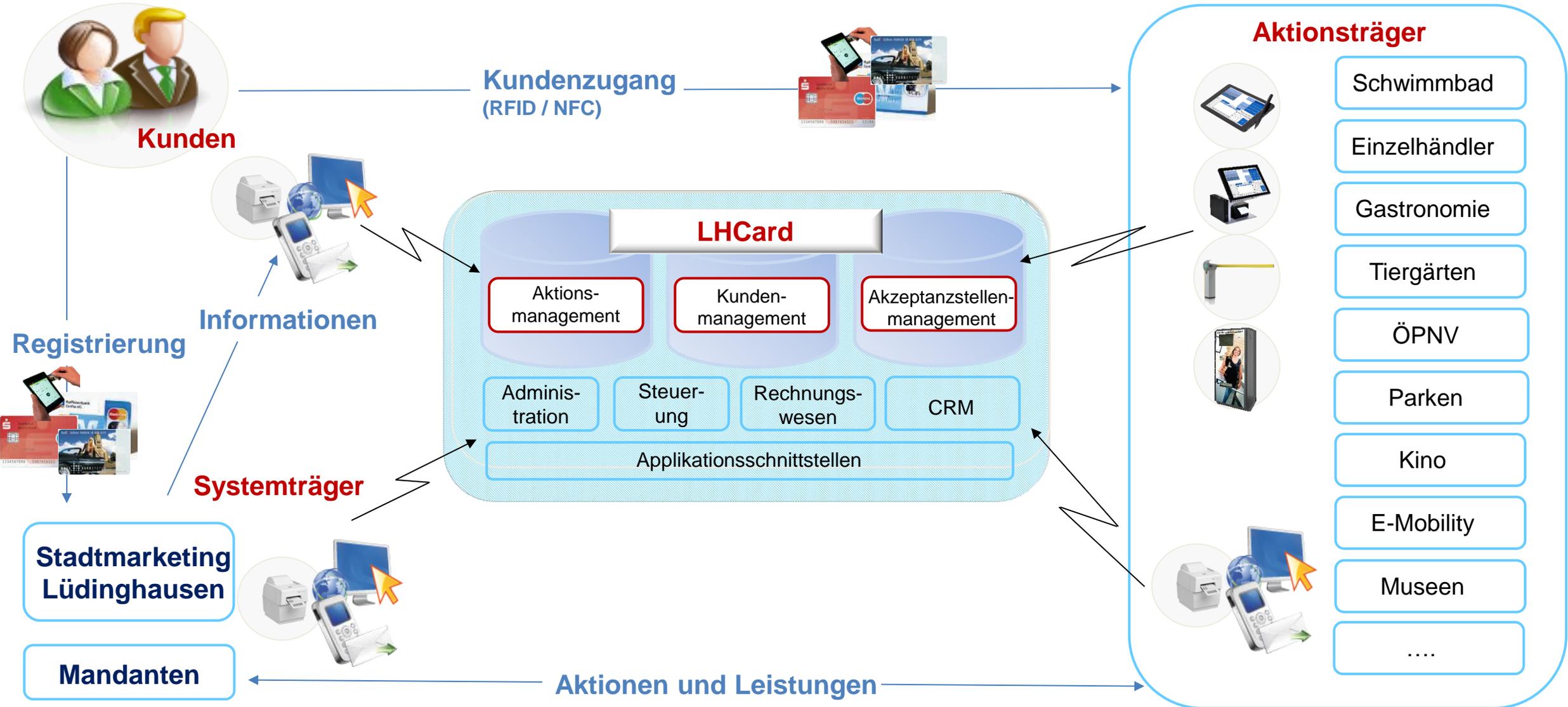
Aktion:
Parkgebührengutschrift
Angebotsverknüpfung

- Komfort
- Kundenpräsenz



- Kundenmehrwert
- Kundenpräsenz

Grundsätzliche Struktur der LH-Card



Anforderungen an ein digitales Stadtsystem



Für den Kunden werden mit der „LH-Card“ unterschiedliche regionale Mehrwerte auf einer zentralen Plattform erschlossen



Zentrale Kundenadressierung unter der Marke „LH-Card“



Zentrale Betriebs- und Verwaltungsinstanz

Ein Plattform für Kunden- / Medium- / Wertkonto für unterschiedliche Leistungsangebote





Die Chancen aus dem Wandel der Zeit mit der LH-Card erschließen



*Die regionale Vielfalt
im digitalen Zugriff*

Weiterentwicklung des städtischen Haushalts zu mehr Zielorientierung mit Zielen und Kennzahlen

Stadt Lüdinghausen – Haupt- und Finanzausschuss
am 17.10.2017

Dr. Ansgar Strätling



Ausgangspunkt

- *„Für die gemeindliche Aufgabenerfüllung sollen produktorientierte Ziele unter Berücksichtigung des einsetzbaren Ressourcenaufkommens (...) festgelegt sowie Kennzahlen zur Zielerreichung bestimmt werden“ (§12 GemHVO NRW)*
- Die Normierung beschreibt ein „Ob“, und kein „Wie“
- Leitmodell hinter der Formulierung ist die stärkere Berücksichtigung von Ergebniszielen im Rahmen der Haushaltsberatung und der Rechenschaftslegung



Leitlinien

- Es geht nicht im Haushalt darum, möglichst viele Zahlen unkommentiert darzustellen, sondern steuerungsrelevante Zusammenhänge aufzuzeigen und mit Kennzahlen greifbar zu machen!
- Es sollen somit nicht Zahlen geliefert werden, sondern zahlengestützte Interpretationen.
- In einem Produkt soll dargestellt werden, wie sich dieses in den nächsten Jahren entwickeln soll oder wird.
- Besonders steuerungsrelevant sind häufig die Zahlen, die sich verändern!



Produktbeschreibung

Haushaltsplan 2018



I

Produktbereich 01: Innere Verwaltung / Produktgruppe 0103 Gleichstellung von Mann und Frau
Produkt : 010300 Gleichstellungsangelegenheiten

Produktverantwortlich	Barbara Weichnus
Produktbetreuung	Barbara Weichnus
Kurzbeschreibung	Nährhaltung bei allen Vorhaben und Maßnahmen der Stadt und der Stadtverwaltung, die Auswirkungen auf die Gleichstellung von Frau und Mann und die Anerkennung ihrer gleichberechtigten Stellung in der Gesellschaft haben.
Auftragsgrundlage	Artikel 3 Grundgesetz (GG), Landesgleichstellungsgesetz (LGG NRW), Gemeindeordnung NRW, Hauptsatzung der Stadt Lodinghausen
Zielgruppe	Beschäftigte der Stadtverwaltung, alle Einwohner/-innen der Stadt Lodinghausen, Institutionen, Verbände, Vereine

Produktstrategie - Zielsetzungen

Zielsetzung der Inneren Gleichstellung ist die Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Stadtverwaltung. Durch flexible Teilzeitangebote sollen familienbedingte Freidellungen in der Berufsbiografie reduziert werden. Überdies sollen auf Dauer in stärkerem Maße Führungspositionen im höheren Dienst durch Frauen besetzt werden.

Als weitere Gleichstellungsmaßnahme besteht ein Hauptaufgabenfeld in der Unterstützung von Frauen zum Berufswiedereinstieg nach familienbedingten Unterbrechungen. Hier soll vor allem durch Beratungs- und Informationsangebote ein Beitrag geleistet werden.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Jahr 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Anzahl der Frauen im Dienst an den Elternzeiterberechtigten	%				
2	Teilzeitangebote von Frauen	%				
3	Anzahl Frauen Stelleneinhaber/-innen im höheren Dienst	%				
4	Konkretes Angebot zur Berufswiedereinstiegsberatung (Beratung, Information, Schulung)	Kontakte				

Kostenstellen
1000 Gleichstellungsaufträge



010300 Gleichstellungsangelegenheiten

Produktstrategie - Zielsetzungen

Zielsetzung der inneren Gleichstellung ist die Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Stadtverwaltung. Durch flexible Teilzeitangebote sollen familienbedingte Freistellungen in der Berufsbiografie reduziert werden. Überdies sollen auf Dauer in stärkerem Maße Führungspositionen im höheren Dienst durch Frauen besetzt werden.

Als Äußere Gleichstellung besteht ein Hauptaufgabenfeld in der Unterstützung von Frauen zum Berufswiedereinstieg nach familienbedingten Unterbrechungen. Hier soll vor allem durch Beratungs- und Informationsangebote ein Beitrag geleistet werden.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Ist 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Anteil der Frauen im Dienst an den Elternzeitleistenden	%				
2	Teilzeitquote von Frauen	%				
3	Anteil Frauen Stelleninhabern/-innen im höheren Dienst	%				
4	Kontaktangebote u. Berufsrückkehrangebote (Beratung, Information, Schulung)	Kontakte				

020100 Gefahrenabwehr/ Ordnungsmaßnahmen

Produktstrategie - Zielsetzungen

Übergreifendes Ziel der Gefahrenabwehr ist, dass bedrohliche Situationen mit „Gefahr im Verzug“ die äußerste Ausnahme in der Stadt Lüdinghausen bleiben.

Überdies versteht sich die Stadtverwaltung als Partner von Gewerbetreibenden und Veranstaltern für die Durchführung von besucherintensiven Veranstaltungen und Sondernutzungen. Hierbei sind die legitimen Interessen von Beteiligten zu wahren und Nutzungsaufgaben zu entwickeln und umzusetzen.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Ist 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Auftretende Fälle mit „Gefahr im Verzug“	Stk.				
2	Anzahl besucherintensive Veranstaltungen	Veranstaltungstage				
3	Besucher/-innen bei besucherintensiven Veranstaltungen	Personen				
4	OWi-Verfahren im Zuge v. besucherintensiven Großveranstaltungen	Stk.				
5	Anzahl Erlaubnisse für Sondernutzungen	Stk. (Fälle)				

Produktstrategie - Zielsetzungen

Zum Schutz der natürlichen Ressourcen und zur Abfederung von Belastungen im Haushalt sind in den nächsten Jahren Maßnahmen zu entwerfen und umzusetzen, um Energieverbräuche nachhaltig zu reduzieren.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Ist 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Emissionen CO ₂ für Energieverbräuche in qm BGF	t/qm Bruttogeschossfl. (BGF)				
2	Stromverbrauch je qm	kWh/qm BGF				
3	Gasverbrauch je qm	kWh/qm BGF				
4	Wasserverbrauch je Schüler/-in	m ³ /Schüler/-in				
5	Flächen in qm je Schüler/-in	qm Nutzfläche /Person				



030104 Schulträgeraufgaben St. Antonius Gymnasium

Produktstrategie - Zielsetzungen

Das St. Antonius-Gymnasium soll weiterhin ein gutes Schulangebot mit zeitgemäßer Ausstattung bieten. Dieses gilt sowohl für Schüler/-innen aus dem Stadtgebiet wie auch aus umliegenden Städten und Gemeinden. Dieses soll in den nächsten Jahren vor allem durch die Bereitstellung einer zeitgemäßen IT-Ausstattung zur Nutzung moderner Unterrichtsmedien unterstützt werden.

<i>Nr.</i>	<i>Kennzahl</i>	<i>Einheit</i>	<i>Ist 2016</i>	<i>Plan 2017</i>	<i>Plan 2018</i>	<i>Plan 2019</i>
1	Anzahl Schüler/-innen	Personen				
2	Übergangsquote der Grundschulen im Stadtgebiet auf das St. Antonius-Gymn.	%				
3	Einpendler aus Nachbarstädten unter den Fünftklässlern	Personen				
4	Anzahl Einpendler aus Nachbarstädten und -gemeinden insgesamt	Personen				
5	Investitionen in IT-Infrastruktur, Hard- und Software je Schüler/-in (incl. GWG)	€/Person				



040600 Zuschüsse Bücherei

Produktstrategie - Zielsetzungen

Durch den Zuschuss zu Büchereien soll die Lese- und Medienkompetenz gefördert werden, insbesondere von Kindern und Jugendlichen. Die Bücherei(en) soll(en) weiterhin ein attraktives Angebot an Medien und Veranstaltungen bieten, das von Bürgerinnen und Bürgern wie auch Schulklassen und KiTa-Gruppen in Anspruch genommen wird.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Ist 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Anzahl Besucher/-innen	Personen				
2	Öffnungszeiten/Woche	Stunden				
3	Anzahl Besuche Schulklassen/KiTa-Gruppen	Stk.				
4	Anzahl Veranstaltungen	Stk.				
5	Anteil digitaler Medien	%				
6	Erneuerungsquote Medienbestand	%				
7	Zuschussbedarf pro Ausleihvorgang	€/Stk.				

081401 Klutensee - Bad

Produktstrategie - Zielsetzungen

Das Klutensee-Bad soll für die Nutzung durch Bürger/-innen, Schulen und Sportvereine zur Verfügung stehen.
Es sollen die in den vergangenen Jahren gestiegenen Besucherzahlen bestätigt werden.
Das Bad soll einen Beitrag zur Gesundheitsversorgung in der Stadt Lüdinghausen leisten.

Nr.	Kennzahl	Einheit	Ist 2016	Plan 2017	Plan 2018	Plan 2019
1	Besucher/-innen Bad - davon Schulschwimmen - davon Gesundheitskurse	Personen				
2	Besucher/-innen Sauna	Personen				
3	Besucher/-innen Fitness	Personen				
4	Bereitgestellte Wochenstunden für Vereinssport	h/Woche				
5	Zuschussbedarf pro Besucher/in	€/Person				



Zur Vorgehensweise

- Im Zuge der Weiterentwicklung gibt es eine Verfahrensdimension und eine inhaltliche Dimension
- Zunächst wurde mit einer begrenzten Anzahl von unterschiedlichen Produkten ein einheitliches Verfahren entworfen
- Sofern dieses Verfahren als geeignet empfunden wird, soll dieses auch auf die anderen Verwaltungsprodukte angewandt werden
- Bisher wurde von der Verwaltungsseite eine Bestandsaufnahme relevanter Zielsetzungen eingebracht
- Im Zuge der politischen Willensbildung sind diese Ziele fortzuschreiben bzw. anzupassen

