

öffentlich

<b>Produkt</b>	Diverse	
<b>Produktgruppe</b>	Diverse	
<b>Produktbereich</b>	Diverse	

Amt/Geschäftszeichen	Datum	Vorlagennummer
41 / KIm	14.08.2012	BV/12/1669

▼ Beratungsfolge	▼ Sitzungstermin
1. Ausschuss für Kultur, Sport, Generationen und Partnerschaften	27.09.2012

Tagesordnungspunkt/Betreff

**Produktgruppenberichte 1. Halbjahr 2012**

**Beschlussvorschlag**

Der Ausschuss für Kultur, Sport, Generationen und Partnerschaften nimmt die nachfolgend aufgeführten Produktgruppenberichte des 1. Halbjahres 2012 zur Kenntnis:

- 1.01.15 – Städtepartnerschaften
- 1.04.01 – Kommunale Veranstaltungen
- 1.04.02 – Kulturförderung
- 1.04.04 – Volkshochschule
- 1.04.05 – Musik- und Kunstschule
- 1.04.06 – Bücherei
- 1.04.09 – Theater und Konzerte
- 1.05.01 – Unterstützung von Senioren
- 1.05.03 – Hilfe bei Einkommensdefiziten und Unterstützungsleistungen
- 1.08.01 – Bereitstellung und Betrieb von Sportanlagen
- 1.08.02 – Sportförderung
- 1.10.08 – Hilfe bei Wohnproblemen
- 1.10.04 – Wohnungsbauförderung, Wohngeld (1.10.04.02 – Wohngeld)

Beratungsergebnis					Sitzung am	TOP
<input type="checkbox"/> einstimmig	<input type="checkbox"/> mit Stimmenmehrheit	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein	<input type="checkbox"/> Enthaltungen	<input type="checkbox"/> laut Beschluss- vorschlag	<input type="checkbox"/> abweichender Beschluss (Rückseite)

**Begründung**1. Sachverhalt**I. Produktgruppenberichte 1. Halbjahr 2011:**

Der Ausschuss für Kultur, Sport, Generationen und Partnerschaften und der Rat haben in ihren Sitzungen vom 16.11.2011 bzw. 06.12.2011, zusammen mit den Teilergebnis- und Teilfinanzplänen des Haushaltes 2012, auch die Produktgruppenbeschreibungen mit den Zielen und Kennzahlen für die Produktgruppen der Produktbereiche Innere Verwaltung, Kultur und Wissenschaft, Sportförderung, Soziale Leistungen und Bauen und Wohnen für 2012 beschlossen.

Vereinbart wurde, dass zweimal jährlich die Produktgruppenberichte vorgelegt werden.

Beigefügt werden nunmehr die Statusübersicht mit den Ergebnissen zu den einzelnen Produktgruppen und sofern sich aus den Berichten besondere Änderungen oder Abweichungen zu den Planzahlen oder im Hinblick auf die Ziele ergeben (rote Ampel, Pfeil nach unten), Berichte mit Erläuterungen zu den betroffenen Produktgruppen.

2. Ziel: Was soll für welche Zielgruppe erreicht werden?

Zielgruppe sind der Rat und die Ausschüsse der Stadt Lohmar. Die Produktgruppenberichte dienen dem Rat und den Ausschüssen als Controlling-Instrument zur Feststellung der Einhaltung der gesetzten Ziele und finanziellen Rahmenbedingungen.

3. Leistungen/Prozesse: Was soll wie getan werden?

Die Produktgruppenberichte erleichtern dem Rat und den Ausschüssen die Messung und Bewertung der Wirkung der Leistungen im Hinblick auf die Zielerreichung. Die Produktgruppenberichte sowie die Informationen über geänderte Rahmenbedingungen und gesetzliche Änderungen bilden die Grundlage für die Zielvereinbarungen zwischen Rat und Verwaltung.

4. Ressourcen: Welcher Aufwand ist für die Umsetzung der Maßnahme erforderlich?

Aufwand für die Erstellung der Zeitanalysebögen, Produktberichte und Produktgruppenberichte.

5. Auswirkungen auf übergeordnete Ziele(Haushaltskonsolidierung, NKF, Familienfreundlichkeit, Raum für Jung und Alt, Unternehmerische Engagement, Natur und Sport). Falls ja: Welche?

Die Arbeit mit den Produktgruppenberichten hat Auswirkungen auf alle Ziele, da eine optimale Steuerung der Arbeit die Zielerreichung fördert.

6. Wirtschaftliche Auswirkungen:

Die Arbeit mit den Produktberichten fördert die Wirtschaftlichkeit der Verwaltungsarbeit.

Mittel für die Maßnahme lt. Haushaltsplan vorhanden:  ja

nein.

Falls nein: - Mittel können aus der betroffenen Produktgruppe zur Verfügung gestellt werden  nein

ja, Erläuterung: \_\_\_\_\_

- Die Maßnahme kann nur durch Inanspruchnahme von Mitteln aus nachstehenden Produktgruppen durchgeführt werden (ggf. üpl. gemäß § 83 GO):

\_\_\_\_\_

In Vertretung

Dirk Brügge  
Erster Beigeordneter

**Anlagen:**  
**Produktgruppenberichte 1. Halbjahr 2012**