



# *Erfahrungsbericht Schloß Schönbrunn: Balanced Scorecard und Management-Informationssystem*

**Dr. Alexander Keil**



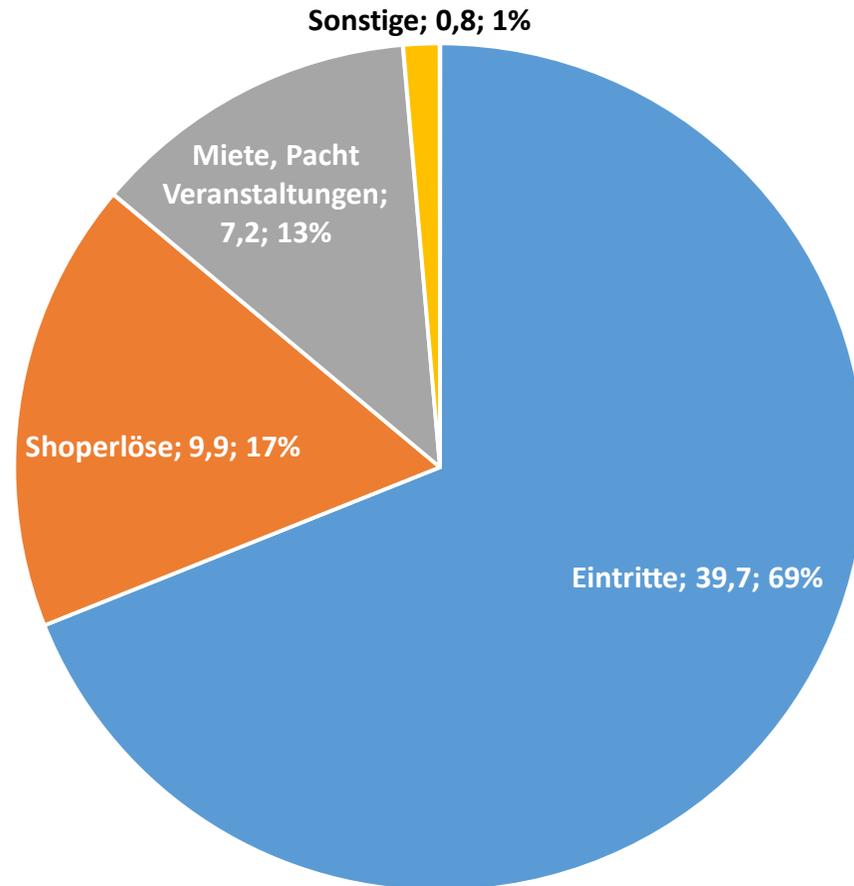
# Besucher 2017 (Erwartung in tsd.)

Schloß Schönbrunn



Schönbrunn	3.720
Hofburg	755
Hofmobiliendepot	62
Schloss Hof/Niederweiden	300
<b>SKB</b>	<b>4.837</b>

# Umsatz SKB 2017 (Erwartung)



$\Sigma = 57,6$  Mio.

# Die Planungspyramide



# Die Mission

Schloß Schönbrunn



**VERMARKTEN**

**ERHALTEN und  
RENOVIEREN**

## Ständige Balance

Auftrag des Eigentümers  
an uns ist die Erwirtschaftung  
der zur Erhaltung  
und Renovierung notwendigen Gelder  
unter größtmöglicher Schonung  
der historischen Substanz





Schloß Schönbrunn  
Kultur- und Betriebsges.m.b.H.

## Leitbild der SKB

- 1

*Führende österreichische Kulturdenkmäler*



**1.**  
Die SKB betreibt die führenden österreichischen Kulturdenkmäler Schloß Schönbrunn, die Kaiserappartements, das Sisi Museum, die Silberkammer in der Wiener Hofburg sowie das Hölzledepot + Möbel Museum Wien. Neben den städtischen Kulturdenkmälern betreibt die SKB mit Schloss Hof und Schloss Niederweiden klassische Ausflugsziele im angrenzenden Bundesland.
- 2

*Dienstleistungsorientierung*



**2.**  
Im Vordergrund steht dabei die Dienstleistungsorientierung der SKB, die eine zielgerichtete Ausrichtung und permanente Weiterentwicklung des Angebots gemäß der unterschiedlichen Ansprüche der lokalen und internationalen Kunden- und Interessensgruppen genauso beinhaltet wie die Verpflichtung zu bestmöglichem Service. Als an Dienstleistungen orientiertes Unternehmen verfügen wir über engagierte und eigenverantwortliche MitarbeiterInnen.
- 3

*Flaggschiff des österreichischen Kulturtourismus*



**3.**  
Zielsetzung des Unternehmens als Flaggschiff des österreichischen Kulturtourismus ist es, die vorhandenen Ressourcen der betreuten Objekte in authentischer Form – wie es der Status von Schloß Schönbrunn als Weltkulturerbe erfordert – zu erschließen und für Kultur, Tourismus und Freizeitangebote nutzbar zu machen.
- 4

*Erhaltung und Renovierung der Kulturdenkmäler*



**4.**  
Die erwirtschafteten Erträge werden vorrangig für die Erhaltung und Renovierung der Kulturdenkmäler aufgewendet. Die größtmögliche Schonung der historischen Substanz ist daher auch Leitlinie für alle Aktivitäten der Schloß Schönbrunn Kultur- und Betriebsges.m.b.H.

### Die strategische Positionierung der einzelnen Standorte

**Strategische Positionierung der Standorte der SKB**

Schloß Schönbrunn	Hofburg Kaiserappartements Sisi	Habsburger Möbel Museum Wien	SCHLOSS HOF Schloss Niederweiden
<b>Inhaltliche Positionierung</b> Diverse Kultur-, Tourismus-, Freizeitangebote in authentischer Form im Weltkulturerbe erlebbar machen	<b>Inhaltliche Positionierung</b> Einblick in Lebensalltag Franz Joseph, Elisabeth, Tafelkultur der Habsburger, Museum zur Person Sisi	<b>Inhaltliche Positionierung</b> Möbel-Museum für Wohnkultur, Kulturgeschichte d. Habsburger, österr. Möbeldesign, Entwicklung internationalen Möbeldesigns in Form von Sonderausstellungen	<b>Inhaltliche Positionierung</b> Prinz Eugen und weitere höfische Themen Dreigestirn (Schloss, Garten, Gutshof) + Niederweiden Vielseitige Kultur- und Freizeitanlage
<b>Marktführer imperiales Österreich</b>	<b>Marktführer Sisi</b>	<b>Das Ziel für Designinteressierte und KulturtouristInnen</b>	<b>Regionaler Leitbetrieb für Tourismus/Naherholung</b>
<b>Wirtschaftliche Bedeutung</b> Zielsetzung: – Tourismusattraktion #1 in AUT – Kindermuseum & Schloß Schönbrunn Meetings & Events sind wichtige Ergänzungsangebote	<b>Wirtschaftliche Bedeutung</b> Zielsetzung: – Mussbesuch für Touristen – Tourismusattraktion im Spitzenfeld österreichischer Angebote	<b>Wirtschaftliche Bedeutung</b> Zielsetzung: – Breitenwirksame Sonderausstellungen – Wichtiges Ergänzungsangebot der SKB für die WienerInnen	<b>Wirtschaftliche Bedeutung</b> Zielsetzung: – langfristig wirtschaftlich ausgeglichenes Ergebnis – TOP 3 Tourismusattraktion in Niederösterreich

### 1.1 Zukunftsbild 2022 – Zielsetzungen über alle Standorte

#### Site Management

Site-Management als Kombination aus authentischer Erhaltung, zielgruppenorientiertem Angebot, der Abwicklung von Besuchergruppen und ein darauf abgestimmtes Finanz- und Rechnungswesen ist unsere Kernkompetenz.

Wir nutzen die Möglichkeiten einer Unternehmensgruppe, um die Standorte so effizient wie möglich zu bewirtschaften, das Kulturerbe zu bewahren und neue Potentiale auszuschöpfen.

Zu den einzelnen Standorten gibt es jeweils klare Ziele und Strategien. Diese sind auf die jeweiligen Rahmenbedingungen der Standorte abgestimmt.

#### Forschung & Dokumentation

Wir betreiben wissenschaftliche Forschungen in einem effizienzorientiert geführten kleinen Forscherteam. Wir setzen konservatorische Maßnahmen, um größtmögliche Authentizität zu gewährleisten.

#### Personal

Als Teil der globalen Gemeinschaft nehmen wir unsere soziale Verantwortung wahr. Die Gleichstellung/-behandlung aller MitarbeiterInnen in allen Bereichen des Unternehmens wird gelebt.

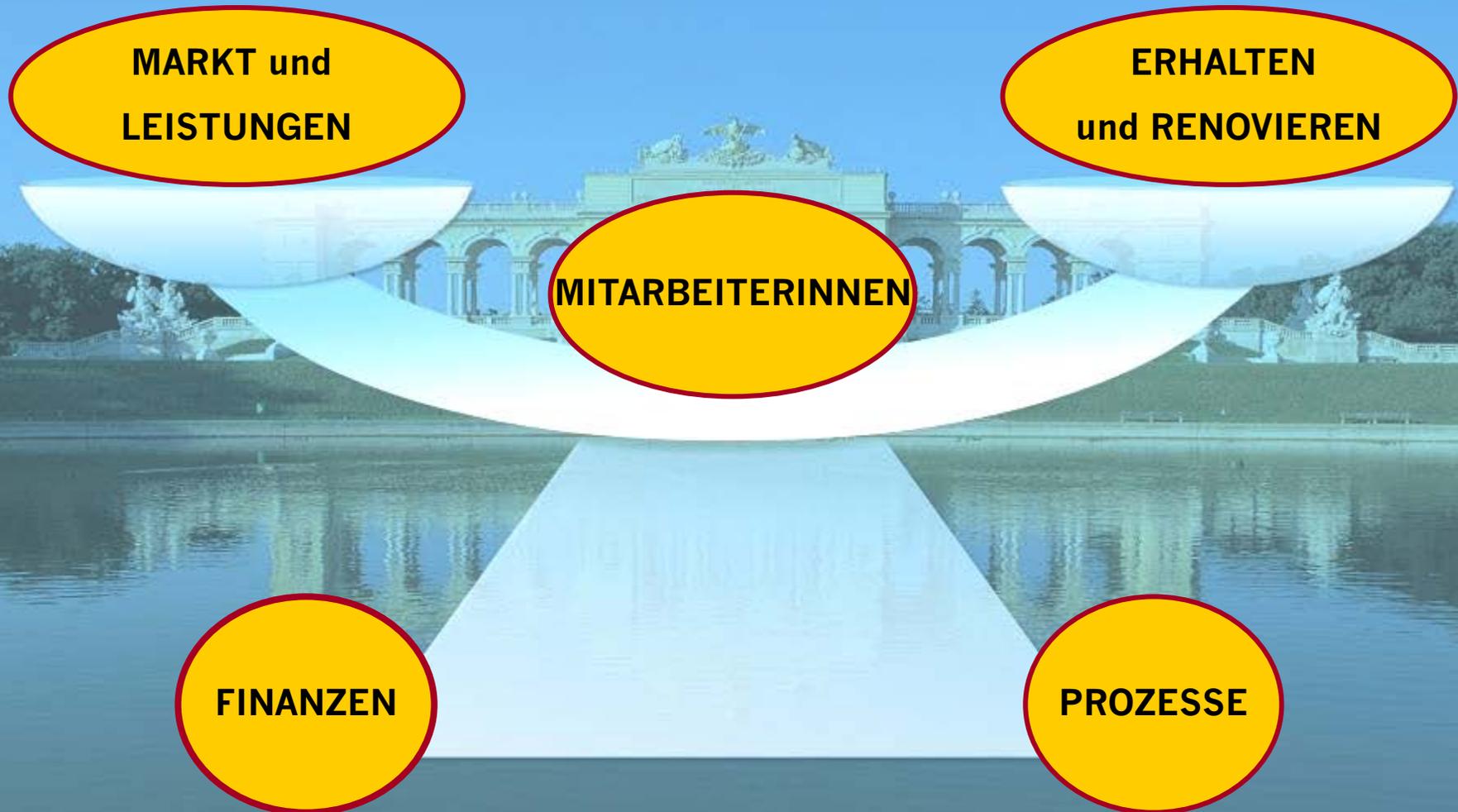
Die gute interne Kommunikation steigert die Identifikation der MitarbeiterInnen mit allen Häusern und ein gemeinsames „Wir-Gefühl“ ist geschaffen.

Unsere MitarbeiterInnen sind multilingual, im BesucherInnenservice nach ECHOCAST zertifiziert und setzen dieses Wissen auch im Rahmen ihrer Tätigkeit gezielt ein.

Das im Unternehmen vorhandene Wissen wird konsequent dokumentiert und wird sowohl als Bring- als auch als Holschuld gesehen.

# Balanced Scorecard Dimensionen

Schloß Schönbrunn



# Strategische Ziele definieren



## VERMARKTEN

### Markt und Leistungen

- Position des Marktführers stärken
- Besucherzufriedenheit steigern
- Sonderausstellungen abgestimmt entwickeln
- Digitalisierung aktiv vorantreiben
- Attraktivität der Shops stärken

- Kulturdenkmäler erhalten und renovieren

## ERHALTEN

### und RENOVIEREN

## MITARBEITERINNEN

- Personalentwicklung ausbauen
- Unternehmenskultur weiterentwickeln

- Innovative Leistungen entwickeln und einsetzen
- Risikomanagement ausbauen
- Strukturen und Abläufe etablieren
- Informationswesen überarbeiten

## FINANZEN

- Personalkosten in Relation zu Umsatz zumindest konstant halten
- Ansprechendes wirtschaftlichen Ergebnis erreichen

## PROZESSE



## VERMARKTEN

### Markt und Leistungen

- Position des Marktführers stärken
- Besucherzufriedenheit steigern
- Sonderausstellungen abgestimmt entwickeln
- Digitalisierung aktiv vorantreiben
- Attraktivität der Shops stärken

#### Wirkungsziel 1: Stärkung der österreichischen Wirtschaft mit Fokus auf KMU und Tourismusunternehmen

Um die weitere Internationalisierung zu forcieren und die Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Tourismus zu sichern, bedarf es kontinuierlicher Aktivitäten in den Bereichen Marketing und Qualität des Angebotes

#### Kennzahl 40.1.3: Reduktion der Abhängigkeit von den 3 größten Herkunftsmärkten

Um die Abhängigkeit des Tourismus von den 3 größten Herkunftsmärkten zu reduzieren, muss Österreich auf schneller wachsende Märkte und Internationalisierung setzen

#### Positionierung und Weiterentwicklung der Dachmarke

„Urlaub in Österreich“

#### sowie des Qualitätstourismuslandes Österreich

Österreichweite Kooperation im Marketing



# Darstellung: Ausgewählte Maßnahme

11032 **Ausstellung Maria Theresia 2017**

**Auftraggeber** Franz Sattlecker **Stoßrichtung** Sonderausstellungen abgestimmt entwickeln **Status** Aktiv

**Bereich** SKB **Verantwortlich(e)** Olivia Lichtscheidl **Kostenstelle** 11411-A **Kostenschätzung** 0 **Beginn** 01.01.2015 **Ende** 15.03.2017 **Akt. Ende** 15.03.2017

**Ergebnis (durch Erreichen desselben kann das Projekt als abgeschlossen angesehen werden)**  
Umsetzung des Ausstellungsprojektes; abgeschlossen durch Ausstellungseröffnung

**angestrebte Ziele**  
Präsenz in der Ausstellungslandschaft/Kulturbereich. Attraktivitätssteigerung durch zusätzliche BesucherInnen

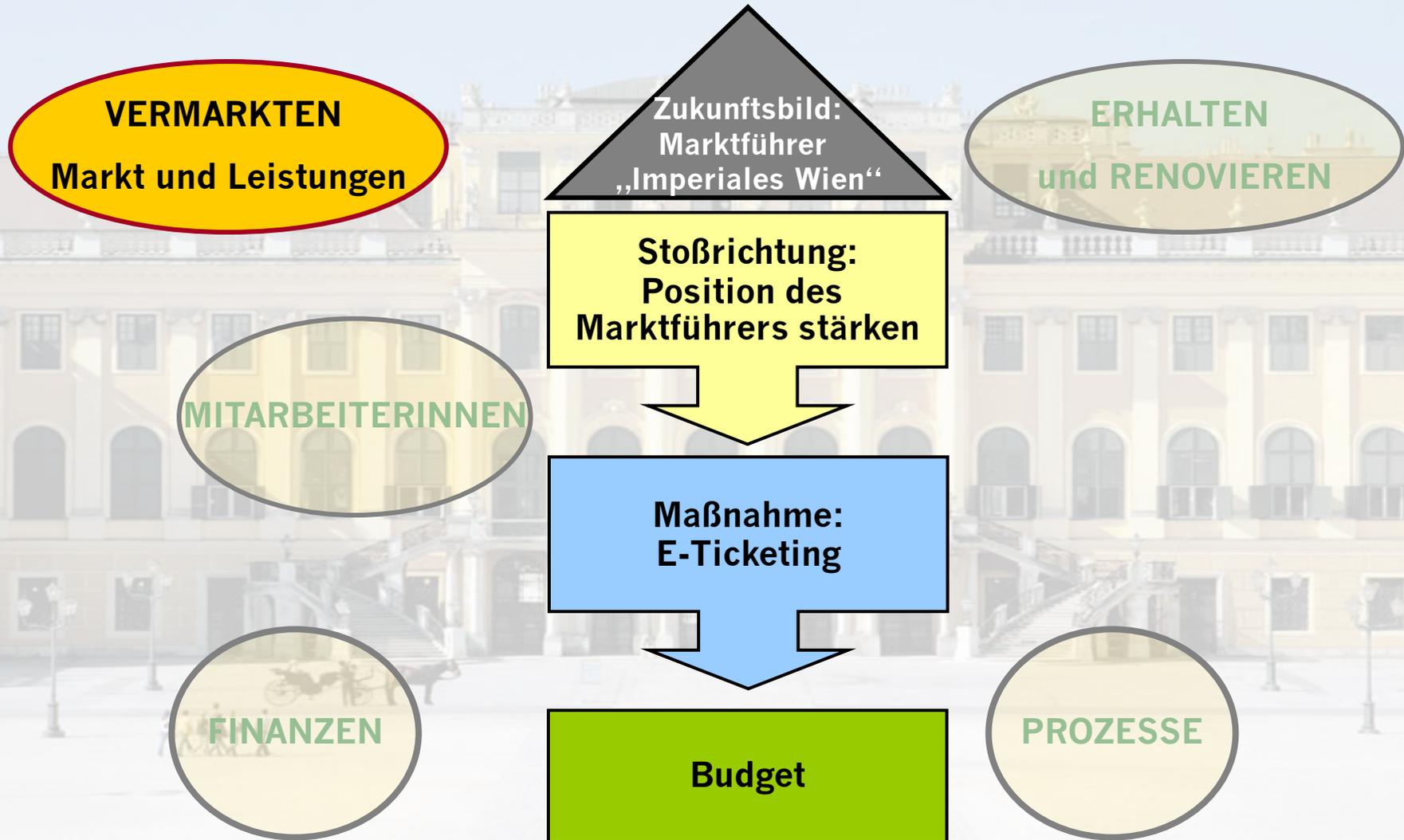
**Anmerkung**  
Aktualisierung/Stand 16.11.2016: Als Architekt wurde Herr Mag. Sterneck beauftragt. Der Standort Schönbrunn fällt weg und der Standort Wagenburg wird allein vom KHM kuratiert und bearbeitet.  
Stand Juni 16: Nach Ausscheiden von Architekt Woschitz (März/April 2016) Ausschreibung für neuen Architekten. Entscheidung fällt Mitte Juli

Mitarbeiter	
Mitarbeiter	Rolle
Dolezal	Shop
Haselböck	Marketing
lby	Kurator
Kostistansky	Foto/Versicherung...
Kurzel-Runtscheiner	Kurator
Kwasnitzka	Schönbrunn
Laumann	Mobi
Lindner	Schlosshof
Mutschlechner	Katalog

Meilensteine			
Meilenstein	Datum	akt Dat	Erl.
Präsentation Konzept	15.06.2015		<input checked="" type="checkbox"/>
Präsentation Konzept	15.06.2015		<input checked="" type="checkbox"/>
Beauftragung externer Kuratoren	29.09.2015		<input checked="" type="checkbox"/>
Architektensuche	15.04.2016	05.07.2016	<input checked="" type="checkbox"/>
Projektsitzung	19.04.2016		<input checked="" type="checkbox"/>
Präsentation Konzept Marketing	06.05.2016		<input checked="" type="checkbox"/>

\\LOUISE\Projekte\Maria Theresia\_Ausstellung2017 **Projektverzeichnis**

\\LOUISE\Projekte\Maria Theresia\_Ausstellung2017\Projekt **Project-File**



# Darstellung: Ausgewählte Messgröße

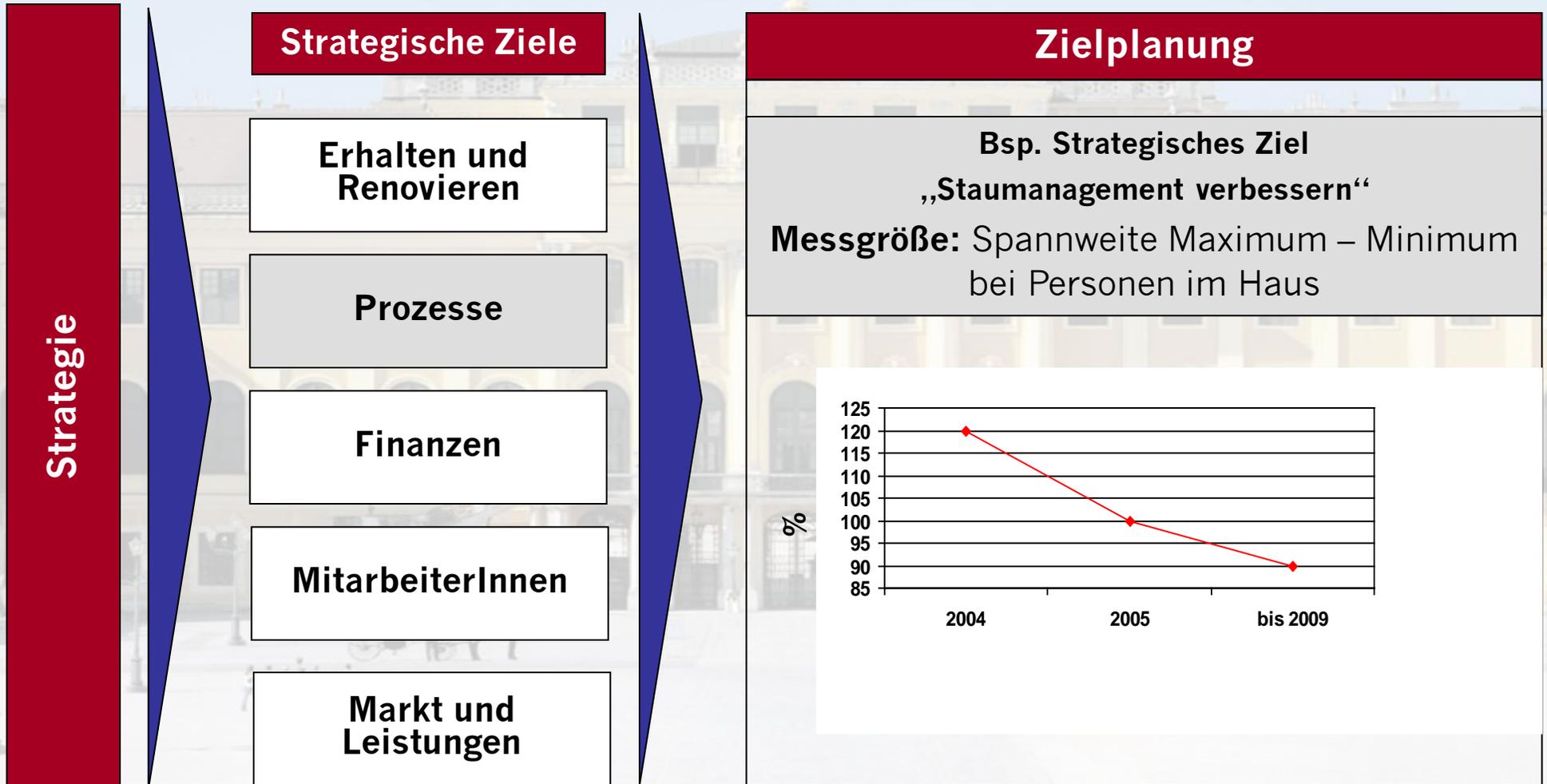
Schloß Schönbrunn

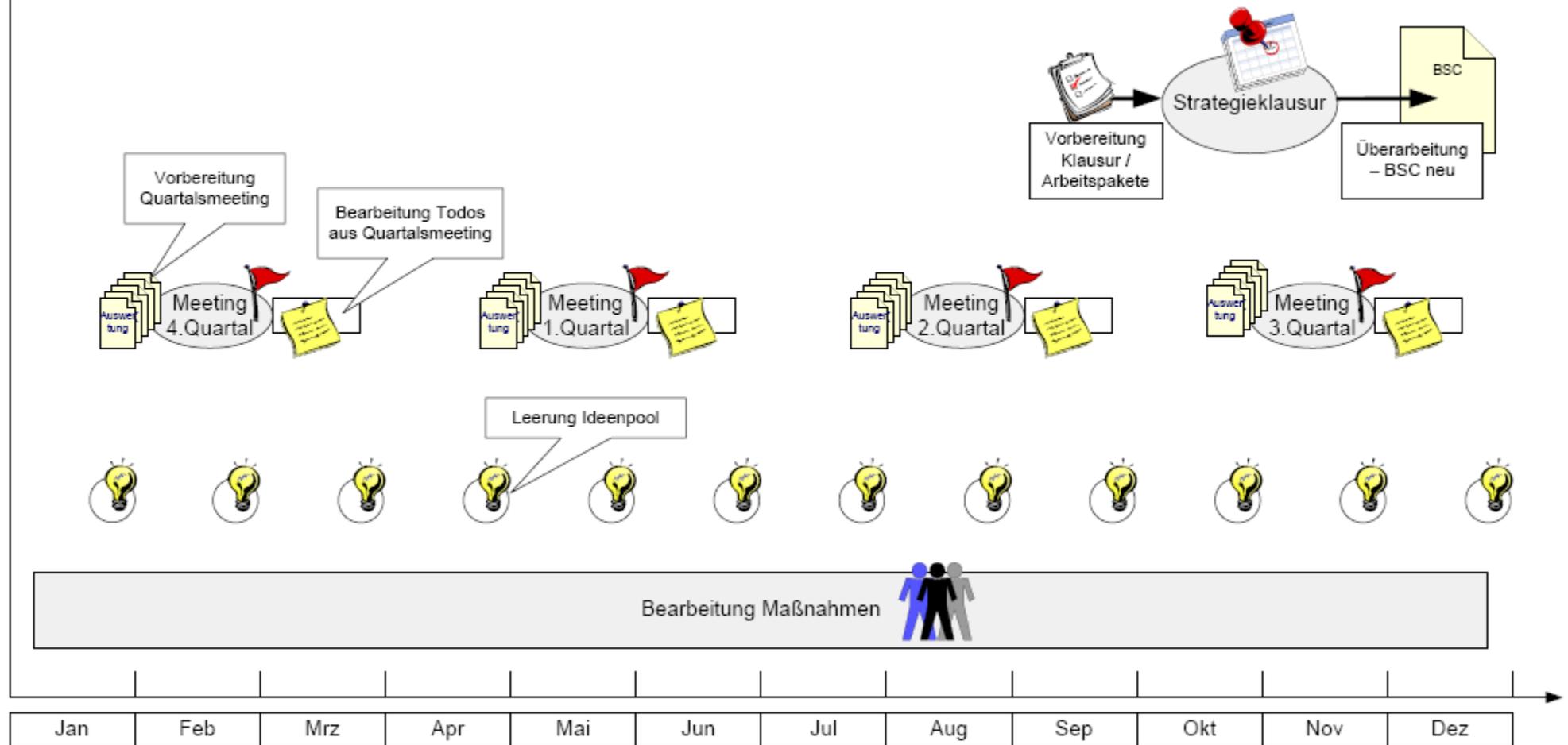


## Messgrößenblatt

Messgröße	Ziel
Spannweite Maximum – Minimum bei Personen im Haus zwischen 9 Uhr 30 und 16 Uhr 30	Staumanagement verbessern
Dimension	Erhebungszeitpunkt
Prozesse	täglich, Zusammenführen der Ergebnisse quartalsweise
Messgrößenberechnung / Einheit	Verantwortliche
<p>Für den Betrachtungszeitraum (1.1. – Quartalsende) wird täglich die Differenz zwischen dem Maximum und dem Minimum der jeweils halbstündlich ermittelten durchschnittlich anwesenden Besucher ermittelt. Der Durchschnitt dieser Tagesdifferenzen wird zum Mittelwert der durchschnittlichen Personen im Haus pro Tag in Verhältnis gesetzt</p> <p>Einheit: %</p>	<p>Zielverantwortliche(r): Wildburger Erhebungsverantwortliche(r): Keil</p>
Datenquelle	Anwendbarkeit
MIS	Schönbrunn Schauräume Hofburg Kaiserappartements (Sisi Museum)

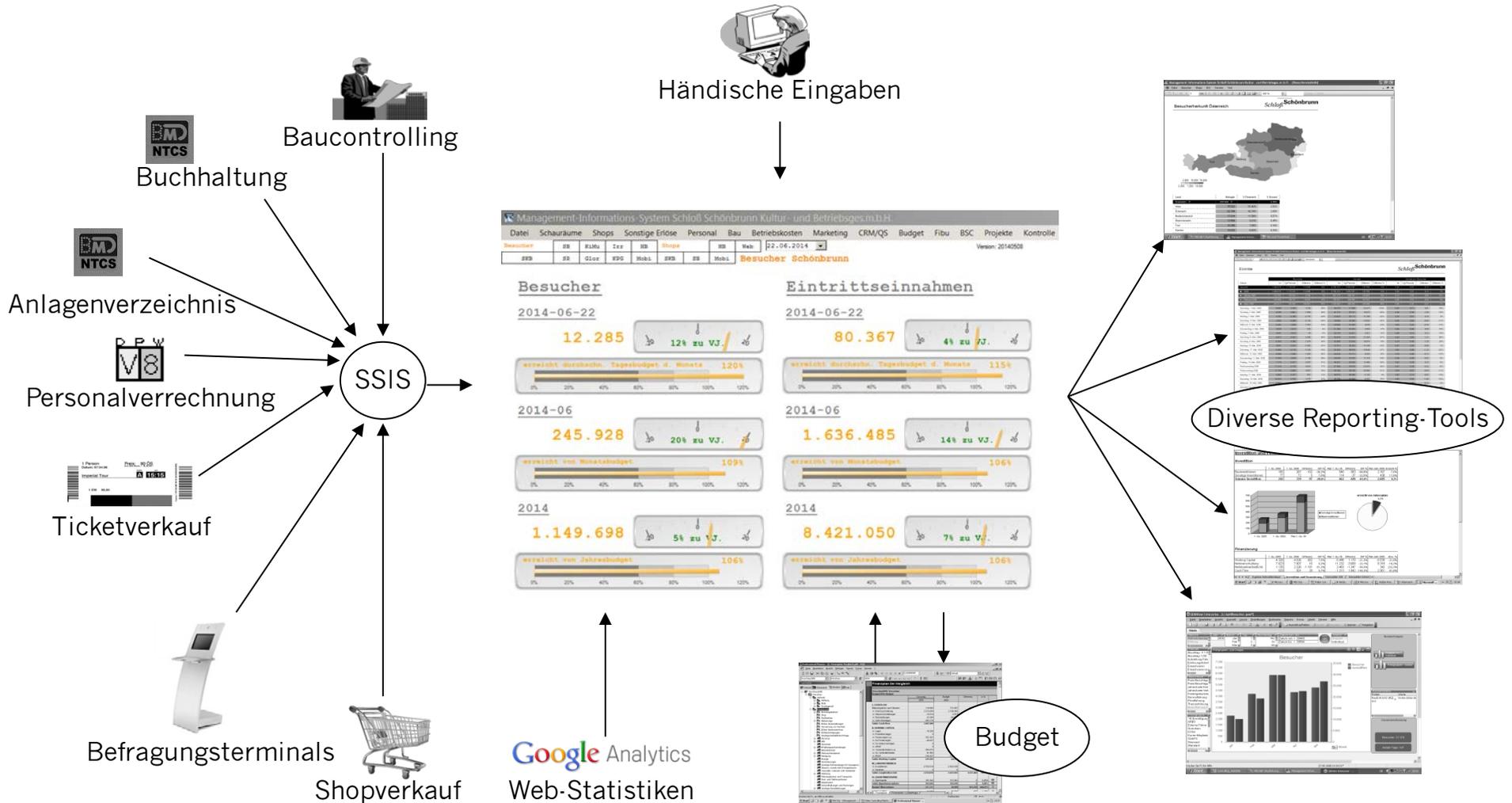
# Festlegung Zielwerte für Messgrößen





# Das Management-Informationssystem

Schloß Schönbrunn



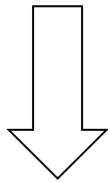
# Historische Entwicklung

von Excel-Dateninseln zu einem integrierten Datensystem

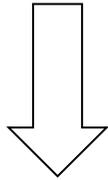
Schloß Schönbrunn



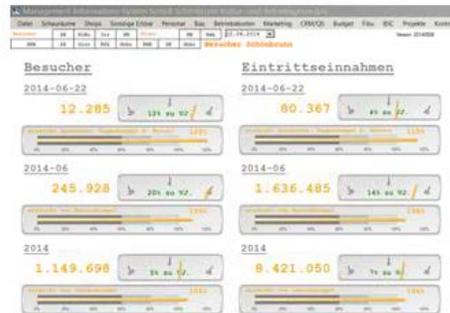
Verstreute Excel-Dateninseln



Access-Datenbank



Integriertes Datensystem  
auf SQL-Server-Basis



# Beispielbericht: Reporting Services



Gästepbefragung

Gästepbefragung 01.01.2014 bis 16.08.2014

*Schloß Hof*

**Wie begeistert waren Sie von Ihrem Besuch?**

Mittelwert	Beg.koeff.	Antworten	1	2	3	4
1,75	36,49%	285	160	69	24	32

**Einschätzung Begeisterung, weil**

**Ist die neue Kinder- und Familienwelt eine interessante Attraktion für Sie?**

Mittelwert	Beg.koeff.	Antworten	1	2	3	4
2,20	3,46%	231	91	57	29	54

**Finden Sie das Jahresprogramm attraktiv?**

	Anzahl	%
Ja	170	76,9%
Nein	51	23,1%
<b>Summe</b>	<b>221</b>	

Monatsauswertung

Jänner bis Juni 2014

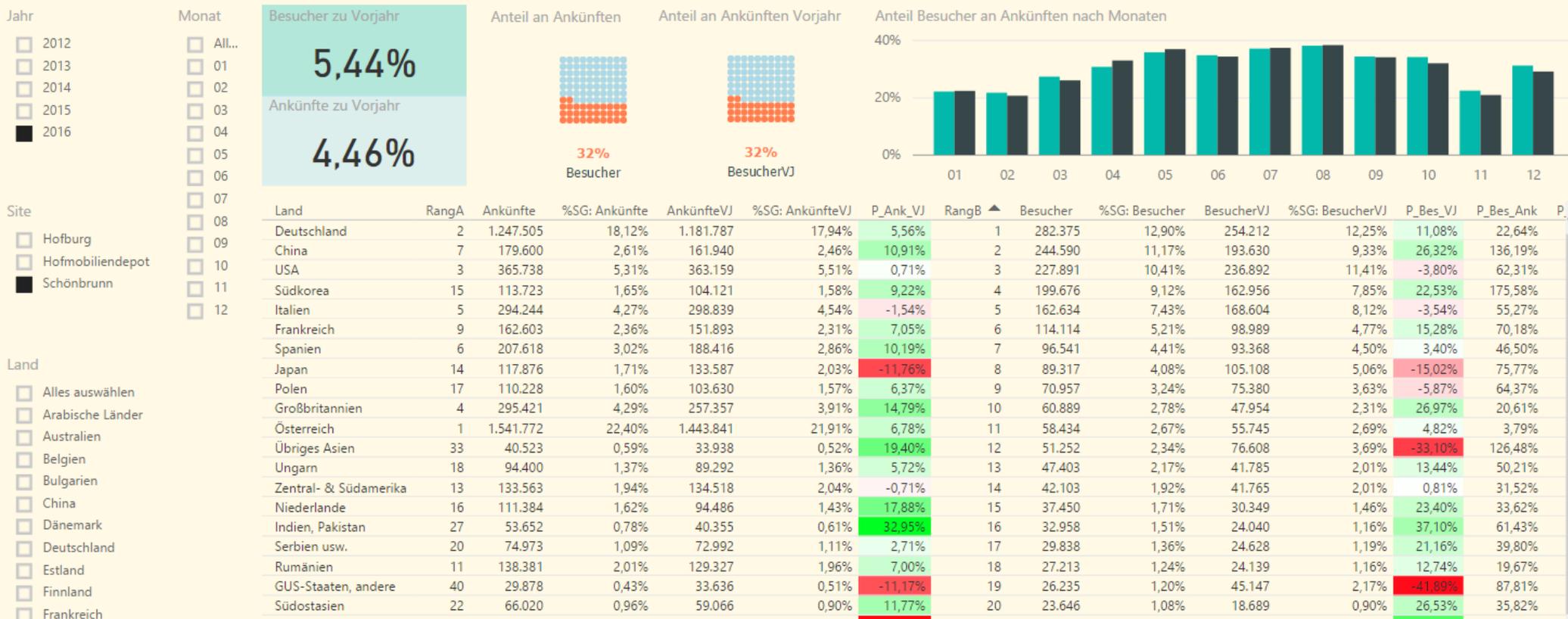
*Schloß Hof*

**Ergebnis Shop**

	Kontor	Kassenhof	Andere	Summe 2014	Summe 2013
Shoperlöse	85.488	18.283	1.065	104.836	115.156
sonstige Erlöse	0	0	6	6	0
Vareninsatz	-45.756	-5.234	0	-51.000	-74.195
DB I	39.732	13.029	1.072	53.833	40.955
Personalaufwendungen				-43.939	-55.759
DB II				-10.106	-12.801
sonstige Aufwendungen				-8.555	-10.745
EBIT				-19.001	-23.545
Abschreibungen				-15.558	0
EBT				-36.000	-23.540

in tsd.	Vorjahresvergleich				Planvergleich (Budget)			
	2014	2013	Diff.	Diff. %	Plan	Diff.	Diff. %	
<b>Umsatz</b>	105	115	-10	-9,0%	151	-46	-30,5%	Plan Jahr erreicht %
Shop Sonstige	1	6	-5	-81,2%	2	-1	-50,4%	6
Shop Kontor	85	83	2	2,9%	74	11	15,3%	182
Shop Kassenhof	18	26	-8	-30,7%	74	-56	-75,4%	182
<b>Umsatz p. Bes.</b>	1,57	1,33	-0,35	-18,4%	2,23	-0,66	-29,4%	Plan Jahr erreicht %
Shop Sonstige	0,02	0,09	-0,08	-83,1%	0,04	-0,02	-55,75%	0,03
Shop Kontor	1,28	1,39	-0,11	-7,8%	1,10	0,19	16,97%	0,97
Shop Kassenhof	0,27	0,44	-0,17	-37,9%	1,10	-0,82	-74,98%	0,97

# Beispielbericht: PowerBI



# Beispielbericht: RFM-Analyse



Anzahl Kunden		Recency (Tage seit letztem Besuch)					
		>250	151-250	91-150	26-90	6-25	<=5
Frequency (Aufträge)	>1000	0	0	0	1	0	7
	501-1000	0	1	0	2	0	5
	251-500	0	0	0	2	4	12
	101-250	0	0	1	7	11	14
	11-100	1	7	47	189	55	40
	<=10	319	299	276	294	46	18

# Beispielbericht: Risikomanagement



Transfer in nächstes Jahr

Risiko Maßnahmen

1 Reisewarnung

Kategorie: Markt- und Kundenrisiken

Bereich: SKB Risikowner: Mayr Munoz Carlo, Maria-Theresia

**Beschreibung des Risiko-Chancenfaktors** <Strg><Enter> für Zelenbruch  
 Aufgrund von Sicherheitsrisiken (insbesondere Terror und Katastrophen) wird eine Reisewarnung (entweder von nationalen Behörden oder in international wichtigen Herkunftsmärkten) für Wien/Österreich erklärt. Auslöser können sowohl offizielle Erklärungen als auch Medienberichte sein. Bzw. können auch Ereignisse im Umfeld (z.B. Terrorangriff in München) ähnliche Auswirkungen haben.

**Risiko-/Chancenwirkung auf SKB** <Strg><Enter> für Zelenbruch  
 Reisetasigkeit nach Wien bricht ein. Besuchrückgang an den SKB-Standorten.

**Datengrundlage** <Strg><Enter> für Zelenbruch  
 Ticketerlöse gesamt SKB 2017 Budget: 38,3 Mio.  
 Geschätzter Erlösrückgang: ca. 10% für Gesamtjahr 2017 von 38,3 Mio. = 3,8 Mio. Rückgang. Bei 25% max. Eintrittswahrscheinlichkeit (worst case): 957.500. Realistische Eintrittswahrscheinlichkeit (most likely): 5% = 191.500.

**Bewertung Schaden/Nutzen** File (optional)

Qu.	tsd. €	Erw. %	Minimal	Maximal	Begründung	Änderung
1	3.830	5%	38	958		
2	3.830	5%	38	958		
3	3.830	5%	38	958		
4	3.830	5%	38	958		

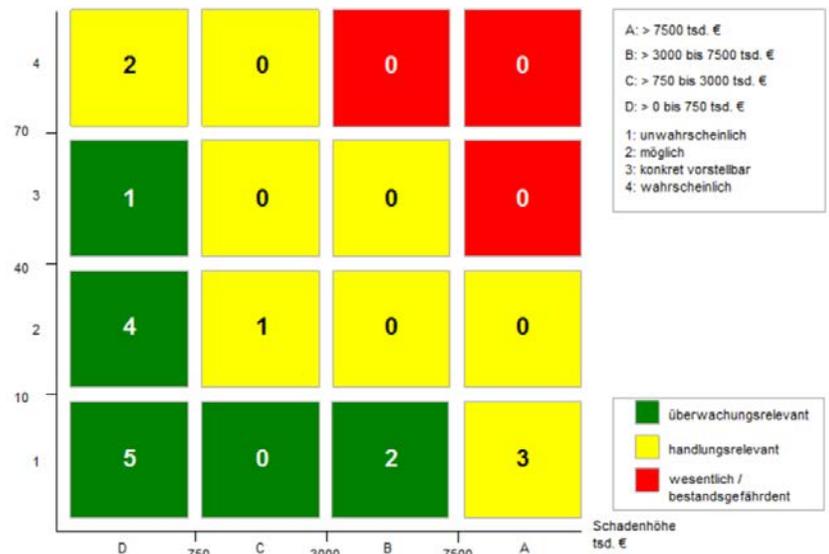
Eintrittswahrscheinlichkeit

Bewertung	Häufigkeit	%
sehr gering	seltenere als 10 Jahre	>10%
	1 x in 10 Jahren	10%
gering	1 x in 7 Jahren	14%
mittel	1 x in 4 Jahren	25%
hoch	1 x in 2 Jahren	50%
sehr hoch	1 x im Jahr	100%

## Risikobericht 4. Quartal 2017

Es wurden 18 Risiken identifiziert, davon 18 bewertet:

Eintrittswahrscheinlichkeit %



Risikowert gesamt (in tsd. €) 3.524 €

# Lazy Controlling - Budgetkontrolle

Schloß Schönbrunn



## Auftragsdruck ohne entsprechendes Budget nicht möglich

The screenshot displays a software interface for budget control. The main window shows a purchase order for 'Erweiterung Storage Software laut Ihrem Angebot 20140422-003' with a budget of 11,000 €. A dialog box titled 'Zuordnung zu Planposition' is open, showing a list of budget positions and their current status. The 'Festplatten Server' position has a budget of 1,000 and is currently 'noch frei' (still free). The 'Hardware' position has a budget of 5,300 and is currently 'bereits beauftragt' (already ordered). The 'Müllersorge' position has a budget of 6,300 and is currently 'noch frei' (still free). The dialog also shows a list of budget positions and their current status, including 'AV Betriebs- und Geschäftsausstattung' and 'AV Betriebs- und Geschäftsausstattung'.

Planposition	Beschreibung	Menge	Stücksystem	Kosten	Budget
1	Erweiterung Storage Software laut Ihrem Angebot 20140422-003	1		11.000 €	

Beschreibung	Budget
Festplatten Server	1.000
Hardware	5.300

Beschreibung	Budget
Müllersorge	6.300

Beschreibung	Budget
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	1.000
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.298
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	304
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	-5.202

Beschreibung	Budget
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.300
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	5.298
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	0
AV Betriebs- und Geschäftsausstattung	-2



## Automatisierte Berichtszustellung (täglich – wöchentlich – monatlich)

**Täglicher Besucherreport (Abo)**  
 reportserver@schoenbrunn.at  
 Gesendet: So 17.08.2014 07:29  
 An: Keil Alexander

	Besucher	Vorjahr	Differenz	Budget	erreicht %
<b>SKB</b>	<b>21.922</b>	<b>22.166</b>	<b>-1,1%</b>	<b>17.130</b>	<b>128,0%</b>
Hofburg	3.744	3.300	13,5%	2.618	143,0%
Kaiserappartements	1.002	1.650	13,5%	1.340	140,4%
Silberkammer	1.883	1.842	13,4%	1.278	145,7%
Hofmobiliendepot	245	440	-44,3%	161	151,9%
Hofmobiliendepot	245	440	-44,3%	161	151,9%
Schönbrunn	17.933	18.426	-2,7%	14.351	125,0%
Bergzimmer	58	83	-30,1%	27	211,5%
Glonette	2.549	2.773	-0,1%	2.142	119,0%
Irtgarten	3.160	3.261	-3,1%	2.468	128,1%
Schauräume Schönbrunn	9.472	9.505	-0,3%	7.611	124,5%
Kindermuseum	330	228	44,7%	203	162,9%
Kronprinzengarten	2.364	2.576	-8,2%	1.900	124,4%

**Veränderung zu Vorjahr**

# Strategisches Controlling

## Strategische Stoßrichtungen



Übersicht Stoßrichtungen 2014		<i>Schloss Hof</i>	
<b>Auftrag</b>		1 Kulturelles Erbe erhalten und revitalisieren	2 Als Leitbetrieb die Tourismusregion Donauraum aktiv mitgestalten
<b>Finanzen</b>		3 Zusätzliche Einnahmequellen generieren	4 Personalkosten in Relation zum Umsatz zumindest konstant halten
<b>Markt &amp; Leistungen</b>	5 Erlebnisorientierte, interaktive Lebenswelten in Schlosshof gestalten	6 Attraktive Ausstellungsinhalte konzipieren und umsetzen	7 Wettbewerbsposition des regionalen Marktführers ausbauen
	8 Besucherezufriedenheit steigern	9 Lukrative und chancenträchtige Kultur- und Freizeitanlage entwickeln und umsetzen	10 Aktive Kommunikation von Schlosshof und entsprechender Inhalte bereiten
<b>Prozesse</b>		11 Strukturen und Abläufe etablieren	12 Vertrieb gemeinsam mit der SKB intensivieren
		13 Personalmanagement in der Unternehmensgruppe angleichen und ausbauen	14 Innovative Angebote mit Kooperationspartnern entwickeln
<b>Mitarbeiter</b>			15 Permanente Synergieverfolgung und gegenseitigen Know-how-Transfer mit der SKB etablieren
			16 Unternehmenskultur weiterentwickeln



### BSC Messgrößen Auswertung 1. Halbjahr 2014

Auftrag						
Kulturelles Erbe erhalten und revitalisieren						
Die Erhaltung und Renovierung der der MRBG zum Betrieb überantworteten Kulturdenkmäler stellt den Basisauftrag der MRBG dar. Dabei legen wir besonderes Augenmerk auf die Authentizität und Kontinuität bei den Revitalisierungsmaßnahmen. Wir versuchen, dies zu einem möglichst hohen Anteil aus selbst erwirtschafteten Mitteln zu finanzieren.						
Bausausgaben						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Schloß Hof		€	596.597,42	775.000,00	-178.402,58	-23,02% ❌
Anteil Umsatz an Bausausgaben						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Schloß Hof	Keil Alexander	%	105,20	70,00	35,20	50,29% ✅
Erlöse Bäckenhof						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Schloß Hof		€	11.734,36	12.000,00	-265,64	-2,21% ⚠️
Anteil selbst erwirtschafteter Mittel						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Schloß Hof	Keil Alexander	%	38,32	36,00	2,32	6,44% ✅
Als Leitbetrieb die Tourismusregion Donauraum aktiv mitgestalten						
Wir agieren als Leitbetrieb der Region „Donauraum“ und bewegen über Kooperation und Koordination die Region. Wir fördern mit unseren Aktivitäten den regionalen Zusammenschluss, die regionale Vernetzung und ein zukunftssträchtiges Regionalentwicklungskonzept. Durch z.B. Kontaktpflege, Lobbying wird ein bewusster, aktiver Umgang mit Abhängigkeiten gepflegt, um bestehende Abhängigkeiten soweit möglich positiv zu nutzen oder im Falle unerwünschter Abhängigkeiten abzubauen.						
Regionale Abgaben in Relation zu regionaler Förderung						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Jahreswert						★
Anzahl laufender geförderter Projekte						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Jahreswert						★
Lukrierte Fördergelder						
Bereich	Zielverantwortliche(r)	Einheit	Istwert	Zielwert	Abweichung	Abw. %
Jahreswert						★



### Meilenstein-Check noch nicht fertig gestellter Massnahmen per 2014-8-31

Intranet	geplantes Ende	aktualis. Ende	Verantwortliche(r)
Vergleich System SKB	14.10.2014	14.10.2014	
Machbarkeit überprüfen	30.10.2014	30.10.2014	
<b>Business Plan / Evaluierung Tagungsräumlichkeiten / Incentives</b>	geplantes Ende	aktualis. Ende	Verantwortliche(r)
Besichtigung der ausgewählten Räume	01.10.2013 ✓	01.10.2013 ✓	
Einholung von Kostenvoranschlägen	10.09.2014 ✓	10.09.2014 ✓	
<b>Weiterentwicklung des Kultur- und Fördervereins</b>	geplantes Ende	aktualis. Ende	Verantwortliche(r)
Generalversammlung Verein	07.05.2014 ✓	07.05.2014 ✓	
Fördereinreichung 2014	31.05.2014 ✓	31.07.2014 ✓	
Projektbesprechung f. Regionalförderungen	05.06.2014 ✓	05.06.2014 ✓	
Fördereinreichung 2015	30.03.2015	30.03.2015	
<b>Entwicklung Bespielungsplan für das ganze Areal</b>	geplantes Ende	aktualis. Ende	Verantwortliche(r)
Erstellung Grobprojektplan/Prioritäten	15.05.2014 ✓	15.05.2014 ✓	
Ausarbeitung des Projektplans (GL MRBG, Dr. Bogner)	31.07.2014 ✗	31.07.2014 ✗	
Projektplan für Eigentümerentscheidung liegt vor	31.07.2014 ✗	31.07.2014 ✗	
<b>Exkursionen fachspezifisch / Schulungen fachspezifisch</b>	geplantes Ende	aktualis. Ende	Verantwortliche(r)
Vorgespräche mit den Abteilungsleitern	15.07.2014 ✗	15.07.2014 ✗	
Erarbeitung Vorschlagskatalog Exkursionen	01.10.2014	01.10.2014	
Fertigstellung Exkursionsübersicht 2015	31.12.2014	31.12.2014	