

Haushaltsziele 2009 – FB 1

Produktgruppe		Verant- wortlich	Ziel Kurzbeschreibung	Kennzahlen			Bezug zum strat. Ziel Nr:
Nr.	Bezeichnung			Bezeichnung	Wert 2009	Wert 2010- 2012	
001	Politische Gremien und Verwaltungs- führung	BM / FB 1 (VV-10)	Vervollständigen (flächendeckend), messbar machen und weitere Qualifizierung der Haus- haltsziele für den Haushaltsentwurf 2010	Verabschiedung des Haushalts 2010 durch den Rat bis spätes- tens	31.12.2009	Zum 31.12. des Jahres	1.2, 4.1, 4.2, 4.3
		BM / FB 1 (VV-10)	Durchführung einer zielbezogenen Budgetie- rung für den Haushaltsentwurf 2010	Verabschiedung des Haushalts 2010 durch den Rat bis spätes- tens	31.12.2009	Zum 31.12. des Jahres	1.2, 4.1, 4.2, 4.3
		BM / FB 1 (I-10)	Jährliche wirkungsorientierte Berichterstattung der Zentralen Stelle für Anregungen und Be- schwerden an den Verwaltungsvorstand, die Fachbereichsleiter/in und die Politik	Berichtszeitpunkt	31.03.2009	31.03.2010 31.03.2011 31.03.2012	4.1, 4.4
		BM / FB 1 (I-10)	Steigerung der fristgerecht abgearbeiteten An- regungen und Beschwerden in der Zentralen Stelle für Anregungen und Beschwerden von derzeit ca. 63 % auf mind. 70 %	Fristgerecht (innerhalb drei Wochen) abgearbeitete Anre- gungen und Beschwerden in v. H. mind.	70 %	71 % 72% 73%	5.1, 5.4.
105	Informations- technologie und Logistik	BM / FB 1	Umsetzung des Rechnungswesens im Doku- mentenmanagementsystem	Einführung des elektronischen Rechnungswesens in der Ge- samtverwaltung	31.12.2009		5.4
110	Organisations- und Personal- management	BM / FB 1	Konzept zur Personalgewinnung und Entge- genwirken einer Fluktuation (besonders genderrelevant) 1	Fertigstellung eines Konzepts i.R. einer Arbeitsgruppe	31.12.2009		5.3
120	Statistische Angelegen- heiten	BM / FB 1	Prioritäten für methodische Kundenbefragun- gen	Konzepterstellung und Vorbe- reitung von Standard- Fragebögen für unterschiedli- che Kundenbereiche	31.12.2009		5.1, 5.4, 5.7

Produktgruppe		Verant- wortlich	Ziel Kurzbeschreibung	Kennzahlen			Bezug zum strat. Ziel Nr:
Nr.	Bezeichnung			Bezeichnung	Wert 2009	Wert 2010- 2012	
130	Stadtmarke- ting, Öffent- lichkeitsarbeit	BM / FB 1	Förderung der Akzeptanz und Einbindung der Öffentlichkeit in die Regionale 2010 (durch eine Schwerpunktkampagne) (besonders genderrelevant) 3	Zeitpunkt der Aktualisierung der Internetpräsenz –bezüglich der Kampagne „RegioGrün	31.03.2009		2.1, 2.3, 2.6, 3.1, 5.7, 11.3
				Zeitpunkt der Aktualisierung der Internetpräsenz –bezüglich der PR-Kampagne „Stadt :gestalten“	31.10.2009		2.1, 2.3, 2.6, 3.1, 5.7, 11.3
				Zeitpunkt der Herausgabe ei- nes Flyers	30.06.2009		2.1, 2.3, 2.6, 3.1, 5.7, 11.3
				Zeitraum der Durchführung von Presseinformationen be- züglich der Kampagne „RegioGrün“	05 – 06/2009		2.1, 2.3, 2.6, 3.1, 5.7, 11.3
				Zeitraum der Durchführung von Presseinformationen be- züglich der PR-Kampagne „Stadt :gestalten	05 – 12/2009		2.1, 2.3, 2.6, 3.1, 5.7, 11.3
		BM / FB 1	Profilierung von Bergisch Gladbach als kin- der- und jugendfreundliche Stadt	Zeitpunkt der Durchführung einer Sonderaktion mit Betei- ligung öffentlicher und priva- ter Partner	31.12.2009		2.5, 9.2, 9.4
		BM / FB 1	Stärkung bürgerschaftlichen Engagements und Ehrenamt	Zeitpunkt der Durchführung einer Sonderkampagne	31.08.2009		13.2, 11.2
		BM / FB 1	Stärkung von Bergisch Gladbach als lebens- werte und saubere Stadt	Zeitpunkt der Durchführung der Kampagne „Saubere Stadt“ (mit Bürgeraktionen)	31.05.2009		2.6, 3.1

Produktgruppe		Verant- wortlich	Ziel Kurzbeschreibung	Kennzahlen			Bezug zum strat. Ziel Nr:
Nr.	Bezeichnung			Bezeichnung	Wert 2009	Wert 2010- 2012	
		BM / FB 1	Profilierung als Einkaufs-, Tourismus-, Kultur- und Freizeitstandort - für die Stadtmitte und stadtteilübergreifend (insbesondere Zentren Bensberg und Refrath) (besonders genderrelevant) 3	Bildung eines Arbeitskreis mit weiterem Konzeptschritten und gemeinsamen Maßnahmen bezüglich der Vernetzungsini- tiative Stadtteile	30.04.2009		2.1, 2.3, 2.8, 6.4, 6.5, 11.1, 13.1