

Ziele des Referats für Arbeit und Wirtschaft für das Jahr 2003

Inhaltsverzeichnis	Seite
Produktbereich: Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	2
Produktgruppe I: Wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien	2
Produkt I.1: Grundsatzplanung	2
Produkt I.2: Regionale und internationale Kooperationen	3
Produktgruppe II: Wirtschaftsförderung	4
Produkt II.1: Förderung von Unternehmen und Unternehmensgründungen	4
Produkt II.2: Management gewerblicher Flächen	5
Produkt II.3: Branchen- und Infrastrukturförderung	6
Produktgruppe III: Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik	7
Produkt III.1: Konzeptionierung und Förderung beschäftigungspolitischer Maßnahmen	7
Produkt III.2: Beschäftigungspolitische Dienstleistungen	8
Produktgruppe VI: Beteiligungsmanagement	9
Produkt VI.1: Beteiligungsmanagement	9
Interne Ziele der Referatsgeschäftsleitung	10
Glossar a	11
Produktgruppe IV: Tourismusförderung	18
Produkt IV.1: Medien- und Kommunikationsservice	18
Produkt IV.2: Planung und Durchführung verkaufsfördernder Maßnahmen	19
Produkt IV.3: Kongress-, Incentive- und Eventförderung	20
Produkt IV.4: Herstellung und Verkauf des Monatsprogramms und anderer Werbemittel	21
Produkt IV.5: Vermittlung und Verkauf touristischer Leistungen und Waren	22
Produkt IV.6: Gäste-Information	23
Produkt IV.7: Erstellung und Verkauf eigener Angebote - Münchner Schlüssel und Welcome Card	24
Produktgruppe V: Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Bewirtschaftung der Theresienwiese als Veranstaltungsfläche	24
Produkt V.1: Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Bewirtschaftung der Theresienwiese als Veranstaltungsfläche	24
Interne Ziele der Geschäftsstelle des Fremdenverkehrsamtes	26
Glossar *	27

Ziele des Referats für Arbeit und Wirtschaft für das Jahr 2003

Produktbereich: Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik

Referatsziel:

Umsetzung der Sparbeschlüsse bei Wahrung der Qualität und Quantität der Aufgaben- und Leistungserfüllung des Referats für Arbeit und Wirtschaft.

Produktgruppe I: Wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien

(a) Begriffsdefinition: siehe anliegendes Glossar a)

Ordnungsziffer I.1	Bezeichnung des Produkts Grundsatzplanung
Produktgruppe Wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Aufgreifen sich wandelnder Prozesse in Gesellschaft, Wirtschaft und Beschäftigung, von innovativen Fragestellungen und Themen zur Weiterentwicklung der Münchener Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik, Erarbeitung von Entwicklungskonzepten, Erstellen von Aktionsplänen und Handlungsempfehlungen für die Umsetzung.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufspüren und Entwickeln neuer Felder und innovativer Bereiche der kommunalen Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik: <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Initiieren von Studien zur Identifizierung neuer Politikfelder, z. B. nachhaltiges Wirtschaften mit ökologischem Management 1.2 Grundsatzuntersuchungen zur Förderung der Stadtwirtschaft insgesamt und von zukunftssträchtigen Sektoren/ Clusters (wie z. B. Telematik^a, Medien, Tourismus, Grüne Märkte^a, zur Förderung der wirtschaftlichen Infrastruktur und zur Förderung von Innovationen in Wirtschaft und Verwaltung 1.3 Entwicklung von strategischen Projekten in neuen Politikfeldern (z. B. Ökoprofit^a, City Terminal^a) 2. Grundsatzarbeiten zur Förderung der Beschäftigung insgesamt sowie zur Beschäftigung in einzelnen Sektoren und von einzelnen Beschäftigungsgruppen 3. Einbringung von strategischen Interessen der Stadt im Zusammenhang mit ihrer Beteiligung an der Stadtwerke München GmbH 4. Stärkung des Wissenschaftsstandorts München 5. Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit für die Grundsatzplanung 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsentscheidungen, eigene Initiativen (Beratungsfunktion)	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW- FB I	
Zielgruppe/n Andere städtische Dienststellen, Wirtschaftsinstitutionen, Betriebe, wissenschaftliche Institutionen, Beschäftigte, Bürgerinnen und Bürger	

Handlungsziele

- Die Schlussfolgerungen der Ausländerstudie im Bereich Arbeitsmarktintegration sind umgesetzt und bis Sommer 2003 Handlungsempfehlungen für zielgruppenspezifische Maßnahmen in Zusammenarbeit mit dem Fachbereich III erarbeitet.
- Ein Analyserahmen zur Erfassung der regionalen Wirtschaftstätigkeit ist erstellt. In Zusammenarbeit mit anderen Referaten, der IHK und dem Regionalen Planungsverband ist eine Zusammenstellung der wichtigsten ökonomischen Indikatoren zur Regionalentwicklung bis Sommer 2003 vorgenommen. Im weiteren ist ein Konzept zur Präsentation der regionalen Wirtschaftsentwicklung erstellt.
- Beschlüsse zur Konkretisierung der Ziele aus dem Kooperationsvertrag zwischen Stadt und SWM liegen im April und November 2003 vor.

Ordnungsziffer I.2	Bezeichnung des Produkts Regionale und internationale Kooperationen
Produktgruppe Wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Einbringen europäischer Lösungen und Fördermöglichkeiten in die Stadtpolitik. Förderung neuer Ansätze bei regionalen Kooperationen sowie bei der internationalen Positionierung und Vernetzung Münchens.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen:	
1. Einbringen von Europafragen in der Stadt:	
1.1 Stärkung europäischer Ansätze der Stadt wie z. B. mit der Leitung des Arbeitskreises Europa, sowie durch Herstellung von Kontakten	
1.2 Organisation des Informationsflusses von europäischen Fragen in die Stadt	
1.3 Qualifizierte Beratung innerhalb der Stadtverwaltung zu EU-Fragen	
2. Einbringen von Fragen der städtischen Wirtschafts- und Beschäftigungsentwicklung auf europäischer/internationaler Ebene:	
2.1 Erfahrungsaustausch durch Mitwirkung in Städtenetzwerken und internationalen Städtekooperationen, Entwicklung von Netzwerkstrategien zur internationalen Positionierung Münchens, zur Förderung von Benchmarking ^a und 'Best Practice' ^a -Erfahrungen und zur Initiierung von Projekten	
2.2 Lobbyarbeit: Einflussnahme auf eine europäische Städtepolitik in europäischen Netzwerken, z. B. Eurocities ^a , zugunsten einer Förderung von Städten wie München	
3. Ausbau der regionalen Kooperation:	
3.1 Profilierung des regionalen Standorts durch Kooperation	
3.2 Einbringen der wirtschaftlichen Interessen der Stadt in die Regionalpolitik	
3.3 Verbesserung des Bekanntheitsgrades des Wirtschaftsraums Südbayern	
4. Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit für Europafragen und regionale Kooperationen	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsentscheidungen, eigene Initiativen (Beratungsfunktion)	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW - FB I	
Zielgruppe/n Andere städtische Dienststellen, andere Kommunen und Landkreise in Südbayern, internationale Städte, EU-Institutionen, Investoren, Öffentlichkeit	
Handlungsziel Das Konzept zur Intensivierung der Kontakte zu den Mitgliedern des Europäischen Parlaments ist mittels institutionalisierten Dialogs bis Sommer 2003 entwickelt.	

Produktgruppe II: Wirtschaftsförderung

Ordnungsziffer II.1	Bezeichnung des Produkts Förderung von Unternehmen und Unternehmensgründungen
Produktgruppe Wirtschaftsförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Unterstützung von Unternehmen ((ansässige) Unternehmen, Neuansiedlungen, Gründungen) durch die Vergabe/Vermittlung von gewerblichen Flächen, in Standortangelegenheiten und Verwaltungsverfahren, bei Fragen zum Standort/zur Wirtschaftsstruktur und durch Kontaktherstellung; Förderung von Existenzgründungen durch Beratung, Coaching, Sicherungsfonds und Aktionen im Netzwerk; Akquisition und Klimapflege	
Schwerpunkt: Förderung von Unternehmen	
1.1 Ermittlung der Beratungsbedürfnisse und des Angebotes Konzeption, Umsetzung und Weiterentwicklung von Maßnahmen zur Förderung von Unternehmen (z.B. Konzeption zu Vergabebedingungen und Vergabeverfahren) Betreuung der Firmendatenbank, Kontakte	
1.2 Vergabe von städtischen Gewerbegrundstücken	
1.3 Mitwirkung bei der Vergabe von Kerngebieten an Eigennutzer	
1.4 Vermittlung von städtischen bebauten Gewerbeobjekten, von privaten Gewerbe- und Büroobjekten	
1.5 Betreuung der im Vergabeverfahren ausgewählten Unternehmen im Baugenehmigungsverfahren	
1.6 Akquisition von Neuansiedlungen und Bestandspflege: individuelle Beratung für bestehende und ansiedlungswillige Unternehmen zu Wirtschaftsstandort/ Wirtschaftsstruktur, in Standortangelegenheiten und bei Verwaltungsverfahren	
1.7 regelmäßige Kontakte zu Münchner (Groß-)Unternehmen zur Pflege des Wirtschaftsklimas Durchführung von Wirtschaftsdelegationen für Münchner Unternehmen Betreuung der unternehmensbezogenen Fragen in Rahmen der Städtepartnerschaften Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	
2. Schwerpunkt: Förderung von Unternehmensgründungen	
2.1 Untersuchung der bestehenden Angebote und der Nachfrage Initiierung, Konzeption, Umsetzung von bzw. Mitwirkung bei Maßnahmen zur Förderung von Existenzgründungen sowie Unternehmen in der Start-Up-Phase (z.B. Coaching ^a , Patenschaften) Konzeption für Unternehmensgründungen von arbeitsmarktpolitischen Zielgruppen	
2.2 Einzelberatung von Gründungswilligen und Betreuung von Neugründungen im Rahmen des MEB ^a	
2.3 Zusammenarbeit mit dem Münchner Existenzgründungsberatungsnetz und Förderung der Verzahnung Beteiligung an Informationsveranstaltungen (Messen, Kongressen, Fachvorträge), Marketing/Öffentlichkeitsarbeit	
2.4 Betreuung und Weiterentwicklung des Bürgerschaftsfonds ^a	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)	
Stadtratsentscheidungen, eigene Initiativen	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW-FB II	

Zielgruppe/n
Unternehmen, Unternehmensgründer und –gründerinnen, Gründungswillige, städtische Referate, Wirtschaftskammern, Organisationen der Wirtschaft, Bezirksausschüsse, Bürgerinnen und Bürger
Handlungsziel
- Die Überarbeitung des Internetauftritts zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes München (incl. Existenzgründungsberatung) ist durchgeführt. - Eine weitere Veranstaltung „Tag des ausländischen Unternehmers“ ist durchgeführt..

Ordnungsziffer	Bezeichnung des Produkts
II.2	Management gewerblicher Flächen
Produktgruppe	Wirtschaftsförderung
Produktbereich	Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten	Ermittlung der branchen- und betriebsspezifischen Flächennachfrage sowie Mitwirkung bei der bzw. Betreuung der Umsetzung in den jeweiligen städtebaulichen Programmen, Konzeptionen und Planungen; nachfragegerechte, zielgruppenorientierte (Weiter-) Entwicklung des städtischen Kauf- und Mietflächenangebotes
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen:	<p>1. Mitwirkung bei der Analyse des Flächenbedarfes und der Nutzungsanforderungen</p> <p>2. Erarbeitung von Konzepten und Handlungsprogrammen zur Verbesserung des nachfragegerechten Flächenangebotes: u.a. Gewerbehofprogramm^a, Gewerbeflächenentwicklungsprogramm^a</p> <p>3. Mitwirkung bei der Ausweisung von Gewerbeflächen im Rahmen von Flächennutzungsplanung, Strukturkonzepten, Bebauungsplänen sowie städtebaulichen Konzepten sowie im Rahmen der SoBon^a</p> <p>4. Mitarbeit in den Projektgruppen der großen Stadtentwicklungsprojekte Messestadt Riem, HLP^a Hauptbahnhof-Laim-Pasing, Isar-Süd, Freiham wie z.B. Betreuung der gewerblichen Flächen- und Nutzungsfragen</p> <p>5. Nutzergerechte Betreuung von städtischen gewerblichen Flächen im Bebauungsplanverfahren</p> <p>6. Betreuung der Flächendatenbank</p> <p>7. Betreuung der gewerblichen Belange (insbesondere Versorgung/Einzelhandel, Wirtschaftsverkehr) bei der Entwicklung von Nutzungskonzeptionen</p> <p>8. Beurteilung von/Beratung zu Nutzungskonzeptionen</p> <p>9. Beobachtung/ Beratung zur Flächenentwicklung/ zum Immobilienmarktes</p> <p>10. Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit</p>
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)	Stadtratsentscheidungen, eigene Initiativen
Verantwortliche Organisationseinheit	RAW FB II
Zielgruppe/n	andere städtische Referate, Investoren, Bauträger, Unternehmen, Wirtschaftskammern, Bürgerinnen und Bürger, Bezirksausschüsse, Fachmedien
Handlungsziel	- Mit einem Investor ist Einigkeit über die Entwicklungs- und Vergabemodalitäten des Gewerbegebiets Virginia Depot erzielt.

Ordnungsziffer	Bezeichnung des Produkts
II.3	Branchen- und Infrastrukturförderung

Produktgruppe Wirtschaftsförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Vorbereitung und Durchführung von Projekten/Maßnahmen zur Unterstützung von (Wachstums-)branchen und Infrastruktur sowie zur Förderung des Wirtschaftsstandortes; Vernetzung, Kooperation mit relevanten Partnern (siehe unten) und deren Koordination	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Untersuchung von Standort- und Branchenbedingungen (u.a. Bestand, Defizite, Unterstützungsmöglichkeiten) zur Vorbereitung von Projekten/Maßnahmen in (Wachstums-) Branchen (z.B. Medien, Informations- und Kommunikationstechnologie, Biotechnologie) 2. Durchführen (d.h. abhängig vom Projekt: Initiierung, Konzeption, Umsetzung und Betreuung bzw. Mitwirkung) von Projekten/Maßnahmen zur Stärkung von Branchen/Netzwerken, i.d.R. in Partnerschaft mit Dritten. 3. Kooperation mit den Hochschulen und außeruniversitären wissenschaftlichen Einrichtungen bei der Branchen- und Infrastrukturförderung 4. Konzeptentwicklung von städtischen zielgruppenorientierten Gewerbezentren (z.B. Dienstleister-/ Gründerhaus und Gewerbehöfe, MTZ^a, Entwicklung von branchenbezogenen Zentren, Mitwirkung bei ihrer (strategischen) Betreuung, ggfs. in Partnerschaft (z.B. MWM Media Works Munich^a) 5. Projektplanung, Umsetzung und Betreuung von Marketing-Aktivitäten zur Positionierung und Präsentation des Wirtschaftsstandortes (u.a. Messebeteiligungen, Durchführung von Veranstaltungen, Erarbeitung von Informationsmaterialien) 6. Zusammenarbeit mit den Akteuren bei Technologietransfer und Innovationsförderung, Kooperation im Netzwerk, Entwicklung /Durchführung/Betreuung von Maßnahmen 7. Unterstützung/konzeptionelle Betreuung der im Bereich Wirtschaftsförderung aktiven Beteiligungsgesellschaften (u.a. MGH^a) und Mitarbeit in Beiräten z.B. EXPOREAL^a 8. Förderung von Infrastruktureinrichtungen; Mitarbeit bei der Planung von Infrastrukturprojekten (z.B. Entertainment) ggfs. Umsetzung (z. B. City-Terminal^a) 9. Mitwirkung bei gewerblichen Standortfragen (z.B. Wirtschaftsverkehr, Gewerbemüll u.a.) 10. Mitarbeit in (Branchen-) Netzwerken und Arbeitskreisen, Kontaktpflege zu am Wirtschaftsleben beteiligten Akteuren, Austausch mit anderen Kommunen und relevanten Vereinigungen 11. Filmbeauftragte der Landeshauptstadt München: Förderung der Arbeitsbedingungen für die Filmwirtschaft, Unterstützung bei Drehgenehmigungen und bei der Suche nach Locations und Motiven 12. Marketing/Öffentlichkeitsarbeit 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)	
Stadtratsaufträge, Kooperationsangebote Dritter, eigene Entscheidungen	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW-FB II	
Zielgruppe/n Akteure in Netzwerken, Branchen, Unternehmen, Wirtschaftskammern, Hochschulen, außer-universitäre Forschungseinrichtungen, Organisationen der Wirtschaft, Fachöffentlichkeit, Medien, Bezirksausschüsse, Bürgerinnen und Bürger	
Handlungsziele - Die Flächen sind zur Errichtung der Medienfabrik Westend an einen Investor veräußert. - Ein Konzept für einen neuen Gewerbehof im Entwicklungsband Hauptbahnhof – Laim – Pasing ist entwickelt.	

Produktgruppe III: Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik

Ordnungsziffer III.1	Bezeichnung des Produkts Konzeptionierung und Förderung beschäftigungspolitischer Maßnahmen
--------------------------------	---

	men
Produktgruppe	Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik
Produktbereich	Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten	Entwicklung, Umsetzung und Begleitung von (innovativen) Beschäftigungs-, Ausbildungs-, Qualifizierungs-, Beratungs- und Vermittlungsmaßnahmen i.d.R. mit freien Trägern, (Sozialen ^a) Betrieben und dritten Zuschussgebern; umgesetzt i.d.R. durch freie Träger.
Leistungen:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untersuchung der Arbeits- und Ausbildungsmarktentwicklung 2. Spiegelung dieser Entwicklung mit den Zielgruppen (s.u.) und daraus Projektentwicklungen 3. Beratung/Information von (Sozialen) Betrieben zu Beschäftigungsförderung und -sicherung (z.B. zum Thema Verbundausbildung) 4. Festlegung von Branchen und geeigneter Träger zur Durchführung einzelner Angebote 5. Eruiieren/Herstellen von Projektpartnerschaften; regional und international (z.B. resultierend in EU-Förderprogramm Anträgen) 6. Mittelakquise für Maßnahmen durch Auswertung Förderprogramme Dritter (EU; Bund; Land) 7. Abstimmung von konzeptionellen Arbeitsschritten und -inhalten mit den Trägern 8. Beratung von Antragstellern in inhaltlichen und technischen Antragsfragen 9. Ermittlung der Zuschußhöhe und -art und Unterstützung bei der Sicherung der Gesamtprojektfinanzierung (z.B. Vermittlung von Kontakten; Gespräche mit dritten Zuschußgebern) 10. Konzeptionelle Begleitung der Arbeitsförderungsinitiative (AFI)^a und der arbeitsmarktpolitisch tätigen Beteiligungsgesellschaften (Freimanner Werkstatt^a; VSW^a) 11. Inhaltliche Begleitung von Maßnahmen während der Gesamtlaufzeit (z.B. Trägergespräche) 12. Durchführung der „Jugendbörse^a“ in Kooperation Schule, Arbeitsamt; Arbeit mit SchülerInnen; Beratung und Begleitung bei der Berufsfindung; Hilfestellung bei Praktika. 13. Marketing/Öffentlichkeitsarbeit
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)	Stadtratsentscheidungen; z.B. „2.Arbeitsmarkt“ (AFI) vom 24.10.'84 und „Münchener Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramm“ (MBQ) vom 02.12.'93. Eigeninitiative
Verantwortliche Organisationseinheit	RAW; FB III
Zielgruppe/n	Arbeits- und Ausbildungslose, Personen mit Qualifizierungsdefiziten, Frauen (speziell unter Gleichstellungsaspekten), von Entlassung/Umstrukturierung bedrohte/betroffene Beschäftigte. Daraus abgeleitet auch (Soziale) Betriebe und z.T. auch Branchen.
Handlungsziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das Verhältnis von städtischen Mitteln zu Drittmitteln ist im Vergleich zu den Vorjahren stabil. (Städtische Mittel : Drittmittel (AFI-Programm; Planzahlen) – 2001: 1:1,13; 2000: 1:1,08; 1999: 1:1,02; 1998: 1:0,87; 1997: 1:0,96 - Die Wiedereingliederungsquote in den allgemeinen Arbeitsmarkt liegt bei 40%. (Wiedereingliederungsquoten (AFI-Programm). 2000: 38%; 1999: 38%; 1998: 35%; 1997: 28%; 1996: 26%)

Ordnungsziffer III.2	Bezeichnung des Produkts Beschäftigungspolitische Dienstleistungen
Produktgruppe Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Vernetzung, Koordination und Steuerung beschäftigungspolitischer Ansätze und ihre Einbringung in die Stadtpolitik.	
Leistungen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Fach- und Dienststellenübergreifende Koordination, Steuerung, Auswertung und Weiterentwicklung des Münchner Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramms (MBQ)^a 2. Vernetzung arbeitsmarktpolitischer Akteure in Form von Arbeitskreisen und Projektgruppen (z.B. AFI-Projektgruppe^a; „Runde Tische“) 3. Grundsätzliche Abstimmung von Aktivitäten mit dem Arbeitsamt (z.B. Förderung SGBIII^a, §10; Bundes-Jugendsonderprogramm) 4. Abgleich und Spiegelung von Aktivitäten dritter Dienststellen (z.B. Stellungnahme zum Projekt „Chance“^a) 5. Bündelung von Beschäftigungs-, Sozial- und Stadtentwicklungspolitik (z.B. Nutzung von Fördermittel BMBau^a für Jugendprojekt: Neubau Junge Arbeit^a) 6. Planung/Durchführung/Beteiligung von/an relev. Veranstaltungen (Beschäftigungskonferenzen; Workshops; Fachmessen) 7. Arbeit an neuen Ansätzen der Beschäftigungspolitik (z.B. „Zukunft der Arbeit“; Ehrenamt; bürgerschaftliches Engagement) 8. Betreuung des AK Jugend-Bildung-Beruf: Organisation/Steuerung eines fachlichen Prozesses, worin sich relevante Akteure über Handlungskonzepte austauschen und auf Maßnahmen verständigen 9. Vergabe des „Erasmus-Grasser-Preises“: Auszeichnung von Handwerksbetrieben und Ausbildern, die sich um die Ausbildung verdient gemacht haben 10. Hinführung von Mädchen an technische Berufe: Durchführung von Veranstaltungen an Schulen und vor Ort „an technischen Arbeitsplätzen“ von Frauen in Betrieben 11. Marketing/Öffentlichkeitsarbeit 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsentscheidungen; z.B. „2.Arbeitsmarkt“ (AFI) vom 24.10.'84 und „Münchner Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramm“ (MBQ) vom 02.12.'93. Eigeninitiative	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW; FB III	
Zielgruppe/n Kammern, Verbände, Arbeitsamt, Gewerkschaften, EU-Mittel verwaltende Organisationen, Freistaat, andere Kommunen, städtische Dienststellen/Referate, Fachöffentlichkeit, Betriebe	
Handlungsziel Im Zusammenwirken mit den Fachreferaten werden zur Bewertung von arbeitsmarktpolitischen Projekten einheitliche Erfassungs- und Evaluierungskriterien festgelegt.	

Produktgruppe VI: Beteiligungsmanagement

Ordnungsziffer VI. 1	Bezeichnung des Produkts Beteiligungsmanagement
Produktgruppe Beteiligungsmanagement	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
<p>Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Wahrnehmen der Interessen der Landeshauptstadt München bei den vom Referat für Arbeit und Wirtschaft betreuten Beteiligungsgesellschaften in Sinne der Anteilsgesellschaften sowie Betreuung der Gesellschaften.</p> <p>Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispiele:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beratung, Information und Betreuung der Gesellschaftsorgane^a 2. Koordination der Belange anderer Stellen (Fachbereiche des Referates für Arbeit und Wirtschaft, andere Referate) 3. Formulieren der Gesellschaftervorgaben (Rahmenbedingungen und Ziele) für die einzelnen Gesellschaften 4. Begleitung der Zielerreichung der Gesellschaften, Finanzdatenbericht, Periodische Berichte^a im Rahmen des Beteiligungscontrolling 5. Analyse, Abstimmung und Aufbereitung der Wirtschaftspläne^a und Jahresabschlüsse^a 6. Entwurf und Vorbereitung der Anstellungsverträge der Geschäftsführungsebene und jährliche Umsetzung (Leistungsbezogene Bestandteile) 7. Vermittlung von Bürgeranliegen gegenüber den Gesellschaften 8. bedarfsweise Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Organisationen 9. Marketing / Öffentlichkeitsarbeit <p>Die Leistungen des Fachbereiches werden bei allen Beteiligungsgesellschaften erbracht. In Einzelfällen werden sie auch für Töchter der Beteiligungsgesellschaften erbracht.</p>	
<p>Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsentscheidungen, eigene Initiativen, Art. 94 GO</p>	
<p>Verantwortliche Organisationseinheit Fachbereich V – Beteiligungsmanagement des Referates für Arbeit und Wirtschaft</p>	
<p>Zielgruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> – Geschäftsführungen – Städtische (ggf. weitere) Aufsichtsratsmitglieder und städtische (ggf. weitere) Mitglieder der Gesellschafterversammlungen sowie städtische (ggf. weitere) Mitglieder weiterer Gesellschaftsgremien – Stadtrat – Bezirksausschuss – Andere Dienststellen – einzelne Bürger 	
<p>Handlungsziele</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Beschreibung und Messbarkeit der Ziele der Gesellschaften ist entsprechend den Stadtratsbeschlüssen vom 25.04.2001 und vom 17.07.2002 angepasst. - Ein adäquates Kostencontrolling bei neu eingeleiteten Bauvorhaben ist eingeführt. - Finanzwirtschaftliche Zielgrößen für die Gesellschaften wurden vorgegeben. - Auf der Grundlage der von den Hauptorganen der Landeshauptstadt München sowie der auf Referatsebene formulierten Sparziele sind von den Beteiligungsgesellschaften entsprechende Sparziele definiert. 	

- Der Beschluss des Verwaltungs- und Personalausschusses vom 26.09.2001 „Beteiligungssteuerung; Bericht über das Jahr 2000“ ist umgesetzt:
 - a) Der Unternehmenszweck bzw. der Gesellschaftsgegenstand bei Unternehmen, der länger als 5 Jahre nicht geändert wurde, ist auf Aktualität überprüft.
 - b) Bei Neugründung von Beteiligungen, insbes. von Tochtergesellschaften, ist überprüft, ob die Laufzeit der Gesellschaft befristet erfolgen kann. Wirtschaftlichkeitsberechnungen und eine 5-jährige Finanzplanung sind vorgelegt.
 - c) Bei Neugründung von Beteiligungen, insbesondere von Tochtergesellschaften, ist der LHM ein umfassendes Prüfungsrecht eingeräumt.
 - d) In neu abgeschlossenen Verträgen und bei Verlängerung von Verträgen mit Geschäftsführern/Vorständen ist die vertragliche Verpflichtung, die im Geschäftsjahr gewährten Bezüge gem. § 285 Nr. 9 Buchst. a HGB der Gemeinde jährlich zur Veröffentlichung mitzuteilen und die Zustimmung zur Veröffentlichung der Bezüge in den Beteiligungsberichten der Stadtkämmerei enthalten.

Interne Ziele der Referatsgeschäftsleitung:

- Im Hinblick auf die Einführung des NKRw im Referat für Arbeit und Wirtschaft ab 2004 sind die kameralen Buchungen in der HÜL Kostenstellen zugeordnet; ein Personalkonzept ist erstellt.
- Der Umzug in das Dienstgebäude Herzog-Wilhelm-Str. 15 ist –einschließlich der DV-Systeme- abgeschlossen.
- Die Vernetzung der Referatsbereiche RB 1 und RB 2 (Zusammenarbeit mit dem Fremdenverkehrsamt, E-Mail, Intranet, Datenaustauschverzeichnis aus Fileserver des Fremdenverkehrsamtes) und die Projekte „Intranet (Basis- und Referatsangebot)“, „Redesign Internet-Auftritt“ und „Verknüpfung Adressdatenbank und SMUC-Datenbank“ sind abgeschlossen.

Glossar a

Glossar zu den Produkten der Produktgruppen Wirtschafts- und beschäftigungspolitische Strategien, Wirtschaftsförderung, Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik und Teilnehmendenmanagement

Begriff	Erläuterung
A-Flächen	Im Rahmen des Gewerbeflächenentwicklungsprogrammes definierte Flächen, die vorwiegend Merkmale aufweisen, die ausdrücklich für Erhaltung bzw. Entwicklung für gewerbliche Nutzungen sprechen
AFI (Arbeitsförderungsinitiative)	Das am längsten bestehende arbeitsmarktpolitische Programm der LHM; in '84 ehemals als „2.Arbeitsmarkt“ initiiert
AFI-Projektgruppe	Stadtin- und extern besetzte Arbeitsgruppe zur Weiterentwicklung des Programms
Beutlergelände	Teil der städtebaulichen Entwicklungsmaßnahme Theresienhöhe, für Medienbetriebe vorgesehener Standort
Benchmarking	Benchmarking ist ein kontinuierlicher Prozess, bei dem Produkte und Dienstleistungen und insbes. Prozesse und Methoden betrieblicher Funktionen über mehrere Unternehmen hinweg verglichen werden
Best Practice	Ziel eines Benchmarking-Prozesses ist das Aufzeigen von Verbesserungspotentialen. Durch den Vergleich werden die besten Methoden und Prozesse (Best Practice) aufgezeigt
B-Flächen	Im Rahmen des Gewerbeflächenentwicklungsprogrammes definierte Flächen, die zwar als „Gewerbegebiet“ oder „Industriegebiet“ eingestuft sind, die aber tatsächlich anderen Nutzungskategorien zugeführt wurden bzw. werden.
Bio ^M AG	Überwiegend von der Wirtschaft getragenes Beratungsunternehmen und Netzwerk zwischen Industrie, Forschung, jungen Unternehmen und Finanzwelt geknüpft. Neben der Vermittlung von Eigenkapital und Ausgabe von Fördermitteln aus dem "BioRegio"-Programm, unterstützt es Biotechnologie-Unternehmen bei der Suche nach Kooperationspartnern und Geldgebern, beim Marketing und der Verwertung von Forschungsergebnissen sowie Patenten.

BMBau	Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen; hier: Programm „Stadt- und Ortsteile mit besonderem Entwicklungsbedarf- die Soziale Stadt“
Branchencluster	Siehe ‚Cluster‘
Bürgerschaftsfonds	Die Stadtparkasse München bietet zur Unterstützung von Existenzgründungen ein Förderprogramm mit Darlehen bis zu max. 50.000 DM an; das RAW sichert bis zu 70 % der ausgereichten Darlehenssumme ab
„Chance“	Projekt des Sozialamtes zur Prüfung und Förderung der Arbeitsfähigkeit von Sozialhilfebeziehenden
City-Terminal, auch City-Logistik-Terminal, City-Logistik-Zentrum oder GVZ	Güterverteilzentrum in relativer Nähe zur City zur Verteilung von Waren zur verkehrsminimierenden gebündelten Belieferung der Innenstadt. Angestrebt wird ein hoher Bahnanteil bei der Anlieferung an das Zentrum. Konkret ist im Jahr 2000 ein GVZ an der Friedenheimer Brücke geplant
Cluster	Unter Cluster versteht man ein Netzwerk, räumlich und wirtschaftlich eng verbundener Unternehmen, Forschungs-, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen gleicher oder ähnlicher Branchen
Coaching	Spezielle Angebote der Betreuung und Begleitung von neu gegründeten Unternehmen in den schwierigen ersten Jahren nach der Gründung
EDURC	Siehe EUROCITIES
EUROCITIES	Seit 1992 ist München Mitglied im Städteverband EUROCITIES, dabei besonders in der Untergruppe EDURC (Economic Development and Urban Regeneration Committee) aktiv. Gegründet 1986, derzeit 80 Mitgliedsstädte. Ziel ist die Förderung der internationalen Zusammenarbeit der Städte und eine Teilnahme bzw. Beeinflussung oder Steuerung der Entscheidungsprozesse der Europäischen Union
Eurograd	Institut zur Beratung und Schulung von lokalen Verwaltungen in der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) mit Sitz in St. Petersburg
EXPOREAL	Gewerbeimmobilienmesse der Messe München International GmbH
FNT e.V.	Netzwerk von über 500 technologieorientierten Unternehmen im Wirtschaftsraum München

Freimanner Werkstatt	Gemeinnützige städtische Beteiligungsgesellschaft zur Beschäftigung von Sozialhilfebezieherinnen; angegliedert ist ein Büro zur Beratung, Qualifizierung und Arbeitsvermittlung für Sozialhilfebezieher
Gesellschaftsorgane	Gesellschaftsorgane sind: Aufsichtsrat, Gesellschafterversammlung, Hauptversammlung, Geschäftsführung und Vorstand
Gewerbeflächenentwicklungsprogramm	Handlungsrahmen für Investoren, Unternehmen, Verwaltung und Stadtrat mit dem Ziel, Sicherheit und Perspektiven für Standortentwicklung sowie für betriebliche Planungen zu schaffen
Gewerbehofprogramm	Handlungsrahmen zur Sicherstellung und Weiterentwicklung von Gewerbehofstandorten in den Stadtteilen zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit handwerklichen und gewerblichen Produkten und Dienstleistungen sowie zur Sicherstellung eines geeigneten Flächenangebotes für Handwerksbetriebe und Betriebe mit Spezialanforderungen
GründerRegio M	An den Hochschulen aufzubauendes Netz mit dem Ziel, Existenzgründungen aus den Hochschulen zu fördern.
Grüne Märkte	Auf Grünen Märkten treffen Angebot und Nachfrage an bzw. nach Umweltschutzgütern und -dienstleistungen sowie umweltfreundlichen Gütern (z.B. umweltfreundliche Baumaterialien, Öko-Lebensmittel sowie energiesparende und langlebige Haushaltsgeräte) aufeinander
HGrG	Haushaltsgrundsatzgesetz vom 19.08.1969 (vgl. BGBl. I 1273) mit laufenden Aktualisierungen; Gesetzliche Regelung der Haushaltgrundsätze; Haushaltgrundsätze sind die von Finanzwissenschaft und Praxis entwickelten Regeln für die öffentliche Haushaltswirtschaft, deren Befolgung insbesondere der Kontrollierbarkeit der öffentlichen Haushaltswirtschaft dienen soll.
HLP	städtebauliches Entwicklungsprojekt Hauptbahnhof-Laim-Pasing zur Umstrukturierung nicht mehr benötigter Bahnflächen entlang der Gleistrassen zwischen Hauptbahnhof und Pasing
IMPACT	IMPACT (Integrated Management Plan for Cities of Tomorrow) ist ein EU-Projekt, dessen Idee im Rahmen des Städtenezwerkes EUROCITIES entwickelt wurde. Ziel des Projektes, an dem 11 Städte aus sieben Nationen teilnehmen wollen, ist die Entwicklung, Einführung und Umsetzung innovativer Maßnahmen, Systeme und Methoden für eine integrierte und effiziente Stadtentwicklungsplanung

luK	Information und Kommunikation
Jahresabschluss	Die nach den handelsrechtlichen Vorschriften von allen Kaufleuten aufzustellende Jahresbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung (§§ 242 ff. HGB). Im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften sind sämtliche Vermögensgegenstände, Schulden, Rechnungsabgrenzungsposten, Aufwendungen und Erträge im Jahresabschluß auszuweisen. Bei Kapitalgesellschaften (GmbH, AG) ist der Jahresabschluss um einen Anhang zu erweitern. Zusätzlich ist ein Lagebericht aufzustellen.
Junge Arbeit	Jugendhilfeprojekt der Arbeitsförderungsinitiative
„Jugendbörse“ (Börse für ausbildungs- und arbeitslose Jugendliche und junge Erwachsene)	Vom RAW zusammen mit Schulreferat und Stadtjugendamt durchgeführtes Modellprojekt; an je einer Haupt- und Realschule erfolgt konzentrierte Vorbereitung der Schüler auf die Ausbildungs- und Arbeitswelt
Klub	Siehe ÖKOPROFIT
MAI bzw. Wirtschaftsraum Südbayern. München. Augsburg. Ingolstadt. (MAI) e. V.	Regionale Kooperation von Kommunen, Sparkassen, Unternehmen, Institutionen (z.B. Kammern) und Verbänden. Zielsetzung des Vereins: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des gemeinsamen Wirtschaftsraums auf nationaler und internationaler Ebene. Instrumente zum Erreichen dieser Zielsetzung: Kooperation auf Gebieten von gemeinsamem Interesse, Marketing nach innen wie außen, Erfahrungsaustausch und themenbezogene Informationsveranstaltungen/Workshops
MBPW Münchener Businessplan Wettbewerb	Der Münchener Businessplan Wettbewerb ist ein Netzwerk zur Unterstützung von innovative Unternehmensgründungen insbesondere aus den Hochschulen mit hohem Wachstumspotenzial.
MBQ (Münchner Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogramm)	Programmatische Darstellung der Beschäftigungs- und Qualifizierungspolitik des RAW mit seinen Angeboten: Beschäftigung, Ausbildung, Qualifizierung, Beratung und Vermittlung
MEB	Das MEB Münchner Existenzgründungsbüro -eine gemeinsame Einrichtung von IHK Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern und dem Referat für Arbeit und Wirtschaft - berät Gründungswillige und junge Unternehmen in der Start-up-Phase zu allen Fragen rund um die Existenzgründung.
Media Works Munich MWM	Kompetenzzentrum der Medienwirtschaft an der Rosenheimerstraße mit sechs einschlägigen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen sowie zahlreichen Medien- und Kreativunternehmen

MGH	Münchner Gewerbehof- und Technologiezentrumsgesellschaft mbH, städtische Beteiligungsgesellschaft, weitere Gesellschafter IHK und HWK, Betreuung/Betrieb der städtischen Gewerbehöfe sowie des Münchner Technologiezentrums
Mobinet	Münchner Leitprojekt im Rahmen des Ideenwettbewerbs "Mobilität in Ballungsräumen" des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) zur Erforschung von Lösungsansätzen zur Verringerung von Verkehrsproblemen in Stadt und Region. Der Freistaat Bayern, die Landeshauptstadt München und maßgebliche Unternehmen der bayerischen Wirtschaft sowie wissenschaftliche Institutionen tragen gemeinsam das Verkehrsprojekt MOBINET.
MTZ	Münchner Technologiezentrum am Frankfurter Ring zur Unterstützung von technologieorientierten innovativen Existenzgründern und Jungunternehmen mit Flächen, Service- und Beratungsleistungen. Die rund 10.800 m ² vermietbare Flächen sind derzeit fast vollständig belegt
Münchener Agenda 21	Handlungsprogramm für eine nachhaltige Entwicklung Münchens im 21. Jahrhundert; geht zurück auf die internationale Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro im Jahr 1992
Ökoaudit	Siehe ÖKOPROFIT
Ökologisches Management	Ökologisches Management oder Umweltmanagement ist eine Teilaufgabe der Unternehmensführung, mit dem die Umweltauswirkungen des Unternehmens durch systematische Regelungen auf ein Minimum reduziert werden sollen. Instrumente des Umweltmanagements sind z.B. ÖKOPROFIT, Ökoaudits nach der EG-Verordnung oder nach der internationalen Norm ISO 14.000ff.
ÖKOPROFIT	ÖKOPROFIT München ist ein Beratungsprogramm des betrieblichen Umweltschutzes mit dem Ziel, die Umwelt zu entlasten und gleichzeitig Kosten zu senken. Die Referate für Arbeit und Wirtschaft sowie für Gesundheit und Umwelt sind Träger des Programmes und haben die Grundfinanzierung übernommen. Es gibt die folgenden Module: 'Einsteiger Workshops', 'Klub', 'Vom ÖKOPROFIT zum Ökoaudit'
OWZ	Bayerisches Zentrum für Ost-West Managementtraining zur Qualifizierung von ausländischen Fach- und Führungskräften.
Periodischer Bericht	Von Direktorium-Controlling/ Steuerungsunterstützung

	<p>federführend entworfenes Berichtsmuster, das über die betreuten Gesellschaften zeitnah Auskunft geben soll. Das Muster beinhaltet ausgewählte Positionen aus dem Jahresabschluß, Kennzahlen sowie Erläuterungen zu eventuellen Soll-/Ist-Abweichungen, Zielen, Entwicklungen und ergriffenen Maßnahmen. Der Bericht soll jeweils Ende Juli für den Zeitraum Januar bis Juni und Ende Januar für den Zeitraum Juli bis Dezember vorliegen.</p>
ROST	<p>Arbeitsgruppe „Rund um den Ostbahnhof“ zur Entwicklung und Umsetzung von städtebaulichen Konzepten für die Flächen im Bereich Ost-Bahnhof (u.a. Pfannigellände)</p>
SEM	<p>Arbeitskreis städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen zur Aktivierung und Umstrukturierung von städtebaulich bedeutsamen Flächen, insbesondere ehemalige Kasernenflächen, Panzerwiese</p>
SGB III	<p>Drittes Sozialgesetzbuch, Titel: Arbeitsförderung; hauptsächlich hervorgegangen aus dem AFG (Arbeitsförderungsgesetz); wichtigste rechtliche Grundlage der Arbeitsämter</p>
SoBon bzw. Sozialgerechte Bodennutzung	<p>Beteiligung der durch die Baurechtsschaffung Begünstigten an den infrastrukturellen Folgekosten</p>
Software-Offensive Bayern	<p>Ein von Freistaat Bayern und renommierten Software-Unternehmen getragenes Projekt zur Verbesserung der Rahmenbedingungen der Softwarewirtschaft insbesondere auch im Wirtschaftsraum München</p>
Soziale Betriebe	<p>Typus von geförderten Projekten die nach außen marktorientiert handeln, intern durch die Beschäftigung von Zielgruppen arbeitsmarktpolitisch verfasst sind</p>
TACIS	<p>Europäisches Förderprogramm für die Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion. Tacis City-Twinning fördert Kooperationsprojekte zwischen Partnerstädten.</p>
Telecities	<p>Ein offenes Netzwerk europäischer Kommunen, das eine abgestimmte Stadtentwicklung mithilfe der Neuen Medien fördern will. Mit der Netzwerkarbeit soll ein gemeinsames Verständnis für den Bedarf an den neuen Telediensten, -anwendungen und –infrastruktur in den Städten erreicht und die Erneuerung von Stadtquartieren unterstützt werden</p>
Telematik	<p>Zusammenwachsen und Zusammenspielen von Informations- und Kommunikationstechnik mit der Übertragungstechnik, z. B. schnelles Übermitteln von Videofilmen über Glasfaser</p>

VSW	Verbund Strukturwandel GmbH; städtische Beteiligungsgesellschaft, bietet Beratung bei betrieblichen Umstrukturierungsprozessen
Wirtschaftsplan	Am Beginn einer Wirtschaftsperiode von dem einzelnen Wirtschaftssubjekt (Gesellschaft bzw. Organisation) aufgestellter Plan über die in dieser Periode beabsichtigte Produktion und deren Finanzierung. Der Wirtschaftsplan städtischer Beteiligungsgesellschaften enthält i. d. R. die Teilpläne: Erfolgsplan, Stellenplan, Investitionsplan und Finanzplan.
Zentrenkonzept	Handlungskonzept zur Weiterentwicklung der polyzentrischen Versorgungsstruktur (Oberzentrum Innenstadt, Stadtteilzentren, Quartiers- und Nahbereichszentren) einschließlich der damit verbundenen Entwicklungspotenziale

Produktgruppe IV: Tourismusförderung

*) Begriffsdefinition: siehe anliegendes Glossar *

Ordnungsziffer IV.1	Bezeichnung des Produkts Medien- und Kommunikationsservice
Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Kurzbeschreibung: Mit den Instrumenten des Medien und Kommunikationsservice werden weltweit touristisch relevante München-Informationen, Statistiken und Hintergrundwissen an die Medien vermittelt.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen von Presstexten zu aktuellen und allgemeinen Themen • Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen und Fototerminen • Beantwortung von mündlichen und schriftlichen Presseanfragen und Erteilung von Interviews • Betreuung vor Ort von Medienvertretern aus der ganzen Welt im Sinne der positiven Imagebildung • Konzeption, Entwicklung und Verbreitung von PR-Themen (umweltfreundlicher Tourismus, kinderfreundlicher Tourismus etc.) • Hilfestellung bei der Erstellung von touristischen Publikationen z.B. Reiseführer • Planung und Durchführung der Pressearbeit bei Eigenpräsentationen des FVA weltweit sowie auf der ITB • Koordination und Durchführung von Journalisten-Austausch • Verfassen und Herausgabe des Jahresberichts mit Statistik • Aufbau und Pflege des Journalisten-Verteilers • Erstellung des Pressespiegels • Durchführen des PR-Krisenmanagements • Pflege und Erweiterung des Bildarchivs plus Verleih des Materials an Multiplikatoren • Beschaffung und Verwaltung von Werbematerial und Werbegeschenken 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsbeschluss vom 28. September 1960 zur Gründung des Fremdenverkehrsamtes; Stadtratsbeschluss vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft.	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW, Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit Die Leistungen des Produkts werden von der Pressestelle, der internationalen Medienbetreuung sowie dem Film- und Fotoservice erbracht.	
Zielgruppe/n <ul style="list-style-type: none"> • Nationale und internationale Medien wie Tages- und Wochenzeitungen, Illustrierte, touristische Fachpresse sowie Nachrichtendienste, Funk, Fernsehen und Filmproduktionsgesellschaften; Verfasser und Herausgeber von Reiseführern und -handbüchern. • Weltweite Niederlassungen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) 	
Handlungsziele <ul style="list-style-type: none"> - Das neue Zielgruppenthema „Gäste mit Handicap“ ist im Rahmen einer Presseaktion (Pressekonferenz, etc.) bis Mitte des Jahres über die Presse der Öffentlichkeit vorgestellt. - Der Status Quo in der Medien- und Fachbesucherbetreuung bleibt erhalten. 	

Ordnungsziffer IV.2	Bezeichnung des Produkts Planung und Durchführung verkaufsfördernder Maßnahmen
-------------------------------	--

Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Kurzbeschreibung: <ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmen zur Steigerung des Absatzes der angebotenen touristischen Leistungen, sowohl direkt an die Endverbraucher, als auch über Reisebüros und Reisemittler. Vorbereitung und Durchführung von Messen, Workshops, Fachveranstaltungen im In- und Ausland. <p>Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: Konzeption von Maßnahmen zur Bearbeitung der verschiedenen Zielmärkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Teilnahmen an Messen, Workshops, Roadshows und ähnlichen Veranstaltungen • Planung und Durchführung von München-Präsentationen weltweit • Planung und Durchführung von Mailingaktionen • Beantwortung von Anfragen von Reisebüros und -veranstaltern; die Bandbreite der Anfragen reicht von der Bestellung von Informationsmaterial bis zur Erarbeitung individueller Aufenthaltsprogramme • Betreuung von touristischen Reisemittlern, Erstellung von Aufenthaltsprogrammen • Konzeption und Erstellung von Einträgen in verschiedenen Verkaufskatalogen • Konzeption von Anzeigen und Werbeeinträgen • Konzeption und Erstellung zielgruppenspezifischen Informationsmaterials (z.B. Technical Visits) • Konzeption, Erstellung und regelmäßige Aktualisierung des Verkaufshandbuchs • Planung und Durchführung von Sonderaktionen (z.B. Wiesnkutsche) • Planung und Durchführung des einmal jährlich stattfindenden Incomingtages (Das Fremdenverkehrsamt zieht Bilanz und stellt den touristischen Partnern in München die Planungen für das kommende Jahr vor) • Zielvorgaben und laufende Kooperationen mit den Auslandsrepräsentanzen in Nordamerika, Fernost und Japan 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsbeschluss vom 28. September 1960 zur Gründung des Fremdenverkehrsamtes; Stadtratsbeschluss vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft.	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Abt. Marketing, FG 1 (Marketing und Verkaufsförderung)	
Zielgruppe/n <ul style="list-style-type: none"> • Touristische Leistungsträger <ul style="list-style-type: none"> - Reiseveranstalter, Reisebüros/Reisemittler - Transportunternehmen (Bus, Bahn, Flugzeug) Endverbraucher • Weltweite Niederlassungen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) • Touristische Fachvereinigungen und -verbände (z.B. IGLTA, ASTA, MAMC, Corps Touristique, Bavarian Promotion Pool) 	
Handlungsziele <ul style="list-style-type: none"> - Am Ende der ersten Quartals 2003 liegt ein Konzept zur Bewerbung der Zielgruppe „Gäste mit Handicap“ für München vor, Ende des ersten Halbjahrs liegt ein Aktionsplan vor. - Erhalt des Status Quo bei der touristischen Marktbearbeitung. 	

Ordnungsziffer IV.3	Bezeichnung des Produkts Kongress-, Incentive- und Eventförderung
Produktgruppe	

Tourismusförderung
Produktbereich
Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Betreiben des städtischen Kongressbüros (Munich Convention Bureau) als offizielle und neutrale Anlaufstelle für alle Kongress-, Incentive- und Eventkunden. Das Kongressbüro erstellt den offiziellen Kongress- und Incentive-Marketingplan für die Destination München.
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ul style="list-style-type: none"> • Beratung bei der Terminwahl und Festlegung der Tagungs- und Veranstaltungsstätte • Einholung und Abgabe von Angeboten • Organisation und Koordination von Serviceleistungen, auch von externen Anbietern • Unterstützung offizieller Bewerbungen und Firmenwettbewerbe • Betreuung der Abwicklung vor Ort und Mitarbeit in Organisationskomitees • Vorbereitung und Abwicklung von Inspektionsbesuchen • Assistenz bei der Aufstellung von Kosten- und Finanzierungsplänen • Vorschläge für Fachprogramme, Exkursionen, Rahmen- und Begleiterprogramme, Pre- und Post-Convention-Touren, Geschenke und Prämien • Vermittlung von professionellen Dienstleistungsunternehmen, wie z.B. PCOs, DMCs, Incoming-Büros, Sprach- und Dolmetscherdienste, Fluggesellschaften und Busunternehmen • Übernahme der Zimmervermittlung • Vermittlung sach- und sprachkundiger Gästeführer • Unterstützung der Werbe- und Akquisitionsmaßnahmen sowie der Öffentlichkeitsarbeit • Abgabe von Informationsmaterial über die Stadt • Vermittlung des MVV-Kongreßtickets bzw. der München Welcome Card • Prüfung im Hinblick auf Förderungswürdigkeit von Kongressen und Tagungen (fallweise auch im Einvernehmen mit Land und Bund) über Sachleistungen, Barzuschüsse oder die Weitergabe von Nutzungsrechten • Engste Zusammenarbeit mit der einschlägigen Kongress-, Incentive- und Eventindustrie in München und Bayern mit dem Ziel der Anschließeraquisition und der Kostenbeteiligung. <p>Der Kongress- und Incentive-Marketingplan umfasst u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beteiligung an internationalen und nationalen Kongress- und Incentivemessen • Zusammenarbeit mit Kongress- und Incentiveweltfachverbänden, in denen Mitgliedschaften bestehen, und Vertretung der LHM bei den jeweiligen Jahresversammlungen • Münchenpräsentationen in wichtigen Weltstädten mit Primärmärkten • Veranstaltungen für internationale, nationale und lokale Entscheidungsträger in München, z.B. Munich Destination Mart '98 (Juni 1998) und Professorentreff (Juli 1998) • Familiarization Trips und Study Tours (Inspektionsbesuche für Gruppen internationaler und nationaler Kongress-, Incentive und Evententscheider sowie die Fachpresse und andere Multiplikatoren) • Zusammenarbeit mit der internationalen und nationalen Fachpresse; Initiieren redaktioneller Beiträge bis zur gezielten Anzeigenwerbung • Marktforschung sowie Datenbankentwicklung und -verwaltung • Erstellung und Herausgabe von Werbemitteln (Kongreß- und Incentiveprospekt) • Mitarbeit in lokalen Kongress- und Incentivekomitees der internationalen Fachverbände (Munich ICCA Komitee, MPI Germany Chapter und SITE München und Bayern).
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsbeschluss von 1960 für die Förderung des Fremdenverkehrs einschließlich Kongress-/Reisetourismus im Rahmen der Mittelstandsförderung und dem daraus abgeleiteten Incentive- und Eventreisegeschäft; Stadtratsbeschluss vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft. Die Kongressförderung liegt im öffentlichen Interesse und wird als klassische Aufgabe (Stabilität, Kontinuität, Neutralität, offizielle Anlaufstelle) der Stadt gesehen.
Verantwortliche Organisationseinheit Fremdenverkehrsamt München, Abt. Marketing, FG 2 Kongressbüro München
Zielgruppe/n <ul style="list-style-type: none"> • Nationale und internationale Entscheidungsträger bei Firmen, Verbänden und Agenturen Multiplikatoren und Repräsentanten der Fachpresse,

Handlungsziel: Kein Handlungsziel für das Jahr 2003, d.h. Beibehalten des Status quo.	
Ordnungsziffer IV.4	Bezeichnung des Produkts Herstellung und Verkauf des Monatsprogramms und anderer Werbemittel
Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Monatsprogramm: Informationsbroschüre über das touristische und kulturelle Angebot Münchens mit einem umfangreichen aktuellen Veranstaltungskalender und einer laufenden Veranstaltungsvorschau; Ziel ist die Förderung des kulturellen Angebotes in München und die Erzielung von Einnahmen.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ul style="list-style-type: none"> • Sammlung und Recherche der Veranstaltungstermine bei den Münchner Institutionen und Veranstaltern • Erfassung und Korrektur der Termine in Datenverarbeitungssystem • Satz- und Layoutarbeiten • Koordination mit dem Verlag, der eigenständig die Akquisition von Anzeigen durchführt • Druckfertige Aufbereitung der Daten und Weitergabe an Druckerei (Datenträger) 	
Werbemittel: Als Werbemittel werden Prospekte, Broschüren, Plakate, Anzeigen und Kleindrucksachen erstellt; Einnahmenerzielung durch Verkauf an Gäste und touristische Leistungsträger und Wirtschaftsunternehmen.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltungsarbeiten (Konzeption, Text, Übersetzung, Bildbearbeitung, Satz- und Reproarbeiten) • Produktionsarbeiten (Ausschreibung, Auftragserteilung, Drucküberwachung udgl.) • Technische Gestaltung und Abwicklung der Schaltung von Anzeigen in Publikums- und Fachzeitschriften • Ausgestaltung, technische Betreuung sowie Aufbau- und Abbauorganisation der Stände des Fremdenverkehrsamtes bei Beteiligung an touristischen Messen 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Beschluss der Vollversammlung des Stadtrates vom 28. September 1960 zur Gründung des Fremdenverkehrsamtes; Beschluss der Vollversammlung des Stadtrates vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft.	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Abt. Marketing	
Zielgruppen <ul style="list-style-type: none"> • Abnehmer der Werbemittel weltweit (Tourismus- und Wirtschaftsunternehmen sowie Einzelpersonen) • Gäste Tourismusbranche und Multiplikatoren weltweit Münchner Bürger/Innen. 	
Handlungsziel Kein Handlungsziel für das Jahr 2003, d.h. Beibehalten des Status quo.	
Ordnungsziffer IV.5	Bezeichnung des Produkts Vermittlung und Verkauf touristischer Leistungen und Waren
Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich	

Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten Kurzbeschreibung: Vermittlung von Hotelzimmern und GästeführerInnen gegen Entgelt; Verkauf von Eigen- Und Fremdprodukten.	
Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: Zimmervermittlung Vermittlung von Zimmern für Einzelreisende, Guppen, Tagungs- und Kongreßteilnehmer durch Resevierungssysteme "MÜNCHEN direct" und "CONTOUR". Telefonische Komfortreservierung "HOTEL direct" - ab Juni 1999. (1.) GästeführerInnen-Vermittlung Vermittlung und Ausbildung offizieller GästeführerInnen der Landeshauptstadt München für Stadtrund- und Ausflugsfahrten, Stadtrundgänge, Besichtigungen von Museen, Kirchen, Schlösser in München und Umgebung in 20 Sprachen; Busreservierungen bei Bedarf. (2.) Verkauf von Handelsware Ein- und Verkauf von touristischen Artikeln und Leistungen; Vertrieb über die Informationsstellen Hauptbahnhof, Rathaus, Partnerunternehmen und Versand; Entwicklung neuer Produkte. (3.)	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsbeschluss vom 28. September 1960 zur Gründung des Fremdenverkehrsamtes; Stadtratsbeschluss vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft.	
Verantwortliche Organisationseinheit Referat für Arbeit und Wirtschaft, Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Abt. Tourist Information	
Zielgruppe/n • Gäste aus dem In- und Ausland Geschäftsreisende Tagungs- und Kongressteilnehmer touristische Partner Münchner Bürger	
Handlungsziel - Bis Januar 2003 sind Zimmer über Internet buchbar. - Bis Ende 2003 sind mindestens 20 neue Partner der Hotellerie für das Reservierungssystem des FVA gewonnen worden. - Die Vorbereitungen zur Zertifizierung der Infostellen durch den Tourismusverband Oberbayern sind bis Mitte 2003 abgeschlossen. - Der Münchner Gästeführerkurs ist nach dreijähriger Pause bis Mitte April 2003 erfolgreich abgeschlossen, d.h. maximal 25 neue Gästeführerinnen und Gästeführer stehen dem FVA in verschiedenen Fremdsprachen zur Vermittlung zur Verfügung.	

Ordnungsziffer IV.6	Bezeichnung des Produkts Gäste-Information
Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	

<p>Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten</p> <p>Kurzbeschreibung: Aufenthaltsbezogene schriftliche und mündliche Information und Beratung über München und Umgebung in Deutsch und Fremdsprachen.</p> <p>Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von Informationen/Beratung über Sehenswürdigkeiten, Kunst, Kultur, Geschichte, Veranstaltungen, Aufenthaltsgestaltung und Unterbringungsmöglichkeiten per Post, Fax, Email, Telefon (u.a. Versand von Informationsmaterial des Fremdenverkehrsamtes und von Fremdprospekten) • Informationsvermittlung/Beratung von eingetroffenen Gästen in den Informationsstellen • Koordination/Vermittlung von Informationspartnern bei tourismusexternen Anfragen • Recherche zu münchen- und umgebungsspezifischen Fragestellungen für externe und interne Zielgruppen u.a. mit Datenbank-Unterstützung (z.B. INFOTOUR)
<p>Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)</p> <p>Stadtratsbeschluss vom 28. September 1960 zur Gründung des Fremdenverkehrsamtes; Stadtratsbeschluss vom 24. Oktober 1990 zur Schaffung des Referates für Arbeit und Wirtschaft.</p>
<p>Verantwortliche Organisationseinheit</p> <p>RAW, FB IV – Fremdenverkehrsamt, Abt. Tourist Information</p>
<p>Zielgruppe/n</p> <p>Reisebüros, Privatpersonen, Firmen, Veranstalter von Kongressen und Tagungen, Schüler/Studenten/Lehrkräfte usw.</p>
<p>Handlungsziel</p> <p>Trotz der geplanten Streichung einer Halbtagsstelle im FG Informationsmanagement werden die eingehenden Anfragen weiterhin umgehend, d.h. innerhalb von 1 – 2 Tagen, beantwortet. Dies wird u.a. durch Umorganisation (Verlagerung von einfachen Anfragen in den zentralen Service) erreicht.</p>

Ordnungsziffer IV.7	Bezeichnung des Produkts Eigene Angebote (Arrangements Münchner Schlüssel, München WelcomeCard)
Produktgruppe Tourismusförderung	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	
Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none"> • Kurzbeschreibung: Das Arrangement Münchner Schlüssel ist ein pauschales Aufenthaltsangebot für Touristen mit Übernachtung, Gutscheineheft und MVV-Ticket; die München Welcome Card ist ein MVV-Ticket kombiniert mit ermäßigtem Eintritt in Münchner Sehenswürdigkeiten. Ziel ist der optimale Service für die Gäste während des Aufenthaltes und die Erzielung von Einnahmen. <p>Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen: Arrangements Münchner Schlüssel Verhandlungen mit den beteiligten Hotels über die Preisgestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akquisition von Partnern und Leistungen für das Gutscheineheft • Gestaltung des Prospektes „Münchner Schlüssel“ und des Gutscheineheftes • Marketing und Öffentlichkeitsarbeit für den Münchner Schlüssel, z.B. auf touristischen Messen, Anzeigen in Publikumszeitschriften • Abwicklung der Buchungen von Endverbrauchern oder über Reisebüros im In- und Ausland <p>München Welcome Card</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akquisition von Partnern und Leistungen für die Welcome Card • Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, z.B. Anzeigen im Publikumszeitschriften, Mailingaktion an Reisebüros • Akquisition von Vertriebspartnern, z.B. Münchner Hotels • Abwicklung der Bestellungen von Endverbrauchern, Hotels und weiterer Vertriebspartner 	
Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...) Stadtratsentscheidung von 1969 (Münchner Schlüssel); eigene Entscheidung des FVA aufgrund touristischer Nachfrage (München Welcome Card)	
Verantwortliche Organisationseinheit RAW, Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Abt. Tourist Information	
Zielgruppe/n <ul style="list-style-type: none"> • Reisebüros- und -veranstalter, Reisemittler Airlines, Bahnen, Busunternehmen Endverbraucher Übernachtende Gäste und Tagesbesucher 	
Handlungsziel: Bis Mitte 2003 liegt ein Aktionsplan zur Verbesserung der Servicequalität des Münchner Schlüssels vor.	

Produktgruppe V: Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Bewirtschaftung der Theresienwiese als Veranstaltungsfläche

Ordnungsziffer V.1	Bezeichnung des Produkts Organisation und Durchführung von Veranstaltungen und Bewirtschaftung der Theresienwiese als Veranstaltungsfläche
Produktgruppe Organisation und Durchführung von Veranstaltungen	
Produktbereich Städtische Wirtschafts- und Beschäftigungspolitik	

Kurzbeschreibung des Produkts mit Einsatzmöglichkeiten

Kurzbeschreibung:

Organisation und Durchführung von Märkten und Volksfesten in München. Vermietung der Theresienwiese als Veranstaltungsfläche und Instandhaltung der Infrastruktur. Vermarktung der Logos und der Plakatsmotive.

Aufgaben/Leistungen mit Einsatzmöglichkeiten und aktuellen Beispielen:

Oktoberfest, Auer Dulten, Christkindlmarkt

- Auf- und Abbau der Infrastruktur
- Auswahl der Bewerber
- Abschluss von Verträgen
- Abrechnung
- Organisation begleitender Veranstaltungen
- Betreuung der Veranstaltung
- Vorbereitung der Öffentlichkeitsarbeit
- Aufstellung des Haushaltsplans für die Unterabschnitte 3630 und 7310

Bewirtschaftung der Theresienwiese

- Vermietung der Fläche für 4 bis 5 jährlich wiederkehrende Veranstaltungen, sowie für 7 weitere Veranstaltungstage
- Instandhaltung der Flächen im Nordteil der Theresienwiese und der Absperreinrichtungen des Parkplatzes

Stadtgründungsfest

- Planung und Organisation von Einzelveranstaltungen
- Öffentlichkeitsarbeit
- Vertragsabschlüsse
- Abrechnung
- Finanzierung der Veranstaltung
- Überwachung des Auf- u. Abbaus

Auftragsgrundlage (gesetzliche Grundlage, Stadtratsentscheidung, ...)

Oktoberfest, Auer Dulten, Christkindlmarkt

Stadtratsbeschluss vom 15.05.1975, Dult- u. Christkindlmarktsatzung vom 24.05.1978

Bewirtschaftung der Theresienwiese

Stadtratsbeschluss vom 15.05.1975, zuletzt geregelt durch Stadtratsbeschluss vom 23.07.2001

Stadtgründungsfest

Auftrag des Oberbürgermeisters von Anfang 1989

Verantwortliche Organisationseinheit

RAW, Fachbereich IV - Fremdenverkehrsamt, Abt. Veranstaltungen

Zielgruppe/n

- Gewerbetreibende
- Volksfest- u. Marktbesucher weltweit
- öffentliche u. private Veranstalter

Handlungsziele

- Die Planung für den vom Stadtrat am 24.07.2002 beschlossenen Festbau ist bis Jahresende abgeschlossen. Eine Zeitschiene für den Neubau ist festgelegt.

Interne Ziele der Geschäftsstelle des Fremdenverkehrsamtes:

- a) Personal, Ausbildung und Organisation:
Das im Zusammenhang mit der Einführung von SAP R/3 erforderliche Personalkonzept mit Ist- und Sollerhebung ist am 30.11.2003 erarbeitet und mit der Geschäftsleitung abgestimmt.
- b) Finanz- und Rechnungswesen:
Zwei Informationsgespräche an den Informationsstellen zum Thema korrekte Abrechnung sind bis 30.06.2002 geführt.
- c) Poststelle:
Das Fachgebiet Informationsmanagement ist am 01.03.2003 von der Beantwortung der Anfragen zu Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten über München, zu denen Standardinformationen vorliegen durch Übernahme der Tätigkeit durch die Poststelle entlastet.
- d) Datenverarbeitung und Telekommunikation:
Alle Alternativen und deren Kosten und Gestaltungsmöglichkeiten für eine Anbindung der Versandstelle an das Backbone sind bis 31.01.2003 geprüft.
Bis 31.12.2003 ist ein Helpdesk eingerichtet, in dem alle aufgetretenen Probleme mit zugehörigen Lösungsmöglichkeiten vom Fachgebiet Datenverarbeitung nach bestimmten Systematiken, erfasst sind und ein schnelles Nachschlagen ermöglichen. Wiederkehrende Störungen und Fehler können so schneller erkannt werden.
- e) Vertrieb und Versand:
Die Versandstelle ist ab 01.02.2003 über E-Mail erreichbar.

Glossar *

Glossar zu den Produkten der Produktgruppen Tourismusförderung und Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

Begriff	Erläuterung
Anschließer	Partner aus der Tourismusindustrie, der sich an einer Werbemaßnahme des Fremdenverkehrsamtes beteiligt
Anzeigenwert	Der Anzeigenwert eines Artikels entspricht dem Betrag, den eine Anzeige gleichen Umfangs in der jeweiligen Zeitung/Zeitschrift kosten würde.
DMC	Destination Management Company = Spezial-Veranstalter, die überwiegend Incentives organisieren
Event	Ein großes Ereignis wie z. B. eine Internationale Sportveranstaltung oder ein herausragendes Konzert
Familiarization Trips (auch Fam Trip)	Meist kostenfreie Informationsreise für Multiplikatoren zum Kennenlernen und zur Markteinführung neuer Reise- und Tagungsangebote
ICCA	International Congress and Convention Association Internationale Kongreß- und Tagungsvereinigung; zu diesem Weltverband zählen u. a. Hotels und Kongreßzentren sowie am Kongreßgeschäft beteiligte Kongreßreisebüros und Luftverkehrsgesellschaften, auch die Stadt München ist durch das Fremdenverkehrsamt Mitglied
Incentive	Anreiz, Ansporn Belohnung für einen mit Erfolg abgeschlossenen Incentive-Wettbewerb für Einzelne oder Gruppen in einer Firma, meist Verkäufer oder Händler
Incoming-Büros	Reisebüros und -Veranstalter, die ausländischen Reisemittlern und Gästen zur Information, Programmzusammenstellung, Reiseleitung, Betreuung etc. zur Verfügung stehen
Incomingtag	Informationsveranstaltung („Leistungsschau“) Das Fremdenverkehrsamt stellt sich seinen touristischen Partnern vor, zieht Bilanz und präsentiert die geplanten Maßnahmen für das folgende Jahr.
Kongreß	Zusammenkünfte mit zum Teil Tausenden von Fachleuten zum Erfahrungsaustausch, um bei Vorträgen, Workshops oder Diskussionen neue Erkenntnisse zu gewinnen

Krisenmanagement	Strategie für offizielle Reaktion in unvorhergesehenen Situationen, um kritische Berichterstattung zu vermeiden und zu begegnen.
MCB	„Munich Convention Bureau“ In der Branche übliche Bezeichnung für die mit der Kongreßwerbung- und förderung befassten Organisationseinheit
MPI Germany Chapter	Meeting Planers International Amerikanischer Kongreßverband mit über 9.000 Tagungsveranstaltern als Mitglieder, hier die deutschen Mitglieder
Munich ICCA Komitee	Leitender Ausschuß in München, der sich aus den Münchner ICCA-Mitgliedern zusammensetzt
PCO	Professional Congress Organisor = Spezial-Kongreß-Veranstalter, die Kongresse organisieren
Pressedienst	Versorgung der Medien mit Presseinformationen und Fotos.
Presse-Echo	Artikel, die auf eine Aktion des Fremdenverkehrsamtes zurückgehen.
Pressespiegel	Zusammenstellung der Zeitungsartikel, die zu München relevanten Themen erschienen sind; dienen u. auch der Erfolgskontrolle der Pressearbeit.
Professorentreff	Spitzname für die jährliche Einladung des Fremdenverkehrsamtes und des ICCA Comittees and die Münchner Spitzenwissenschaftler, die internationale Kongresse in München organisieren.
Reservierungssystem „CONTOUR“	Reservierungssystem zur Abwicklung von Hotelbuchungen für Kongresse und Tagungen. Das System verfügt über spezielle Funktionen, z.B. Kontingentverwaltung, variable Provisionen.
Reservierungssystem „München direct“	Zur Zeit sind 80 Beherbergungsbetriebe online mit dem Fremdenverkehrsamt verbunden. Die von den beteiligten Hotels und Pensionen hinterlegten Zimmerkontingente- und preise können von den Mitarbeitern des Fremdenverkehrsamtes über verschieden Suchkriterien abgefragt und direkt über das System gebucht werden.
Roadshow	Spezielle Form einer verkaufsfördernden Maßnahme; Präsentation „auf der Straße“, z.B. in Fußgängerzonen; meist als Tour mit mehreren Stationen in einer Region.
SITE	Society of Incentive Travel Executives Vereinigung der Fachleute auf dem Markt der Incentive-Reisen

Telefonische Komfortreservierung „Hotel direct“	Mit 3 Mitarbeiterinnen besetztes „Call Center“, das den Gästen schnelle, unkomplizierte Zimmerreservierung per Telefon ermöglicht.
Touristische Leistungsträger	Rechtlich selbstständige Anbieter touristischer Leistungen, z.B. Beförderungsunternehmen, Hotels, Gastronomie.
Touristische Veranstalter	Einzelleistungen verschiedener Leistungsträger werden vom Reiseveranstalter zum Pauschalarrangement zusammengefaßt.
Touristische Vermittler	Unternehmen, die den Verkauf von Pauschalreisen für Veranstalter bzw. Anbieter von Beförderungs- oder Übernachtungsleistungen übernehmen.
Verkaufshandbuch	Spezielle Unterlage für Reisebüros und -veranstalter; Informationssammlung für die Planung, Vorbereitung und Durchführung von Pauschalreisen nach München.