



HANDELS-, INDUSTRIE-,
HANDWERKS- UND LAND-
WIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN

CAMERA DI COMMERCIO,
INDUSTRIA, ARTIGIANATO
E AGRICOLTURA DI BOLZANO

PARTNER DER WIRTSCHAFT

AL SERVIZIO DELL'ECONOMIA

LEISTUNGSPLAN

PIANO DELLA
PRESTAZIONE
ORGANIZZATIVA

2016 – 2018



Anlage an den Beschluss
Nr. 21 vom 22.01.2016

Allegato alla deliberazione
dd. 22.01.2016, n. 21

INHALT

1	VORSTELLUNG DES PLANS	SEITE 3
2	IDENTITÄT DER KÖRPERSCHAFT	SEITE 4
2.1	Institutionelles Mandat	Seite 4
2.2	Mission	Seite 4
2.3	Vision	Seite 4
3	PERSPEKTIVEN DER BALANCED SCORECARD (BSC)	SEITE 5
3.1	Kundenperspektive	Seite 5
3.2	Interne Prozesse	Seite 5
3.3	Lernen und Entwicklung	Seite 5
3.4	Finanzperspektive	Seite 5
4	STRATEGISCHE BEREICHE	SEITE 6
4.1	Interessensvertretung	Seite 6
4.2	Hoheitliche Tätigkeiten	Seite 7
4.3	Dienstleistungen für die Unternehmen	Seite 7
4.4	Effiziente interne Verwaltung	Seite 7
5	STRATEGISCHE ZIELE	SEITE 7
5.1	Strategischer Plan	Seite 8
5.2	Strategische Ziele im Detail	Seite 9
6	VON DEN STRATEGISCHEN ZIELEN ZU DEN OPERATIVEN ZIELEN	SEITE 17
6.1	Operativer Plan	Seite 17
6.2	Operative Ziele im Detail	Seite 22

1 VORSTELLUNG DES PLANS

Das vorliegende Dokument, Leistungsplan genannt, wurde von der Handelskammer Bozen erstellt, um die Tätigkeit und die erwartete Leistungen der Körperschaft für den Zeitraum 2016-2018 zu definieren. Das Dokument gehört zu der Planungsphase des sogenannten Leistungskreislaufs, welcher in den nationalen Handelskammern durch das gesetzesvertretende Dekret 150/2009 eingeführt und danach durch das Regionalgesetz 4/2011 der Autonomen Region Trentino-Südtirol übernommen wurde. Der Art. 1, Buchstabe b), Absatz 1-ter des eben genannten Regionalgesetzes sieht nämlich vor, dass *„zur Verbesserung der Dienstleistungen und der Organisation – ... nach Mitteilung an die Gewerkschaften – mit Verwaltungsakten Verfahren für die Messung und Bewertung der von den Organisationseinheiten erzielten Ergebnisse und Formen der Verifizierung des Grades der Nutzerzufriedenheit vorgesehen (werden).“*

Neben der Erfüllung der Gesetzesvorschriften ist die Anwendung des Leistungsplans eine Gelegenheit für die Körperschaft, die bereits bestehenden Instrumente der Planung unter den Gesichtspunkten der Integration, der Koordination und der Synthese anzuwenden. Der Plan basiert sowohl auf den langfristigen Richtlinien des mehrjährigen Tätigkeitsprogramms (5 Jahre), auf den Vorgaben des Vorausschauenden und programmatischen Berichts (welcher das mehrjährige Tätigkeitsprogramm aktualisiert), als auch auf den kurzfristigen Ziele des jährlichen Tätigkeitsprogramms und ergänzt dabei die einzelnen Aspekte und führt den Planungskreislauf auf einen dreijährigen Zeithorizont zurück.

Die in diesen beiden Dokumenten aufgeführte Strategie ist daher im Leistungsplan in Form der ermittelten strategischen Ziele integriert (anschließend in operative Ziele abzuleiten). Die strategischen Ziele müssen sinnvoll mit dem Inhalt der oben genannten Instrumente zusammenwirken.

Die konzeptionelle Struktur des Leistungsplans setzt sich wie folgt zusammen: mit der Mission und dem Institutionellen Mandat als Ausgangspunkt, haben die politischen Organe der Handelskammer Bozen die strategischen Bereiche ermittelt (enthalten im mehrjährigen Tätigkeitsprogramm), innerhalb welcher die Körperschaft handeln muss. Von diesen ausgehend, wurden die jeweiligen strategischen Ziele festgelegt, das heißt die spezifischen Handlungsrichtlinien, welchen die Kammer folgen muss und an die verschiedene Indikatoren (KPI – Key Performance Indicator) zur Messbarkeit geknüpft sind. Dies wird im Dokument *„System für die Leistungsbewertung der Organisationseinheiten“* behandelt.

Die strategischen Ziele werden wiederum auf eine "niedrigere" Ebene abgeleitet, nämlich auf die Ebene der operativen Ziele, welche den für das Folgejahr durchzuführenden Tätigkeiten entsprechen und daher jährlich aktualisiert werden. Jedes operative Ziel ist mit mindestens einem Indikator und einem Ziel (dem erwarteten Niveau der Leistung) ausgestattet. Nach Abschluss der Bezugsperiode wird ein Vergleich zwischen den erwarteten und erreichten Werten durchgeführt und somit die Leistung der Struktur in der entsprechenden Periode bewertet.

2 IDENTITÄT DER KÖRPERSCHAFT

Gemäß dem Dekret des Präsidenten des Regionalausschusses Nr. 9/L vom 12. Dezember 2007 ist die Handelskammer Bozen eine autonome öffentliche Körperschaft, welche Funktionen allgemeinen Interesses für die Unternehmen ausführt und sich damit einhergehend um die Entwicklung der lokalen Wirtschaft kümmert. Zur Umsetzung dieser Definition haben die Leitungsorgane der Handelskammer Bozen, im Einvernehmen mit den Führungskräften und den internen und externen Stakeholdern die Identität und den Daseinszweck der Körperschaft genauer ausgearbeitet. Nachfolgend werden das Institutionelle Mandat, die Mission und die Vision der Handelskammer Bozen erläutert.

2.1 Institutionelles Mandat

Das Institutionelle Mandat beschreibt das Umfeld, in welchem die Kammer aufgrund ihrer Zuständigkeiten tätig sein kann und muss (genauestens im obengenannten Dekret des Präsidenten des Regionalausschusses 9/L 2007 beschrieben). Der Artikel 4 benennt die einzelnen Funktionen im Detail. Gemäß diesem juristischen Ansatz ist die Handelskammer eine öffentliche Institution zur Wahrnehmung der Interessen der Wirtschaft des Landes und übt diese Funktionen direkt mittels der eigenen Ämter oder mit Hilfe von Synergien mit anderen Körperschaften und den lokalen Wirtschaftsverbänden aus. Der Auftrag der Handelskammer ist es, Tätigkeiten zugunsten der Entwicklung des Unternehmertums durchzuführen. Dies geschieht einerseits indem die Handelskammer Dienstleistungen zur Unterstützung der Entwicklung des wirtschaftlichen Gefüges und des Wettbewerbs für die Unternehmen anbietet und andererseits indem die Kammer den Regierungsstellen auf nationaler Ebene und auf Landesebene die Interessen der Südtiroler Unternehmer nahe bringt.

2.2 Mission

Die Mission stellt die Daseinsberechtigung des Unternehmens dar und den Bereich, in welchem die Kammer in Bezug auf die politische Tätigkeit und die durchgeführten Aktionen tätig ist. Anders ausgedrückt ist sie eine zusammengefasste Interpretation der Funktion der Organisation nach außen und nach innen. Unsere Handelskammer hat folgende Mission:

"Wir sind eine Organisation aller südtiroler Unternehmen. Als Körperschaft des öffentlichen Rechtes sind wir besonders den Prinzipien Demokratie, Transparenz und Unparteilichkeit verpflichtet.

Wir unterstützen die Wirtschaftstreibenden in mehrfacher Weise, leisten im Auftrag von Staat und Land wirtschaftsrelevante Dienste und vertreten die Interessen der Betriebe gegenüber der Öffentlichkeit, den Entscheidungsträgern und Verwaltungen."

2.3 Vision

Die Vision ist eng mit der Mission verbunden und gibt eine Voraussicht der Kammer in einem zukünftigen Szenario an, außerdem spiegelt sie die Ideale und die Werte wider, welche die Körperschaft zu verfolgen vorhat. Die Handelskammer Bozen hat folgende Vision:

- Förderung eines freien Unternehmertums im Rahmen einer sozialen Marktwirtschaft;
- Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Wirtschaft;
- Förderung einer langfristigen positiven wirtschaftlichen Entwicklung;

- *Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes;*
- *Problemlöser für die Unternehmen;*
- *Impulsgeber für die wirtschaftliche Entwicklung;*
- *Förderung einer positiven Wirtschaftsgesinnung.*

3 PERSPEKTIVEN DER BALANCED SCORECARD

Das System zur Messung und Bewertung der Leistung der Organisationseinheiten der Handelskammer Bozen beruht auf der Methode der Balanced Scorecard (BSC), einem Instrument, welches es erlaubt, von der Mission ausgehend, die Strategie der Körperschaft zu bestimmen und sie in strategische Ziele abzuleiten und somit die Messbarkeit der selben zu erleichtern. Grundlegende Eigenschaft der BSC ist es, jedes Element der Tätigkeit der Kammer zu berücksichtigen, von den strategischen bis zu den operativen Zielen, innerhalb einer oder mehrerer verschiedener Perspektiven (Perspektiven der BSC). Die einzelnen Ziele werden daher im Licht der größtmöglichen Anzahl von Perspektiven betrachtet und in ihrer Ausarbeitung wurde versucht, diese Eigenschaft der Multidimensionalität herauszuheben. Die einzelnen Perspektiven sind:

3.1 Kundenperspektive

Die Kundenperspektive dient dazu, den Zufriedenheitsgrad der Kunden und der Stakeholder zu berücksichtigen. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Welche Leistungen sollten wir für unsere Kunden erbringen und wie müssen wir ihnen gegenüber auftreten, um die Strategie umzusetzen?

3.2 Interne Prozesse

Die Perspektive der internen Prozesse betrachtet die Notwendigkeit, die interne Effizienz und die interne Effektivität zu berücksichtigen. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Wie müssen wir die internen Prozesse optimieren, um unsere Kunden zufrieden zu stellen?

3.3 Lernen und Entwicklung

Die Perspektive "Lernen und Entwicklung" ist verknüpft mit Innovation und Lernen in Bezug auf: Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter, Motivation, Verbesserung der technologischen und informationstechnologischen Infrastruktur. Sie möchte folgende Frage beantworten:

Wie erhalten wir die Fähigkeit zum Wandel, zum Verbessern und zum Entwickeln, um das Innovationspotenzial und die Strategie-Verwirklichungskompetenz zu steigern?

3.4 Finanzperspektive

Die Finanzperspektive bewertet die Führung und Steuerung der Handelskammer unter Berücksichtigung eines buchhalterischen und ökonomischen Gleichgewichts. Sie möchte folgende Frage beantworten:

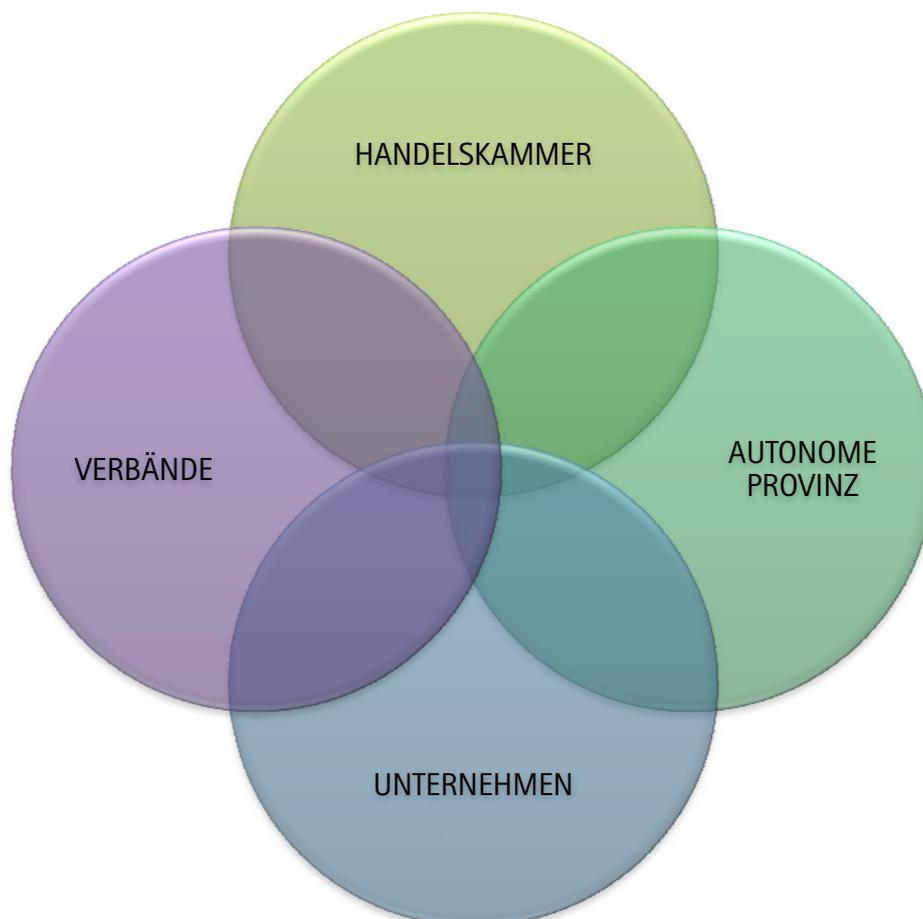
Auf welche Art und Weise garantieren wir ein ökonomisch-finanzielles Gleichgewicht und ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis?

4 STRATEGISCHE BEREICHE

Die strategischen Bereiche der Kammer wurden mit der Verwendung des mehrjährigen Programms ermittelt und sind darin enthalten. Da sie in der Hierarchie, nach der Mission und der Vision, am oberen Ende der Strategie stehen, ist es maßgeblich, sie hier in Erinnerung zu rufen. Daher folgt nun eine Präsentation der strategischen Bereiche der Handelskammer Bozen.

4.1 Interessensvertretung

Die Aufgabe der Handelskammer Bozen ist die Vertretung aller Interessen der Unternehmen auf Landesebene. Diese Aufgabe wird in enger Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsverbänden und den institutionellen Organen ausgeführt. Durch Umfragen bei Unternehmen zum Zweck der Untersuchung der wirtschaftlichen Situation, erarbeitet die Kammer Gutachten und neue Initiativen. Eigens dafür vorgesehene Studien und Analysen fokussieren sich stattdessen auf die Schwachstellen und Stärken der Südtiroler Wirtschaft und des Standorts Südtirol, um den Verantwortlichen der Politik und der Wirtschaft Vorschläge zu unterbreiten und Entscheidungshilfe leisten zu können. Da die korrekte Aufklärung und Informationsweitergabe zur optimalen Abwicklung dieser Tätigkeiten unbedingt notwendig ist, spielt die Kommunikation der Handelskammer eine zentrale Rolle.



4.2 Hoheitliche Tätigkeiten

Zu den sogenannten hoheitlichen Tätigkeiten der Handelskammer gehören: die Führung des Handelsregisters und der Berufsverzeichnisse, die Registrierung von Marken und Patenten, Aufgaben im Bereich des Umweltschutzes, die legale Metrologie und die Produktsicherheit, sowie die Ausstellung von Dokumenten für den Außenhandel. Bei der Ausführung dieser Aufträge gilt die größte Aufmerksamkeit der Kammer der Information, der Unterstützung und der Reduzierung der bürokratischen Aufwände zu Lasten der Unternehmen.

4.3 Dienstleistungen für die Unternehmen

Die Handelskammer bietet eine Vielzahl von Diensten für die Südtiroler Unternehmen an. Dabei gebührt besonderer Dank den beiden Sonderbetrieben: dem Institut für die Wirtschaftsförderung (WIFI) und die IDM Südtirol – Alto Adige. Das Institut für Wirtschaftsforschung liefert Analysen, Studien und Nachforschungen für eine große Bandbreite an Empfängern (Unternehmen, Verbände, Landesverwaltung), um die wirtschaftlichen Phänomene besser verstehen zu können und daher eine Unterstützung beim Entscheidungsprozess darzustellen. Mittels des WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung, Teil des Sonderbetriebes Institut für Wirtschaftsförderung, führt die Kammer die berufliche Weiterbildung mit dem Ziel die Kompetenzen und Fähigkeiten der Unternehmer und ihrer Mitarbeiter auszubauen, durch. Sie arbeitet desweiteren in den Sektoren Unternehmensgründung und –nachfolge, Kooperation und soziale Verantwortung. Die Kammer bietet Dienste zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Unternehmen an und unterstützt sie in ihrem Wachstum. Zudem gibt es eine Mediationsstelle und ein Schiedsgericht für die Konfliktbereinigung. Die IDM unterstützt u.a. die Internationalisierung der Unternehmen und fördert die Bekanntheit und das Image der Südtiroler Qualitätsprodukte.

4.4 Effiziente interne Verwaltung

Eine effiziente interne Verwaltung ist Grundlage für ein gutes Funktionieren der Körperschaft und muss eine korrekte Verwaltung des Humankapitals, des Vermögens und der Investitionsgüter beinhalten. Die Verwaltungstätigkeit und die geleisteten Dienste müssen sich an den Prinzipien der Transparenz und der Vereinfachung richten. Dies kann durch eine Digitalisierung der internen, aber auch der externen, Prozesse erreicht werden.

5 STRATEGISCHE ZIELE

Der Begriff strategisches Ziel definiert jenes Ziel, welches sich die Organisation langfristig zu erreichen gesetzt hat, damit die Inhalte der strategischen Bereiche mit Erfolg umgesetzt werden. Nachfolgend werden die Ziele für die drei Jahre 2015–2017 aufgeführt:

5.1 Strategischer Plan

Aus den Perspektiven der BSC und den strategischen Bereichen entsteht der strategische Plan, welcher die strategischen Ziele der Kammer beinhaltet.

Perspektive der BSC \ Strategischer Bereich	Interessensvertretung	Dienstleistungen für die Unternehmen	Hoheitliche Tätigkeiten	Effiziente interne Verwaltung
Kunden	1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik	2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die südtiroler Wirtschaft	3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz	
	4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur	5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung	6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung (ADR)	
	7 – Verbesserung der institutionellen Kommunikation			
	8 – Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen			
	9 – Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse			
Interne Prozesse	9 – Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse			
Lernen und Entwicklung	10- Personalentwicklung			
Finanzen				11 – Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft
	12 – Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft			

5.2 Strategische Ziele im Detail

Die Zielvorgaben verstehen sich als „>=“, außer es ist im Dokument anders angeführt.

Strategisches Ziel 1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Hier steht die Realisierung von Kampagnen für lokale Wirtschaftsthemen, wie die Erreichbarkeit von Südtirol, die Public-Private-Partnership, der Bürokratieabbau, die Zusammenarbeit mit der Unternehmerwelt, der Politik, den Bürgern und anderen Interessensgruppen zwecks Festsetzung und Umsetzung von Maßnahmen, welche die Wirtschaftsentwicklung in Südtirol unterstützen, im Mittelpunkt; des Weiteren gehört dazu die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Schule und Wirtschaft, die Initiative „Frau in der Wirtschaft“ und die Koordinierung des Komitees für die Förderung des weiblichen Unternehmertums.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Organisierte Tagungen zu Wirtschaftsthemen: Wert A, wobei A = Anzahl der Tagungen zu Wirtschaftsthemen	33,3%	7	7	7
Treffen mit anderen Institutionen betreffend die Förderung einer unternehmerfreundlichen Wirtschaftspolitik: Wert A, wobei A = Anzahl der Treffen mit anderen Institutionen betreffend die Förderung einer unternehmerfreundlichen Wirtschaftspolitik	33,3%	20	20	20
Anzahl der Statements zu Vorschlägen über Gesetzesänderungen oder Gesetzesentwürfen: Wert A, wobei A = Anzahl der Statements zu Vorschlägen über Gesetzesänderungen oder Gesetzesentwürfen	33,3%	10	10	10

Strategisches Ziel 2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die südtiroler Wirtschaft

Der Zweck ist hierbei eine angemessene Menge von Weiterbildungskursen für die südtiroler Wirtschaft zu organisieren und somit die Unternehmen in ihrem stetigen Wachstum zu stärken. Das Ziel aller Initiativen des WIFI ist die Verbesserung und Stärkung der Handlungskompetenz der Unternehmer, der Führungskräfte und der Mitarbeiter damit sie die ständig geänderten Bedürfnisse besser begegnen und somit die Gegenwart und die Zukunft erfolgreicher begegnen können.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Qualitätsniveau der Fortbildungsveranstaltungen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Feedback-Fragebögen über die WIFI Fortbildungen mit den Bewertungen: gut, sehr gut und ausgezeichnet und B = Gesamtzahl der Feedback-Fragebögen von den WIFI-Veranstaltungen (Kodex 1 – 9)	33,3%	83%	84%	85%
Anteil an neuen und aktualisierten Fortbildungsveranstaltungen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl an neuen und aktualisierten Fortbildungsveranstaltungen in der WIFI-Weiterbildung und B = Gesamtzahl der Fortbildungsveranstaltungen bei der WIFI-Weiterbildung	33,3%	10%	10%	10%
Realisierte Fortbildungsaktivitäten in Kooperation mit anderen Institutionen: Wert A, wobei A = Anzahl der realisierten Aktivitäten der WIFI in Kooperationen (Veranstaltungen, Projekte, Dienste)	33,3%	20	20	20

Strategisches Ziel 3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Hierbei garantiert die Kammer, dass in den Sektoren, in welchen die Kammer die Kontrollfunktionen innehat, die Dynamik des Marktes nach den Regeln funktioniert. Die Übernahme dieser Aufgaben setzt eine qualitative und quantitative Verbesserung der Überwachungstätigkeit voraus. Zu diesem Tätigkeitsbereich gehören auch die Landwirtschaft sowie die Wechsel- und Scheckproteste.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Für Ziel relevante Abteilungen: Verwaltungsdienste; Wirtschaftsförderung; Landwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Newsletter zum Thema Marktregelung und Wettbewerbsschutz (Legale Metrologie und Wettbewerbsschutz): Wert A, wobei A = Anzahl der Informationskampagnen durch Newsletter in Sachen Marktregelung und Wettbewerbsschutz	33,3%	2	2	2
Zufriedenheit der Teilnehmer der Informationsveranstaltungen zum Thema Marktregelung und Wettbewerbsschutz (Legale Metrologie und Wettbewerbsschutz):				

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Wert A, wobei A = Prozentueller Anteil der von Seiten der Teilnehmer abgegebenen Feedback Fragebögen mit einer positiven Bewertung	33,3%	70%	70%	70%
Absprache mit den Wirtschaftsverbänden um Vorschläge für die Festlegung der Richtpreisverzeichnisse für Hoch und Tiefbau: Organisation der Treffen und der Absprachen innerhalb des 31. Dezembers des laufenden Jahres	33,3%	31.12.16	31.12.17	31.12.18

Strategisches Ziel 4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Ziel ist die Erstellung und die Verbreitung von Studien und Analysen über Schlüsselthemen der Südtiroler Wirtschaft, um für die Entscheidungsprozesse der Politik und der Wirtschaft relevante Informationen zu liefern. Das Ziel betreffend die Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO ist abgeändert worden, da der erhebliche Wechsel beim Personal der Abteilung eine so hohe Reduzierung der mittleren Antwortzeiten nicht zulässt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Anzahl der Meldungen, Interviews und Beiträge in den Medien zu Studien, Analysen und Berichten des WIFO: Wert A, wobei A = Anzahl der Meldungen, Interviews, Beiträge in den Medien zu Studien und Analysen	33,3%	15	15	15
CATI/CAWI –Umfragenquote des WIFO: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der online durchgeführten Interviews für die Statistiken des WIFO und B = Gesamtzahl der Umfragen für die Statistiken des WIFO	33,3%	10%	30%	50%
Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Summe der Antwortzeiten für Datenanfragen an das WIFO in Tagen und B = Gesamtanzahl der Datenanfragen an das der WIFO	33,3%	29	15	10

Strategisches Ziel 5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zweck dieses Ziels ist die Optimierung und die Bekanntmachung der vom Bereich "Innovation, gewerbliche Schutzrechte und Unternehmensentwicklung" angebotenen Dienstleistungen, wie

die Kooperation, die Unternehmensgründung und -nachfolge sowie der Angebote von Beratungen über das Thema "Familienfreundliches Unternehmen" und Produktetikettierung.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Tagungen zum Thema Innovation: Wert A, wobei A = Anzahl der Tagungen zum Thema Innovation	33,3%	1	1	1
Werbekampagnen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie: Wert A, wobei A = Anzahl der Werbekampagnen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie	33,3%	1	1	1
Individuelle Beratungen zum Thema Unternehmensentwicklung: Wert A, wobei A = Anzahl der Tage für Spezialberatungen "Fit für die Zukunft" zum Thema Unternehmensentwicklung	33,3%	255	260	265

Strategisches Ziel 6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung

Diese Ziel betrifft die Bekanntmachung der Mediations- und Schiedsgerichtsdienstleistungen bei den Unternehmen und Bürgern, welche von der Handelskammer angeboten und kontinuierlich verfeinert und weiterentwickelt werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Verfahren zur alternativen Streitbeilegung: Wert A, wobei A = Anzahl der hinterlegten Verfahren zur alternativen Streitbeilegung (Schiedsverfahren, vertragliche Expertisen und Schiedsgutachten)	33,3%	22	24	24
Fortbildungs- und Informationsveranstaltungen zum Thema alternative Formen der Gerichtsbarkeit: Wert A, wobei A = Prozentueller Anteil der von Seiten der Teilnehmer abgegebenen Feedback Fragebögen mit einer positiven Bewertung	33,3%	70%	70%	70%

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR): Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR) mit der Bewertung von mindestens befriedigend und B = Gesamtzahl der ausgefüllten Fragebögen zur Kundenzufriedenheit im Rahmen der Alternative Dispute Resolution (ADR)	33,3%	90%	90%	90%

Strategisches Ziel 7 – Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Ziel der Handelskammer ist der Ausbau und die Verbesserung der Wirksamkeit der externen Kommunikation der Körperschaft, um möglichst eine große Anzahl an Kunden/Interessensgruppen über die Tätigkeit der Kammer zu informieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten; Interessensvertretung; Dienstleistungen für die Unternehmen

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Newsletter-Abonnenten: Wert A, wobei A = Anzahl der Abonnenten von verschiedenen Newslettern der Kammer	33,3%	5.000	5.000	5.000
Anzahl der Zugriffe auf die Website der Kammer: Wert A, wobei A = Anzahl der Zugriffe auf die Website der Handelskammer:	33,3%	800.000	800.000	800.000
Anzahl der Presseartikel über die Kammer: Wert A, wobei A = Anzahl der veröffentlichten Presseartikel über die Handelskammer	33,3%	100	100	100

Strategisches Ziel 8 – Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Hier wird der Fokus vor allem auf folgende Aspekte gelegt: Einhaltung der Zahlungsfristen für die Lieferanten von Gütern und Dienstleistungen und schrittweise Reduzierung der Zahlungszeiten; Verringerung der bürokratischen Belastung der Kunden/Bürger; Verbesserung der Verwaltungstätigkeit des Handelsregisters; Informationstätigkeit und Vereinfachung der Verwaltungsverfahren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung
Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Umgesetzte Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung: Wert A, wobei A = Anzahl der angenommenen Maßnahmen zur Verwaltungsvereinfachung	33,3%	3	2	2
Interne und externe Veranstaltungen zur Förderung der Transparenz: Wert A, wobei A = Anzahl der Events zur Förderung der Transparenz	33,3%	2	2	2
Umsetzungsrate der Vorschläge der Kunden: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der Vorschläge/Protestschriften der Kunden mit positiver Lösung und B = Anzahl der Vorschläge/Protestschriften der Kunden	33,3%	80%	80%	80%

Strategisches Ziel 9 – Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Hierbei sind die Strukturierung der Tätigkeit und der Prozesse unter dem Gesichtspunkt der Steigerung der Effizienz und der Qualität sowie der Anpassung der internen Prozesse an die technische Entwicklung gemeint.

Perspektiven der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Interne und externe Weiterbildungsmaßnahmen für die Förderung und Entwicklung des E-Government: Wert A, wobei A = Anzahl der internen bzw. externen Weiterbildungsmaßnahmen für die Förderung und Entwicklung des E-Government	33,3%	2	2	2
Papierformulare, welche durch elektronische Verfahren ersetzt wurden: Wert A, wobei A = Anzahl der Papierformulare, welche mit elektronische Verfahren ersetzt wurden	33,3%	4	3	3
Umsetzung der für das Jahr 2016 vorgesehenen Maßnahmen für den Erhalt der ISO-Zertifizierung: Datum, innerhalb dem das Ziel erreicht werden muss	33,3%	31.12.16	31.12.17	31.12.18

Strategisches Ziel 10 – Personalentwicklung

Ziel der Handelskammer ist die Verbesserung der Kompetenzen der Bediensteten, indem spezifische Bildungsprogramme geschaffen und gefördert werden..

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeitergespräche im Jahr: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der strukturierten Gespräche mit den eigenen Mitarbeitern und B = Anzahl der Mitarbeiter	33,3%	1	1	1
Umsetzungsrate des Bildungsplanes: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl der durchgeführten internen Kurse und B = Anzahl der intern im Bildungsplan vorgesehenen Kurse	33,3%	80%	80%	80%
Organisation einer Veranstaltung in Zusammenarbeit mit dem Einheitskomitee für die Chancengleichheit Wert A, wobei A = Anzahl der organisierten Informationsveranstaltungen, an denen mindestens 70 % des Kammerpersonals (Handelskammer + Institut für die Wirtschaftsförderung) teilnimmt	33,3%	1	1	1

Strategisches Ziel 11 – Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Ziel der Handelskammer ist der Erhalt des wirtschaftlich-finanziellen Gesundheitszustands der Körperschaft und Sicherung der mittel- und langfristigen Finanzierbarkeit, auch in Bezug auf den Stabilitätspakt.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Für Ziel relevante Abteilungen: Verwaltungsdienste

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Wirtschaftliches Gleichgewicht der laufenden Verwaltung: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Kosten und B = laufende Erträge	33,3%	<130%	<130%	<130%

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Finanzielle Solidität: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Eigenkapital und B = Gesamtkapital	33,3%	60%	60%	60%
Fähigkeit, Einnahmen zu erzielen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Erträge - (Einnahmen aus Jahresgebühren + Sekretariatsgebühren) und B = laufende Erträge (Jahresgebühren und Sekretariatsgebühren)	33,3%	20%	20%	20%

Strategisches Ziel 12 – Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Ziel ist die Aufwertung der verfügbaren Finanz-, Vermögens- und technischen Ressourcen, nach dem Gesichtspunkt der Effizienz und der Wirksamkeit, sowie Steigerung des Humankapitals. Aufgrund der strategischen Relevanz des Zieles wird die Handelskammer im Laufe des Jahres 2016 und der Folgejahre, diverse Maßnahmen für die Reduzierung der Gesamtausgaben umsetzen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen; Hoheitliche Tätigkeiten; Effiziente interne Verwaltung; Interessensvertretung

Für Ziel relevante Abteilungen: Generalsekretariat; Verwaltungsdienste; Meldeamt der Kammer; Landwirtschaft; Wirtschaftsförderung; Wirtschaftsforschung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016	Ziel 2017	Ziel 2018
Effizienz der Struktur: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = laufende Kosten der institutionellen Funktion A + B und B = laufende Kosten abzüglich Abschreibungen	33,3%	<80%	<80%	<80%
Zusammensetzung der laufenden Ausgaben (Personalausgaben): Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Personalausgaben und B = Ausgaben für den Betrieb der Ämter	33,3%	>130%	>150%	>150%
Dimensionierung des Personals: Verhältnis $[A \cdot 1000]$ zu B, wobei A = Angestellte (einschließlich Sonderbetriebe und Generalsekretariat) die in der Handelskammer im Jahr tätig waren und B = aktive Unternehmen	33,3%	2,5	2,5	2,5

6 VON DEN STRATEGISCHEN ZIELEN ZU DEN OPERATIVEN ZIELEN

Der Begriff „operatives Ziel“ definiert die Aktionen, welche notwendig sind, um die strategischen Programme zu implementieren und die dazugehörigen Modalitäten festzulegen. Nachfolgend werden die operativen Ziele für das Jahr 2015 aufgeführt:

6.1 Operativer Plan

Der Übergang von den strategischen Zielen zu den operativen Zielen. Der operative Plan sieht folgendermaßen aus:

Ziel	Strategischer Bereich Interessensvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich effiziente interne Verwaltung
Perspektive der BSC Kunden				
➤ Strategisches Ziel 1 – Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.1 – Zufriedenheit der Lehrpersonen mit den Unterrichtseinheiten im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.2 – Aktualisierung der didaktischen Materialien für die Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 1.3 – Organisation der Veranstaltungen und Events für die Schüler/Studenten der Südtiroler Schulen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 2 – Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 2.1 – Schaffung eines umfassenden und praxisorientierten Weiterbildungsangebotes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 2.2 – Jährliche Realisierung einer speziellen Bildungsinitiative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 3 – Marktregelung und Wettbewerbsschutz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.1 – Hoher Prozentsatz an erledigten Anträgen um Überwachung von Preisausschreiben und Gewinnspielen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.2 – Bekämpfung von „irreführenden Geschäftspraktiken“	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.3 – Erhöhung der Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.4 – Vereinfachung der Verfahren für die Löschanträge bei Wechselprotesten	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.5 – Hoher Grad an Abarbeitung der Anträgen für die Überprüfung der Eichinstrumente	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessensvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 3.6 – Aufrechterhaltung der Anzahl an Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien, welche Anspruch auf regelmäßige Überprüfung haben	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.7 – Nachkontrolle der geeichten Geräte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.8 – Durchführung der Inspektionen des Eichdienstes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 3.9 – Durchführung der Inspektionen des Wettbewerbsschutzes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 4 – Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.1 – Anfragen von Kunden bezüglich statistischer Daten über die Südtiroler Wirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.2 – Analyse der Konjunkturentwicklung in Südtirol	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 4.3 – Aktualisierung der Eckdaten der Südtiroler Wirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 5 – Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.1 – Förderung des Unternehmergeistes der südtiroler Studenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.2 – Unterstützung von Personen, die sich selbstständig machen möchten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.3 – Begleitung und Unterstützung junger Unternehmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.4 – Werbung für die Software zur Lebensmitteletikettierung (Food-Label-Check)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.5 – Sensibilisierung der Unternehmen über das Thema Unternehmensnachfolge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.6 – Sensibilisierung über die Notwendigkeit der Produktzertifizierung CE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.7 – Beratungen „Fit für die Zukunft“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 5.8 – Entwicklung des Projekts Patlib	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 6 – Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.1 – Festigung der Anzahl der Mediationsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.2 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei alternativen Streitbelegungen (Alternative Dispute Resolution)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.3 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei Mediationen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 6.4 – Optimierung der durchschnittlichen Zeit zwischen Eingang des Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen (in Tagen)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.5 – Überschuldungsstelle	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 6.6 – Schlichtungsstelle im Bereich Verbraucherschutz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 7 - Verbesserung der institutionellen Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.1 – Externe Kommunikation: Resonanz von eingesendeten Pressemeldungen der lokalen Massenmedien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.2 – Externe Kommunikation: redaktionelle Seiten in den lokalen Medien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 7.3 – Organisation einer Sonderausstellung für das Merkantilmuseum	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 8 - Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.1 – Optimierung der durchschnittlichen Zeit bis zur Online-Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen (in Tagen)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.2 – Digitalisierung der Aufträge des Wirtschaftsförderungsinstitutes	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.3 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.4 – Zeitnahe Eintragung ins Handelsregister bei Fusionen und Unternehmensspaltungen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.5 – Vereinfachung des Programmes XAC für die Lieferungen von Gütern und Dienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.6 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters für handwerkliche Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.7 – Ausbau der telematischen Meldungen an die Kontrollstelle für Wein durch die Vereinfachung des technischen Verfahrens	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.8 – Pünktlichkeit der Zahlungen der Lieferantenrechnungen der Kammer	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 8.9 – Optimierung bzw. Vereinfachung der Verwaltung der Filialen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perspektive der BSC <i>Interne Prozesse</i>				
➤ Strategisches Ziel 9 - Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 9.1 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Ursprungszeugnisse	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich effiziente interne Verwaltung
• Operatives Ziel 9.2 - Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Sichtvermerke	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.3 - Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Carnets ATA	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.4 – Niedrighaltung der Beanstandungszahlen von den Kunden bei dem Sekretariat der Kammer und den Dienstleistungen des ADR	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.5 – Die Fähigkeiten der Mitarbeiter erkennen sowie das Potential des Personals fördern	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.6 – Vereinfachung der Personalbeschaffung	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.7 – Verkürzung des Zeitraums, innerhalb dem dem Personal geantwortet wird	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.8 – Zeitnahe Aktualisierung der Aktiva	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.9 – Pünktliche Erstellung der jährlichen Steuerrollen 2013	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.10 – Pünktliche Verbuchung der Gehälter	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.11 – Vervollständigung der neuen Internetseite der Kammer mit Inhalten in englischer Sprache	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.12 – Verkürzung der durchschnittlichen Zeit für die Bearbeitung der telematischen Meldungen zur Eintragung in das Handelsregister	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.13 – Verkürzung der Bearbeitungszeiten für die beim Handelsregister hinterlegten Bilanzen	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.14 – Umsetzung auf lokaler Ebene des gesamtstaatlichen Projekts von Infocamere zur Einführung einer Internet Plattform für die Eintragung der Tätigkeiten und der ATECO-Klassifizierungskodexe ins Handelsregister	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.15 – Einrichtung des telematischen Downloads der Eintragungs- bzw. der Änderungsbestätigungen des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.16 – Überarbeitung der Prüfungsunterlagen für den Taxi- und Mietwagendienst mit Fahrer in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Landesamt und Veröffentlichung der besagten Unterlagen im Internet	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 9.17 – Bearbeitung der Anträge des Amtes für Handwerk in einem maximalen Zeitraum von 10 Tagen	☒	☒	☒	☒
Perspektive der BSC <i>Lernen und Entwicklung</i>				
➤ Strategisches Ziel 10 - Personalentwicklung	☒	☒	☒	☒
• Operatives Ziel 10.1 – Sicherstellung einer angemessenen Weiterbildung	☒	☒	☒	☒

Ziel	Strategischer Bereich Interessenvertretung	Strategischer Bereich Hoheitliche Tätigkeiten	Strategischer Bereich Dienstleistungen für die Unternehmen	Strategischer Bereich effiziente interne Verwaltung
des Personals				
• Operatives Ziel 10.2 – Audit Familie-Beruf	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 10.3 – Aktualisierung des Personalbedarfsplanes	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Perspektive der BSC <i>Finanzen</i>				
➤ Strategisches Ziel 11 - Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.1 – Periodischer Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.2 – Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 11.3 – Aufrechterhaltung des Prozentsatzes der Einhebung der Jahresgebühren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
➤ Strategisches Ziel 12 - Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.1 – Abschluss der Abrechnung der Landesbeiträge	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.2 – Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung von Auswahlverfahren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.3 - Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.4 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verwaltungsverfahren für die Löschung der Wechsel- und Scheckproteste	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Operatives Ziel 12.5 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verfahren für den Erwerb von Waren und Dienstleistungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6.2 Operative Ziele im Detail

Der Begriff operatives Ziel definiert die notwendigen Aktionen zur Implementierung der strategischen Programme und der dazugehörigen Modalitäten. Die Zielvorgaben verstehen sich als „>=“, außer es ist im Dokument anders angeführt.

Operatives Ziel 1.1 – Zufriedenheit der Lehrpersonen mit den Unterrichtseinheiten an den südtiroler Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“

Das Ziel der WIFO ist die Sensibilisierung der Schüler und Studenten für Wirtschaftsthemen mittels Präsentationen und Vorträgen über die Südtiroler Wirtschaft in Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zufriedenheit der Lehrpersonen mit den Unterrichtseinheiten an den südtiroler Schulen: Wert A, wobei A = Zufriedenheit der Lehrpersonen mit den Unterrichtseinheiten an den Südtiroler Schulen"	100%	80%

Operatives Ziel 1.2 – Aktualisierung der didaktischen Materialien für die Schulen im Rahmen des Projektes „Schule – Wirtschaft“

Das WIFO verteilt didaktisches Material, um die Schüler und Studenten für die Wirtschaft zu sensibilisieren. Das Ziel sieht die Aktualisierung dieser Materialien seitens des Dienstes „Schule – Wirtschaft“ vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 1.3 – Organisation der Veranstaltungen und Events für die Schüler/Studenten der südtiroler Schulen

Das Ziel beinhaltet die Sensibilisierung der Schüler und Studenten für die Wirtschaft mittels Veranstaltungen und Events (Ideenwettbewerbe, Organisation eines Wirtschaftstages und andere Events der Handelskammer).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Sensibilisierung für Wirtschaftsthemen und Förderung einer unternehmensnahen Wirtschaftspolitik

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Veranstaltungen und Events des Projektes „Schule-Wirtschaft“: Wert A, wobei A = Anzahl der Veranstaltungen und Events im Rahmen des Projektes „Schule - Wirtschaft“	100%	2

Operatives Ziel 2.1 – Schaffung eines umfassenden und praxisorientierten Weiterbildungsangebotes

Das Ziel ist es, über das WIFI überbetriebliche und maßgeschneiderte Bildungsveranstaltungen durchzuführen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft

Zuständige Ämter: WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Im WIFI durchgeführte Veranstaltungen: Wert A, wobei A = Anzahl der vom WIFI durchgeführten Veranstaltungen	100%	200

Operatives Ziel 2.2 – Jährliche Realisierung einer speziellen Bildungsinitiative

Jährliche Realisierung einer speziellen, neuen Initiative. Im Jahr 2016 handelt es sich um die Initiative „junges Unternehmen“.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Modernes Weiterbildungsangebot für die Südtiroler Wirtschaft

Zuständige Ämter: WIFI – Weiterbildung und Personalentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Jährliche Realisierung einer speziellen Bildungsinitiative: Wert A, wobei A = Anzahl der neuen, speziellen Bildungsinitiativen	100%	1

Operatives Ziel 3.1 – Hoher Prozentsatz an erledigten Anträgen um Überwachung von Preisausschreiben und Gewinnspielen

Dieses Ziel betrifft das Erreichen eines hohen prozentuellen Anteils der überwachten Gewinnspiele im Verhältnis zu den gesamten diesbezüglichen Anträgen. Zu diesem Zweck werden die mindestens 15 Tagen vor dem Termin für die Ziehung der Gewinner eingereichten Anträge berücksichtigt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Erhaltene Anträge zur Überwachung von Gewinnspielen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der Erhaltene Anträge zur Überwachung von Gewinnspielen und B = überwachte Gewinnspiele in der gleichen Bezugsperiode	100%	70%

Operatives Ziel 3.2 – Bekämpfung von „irreführender Geschäftspraktiken“

Ausgehend von den Anzeigen der Kunden der Handelskammer sollen die Unternehmen durch Pressemitteilungen und Bekanntmachungen auf der Webseite der Kammer auf einige irreführende Geschäftspraktiken aufmerksam gemacht werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen der Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Pressemitteilungen über irreführende Geschäftspraktiken, welche von den Medien übernommen werden: Wert A, wobei A = Anzahl der Berichte in den lokalen Medien, welche sich auf die Pressemitteilungen oder Hinweise auf der Website der Kammer über irreführende Geschäftspraktiken beziehen.	100%	15

Operatives Ziel 3.3 – Erhöhung der Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat

Das Ziel ist es, die Zahl der Weinbetriebe mit DOC-Kennzeichnung zu vergrößern. Die Qualitätszertifizierung gibt den Weinen einen zusätzlichen Wert, was einen Vorteil für alle Teilnehmer der Produktionskette darstellt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Rebbau und Weinwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zertifizierte Weinbetriebe: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Anzahl der Weinbetriebe mit Qualitätszertifikat	100%	+1%

Operatives Ziel 3.4 – Vereinfachung der Verfahren für die Löschanträge bei Wechselprotesten

Das Ziel ist die Verkürzung der Bearbeitungszeit der Löschanträge für Wechsel- oder Scheckproteste; es wird angenommen, dass man in der Lage ist, eine Zeitersparnis von 1 Tag im Verhältnis zum durchschnittlichen Wert des Vorjahres (4 Tage) zu erreichen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Löschanträge von Wechselprotesten: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = durchschnittliche Zeit in Tagen zwischen Ankunft des Löschantrags und deren Bearbeitung (Aussendung der Annahme- oder der Ablehnungsmaßnahme)	100%	-25 %

Operatives Ziel 3.5 – Hoher Grad an Abarbeitung der Anträge für die Überprüfung der Eichinstrumente

Das Ziel sieht die Erreichung eines hohen Prozentsatzes für die Bearbeitung der Überprüfungsanträge der Eichinstrumente vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Vom Eichdienst erhaltene Überprüfungsanfragen: Verhältnis zwischen A und B in %, wobei A = Anzahl an erhaltenen Anfragen für die Überprüfung der Eichinstrumente und B = Anzahl der bearbeiteten Anfragen für die Überprüfung der Eichinstrumente	100%	100%

Operatives Ziel 3.6 – Aufrechterhaltung der Anzahl an Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien, welche Anspruch auf regelmäßige Überprüfung haben

Das Ziel betrachtet die Inspektionsbesuche des Eichdienstes in technischen Zentren (Tachographen-Überprüfung) und autorisierten Laboratorien (Laboratorien mit Ermächtigung zur periodischen Überprüfung).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und Laboratorien: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Inspektionen des Eichdienstes in technischen Zentren und autorisierten Laboratorien	100%	≥0%

Operatives Ziel 3.7 – Nachkontrollen der geeichten Geräte

Der Eichdienst der Handelskammer Bozen überprüft im Sinne der geltenden Gesetzgebung bis zu 1 % der Geräte, welche von privaten Eichstellen geeicht wurden. Das Ziel sieht vor, mindestens 10 % des vorgesehenen Pensums stichprobenartig zu verifizieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Nachkontrollen der von privaten Eichstellen geeichten Geräte: Wert A, wobei A = Prozentueller Anteil der stichprobenartigen Kontrollen (10% vom vorgesehenen Pensum)	100%	10 %

Operatives Ziel 3.8 – Durchführung der Inspektionen des Eichdienstes im Rahmen der Vereinbarung mit Unioncamere

Der Eichdienst führt die Inspektionen im Rahmen der Überwachungstätigkeit aus, welche von der Vereinbarung SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) der Unioncamere vorgesehen sind.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Einhaltung der Vereinbarung Ministerium – Unioncamere: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden muss	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 3.9 – Durchführung der Inspektionen des Wettbewerbsschutzes im Rahmen der Vereinbarung mit der Unioncamere

Der Bereich Wettbewerbsschutz führt die Inspektionen im Rahmen der Überwachungstätigkeit durch, welche von der Vereinbarung SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) mit Unioncamere vorgesehen sind.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Marktregelung und Wettbewerbsschutz

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Inspektionen des Bereichs Wettbewerbsschutz: Wert A, wobei A = Anzahl der Inspektionen des Bereichs Wettbewerbsschutz im Rahmen der Vereinbarung zur Überwachung und Marktaufsicht (SVIM - sorveglianza e vigilanza sul mercato) mit Unioncamere	100%	5

Operatives Ziel 4.1 – Anfragen von Kunden bezüglich statistischer Daten über die südtiroler Wirtschaft

Das WIFO ist bestrebt, auf die Anfragen für die Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft zu antworten, um die Wirtschaft zu informieren und deren Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Anfragen zu Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft: Wert A, wobei A = Anzahl der Anfragen zu Statistiken und Daten über die Südtiroler Wirtschaft, die beantwortet wurden	100%	150

Operatives Ziel 4.2 – Analyse der Konjunktorentwicklung in Südtirol

Das Wirtschaftsbarometer sichert die Beobachtung des Trends der südtiroler Wirtschaft. Die Unternehmer, welche verschiedenen Sektoren angehören, werden angehalten eine Einschätzung des Trends zu den eigenen Tätigkeiten zu liefern, und ebenso ihre Prognosen für die Zukunft anzugeben. Es werden Umsätze, Aufträge, Investitionen, die Beschäftigungsdynamik und die Rentabilität untersucht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Anzahl der Meldungen, Interviews und Beiträge in den Medien zur Konjunkturbeobachtung: Wert A, wobei A = Anzahl der Berichte in den lokalen Medien, welche sich auf die Konjunkturanalysen des WIFO beziehen	100%	50

Operatives Ziel 4.3 – Aktualisierung der Eckdaten der südtiroler Wirtschaft

Das WIFO erhebt monatlich die wichtigsten Basisdaten zur Südtiroler Wirtschaft.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung

Strategisches Ziel: Analyse der Südtiroler Wirtschaftsstruktur

Zuständige Ämter: Studien, Wirtschaftsinformation, Wirtschaftspolitik

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Monatliche Berichte über die Südtiroler Wirtschaft: Wert A, wobei A = Anzahl der monatlichen Berichte über die Südtiroler Wirtschaft	100%	12

Operatives Ziel 5.1 – Förderung des Unternehmergeistes der südtiroler Studenten

Die Kammer hat sich das Ziel gesetzt, die Schüler und Studenten über Selbständigkeit und Unternehmensgründung zu informieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Vorträge zum Thema Unternehmensgründung an den Schulen: Wert A, wobei A = Anzahl der Vorträge zum Thema Existenzgründung an den Schulen	100%	10

Operatives Ziel 5.2 – Unterstützung von Personen, die sich selbstständig machen möchten

Das Ziel sieht das Angebot von individuellen Gesprächen und kostenfreien Beratungen für Personen vor, die sich selbstständig machen möchten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Vom Service für Unternehmensgründung angebotene Erstberatungsgespräche: Wert A, wobei A = Anzahl der vom Service für Unternehmensgründung angebotene Erstberatungsgespräche	100%	300

Operatives Ziel 5.3 – Begleitung und Unterstützung junger Unternehmer

Die Kammer bietet eine Unterstützung für junge Unternehmer in der Anfangsphase ihrer Eigenständigkeit (maximal 5 Jahre) an, indem sie eine Plattform zum Austausch von Erfahrungen und Know-How bereit stellt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
"Start-up Aperitif": Wert A, wobei A = Anzahl der "Start-up Aperitife"	100%	2

Operatives Ziel 5.4 – Werbung für die Software zur Lebensmitteletikettierung (Food-Label-Check)

Die Anwendung Food-Label-Check erlaubt es, auf intuitive Weise zu überprüfen, ob die Kennzeichnung der Lebensmittel allen Anforderungen entspricht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Registrierte Nutzer der Software Food-Label-Check: Wert A, wobei A = Anzahl der registrierten Nutzer der EDV-Anwendung Food-Label-Check	100%	300

Operatives Ziel 5.5 – Sensibilisierung der Unternehmen über das Thema Unternehmensnachfolge

Die Kammer hat sich das Ziel gesetzt, die Unternehmen über die Notwendigkeit eines angemessenen Kommunikationsflusses während des Prozesses der Unternehmensübergabe zu sensibilisieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Anzahl der Erstberatungen zum Thema der Unternehmensübergabe: Wert A, wobei A = Anzahl der Erstberatungen zum Thema Unternehmensübergabe	100%	10

Operatives Ziel 5.6 – Sensibilisierung für die Notwendigkeit der Produktzertifizierung CE

Mit der Sensibilisierung für die Notwendigkeit der CE Zertifizierung möchte die Kammer ihren Beitrag zum Wettbewerbsschutz leisten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Anzahl der Erstberatungen zum Thema CE-Kennzeichnung: Wert A, wobei A = Anzahl der Erstberatungen zum Thema CE-Zertifizierung	100%	20

Operatives Ziel 5.7 – Beratung „Fit für die Zukunft“

Die Kammer setzt sich das Ziel, das Projekt zur Unternehmensentwicklung „Fit für die Zukunft“ zu fördern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Beratungen „Fit für die Zukunft“: Wert A, wobei A = Anzahl der Unternehmen, die den Dienst „Fit für die Zukunft“ in Anspruch genommen haben	100%	50

Operatives Ziel 5.8 – Entwicklung des Projekts Patlib

Die Handelskammer setzt sich zum Ziel, die Recherchen im Bereich der Marken zu fördern.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Förderung und Optimierung der Dienste im Bereich Unternehmensentwicklung

Zuständige Ämter: Innovation und Unternehmensentwicklung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Patlib: Wert A, wobei A = Anzahl der Markenrecherchen	100%	100

Operatives Ziel 6.1 – Festigung der Anzahl der Mediationsverfahren

Die Mediationsstelle setzt sich das Ziel die wachsende Zahl an Mediationsverfahren gemäß dem Gesetzesdekret Nr. 28/2010 zu bewältigen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Mediationsverfahren: Wert A, wobei A = Anzahl der hinterlegten Mediationsverfahren	100%	230

Operatives Ziel 6.2 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei alternativen Streitbelegungen (Alternative Dispute Resolution)

Das Ziel ist die Verkürzung der durchschnittlichen Verfahrensdauer bei alternativen Streitbelegungen in Tagen (die Mediationsverfahren werden gemäß dem Gesetzesdekret Nr. 28/2010 nicht berücksichtigt).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Alternative Streitbeilegungsverfahren (ADR): Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) aller alternativen Streitbeilegungsverfahren (ADR) und B = Gesamtzahl der alternativen Streitbeilegungsverfahren (ADR)	100%	<190

Operatives Ziel 6.3 – Optimierung der durchschnittlichen Verfahrensdauer der Mediationsverfahren

Das Ziel ist die Verkürzung der Dauer von Mediationsverfahren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Dauer der Mediationsverfahren: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) aller Mediationsverfahren und B = Gesamtzahl der Mediationsverfahren	100%	<100

Operatives Ziel 6.4 – Optimierung der durchschnittlichen Zeit zwischen Eingang der Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen (in Tagen)

Das Ziel ist es, die durchschnittliche Zeit zwischen dem Eingang des Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen zu verkürzen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Durchschnittliche Zeit zur Bearbeitung der Mediationsverfahren: Verhältnis von A und B, wobei A = Summe der Verfahrensdauer (Tage) zwischen Eingang des Mediationsantrags und dem ersten Mediationstreffen und B = Gesamtzahl der Mediationsverfahren bei Vorhandensein des ersten Mediationstreffens	100%	<50

Operatives Ziel 6.5 – Überschuldungsstelle

Das Ziel sieht die Einrichtung einer sogenannten Überschuldungsstelle vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Einrichtung einer Überschuldungsstelle: Wert A, wobei A = Frist für die Erreichung des Zieles	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 6.6 – Schlichtungsstelle im Bereich Verbraucherschutz

Das Ziel sieht die Vertiefung der einschlägigen Gesetzgebung und der Bedürfnisse der Verbraucherschutzorganisationen vor. Es soll der Bedarf erhoben werden, ob es für die heimische Wirtschaft notwendig ist, eine zusätzliche Schlichtungsstelle einzurichten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten

Strategisches Ziel: Förderung der alternativen Streitbeilegung (Alternative Dispute Resolution)

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Einrichtung einer Schlichtungsstelle: Wert A, wobei A = Frist für die Erreichung des Zieles	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 7.1 – Externe Kommunikation: Resonanz von eingesendeten Pressemeldungen der lokalen Massenmedien

Das Ziel bezieht sich auf die beobachtete Anzahl von veröffentlichten Artikel und Reportagen sowie die Verbreitung durch die lokalen Massenmedien in Bezug auf die vom Bereich Kommunikation eingesendeten Pressemeldungen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Kommunikation

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Veröffentlichungen und Pressemitteilungen des Amtes Kommunikation: Verhältnis von A und B, wobei A = Anzahl der Publikationen in den Massenmedien im Jahr und B = Anzahl der eingesendeten Pressemitteilungen im Jahr	100%	6

Operatives Ziel 7.2 – Externe Kommunikation: redaktionelle Seiten in den lokalen Medien

Das Ziel bezieht sich auf die regelmäßigen Veröffentlichungen der Werbeseiten in italienisch- und deutschsprachigen Tages- und Wochenzeitungen, die sich mit der Wirtschaft auseinandersetzen.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Kommunikation

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Werbeseiten des Amtes Kommunikation: Wert A, wobei A = Anzahl der veröffentlichten Werbeseiten des Amtes Kommunikation	100%	45

Operatives Ziel 7.3 – Organisation einer Sonderausstellung für das Merkantilmuseum

Das Ziel sieht die Organisation einer Sonderausstellung für das Merkantilmuseum vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Interessensvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen

Strategisches Ziel: Verbesserung der institutionellen Kommunikation

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Organisation einer Sonderausstellung: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 8.1 – Optimierung der durchschnittlichen Zeit bis zur Online-Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen (in Tagen)

Die Kammerverwaltung zielt darauf ab, in der bestmöglichen Zeit alle Verwaltungsmaßnahmen online zu veröffentlichen, die zugänglich gemacht werden müssen; die durchschnittliche Dauer bezieht sich auf den Zeitraum, der zwischen der Erlassung der Verwaltungsmaßnahme durch das zuständige Organ und der Veröffentlichung an der elektronischen Amtstafel der Handelskammer liegt.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zeit für die Veröffentlichung der Verwaltungsmaßnahmen im Internet: Verhältnis von A und B, wobei A = Zeit (Tage), die zwischen der Erlassung der Verwaltungsmaßnahme durch das zuständige Organ und der Veröffentlichung an der elektronischen Amtstafel der Handelskammer liegt	100%	<12

und B = Summe der Verwaltungsmaßnahmen

Operatives Ziel 8.2 – Digitalisierung der Aufträge des Wirtschaftsförderungsinstitutes

Das Ziel wird durch die Digitalisierung der Aufträge des Wirtschaftsförderungsinstitutes (innerhalb 31.12.2016) erreicht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Digitalisierung der Aufträge des Wirtschaftsförderungsinstitutes: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 8.3 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters

Das Ziel wird durch die Einleitung des Verfahrens für die Streichung von Amtswegen der nicht mehr tätigen Unternehmen gemäß DPR 247/2004 und dem Artikel 2490 des Zivilgesetzbuches und durch die Richtigstellung der im Handelsregister eingetragenen Unternehmensdaten im Falle des Vorhandenseins der gesetzlichen Voraussetzungen erreicht.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Von Amtswegen durchgeführte Löschungen bzw. Richtigstellungen im Handelsregister: Wert A, wobei A = Summe der von Amtswegen eingeleiteten Lösungsverfahren bzw. Berichtigungen im Handelsregister	100%	250

Operatives Ziel 8.4 – Zeitnahe Eintragung ins Handelsregister bei Fusionen und Unternehmensspaltungen

Angesichts der Bedeutung und der Komplexität des Verfahrens, welches für diese Akten befolgt werden muss, wird versucht, geringere Bearbeitungszeiten als die Gesetzesfristen vorgeben einzuhalten. Das Handelsregister verfolgt das Ziel, daher eine Frist von 3 Tagen ab der Protokollierung (ausgenommen Verfahren, in denen der Kunde nach einer Registrierung an einem genauen Datum fragt) einzuhalten.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Bearbeitungszeiten der beim Handelsregister eingegangenen Verfahren für Fusionen und Unternehmensspaltungen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Gesamtanzahl der ins Handelsregister eingegangenen Meldungen für Fusionen und Unternehmensspaltungen, welche innerhalb von 3 Arbeitstagen bearbeitet wurden und B = Gesamtanzahl der ins Handelsregister eingegangenen Meldungen für Fusionen und Unternehmensspaltungen	100%	65%

Operatives Ziel 8.5 – Vereinfachung des Programmes XAC für die Lieferungen von Gütern und Dienstleistungen

Das Ziel sieht die Beschleunigung der Verfahren für die Lieferung von Gütern und Dienstleistungen der Ämter der Kammer vor; es wird angenommen, dass die Verfahrensdauer um ca. 20% reduziert werden kann.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zeiten zwischen Bestellung und Zahlung bei der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen: Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = durchschnittliche Zeit in Tagen zwischen dem Eintreffen der Beschaffungsanfrage seitens des Mitarbeiters bis zur Bezahlung der Rechnung.	100%	-20%

Operatives Ziel 8.6 – Verbesserung der Qualität der Datenbank des Handelsregisters für handwerkliche Unternehmen

Das Ziel sieht die Einleitung des Verfahrens für die Streichung von Amtswegen oder die Richtigstellung der im Handwerksregister eingetragenen Unternehmensdaten im Falle des Vorhandenseins der gesetzlichen Voraussetzungen vor.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen
Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Streichungen oder Richtigstellungen von Amtswegen für Korrekturen für Handwerksunternehmen: Wert A, wobei A = Anzahl der Verfahren für Streichungen und Richtigstellungen von Amtswegen (Handwerksunternehmen)	100%	45

Operatives Ziel 8.7 – Ausbau der telematischen Meldungen an die Kontrollstelle für Wein durch die Vereinfachung des technischen Verfahrens

Die Pflichtangaben der Weinabfüllung werden von 13 Unternehmen übermittelt. Das Ziel besteht in der Vereinfachung der telematischen Übermittlungsverfahren und versucht somit die Anzahl der Unternehmen für die selbe Übermittlungsart zu interessieren.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Rebbau und Weinwirtschaft

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Weinbetriebe, welche die telematischen Meldungen verwenden Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, wobei A = Anzahl der Weinbetriebe, welche die telematischen Meldungen verwenden	100%	+1%

Operatives Ziel 8.8 – Pünktlichkeit der Zahlungen der Lieferantenrechnungen der Handelskammer

Das Ziel betrifft die Zahlung der Rechnungen innerhalb von 20 Arbeitstagen nach Erhalt (in Zusammenarbeit mit dem Ökonomat und dem Büro, das Zahlungen genehmigt).

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen; Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Rechnungen, welche innerhalb von 20 Tagen bezahlt wurden: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 20 Tagen bezahlten Rechnungen und B = Gesamtzahl an bezahlten Rechnungen	100%	80%

Operatives Ziel 8.9 – Optimierung bzw. Vereinfachung der Verwaltung der Filialen

Das Ziel betrifft die Optimierung und die Vereinfachung der Verwaltungstätigkeit bezüglich der Filialen der Handelskammer. Die Kosten für die Führung der Filialen sollen trotz der Neueröffnung der Außenstelle in Sterzing gesenkt werden.

Perspektive der BSC: Kunden

Strategischer Bereich: Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Entbürokratisierung, Vereinfachung, Transparenz und qualitative Verbesserung der Verwaltungsstrukturen

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Optimierung bzw. Vereinfachung der Verwaltungstätigkeit: Datum innerhalb wann das Ziel erreicht werden muss	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 9.1 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Ursprungszeugnisse

Das Ziel ist es, einen hohen Prozentsatz an Ursprungszeugnissen innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellte Ursprungszeugnisse: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Ursprungszeugnisse und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Ursprungszeugnisse	100%	70%

Operatives Ziel 9.2 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Sichtvermerke

Das Ziel ist es, einen hohen Prozentsatz an Sichtvermerken innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellte Sichtvermerke: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl innerhalb von 48 Stunden ausgestellter Sichtvermerke und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Sichtvermerke	100%	70%

Operatives Ziel 9.3 – Hoher Prozentsatz der innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung ausgestellten Carnets ATA

Das Ziel ist es, einen hohen Prozentsatz an Carnet ATA innerhalb von 48 Stunden nach Antragstellung auszustellen, unter Berücksichtigung der effektiven Arbeitstage.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Berufsbefähigungen, Gastgewerbe und Handel

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Dokumente für den Außenhandel – innerhalb von 48 Stunden ausgestellte Carnets ATA: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der innerhalb von 48 Stunden ausgestellten Carnets ATA und B = Summe der im selben Bezugszeitraum ausgestellten Carnets ATA	100%	70%

Operatives Ziel 9.4 – Niedrighaltung der Beanstandungszahlen von den Kunden bei dem Sekretariat der Kammer und den Dienstleistungen des ADR

Das Ziel ist es, effiziente Dienstleistungen anzubieten und damit die Beanstandungszahlen der Kunden im Bereich Sekretariat der Kammer und den ADR-Dienstleistungen niedrig zu halten.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Sekretariat der Kammer und Amt für die Beziehungen zur Öffentlichkeit

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Beanstandungen der Kunden: Wert A, wobei A = Anzahl der Beanstandungen der Kunden im Sekretariat der Kammer und bei der Mediation und dem Schiedsgericht	100%	<=5

Operatives Ziel 9.5 – Die Fähigkeiten der Mitarbeiter erkennen sowie das Potential des Personals fördern

Das Ziel bezieht sich auf Einbindung des Personals in den Herausforderungen der Körperschaft sowie auf die Forcierung von Projekten welche autonom von den Mitarbeitern der Handelskammer verwaltet werden.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung;

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Anzahl der Mitarbeiter, welche im Laufe des Jahres Projekte verwaltet haben	100%	5

Operatives Ziel 9.6 – Vereinfachung der Personalbeschaffung

Das Ziel ist die Verbesserung des Verfahrens zur Personalbeschaffung.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Durchschnittliche Zeit zwischen der Ausschreibung und dem Abschluss des Personalauswahlverfahrens: Veränderung in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0)/A(t_0)$, wobei A = durchschnittliche Zeit zwischen der Ausschreibung des Auswahlverfahrens und dessen Abschluss (letzte Prüfung).	100%	-1%

Operatives Ziel 9.7 – Verkürzung des Zeitraums, innerhalb dessen dem Personal geantwortet wird

Das Ziel sieht die Verkürzung der Antwortzeiten auf Anträge der Bediensteten bei Einhaltung der 30 Tage vor, welche vom Regionalgesetz vorgesehen sind.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Antwortzeit auf Anfragen des Personals: Verhältnis zwischen A und B, wobei A = Summe der Tage zwischen dem Zeitpunkt der Protokollierung der Anfrage oder dem Fälligkeitsdatum für die Einreichung des Gesuches und der Antwort auf die Anfrage und B = Gesamtanzahl der Anfragen des Personals	100%	25

Operatives Ziel 9.8 – Zeitnahe Aktualisierung der Aktiva

Das Ziel ist die endgültige Bestätigung (Posting) der aktiven Buchungssätze innerhalb des 15. des Folgemonats.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zeitnahe Aktualisierung der Aktiva: Wert A, wobei A = Monate im Jahr in denen die endgültige Bestätigung (Posting) innerhalb des 15. des Folgemonats versandt wurde	100%	10

Operatives Ziel 9.9 – Pünktliche Erstellung der Steuerrolle der Jahresgebühr 2013

Das Ziel sieht die Übermittlung der Steuerrollen des Jahres 2013 an Infocamere innerhalb 30.06.2016 vor.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	30.06.2016

Operatives Ziel 9.10 – Pünktliche Verbuchung der Gehälter

Dieses operative Ziel sieht die Verbuchungen der Zahlungen im Buchhaltungsprogramm (Oracle) innerhalb des Folgemonats zur Auszahlung der Gehälter vor.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Verbuchung der Gehälter im Buchhaltungsprogramm: Wert A, wobei A = Anzahl der Monatsgehälter (13) in denen die Verbuchung der Gehaltsabrechnung im Buchhaltungsprogramm innerhalb des Folgemonats nach der Zahlung der Gehälter geschehen ist	100%	10

Operatives Ziel 9.11 – Vervollständigung der neuen Internetseite der Kammer mit Inhalten in englischer Sprache

Die Kammer setzt sich zum Ziel, die neue Internetseite der Kammer mit Inhalten in englischer Sprache zu vervollständigen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Informatik und Rechenzentrum, Kommunikation

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 9.12 – Verkürzung der durchschnittlichen Zeit für die Bearbeitung der telematischen Meldungen zur Eintragung in das Handelsregister

Das Ziel sieht die Einhaltung der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer der telematischen Anträge um Eintragung ins Handelsregister innerhalb von 5 Arbeitstagen vor; im Falle von außerordentlichen Vorfällen, welche mit gesetzlichen Verfallsfristen verbunden sind, werden die diesbezüglichen Akten nicht berücksichtigt; die Bilanzhinterlegungen und die Protokolle von Amtswegen werden ebenso nicht dazu gezählt.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Telematische Meldungen für die Eintragung ins Handelsregister, welche innerhalb von 5 Tagen bearbeitet werden: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der telematischen Meldungen zur Eintragung ins Handelsregister, welche innerhalb von 5 Arbeitstagen bearbeitet wurden und B = Gesamtzahl der telematischen Meldungen zur Eintragung ins Handelsregister	100%	65%

Operatives Ziel 9.13 – Verkürzung der Bearbeitungszeiten für die beim Handelsregister hinterlegten Bilanzen

Das Ziel sieht die Sachverhaltsermittlung und die Bearbeitung der Tätigkeiten zur Bilanzhinterlegung der Kapitalgesellschaften innerhalb von 100 Tagen ab der Protokollierung des Aktes vor; derzeit beträgt die Zahl der im Handelsregister registrierten Kapitalgesellschaften mit Pflicht der Bilanzhinterlegung 8.860.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Bearbeitung von 80% der im Mai beim Handelsregister eingegangenen und protokollierten Bilanzhinterlegungen innerhalb August: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der im Mai protokollierten Bilanzhinterlegungen und B = Gesamtzahl der Bilanzhinterlegungen, welche innerhalb August bearbeitet worden sind	100%	80%

Operatives Ziel 9.14 – Umsetzung auf lokaler Ebene des gesamtstaatlichen Projekts von Infocamere zur Einführung einer Internet Plattform für die Eintragung der Tätigkeiten und der ATECO-Klassifizierungskodexe ins Handelsregisters.

Die Umsetzung erfolgt in mehreren Phasen. Nach Abschluss der Recherchen zu den rechtlichen Bestimmungen, die ein Unternehmen erfüllen muss, um in das Handelsregister eingetragen zu werden und deren Veröffentlichung in der Datenbank, ist nun vorgesehen, die Plattform für die Kunden in Starweb zugänglich zu machen. Dies erfolgt, um die gesetzlich vorgeschriebenen Meldungen an das Handelsregister zu vereinfachen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handelsregister

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Bereitstellung der ATECO Plattform: Die Ateco Plattform wird den Nutzern, zwecks Erstellung der Meldungen zur Eintragung der Tätigkeiten, nach entsprechender Vorstellung bei den Kunden und Einführung bei den Freiberuflern und Wirtschaftsverbänden zur Verfügung gestellt	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 9.15 – Einrichtung des telematischen Downloads der Eintragungs- bzw. der Änderungsbestätigungen des Verzeichnisses der Umweltfachbetriebe

Einführung des telematischen Downloads der Eintragungs- und Änderungsbestätigungen für das Verzeichnis der Umweltfachbetriebe (ausgenommen Kat. 6 - grenzüberschreitender Abfalltransport).

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Umwelt- und Wettbewerbsschutz (+ Eichdienst)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Einrichtung des telematischen Downloads: Frist für die Erreichung des Zieles	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 9.16 – Überarbeitung der Prüfungsunterlagen für den Taxi- und Mietwagendienst mit Fahrer in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Landesamt und Veröffentlichung der besagten Unterlagen im Internet.

Die Handelskammer setzt sich zum Ziel, die Prüfungsunterlagen für den Taxi- und Mietwagendienst mit Fahrer in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Landesamt zu aktualisieren und diese in der Folge online zu veröffentlichen.

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Überarbeitung der Prüfungsunterlagen für den Taxi- und Mietwagendienst mit Fahrer in Zusammenarbeit mit der Landesverwaltung: Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden muss..	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 9.17 – Bearbeitung der Anträge des Amtes für Handwerk in einem maximalen Zeitraum von 10 Tagen

Das Ziel sieht die Bearbeitung der telematischen Anträge des Amtes für Handwerk innerhalb von 10 Arbeitstagen ab Eingangsdatum vor (dazu gehören auch die zusätzlichen Überprüfungen und Eingaben betreffend die Rentenversicherungspflicht der Betriebsinhaber und der mitarbeitenden Familienangehörigen).

Perspektive der BSC: Interne Prozesse

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Verbesserung der Effizienz und der Qualität der Prozesse

Zuständige Ämter: Handwerk

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Bearbeitung der Anträge des Bereiches Handwerk innerhalb von 10 Tagen: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Anzahl der Anträge an das Amt Handwerk, welche innerhalb von 10 Arbeitstagen bearbeitet werden und B = Gesamtzahl der beim Amt für Handwerk eingegangen telematischen Anträge	100%	70%

Operatives Ziel 10.1 - Sicherstellung einer angemessenen Weiterbildung des Personals

Das Ziel bezieht sich auf die Sicherstellung einer Weiterbildung und einer angemessenen persönlichen Fortbildung des Personals und auf die Steigerung der Effizienz.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Verbreitung der Weiterbildungsaktivitäten unter dem Kammerpersonal: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Personal auf unbestimmte Zeit der Handelskammer, welches mindestens an einem Fortbildungskurs im Jahr teilnimmt und B = Gesamtanzahl des unbefristeten Personals der Handelskammer	100%	60%

Operatives Ziel 10.2 - Audit: Familie-Beruf

Das Ziel bezieht sich auf die Anzahl von Unternehmen, die sich innerhalb Jahresende zertifizieren lassen.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Amt Innovation und Unternehmensentwicklung)

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Wert A, wobei A = Anzahl der im Jahr zertifizierten Unternehmen	100%	10

Operatives Ziel 10.3 – Aktualisierung des Personalbedarfsplanes

Das Ziel sieht die Aktualisierung des Personalbeschaffungsplanes vor.

Perspektive der BSC: Lernen und Entwicklung

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Personalentwicklung

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	31.12.2016

Operatives Ziel 11.1 – Periodischer Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung

Das Ziel sieht den periodischen Vergleich des wirtschaftlichen Budgets mit der analytischen Kostenrechnung und die Ausarbeitung von Listen zu der Situation der Kostenstellen der verschiedenen Bereiche der Sonderbetriebe vor.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Ausarbeitung der analytischen Abrechnungsdaten der Sonderbetriebe: Wert A, wobei A = Anzahl der Ausarbeitungen der analytischen Abrechnungsdaten (Kostenstellen) der Sonderbetriebe:	100%	12

Operatives Ziel 11.2 – Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets des Wirtschaftsförderungsinstitutes (WIFI)

Das Ziel sieht die Aktualisierungen des wirtschaftlichen Budgets des Wirtschaftsförderungsinstitutes (WIFI) mit Berücksichtigung von eventuellen Veränderungen im Rechnungsjahr vor.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Aktualisierung des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe: Wert A, wobei A = Anzahl der Aktualisierungen des wirtschaftlichen Budgets der Sonderbetriebe:	100%	2

Operatives Ziel 11.3 – Aufrechterhaltung des Prozentsatzes der Erhebung der Jahresgebühren

Das Ziel ist die effiziente Verwaltung der jährlichen Kammergebühr, welche in den eigenen Kompetenzbereich fallen und die Aufrechterhaltung einer Einhebungsquote der Jahresgebühr über dem nationalen Durchschnitt vorsehen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Wirtschaftlich-finanzielles Gleichgewicht der Körperschaft

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Zahlungsquote der Jahresgebühr: Verhältnis von A und B in %, wobei A = Wert der eingenommenen Jahresgebühren im Jahr und B = bestätigte Jahresgebühren im Jahr	100%	80%

Operatives Ziel 12.1 – Abschluss der Abrechnung der Landesbeiträge

Das Institut für die Wirtschaftsförderung muss die Landesbeiträge (im Ausmaß von 80% der erhaltenen Beträge) innerhalb 30. Juni 2016 abrechnen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Verwaltung Sonderbetriebe

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Datum, innerhalb wann das Ziel erreicht werden soll	100%	30.06.2016

Operatives Ziel 12.2 – Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung von Auswahlverfahren

Das Ziel ist die Verbesserung des Verhältnisses zwischen eingesetzten Ressourcen und erhaltenen Teilnahmeanfragen.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Personalverwaltung

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Direkte Auswahlkosten für die Einstellung von Personal: Verhältnis von A und B, wobei A = Direkte Auswahlkosten und B = gesamte	100%	<= € 20

Operatives Ziel 12.3 - Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros

Das Ziel bezieht sich auf die Digitalisierung und Archivierung der monatlichen Akten des Lohnbüros das Dokumentenverwaltungssystem.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Buchhaltung, Haushalt und Finanzen

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Digitalisierung der monatlichen Akten des Lohnbüros: Wert A, wobei A = Anzahl der Monatsgehälter (13) in denen die Akten innerhalb des nächsten Monats digitalisiert werden	100%	10

Operatives Ziel 12.4 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verwaltungsverfahren für die Löschung der Wechsel- und Scheckproteste

Das Ziel ist es, das Verhältnis zwischen den eingesetzten Ressourcen und den eingegangenen Löschanträgen zu verbessern; es wird erwartet, dass sich die jeweiligen Kosten durch die weniger benötigte Zeit, die das Personal braucht, um Tätigkeiten auszuführen, um 25% reduzieren.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
Durchschnittlichen direkten Kosten für jedes Lösungsverfahren der Wechsel- und Scheckproteste: Veränderung in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$: wobei A = Durchschnittliche direkte Kosten für jedes Verfahren (direkte Kosten für die Durchführung des Verfahrens und B = eingegangene Anfragen zur Löschung)	100%	-15%

Operatives Ziel 12.5 - Reduzierung der durchschnittlichen Kosten für die Durchführung der Verfahren für den Erwerb von Waren und Dienstleistungen

Das Ziel sieht die Verbesserung des Verhältnisses zwischen den eingesetzten Ressourcen und der zu bearbeitenden Bestellungen vor; es wird des Weiteren die Reduktion der jeweiligen

Kosten für die weniger benötigte Zeit, die das unterschiedliche Personal zur Durchführung der einzelnen Verfahrensphasen braucht, um ca. 15% erwartet.

Perspektive der BSC: Finanzen

Strategischer Bereich: Interessenvertretung, Hoheitliche Tätigkeiten, Dienstleistungen für die Unternehmen, Effiziente interne Verwaltung

Strategisches Ziel: Optimierung des Ressourceneinsatzes der Körperschaft

Zuständige Ämter: Vermögen, Ökonomat und Verträge

Indikatoren	Gewicht	Ziel 2016
<p>Veränderungen der durchschnittlichen direkten Kosten für die Durchführung des Verfahrens für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen:</p> <p>Veränderungen in % gegenüber dem Stand: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$: wobei A = durchschnittliche direkte Kosten für die Durchführung der Verfahren für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen (direkte Kosten für die Durchführung des Verfahrens und B = zu bearbeitende Bestellungen)</p>	100%	-15%

INDICE

1	PRESENTAZIONE DEL PIANO	PAGINA 51
2	IDENTITÀ DELL'ENTE	PAGINA 51
2.1	Mandato istituzionale	pagina 52
2.2	Mission	pagina 52
2.3	Vision	pagina 52
3	PROSPETTIVE DELLA BALANCED SCORECARD	PAGINA 52
3.1	Prospettiva clienti	pagina 53
3.2	Prospettiva processi interni	pagina 53
3.3	Prospettiva apprendimento e crescita	pagina 53
3.4	Prospettiva economico-finanziaria	pagina 53
4	AREE STRATEGICHE	PAGINA 53
4.1	Rappresentanza degli interessi	pagina 53
4.2	Attività istituzionali	pagina 54
4.3	Servizi alle imprese	pagina 54
4.4	Amministrazione interna efficiente	pagina 55
5	OBIETTIVI STRATEGICI	PAGINA 56
5.1	Mappa strategica	pagina 56
5.2	Obbiettivi strategici in dettaglio	pagina 57
6	DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI	PAGINA 65
6.1	Mappa operativa	pagina 65
6.2	Obiettivi operativi in dettaglio	pagina 71

1 PRESENTAZIONE DEL PIANO

Il presente documento, denominato Piano della prestazione organizzativa, è stato adottato dalla Camera di Commercio di Bolzano per definire le attività e le aspettative di performance dell'Ente camerale per l'arco temporale 2016-2018. Il documento in questione costituisce la fase di programmazione del cosiddetto ciclo della performance, strumento introdotto nel sistema delle Camere di commercio nazionali dal decreto legislativo 150/2009, decreto recepito dalla Regione Autonoma Trentino-Alto Adige con la Legge regionale 4/2011. Infatti, l'art. 1, lettera b), comma 1-ter della sopracitata legge regionale stabilisce che: *"Al fine di promuovere il miglioramento dei servizi e dell'organizzazione, con atti amministrativi sono previste procedure per la misurazione e valutazione dei risultati delle strutture, e forme di verifica del grado di soddisfazione dell'utenza."*

Oltre ad adempiere agli obblighi previsti dalla legge, l'adozione del Piano della prestazione organizzativa rappresenta un'opportunità per l'Ente di gestire gli strumenti di programmazione e pianificazione già esistenti in un'ottica integrata, coordinata e sintetica. Il Piano trae infatti fondamento dagli indirizzi a lungo termine contenuti nel Programma pluriennale (quinquennale) nella Relazione previsionale e programmatica che aggiorna il Programma pluriennale, e da quelli a breve termine contenuti nel programma di attività (annuale), integrandone i vari aspetti e riconducendo il ciclo di programmazione entro un orizzonte temporale triennale.

La strategia delineata in questi due documenti è dunque integrata nel Piano della prestazione organizzativa mediante la selezione di obiettivi strategici (da declinare poi in obiettivi operativi) che siano coerenti con il contenuto degli strumenti sopra richiamati.

La struttura concettuale del Piano della performance è articolata in questo modo: prendendo come riferimento la mission e il mandato istituzionale, gli organi politici della Camera di Bolzano hanno individuato le aree strategiche d'intervento (contenute nel Piano pluriennale) entro le quali l'ente deve agire. Da queste sono stati definiti i relativi obiettivi strategici, ovvero delle linee d'azione più specifiche che l'ente deve perseguire e a cui sono connessi degli indicatori (KPI – Key Performance Indicator) che ne consentono la misurabilità. Per una loro trattazione si rimanda al documento *"Sistema di misurazione e valutazione della prestazione organizzativa"* di questa Camera.

Gli obiettivi strategici sono a loro volta declinati, ad un livello "inferiore", in obiettivi operativi, che coincidono con le attività da intraprendere per l'anno seguente e che sono quindi aggiornati con cadenza annuale. Ogni obiettivo operativo è poi corredato di un indicatore e di un target (livello atteso di performance). A conclusione del periodo di riferimento si esegue una comparazione tra risultati attesi e raggiunti, svolgendo così un'operazione di valutazione delle prestazioni della struttura nell'intervallo di tempo in considerazione.

2 IDENTITÀ DELL'ENTE

Ai sensi del D.P.Reg. dd. 12.12.2007, n. 9/L, la Camera di Commercio di Bolzano è un ente pubblico dotato di autonomia funzionale che svolge funzioni d'interesse generale per le imprese, curandone lo sviluppo nell'ambito dell'economia locale. Di supporto a questa prima e generale definizione, gli organi di vertice della Camera di Bolzano, di accordo con il personale dirigenziale e gli stakeholder interni ed esterni, hanno elaborato più in dettaglio il profilo identitario dell'ente e la sua ragion d'essere. Di seguito si espongono quindi, rispettivamente, il mandato istituzionale, la mission e la vision dell'organizzazione.

2.1 Mandato istituzionale

Il mandato istituzionale definisce il perimetro nell'ambito del quale la Camera può e deve operare ed è puntualmente definito dal sopraddetto D.P.Reg. 9/L del 2007. L'art. 4 ne elenca nel dettaglio le varie funzioni. Secondo tale impostazione giuridica la Camera di Commercio è un'istituzione pubblica preposta alla cura degli interessi dell'economia del territorio ed esercita dette funzioni direttamente con i propri uffici o in sinergia con enti e rappresentanze economiche del territorio. Il mandato della Camera di Commercio è di svolgere attività in favore dello sviluppo dell'imprenditoria sia verso il basso, fornendo servizi reali alle imprese a supporto del tessuto economico nei settori che le competono, che verso l'alto, portando all'attenzione degli enti di governo, a livello provinciale e all'occorrenza nazionale, le istanze degli imprenditori.

2.2 Mission

La mission identifica la ragion d'essere e l'ambito in cui la Camera opera in termine di politiche e azioni perseguite. È, in altre parole, un'interpretazione sintetica del ruolo dell'organizzazione nel contesto interno ed esterno. La nostra Camera di Commercio si è data la seguente mission:

"Siamo un'organizzazione che comprende tutte le imprese altoatesine. Quale ente di diritto pubblico dobbiamo rispettare particolarmente i principi della democrazia, trasparenza e indipendenza politica. Noi sosteniamo gli operatori economici in vari modi, prestiamo importanti servizi per conto dello Stato e della Provincia e rappresentiamo gli interessi delle aziende nei confronti del pubblico, degli organi decisionali e delle amministrazioni."

2.3 Vision

La vision è strettamente collegata alla mission e indica la proiezione dell'organizzazione in uno scenario futuro e rispecchia gli ideali e i valori che l'ente intende perseguire. La Camera di Commercio di Bolzano si è data la seguente vision:

- *Sostegno dell'imprenditoria libera all'interno di un'economia sociale di mercato;*
- *Miglioramento delle condizioni generali dell'economia;*
- *Promozione di uno sviluppo economico positivo anche a lungo termine;*
- *Aumento della competitività della nostra provincia;*
- *Proposta di soluzioni ai problemi del mondo imprenditoriale;*
- *Creazione di impulsi per lo sviluppo economico;*
- *Promozione di un atteggiamento positivo verso l'economia.*

3 PROSPETTIVE DELLA BALANCED SCORECARD

Il sistema di misurazione e valutazione della prestazione organizzativa della Camera di Bolzano si fonda sulla metodologia della Balanced Scorecard (BSC), uno strumento che permette, partendo dalla mission, di definire la strategia dell'ente e di declinarla in obiettivi strategici, facilitandone la misurabilità. Caratteristica fondante della BSC è di considerare ogni elemento dell'attività camerale, dagli obiettivi strategici a quelli operativi, sotto una o più prospettive differenti, denominate, appunto, prospettive BSC. I singoli obiettivi sono dunque considerati alla

luce del maggior numero possibile di prospettive e nella loro stesura si è cercato di valorizzare quest'aspetto di multidimensionalità. Le prospettive sono:

3.1 Prospettiva clienti

La prospettiva clienti è orientata a considerare il grado di soddisfazione degli stakeholder. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

Quali prestazioni dobbiamo offrire per i nostri clienti, per attuare la nostra strategia?

3.2 Prospettiva processi interni

La prospettiva *processi interni* considera la necessità di considerare l'efficienza ed efficacia dei processi interni all'Ente. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

In quali processi gestionali dobbiamo eccellere per soddisfare la nostra clientela?

3.3 Prospettiva apprendimento e sviluppo

La prospettiva *apprendimento e sviluppo* è connessa all'innovazione e ai processi di apprendimento in termini di: capacità e competenze del personale, motivazione, potenziamento delle infrastrutture tecnologiche e informatiche. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

Per conseguire gli obiettivi prefissati, come dobbiamo sostenere la nostra capacità di cambiare e progredire?

3.4 Prospettiva economico-finanziaria

La prospettiva economico-finanziaria è orientata a valutare la gestione dell'ente sotto l'aspetto dell'equilibrio dei bilanci. Vuole dare una risposta alla seguente domanda:

In che modo stiamo creando valore per i nostri stakeholder?

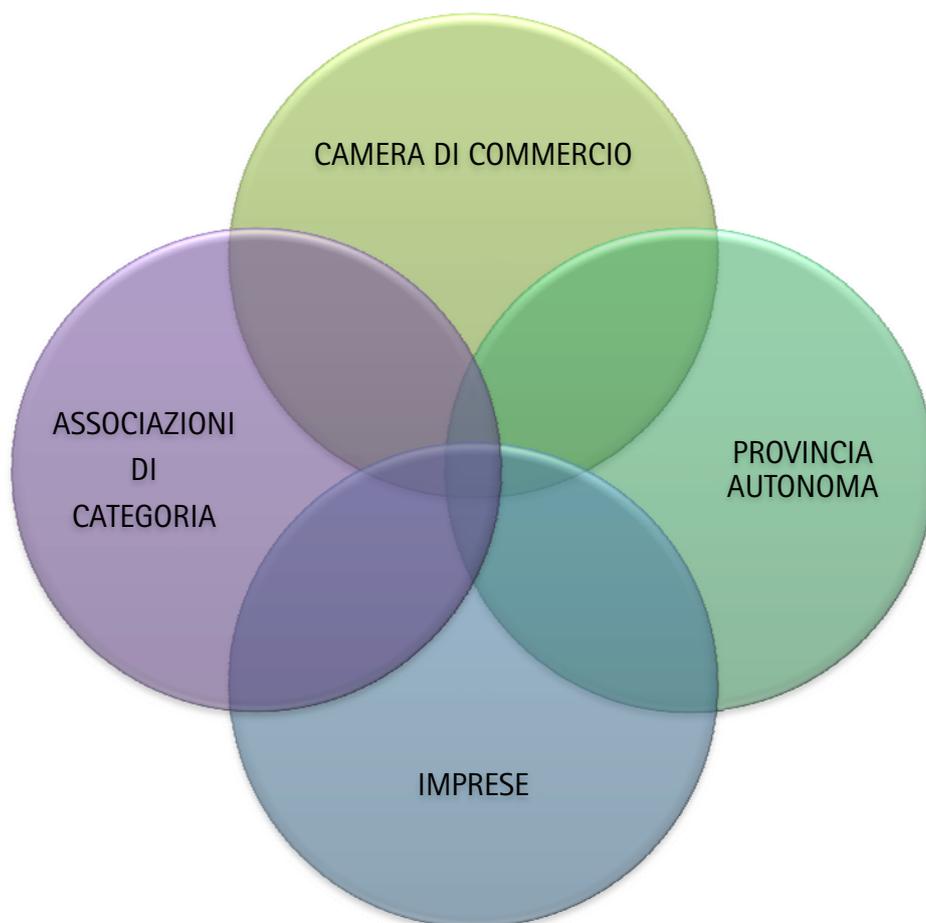
4 AREE STRATEGICHE

Le aree strategiche della Camera sono state individuate all'approvazione del Programma Pluriennale e sono ivi contenute. Poiché costituiscono gerarchicamente, dopo la mission e la vision, il macro-livello della strategia, è fondamentale richiamarle in questa sede. Di seguito quindi una presentazione delle aree strategiche della Camera di Commercio di Bolzano.

4.1 Rappresentanza degli interessi

Il compito della Camera di Bolzano è di rappresentare tutti gli interessi delle imprese sul territorio provinciale, compito che svolgiamo in stretta collaborazione con le associazioni imprenditoriali e i soggetti istituzionali. Attraverso l'elaborazione di sondaggi presso le imprese al fine d'informare sulla situazione economica, la Camera elabora pareri e nuove iniziative. Appositi studi e analisi si focalizzano invece sui punti di forza e sui punti deboli dell'economia altoatesina e della sua localizzazione geografica, per sottoporre proposte ai responsabili del mondo politico ed economico. Essendo una corretta informazione strettamente funzionale

all'ottimale svolgimento di queste attività, un ruolo centrale è dunque svolto dalla comunicazione dell'Ente camerale.



4.2 Attività istituzionali

Tra le attività cosiddette istituzionali della Camera di Commercio rientrano: la tenuta del registro delle imprese, dei ruoli professionali, la registrazione di marchi e brevetti, compiti in materia di tutela dell'ambiente, metrologia legale e sicurezza dei prodotti e il rilascio di documenti per il commercio estero. Nella gestione di questi incarichi, l'ente camerale pone massima attenzione all'informazione, all'assistenza e alla riduzione dell'onere burocratico a carico delle imprese.

4.3 Servizi alle imprese

La Camera di Commercio offre un vasto numero di servizi alle imprese altoatesine, anche grazie all'ausilio delle due aziende speciali Istituto per la promozione dello sviluppo economico e l'IDM Südtirol – Alto Adige. L'Istituto di ricerca economica fornisce analisi, studi e ricerche a una vasta gamma di soggetti (imprese, associazioni, Amministrazione provinciale) per meglio comprendere i fenomeni economici ed essere quindi di supporto al processo decisionale. Attraverso il WIFI – formazione, ripartizione dell'azienda speciale Istituto per la promozione economica, la Camera gestisce la formazione professionale con l'obiettivo di potenziare le competenze degli imprenditori e dei loro collaboratori. Opera inoltre nei settori creazione e successione d'impresa, cooperazione e responsabilità sociale. Offre servizi volti a sostenere la competitività delle imprese locali e le sostiene nel loro percorso di crescita. Gestisce inoltre una camera arbitrale e

un servizio di mediazione per la risoluzione dei conflitti. L'IDM sostiene l'internazionalizzazione delle imprese e promuove la notorietà e l'immagine dei prodotti di qualità dell'Alto Adige.

4.4 Amministrazione interna efficiente

Un'amministrazione interna efficiente è fondamentale per un buon funzionamento dell'ente e deve essere tradursi in una corretta gestione delle risorse umane, strumentali e patrimoniali. L'attività di amministrazione e i servizi svolti devono svolgersi secondo principi di trasparenza, snellezza e semplificazione. Ciò può essere raggiunto attraverso una digitalizzazione dei processi non solo interni, ma anche nel rapporto tra la Camera e le imprese o i cittadini.

5 OBIETTIVI STRATEGICI

Il termine obiettivo strategico definisce il traguardo che l'organizzazione si prefigge di raggiungere per eseguire con successo le proprie aree strategiche. Si riportano, di seguito, gli obiettivi per il triennio 2015 – 2017:

5.1 Mappa strategica

Dalle prospettive BSC e delle aree strategiche nasce la mappa strategica, nella quale si collocano gli obiettivi strategici della Camera.

Prospettive BSC \ Area strategica	Rappresentanza degli interessi	Servizi alle imprese	Attività istituzionali	Amministrazione interna efficiente
Clienti	1 - Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese	2 - Offerta formativa moderna per l'economia altoatesina	3 - Tutela del mercato e della concorrenza	
	4 - Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale	5 - Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa	6 - Promozione della giustizia alternativa	
	7 - Miglioramento della comunicazione istituzionale			
	8 - Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative			
Processi interni	9 - Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale			
Apprendimento e sviluppo	10 - Sviluppo del personale			
Economico-finanziaria				11 - Equilibrio economico-finanziario dell'Ente
	12 - Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente			

5.2 Obiettivi strategici in dettaglio

I target si intendono come \geq , salva una diversa indicazione nei singoli obiettivi.

Obiettivo strategico 1 – Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Nell'obiettivo rientrano la realizzazione di campagne volte a promuovere temi d'interesse economico locale, quali, ad esempio, la raggiungibilità dell'Alto Adige, la Public Private Partnership, la riduzione degli oneri burocratici. A questo si aggiunge l'avvio di collaborazioni con il mondo delle imprese e della politica, con la cittadinanza e con tutti gli stakeholders per definire e attuare misure che sostengano lo sviluppo economico dell'Alto Adige. Infine altro tema è il sostegno e la promozione della collaborazione fra scuola ed economia. Inoltre vi rientrano l'iniziativa "donna nell'economia" e la gestione del comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Convegni sui temi economici organizzati: Valore di A, dove A = numero dei convegni sui temi economici	33,3%	7	7	7
Incontri con altri soggetti riguardanti la promozione di una politica economica vicina alle imprese: Valore di A, dove A = numero degli incontri con altri soggetti riguardanti la promozione di una politica economica vicina alle imprese	33,3%	20	20	20
Numero statements su proposte di modifica di disposizioni legislative o di disegni di legge: Valore di A, dove A = numero dei statements su proposte di modifica di disposizioni legislative o di disegni di legge	33,3%	10	10	10

Obiettivo strategico 2 – Offerta formativa moderna per l'economia altoatesina

Lo scopo è di offrire un insieme di corsi di formazione per l'economia altoatesina e di supportare le imprese nella loro crescita continua. L'obiettivo di tutte le iniziative WIFI è quello di migliorare e rafforzare la capacità di agire degli imprenditori, dei dirigenti e dei collaboratori cosicché siano in grado di affrontare le esigenze che si cambiano continuamente al fine un successo nel presente e nel futuro.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Livello di qualità delle manifestazioni formative: Rapporto A su B %, dove A = numero dei questionari feed-back sulla formazione WIFI con valutazione buono, molto buono e ottimo e B = numero complessivo dei questionari feed-back di manifestazioni WIFI (codici 1 – 9)	33,3%	83%	84%	85%
Percentuale delle manifestazioni formative nuove e aggiornate: Rapporto A su B %, dove A = numero delle manifestazione nuove o aggiornate presso il WIFI - Formazione e B = numero complessivo delle manifestazioni formative presso il WIFI - Formazione	33,3%	10%	10%	10%
Attività formative realizzate in cooperazione con altri soggetti: Valore di A, dove A = numero attività realizzate dal WIFI in cooperazione (manifestazioni, progetti, servizi)	33,3%	20	20	20

Obiettivo strategico 3 – Tutela del mercato e della concorrenza

E' obiettivo della Camera garantire che le dinamiche di mercato, nei settori in cui il nostro Ente ha la competenza di controllo, si svolgano secondo le regole. L'assunzione di tali compiti implica anche un miglioramento qualitativo e quantitativo della relativa sorveglianza. Rientrano qui anche le attività del reparto agricoltura come anche i protesti cambiari e protesti d'assegni.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione servizi amministrativi; ripartizione attività promozionali; ripartizione agricoltura

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Newsletter sul tema della Tutela del mercato e della concorrenza tra imprese (metrologia e tutela della concorrenza): Valore di A, dove A = numero campagne informative tramite newsletter in materia di tutela del mercato e della concorrenza tra imprese	33,3%	2	2	2

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Soddisfazione dei partecipanti agli eventi informativi riguardanti il tema della Tutela del mercato e della concorrenza tra imprese (metrologia e tutela della concorrenza): Valore di A, dove A = Percentuale dei questionari-feedback consegnati dai partecipanti con una valutazione almeno positiva	33,3%	70%	70%	70%
Incontri con i rappresentanti delle associazioni di categoria per i listini prezzi opere edili e non edili: Valore di A, dove A = gli incontri devono concludersi entro il 31.12.2015	33,3%	31.12.16	31.12.17	31.12.18

Obiettivo strategico 4 – Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico – istituzionale

obiettivo è realizzare e diffondere studi e analisi su temi chiave dell'economia altoatesina e sul quadro giuridico/amministrativo, al fine di fornire informazioni rilevanti per i processi decisionali del mondo politico e delle imprese. Il target relativo ai tempi di risposta alle richieste dati dell'IRE è stato rivisto perché l'alto turnover del personale registrato nella ripartizione in oggetto non permette la previsione di riduzioni di tempi medi di risposta di tale entità.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Numero delle notizie, interviste e articoli relativi agli studi, alle analisi e alle relazioni del WIFO: Valore di A, dove A = numero delle notizie, interviste ed articoli riguardanti gli studi, le analisi e le relazioni pubblicate dai media.	33,3%	15	15	15
Quota indagini "CATI/CAWI" dell'IRE: Rapporto A su B %, dove A = numero delle interviste per statistiche dell'IRE svolte online e B = numero complessivo interviste per statistiche dell'IRE	33,3%	10%	30%	50%
Tempi di risposta alle richieste dati all'IRE: Rapporto A su B. dove A = sommatoria dei tempi di risposte alle richieste di dati dell'IRE in gg. E B = totale richieste di dati all'IRE	33,3%	29	15	10

Obiettivo strategico 5 – Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Lo scopo del presente obiettivo è di ottimizzare e pubblicizzare le attività svolte e i servizi offerti dall'ufficio "Innovazione, tutela della proprietà industriale e sviluppo d'impresa", quali la cooperazione, la creazione e successione d'impresa. Vi rientra anche offrire consulenze informative sul tema "impresa che concilia lavoro e famiglia" e sull'etichettatura dei prodotti.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione attività promozionali

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Convegni sul tema dell'innovazione: Valore di A, dove A = numero convegni sull'innovazione	33,3%	1	1	1
Campagne promozionali per promuovere la conciliazione fra lavoro e famiglia: Valore di A, dove A = numero campagne promozionali per promuovere la conciliazione fra lavoro e famiglia	33,3%	1	1	1
Consulenze individuali sul tema dello sviluppo d'impresa: Valore di A, dove A = numero di giornate di consulenza specializzata "Pronti per il futuro" sul tema dello sviluppo d'impresa	33,3%	255	260	265

Obiettivo strategico 6 – Promozione della giustizia alternativa

La Camera di commercio si prefigge l'obiettivo di diffondere la conoscenza presso le imprese e i cittadini dei servizi di mediazione e arbitrato offerti dalla Camera di Commercio e sviluppare ed affinare tali servizi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Procedimenti di risoluzione alternativa di controversie (ADR): Valore di A, dove A = numero di procedimenti ADR (arbitrati, perizie contrattuali e arbitraggi) depositati:	33,3%	22	24	24

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Soddisfazione dei partecipanti alle manifestazioni formative ed informative sulla giustizia alternativa: Valore di A, dove A = Valore di A, dove A = Percentuale dei questionari-feedback consegnati dai partecipanti con una valutazione almeno positiva	33,3%	70%	70%	70%
Questionari di customer satisfaction dei servizi ADR con valutazione almeno soddisfacente / Questionari di customer satisfaction dei servizi ADR compilati: Rapporto A su B %, dove A = numero dei questionari di customer satisfaction dei servizi ADR con valutazione almeno soddisfacente e B = numero complessivo dei questionari di customer satisfaction dei servizi ADR compilati	33,3%	90%	90%	90%

Obiettivo strategico 7 – Miglioramento della comunicazione istituzionale

Il fine è di potenziare e rendere più efficace la comunicazione dell'ente verso l'esterno, informando il maggior numero di utenti/stakeholder possibile sulle attività svolte dalla Camera.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali; rappresentanza degli interessi; servizi alle imprese

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Iscritti newsletter: Valore di A, dove A = numero iscritti ai vari newsletter camerali	33,3%	5.000	5.000	5.000
Numero accessi al sito internet camerale: Valore di A, dove A = numero accessi al sito internet camerale	33,3%	800.000	800.000	800.000
Numero articoli a seguito dei comunicati stampa della Camera: Valore di A, dove A = numero degli articoli pubblicati a seguito della spedizione dei comunicati stampa della Camera (risonanza dei media)	33,3%	100	100	100

Obiettivo strategico 8 – Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Gli aspetti su cui focalizzarsi sono: rispettare i termini di pagamento di beni e servizi ai fornitori e l'attuazione di una progressiva diminuzione di tali tempi; tendere a una diminuzione del carico burocratico a carico degli utenti; migliorare le attività amministrative del registro imprese; l'informatizzazione e la semplificazione delle procedure amministrative.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Misure di semplificazione attuate: Valore di A, dove A = numero delle misure di semplificazioni adottate	33,3%	3	2	2
Numero eventi interni ed esterni per promuovere la trasparenza: Valore di A dove A = numero degli eventi per promuovere la trasparenza	33,3%	2	2	2
Grado di attuazione delle proposte degli utenti: Rapporto di A su B %, dove A = numero proposte/lettere di protesta degli utenti con soluzione positiva e B = numero proposte/lettere di protesta degli utenti	33,3%	80%	80%	80%

Obiettivo strategico 9 – Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

La Camera di commercio intende strutturare attività e processi in un'ottica di miglioramento di efficienza e qualità degli stessi, adattando le azioni e i processi interni ai cambiamenti tecnologici.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali

Indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Eventi formativi interni ed esterni per la promozione e lo sviluppo dell'E-Government: Valore di A, dove A = numero di eventi formativi interni per la promozione e lo sviluppo dell'E-	33,3%	2	2	2

Government				
Moduli cartacei eliminati con procedure informatiche: Valore di A, dove A = numero dei moduli cartacei eliminati con procedure informatiche	33,3%	4	3	3
Implementazione delle misure ritenute necessarie per l'ottenimento della certificazione ISO-9001: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	33,3%	31.12.16	31.12.17	31.12.18

Obiettivo strategico 10 – Sviluppo del personale

L'Ente intende perseguire un miglioramento delle competenze dei dipendenti offrendo e promuovendo percorsi formativi specifici.

Prospettiva BSC: Apprendimento e sviluppo

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

Indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Numero medio dei colloqui con i collaboratori nell'anno: Rapporto di A su B, dove A = numero dei colloqui strutturati con il proprio collaboratore e B = numero collaboratori	33,3%	1	1	1
Grado di attuazione del piano di formazione: Rapporto di A su B %, dove A = numero corsi interni svolti e B = numero dei corsi interni previsti nel piano formativo	33,3%	80%	80%	80%
Organizzazione di un evento in collaborazione con il CUG: Valore di A, dove A = numero incontri organizzati in collaborazione con il CUG ai quali partecipi almeno il 70 % del personale camerale (Camera + Istituto per la promozione dello sviluppo economico)	33,3%	1	1	1

Obiettivo strategico 11 – Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Il fine è quello di preservare lo stato di salute dell'Ente sotto l'aspetto economico finanziario, garantendo la sostenibilità finanziaria a medio - lungo termine, anche con riferimento al patto di stabilità. L'indicatore relativo all'equilibrio economico della gestione corrente è stato modificato per tener conto della riduzione (prevista) dei proventi correnti nel triennio 2015 – 2017.

Prospettiva BSC: Economico - finanziaria

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione servizi amministrativi

Indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Equilibrio economico della gestione corrente: Rapporto A su B %, dove A = Oneri correnti e B = Proventi correnti	33,3%	<130%	<130%	<130%
Solidità finanziaria: Rapporto A su B %, dove A = Patrimonio netto e B = Passivo totale	33,3%	60%	60%	60%
Capacità di generare proventi: Rapporto A su B %, dove A = Proventi correnti - (entrate da diritto annuale + diritti di segreteria) e B = proventi correnti (diritto annuale + diritti di segreteria)	33,3%	20%	20%	20%

Obiettivo strategico 12 – Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

L'obiettivo riguarda la valorizzazione delle risorse umane, finanziarie, patrimoniali e tecniche disponibili in un'ottica di efficienza ed efficacia. L'obiettivo riveste un'importanza strategica per la Camera di commercio: nel corso dell'anno 2016 e negli anni a venire verranno implementate diverse misure per ridurre le spese complessive di gestione dell'ente.

Prospettiva BSC: Economico - finanziaria

Area strategica: Servizi alle imprese; attività istituzionali; amministrazione interna efficiente; rappresentanza degli interessi

Ripartizioni di rilevanza dell'obiettivo: Ripartizione segreteria generale; ripartizione servizi amministrativi; ripartizione anagrafe camerale; ripartizione agricoltura; ripartizione attività promozionali; ripartizione ricerca economica

indicatori	peso	target 2016	target 2017	target 2018
Efficienza di struttura: Rapporto A su B %, dove A = oneri correnti delle funzioni istituzionali A + B e B = oneri correnti al netto delle ammortizzazioni	33,3%	<80%	<80%	<80%
Scomposizione degli Oneri correnti (costo del personale): Rapporto A su B %, dove A = Costi del personale e B = Costi per la gestione degli uffici	33,3%	>130%	>150%	>150%
Dimensionamento del personale: Rapporto [A*1000] su B: Personale (comprese AS e SG . dove A = che ha svolto attività nella Camera di commercio nell'anno e B = Imprese attive	33,3%	2,5	2,5	2,5

6 DAGLI OBIETTIVI STRATEGICI AGLI OBIETTIVI OPERATIVI

Il termine obiettivo operativo definisce le azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità. Si riportano, di seguito, gli obiettivi operativi per l'anno 2015:

6.1 Mappa operativa

Dagli obiettivi strategici si passa agli obiettivi operativi. La mappa operativa si struttura nel seguente modo:

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
Prospettiva BSC clienti				
➤ Obiettivo strategico 1 - Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.1 – Soddisfazione degli insegnanti relativa alle lezioni tenute presso le scuole altoatesine nell'ambito del progetto "scuola - economia"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.2 – Aggiornamento dei materiali didattici per le scuole nell'ambito del progetto "scuola - economia"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 1.3 – Organizzazione di manifestazioni ed eventi per gli studenti delle scuole altoatesine	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 2 - Offerta formativa moderna per le imprese	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 2.1 - Realizzazione di un'offerta di formazione ampia e orientata alla pratica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 2.2 – Attuazione annuale di iniziative speciali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 3 - Tutela del mercato e della concorrenza	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.1 - Percentuale alta di richieste di sorveglianza dei concorsi a premio accolte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.2 - Contrasti alle "Pratiche commerciali ingannevoli"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.3 - Aumento del numero di imprese vitivinicole con certificazione di qualità	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.4 - Snellimento delle pratiche per le domande di cancellazione dei protesti cambiari	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.5 - Alto grado di evasione delle richieste di verifica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
degli strumenti metrici				
• Obiettivo operativo 3.6 - Mantenimento del numero delle visite ispettive metriche a centri tecnici e laboratori abilitati alla verifica periodica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.7 - Controlli relativi all'attività dei laboratori privati da parte del servizio metrico camerale	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.8 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio metrico nell'ambito della convenzione con Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 3.9 - Effettuazione delle ispezioni dal Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione con Unioncamere	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 4 - Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.1 - Richieste da parte della clientela riguardanti dati e statistiche sull'economia altoatesina	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.2 - Analisi dello sviluppo congiunturale in Alto Adige	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 4.3 - Aggiornamento dei dati principali sull'economia altoatesina	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 5 - Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.1 - Promuovere lo spirito imprenditoriale agli studenti altoatesini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.2 - Supporto a persone interessate a mettersi in proprio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.3 - Accompagnamento e supporto dei giovani imprenditori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.4 - Promozione del software per l'etichettatura per alimentari (food label check)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.5 - Sensibilizzazione delle imprese sul tema di successione d'impresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.6 - Aumento dell'attività di consulenza del servizio sicurezza prodotti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.7 - Consulenze "Pronti per il futuro"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 5.8 - Sviluppo del progetto Patlib	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 6 - Promozione della giustizia alternativa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.1 - Consolidamento del numero di procedimenti di mediazione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.2 - Ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
• Obiettivo operativo 6.3 - Ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.4 - Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) tra la deposito della richiesta di mediazione ed il primo incontro	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.5 - Organismo per la composizione della crisi da sovra indebitamento (OCC)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 6.6 - Organismo di conciliazione in materia di codici di consumo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 7 - Miglioramento della comunicazione istituzionale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.1 - Comunicazione esterna: risonanza nei mass media locali dei comunicati stampa inviati	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.2 - Comunicazione esterna: Pagine pubbliredazionali sui media locali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 7.3 - Organizzazione di una mostra temporanea per il museo mercantile	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 8 - Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.1 - Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) fino alla pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.2 - Digitalizzazione degli ordini dell'Istituto per la promozione dello sviluppo economico	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.3 - Miglioramento della qualità della banca dati del Registro imprese	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.4 - Tempestività dell'iscrizione al Registro imprese delle pratiche di fusione e scissione	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.5 - Snellimento della procedura XAC riguardante le forniture di beni e servizi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.6 - Miglioramento della qualità della banca dati del registro delle imprese relativamente alle ditte artigiane	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.7 - Aumento delle comunicazioni telematiche all'Organismo dei controlli vini tramite la semplificazione della procedura informatica	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.8 - Tempestività dei pagamenti delle fatture dei fornitori (passive)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 8.9 - Ottimizzazione e semplificazione dell'attività amministrativa collegata alla gestione delle sedi distaccate	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Prospettiva BSC *processi interni*

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
➤ Obiettivo strategico 9 - Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.1 - Percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.2 - Percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.3 - Percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.4 - Mantenimento di un numero limitato di contestazioni da parte dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.5 - Riconoscere e valorizzare le competenze dei singoli e stimolare nuove potenzialità	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.6 - Snellimento delle procedure di reclutamento del personale	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.7 - Ottimizzare i tempi di risposta al personale	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.8 - Aggiornamento tempestivo della contabilità attiva	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.9 - Tempestiva emissione del ruolo del diritto annuale 2013	☒	☒	☒	☒
• Obiettivo operativo 9.10 - Tempestiva contabilizzazione degli stipendi	☒	☒	☒	☒

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
• Obiettivo operativo 9.11 – Completamento del nuovo sito internet camerale con contenuti in lingua inglese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.12 – Ottimizzazione dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.13 – Ottimizzazione dei tempi di evasione delle pratiche di bilanci al Registro delle imprese	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.14 – Implementazione, a livello locale, del progetto nazionale di Infocamere per l'introduzione di una piattaforma online per l'iscrizione di attività e codici ATECO al Registro delle imprese.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.15 – Predisposizione del download telematico delle segnalazioni relative all'iscrizione (e modifiche) dell'Albo gestori ambientali	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.16 – Revisione del materiale didattico per l'esame di taxi e di autonoleggio con conducente in collaborazione con il competente ufficio provinciale e messa a disposizione della documentazione nel sito Internet	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 9.17 – Numero delle pratiche inoltrate all'ufficio artigianato evase entro 10 giorni	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prospettiva BSC <i>apprendimento e crescita</i>				
➤ Obiettivo strategico 10 – Sviluppo del personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.1 – Assicurare una formazione ed un aggiornamento professionale del personale adeguati	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.2 – Audit famiglia-lavoro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 10.3 – Aggiornamento del Piano del fabbisogno del personale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Prospettiva BSC <i>economico-finanziario</i>				
➤ Obiettivo strategico 11 – Equilibrio economico-finanziario dell'Ente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.1 – Raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.2 – Aggiornamento del preventivo economico delle aziende speciali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
• Obiettivo operativo 11.3 – Mantenimento della percentuale di riscossione del diritto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
➤ Obiettivo strategico 12 – Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Obiettivo	Area strategica Rappresentanza degli interessi	Area strategica Attività istituzionali	Area strategica Servizi alle imprese	Area strategica Amministrazione interna efficiente
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 12.1 – Completamento della rendicontazione dei contributi provinciali 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 12.2 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle selezioni 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 12.3 - Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 12.4 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle pratiche relative alla cancellazione di protesti cambiari e protesti d'assegni 	☒	☒	☒	☒
<ul style="list-style-type: none"> Obiettivo operativo 12.5 - Riduzione dei costi medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi 	☒	☒	☒	☒

6.2 Obiettivi operativi in dettaglio

Il termine obiettivo operativo definisce le azioni necessarie all'implementazione dei programmi strategici e delle relative modalità. I target si intendono come " \geq ", salva una diversa indicazione nei singoli obiettivi.

Obiettivo operativo 1.1 – Soddisfazione degli insegnanti relativa alle lezioni tenute presso le scuole altoatesine nell'ambito del progetto "scuola - economia"

L'obiettivo del IRE è di sensibilizzare gli studenti, nell'ambito del progetto "scuola - economia" su temi economici tramite presentazioni e lezioni sull'economia altoatesina presso le scuole.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Lezioni presso le scuole: valore di A, dove A = Soddisfazione degli insegnanti (valutazioni almeno positive) relativa alle lezioni tenute presso le scuole altoatesine"	100%	80%

Obiettivo operativo 1.2 – Aggiornamento dei materiali didattici per le scuole nell'ambito del progetto "scuola - economia"

L'IRE distribuisce materiali didattici al fine di sensibilizzare gli studenti sull'economia. L'obiettivo prevede l'attualizzazione di questi materiali da parte del servizio "scuola - economia".

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 1.3 – Organizzazione di manifestazioni ed eventi per gli studenti delle scuole altoatesine

L'obiettivo prevede la sensibilizzazione degli studenti sull'economia tramite manifestazioni ed eventi (concorsi di idee, organizzazione di una giornata dell'economia e altri eventi presso la Camera di commercio).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Sensibilizzazione sui temi economici e promozione di una politica economica vicina alle imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Manifestazioni ed eventi: valore di A, dove A = numero di manifestazioni ed eventi nell'ambito del progetto "scuola-economia"	100%	2

Obiettivo operativo 2.1 – Realizzazione di un'offerta di formazione ampia e orientata alla pratica

Le manifestazioni formative attuate per il raggiungimento dell'obiettivo sono interaziendali e su misura.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Offerta formativa moderna per le imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: WIFI – Formazione e sviluppo del personale

indicatori	peso	Target 2016
Manifestazioni attuate: valore di A, dove A = numero di manifestazioni attuate	100%	200

Obiettivo operativo 2.2 – Attuazione di iniziative specifiche

Si prevede la realizzazione annuale di nuove iniziative di formazione specifiche: si tratterà nel 2016 dell'iniziativa "giovani imprese". .

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Offerta formativa moderna per le imprese

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: WIFI – Formazione e sviluppo del personale

indicatori	peso	Target 2016
Attuazione annuale di iniziative specifiche: valore di A, dove A = numero delle nuove iniziative specifiche	100%	1

Obiettivo operativo 3.1 – Percentuale alta di richieste di sorveglianza dei concorsi a premio accolte

Questo obiettivo riguarda il raggiungimento di una percentuale alta di individuazioni dei vincitori di concorsi a premio in relazione alle richieste di intervento e/o sorveglianza pervenute; a tal fine vengono considerate le richieste pervenute almeno 15 giorni prima della data d'intervento per l'individuazione dei vincitori.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2016
Richieste di sorveglianza dei concorsi a premio pervenute: Rapporto A su B %, dove A = numero delle richieste di sorveglianza dei concorsi a premio pervenute e B = concorsi a premio effettivamente sorvegliate nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 3.2 - Contrasti alle "Pratiche commerciali ingannevoli"

Partendo dalle segnalazioni degli utenti la Camera vuole sensibilizzare le imprese, attraverso comunicati stampa e avvisi sul sito internet camerale, sulle alcune pratiche commerciali ingannevoli.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Comunicati stampa su pratiche commerciali ingannevoli ripresi dalla stampa locale: Valore di A, dove A = numero delle apparizioni dei comunicati stampa relativi alle pratiche ingannevoli nella stampa locale	100%	15

Obiettivo operativo 3.3 - Aumento del numero di imprese vitivinicole con certificazione di qualità

L'obiettivo è l'aumento del numero di imprese vitivinicole con vini certificati DOC. La certificazione di qualità dà ai vini un valore aggiunto, che è un vantaggio per tutti i partecipanti alla filiera produttiva.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Economia vitivinicola

indicatori	peso	Target 2016
Imprese vitivinicole certificate: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = numero delle imprese vitivinicole con certificazione di qualità	100%	+1%

Obiettivo operativo 3.4 – Snellimento delle pratiche per le domande di cancellazione dei protesti cambiari

L'obiettivo è quello dell'ottimizzazione della durata dell'espletamento della pratica per la cancellazione di un effetto protestato; si ritiene di poter ridurre il citato periodo di 1 giorno rispetto al valore medio registrato nell'anno precedente (4 giorni)

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2016
Tempo medio di evasione delle domande di cancellazione dei protesti cambiari: Rapporto A su B %, dove A = tempo medio in giorni intercorrente tra l'arrivo della richiesta di cancellazione e sua conclusione (emissione del provvedimento di accoglimento o di rigetto) e B = tempi minimi in giorni di durata della pratica	100%	-25%

Obiettivo operativo 3.5 – Alto grado di evasione delle richieste di verifica degli strumenti metrici

L'obiettivo prevede il raggiungimento di un'alta percentuale di evasione delle richieste di verifica degli strumenti metrici.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

Indicatori	peso	Target 2016
Richieste di verifica pervenute: Rapporto A su B %, dove A = numero delle richieste di verifica degli strumenti metrici pervenute e B = numero delle richieste di verifica degli strumenti metrici effettivamente evase	100%	100%

Obiettivo operativo 3.6 – Mantenimento del numero delle visite ispettive metriche a centri tecnici e laboratori abilitati alla verifica periodica

L'obiettivo riguarda, dunque, le visite ispettive metriche a centri tecnici (verifica tachigrafici) e laboratori autorizzati (laboratori abilitati alla verifica periodica).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2016
Visite ispettive metriche: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = visite ispettive metriche a centri tecnici e laboratori autorizzati	100%	≥0%

Obiettivo operativo 3.7 – Controlli relativi all'attività dei laboratori privati da parte del servizio metrico camerale

Il servizio metrico della Camera di commercio deve effettuare nel corso dell'anno, ai sensi delle leggi vigenti in materia di metrologia legale, delle verifiche che siano di numero pari o inferiore all'1% di tutti i controlli effettuati dai laboratori metrologici privati. L'obiettivo prevede l'effettuazione di un numero di controlli pari al 10% della soglia massima (10% di 1%)

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2016
Controlli a campione sulle verifiche dei laboratori privati: Valore di A, dove A = Percentuale dei controlli a campione (10 % della soglia massima prevista)	100%	10 %

Obiettivo operativo 3.8 – Effettuazione delle ispezioni dal Servizio metrico nell'ambito della convenzione con Unioncamere

Il Servizio metrico effettua le ispezioni nell'ambito delle attività di sorveglianza previste dalla convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) con Unioncamere.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2016
Rispetto della convenzione Ministero – Unioncamere: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 3.9 – Effettuazione delle ispezioni dal Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione con Unioncamere

Il Servizio tutela della concorrenza effettua le ispezioni nell'ambito delle attività di sorveglianza previste dalla convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato) con Unioncamere.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Tutela del mercato e della concorrenza

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2016
Ispezioni del Servizio tutela della concorrenza: Valore di A, dove A = Numero di ispezioni del Servizio tutela della concorrenza nell'ambito della convenzione SVIM (sorveglianza e vigilanza sul mercato)	100%	5

Obiettivo operativo 4.1 - Richieste da parte della clientela riguardanti dati e statistiche sull'economia altoatesina

L'IRE desidera rispondere alle richieste, riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina, che riceve al fine di informare i soggetti dell'economia per potenziare la loro competitività.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Richieste riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina Valore di A, dove A = numero di richieste riguardanti statistiche e dati sull'economia altoatesina alle quali è stato dato una risposta	100%	150

Obiettivo operativo 4.2 - Analisi dello sviluppo congiunturale in Alto Adige

Il Barometro dell'economia assicura un monitoraggio dell'andamento dell'economia altoatesina. Gli imprenditori, appartenenti ai vari settori, sono chiamati a fornire una valutazione sull'andamento della propria attività, nonché a formulare le loro previsioni per il futuro. Vengono presi in esame il fatturato, gli ordinativi, gli investimenti, la dinamica occupazionale e la redditività.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Numero delle notizie, delle interviste e degli articoli inerenti l'analisi congiunturale dell'Alto Adige: Valore di A, dove A = Numero delle notizie, delle interviste e degli articoli	100%	50

Obiettivo operativo 4.3 – Aggiornamento dei dati principali sull'economia altoatesina

L'IRE attualizza mensilmente i dati base più importanti dell'economia altoatesina..

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi

Obiettivo strategico: Analisi della struttura economica altoatesina e della cornice giuridico - istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Studi, Informazioni economiche, Politica economica

indicatori	peso	Target 2016
Rapporti mensili sull'economia altoatesina: Valore di A, dove A = Numero dei rapporti mensili sull'economia altoatesina	100%	12

Obiettivo operativo 5.1 – Promuovere lo spirito imprenditoriale degli studenti altoatesini

La Camera si prefigge l'obiettivo di informare gli studenti sulle condizioni di mettersi in proprio e sulla creazione d'impresa.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Relazioni sul tema della creazione d'impresa a favore delle scuole: Valore di A, dove A = numero relazioni a favore delle scuole sul tema della creazione d'impresa	100%	10

Obiettivo operativo 5.2 – Supporto a persone interessate a mettersi in proprio

L'obiettivo prevede l'offerta di colloqui individuali e gratuiti di consulenza per chi vuole mettersi in proprio.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Prime consulenze del servizio creazione d'impresa: Valore di A, dove A = numero delle prime consulenze al servizio creazione d'impresa	100%	300

Obiettivo operativo 5.3 – Accompagnamento e supporto dei giovani imprenditori

La Camera dà un sostegno ai giovani imprenditori nella fase iniziale (massimo 5 anni) della propria attività mettendo a disposizione una piattaforma per lo scambio di esperienze e di know how ("Aperitivo start-up").

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
"Aperitivi start-up": Valore di A, dove A = numero "Aperitivi start-up"	100%	2

Obiettivo operativo 5.4 – Promozione del software per l'etichettatura per alimentari (food label check)

L'applicativo food label check consente in modo intuitivo di verificare se la propria etichettatura alimentare sia conforme alle disposizioni.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Utenti registrati food label check: Valore di A, dove A = numero utenti registrati dell'applicativo food label check	100%	300

Obiettivo operativo 5.5 – Sensibilizzazione delle imprese sul tema di successione d'impresa

La Camera si pone l'obiettivo di sensibilizzare le imprese sulla necessità di un rapporto di comunicazione adeguato nell'ambito del processo di successione d'impresa.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Numero delle prime consulenze sulla successione d'impresa: Valore di A, dove A = numero delle prime consulenze sulla successione	100%	10

Obiettivo operativo 5.6 – Aumento dell'attività di consulenza del servizio sicurezza prodotti

La Camera si pone l'obiettivo di sensibilizzare ed informare le imprese sulla certificazione CE e ambisce aumentare il numero delle imprese informate.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Consulenze sicurezza dei prodotti e certificazione CE: Valore di A, dove A = numero di consulenze relative alla certificazione CE	100%	20

Obiettivo operativo 5.7 – Consulenze "pronti per il futuro"

La Camera si pone l'obiettivo di promuovere il progetto relativo allo sviluppo d'impresa "pronti per il futuro".

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Consulenze "pronti per il futuro": Valore di A, dove A = numero delle imprese che hanno usufruito nell'ambito del progetto "pronti per il futuro"	100%	50

Obiettivo operativo 5.8 – Sviluppo del progetto Patlib

La Camera si pone l'obiettivo di promuovere le ricerche nel campo dei marchi.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione e ottimizzazione dei servizi relativi allo sviluppo d'impresa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Patlib: Valore di A, dove A = numero delle ricerche relative ai marchi	100%	100

Obiettivo operativo 6.1 – Consolidamento del numero di procedimenti di mediazione

L'organismo di mediazione si prefigge l'obiettivo di gestire un numero crescente dei procedimenti di mediazione ai sensi del d.lgs. 28/2010.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Procedimenti mediazione: Valore di A, dove A = numero di procedimenti di mediazione depositati	100%	230

Obiettivo operativo 6.2 – Ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR

È prevista l'ottimizzazione della durata media dei procedimenti ADR in giorni (sono esclusi i procedimenti di mediazione ai sensi del d.lgs. 28/2010).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Procedimenti ADR: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni di tutti i procedimenti ADR e B = numero complessivo dei procedimenti ADR	100%	<190

Obiettivo operativo 6.3 – Ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione

È prevista l'ottimizzazione della durata media dei procedimenti di mediazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Durata dei procedimenti mediazione: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni di tutti i procedimenti di mediazione e B = numero complessivo dei procedimenti di mediazione	100%	<100

Obiettivo operativo 6.4 – Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) tra il deposito della richiesta di mediazione ed il primo incontro

L'obiettivo è di abbreviare il tempo medio che intercorre fra il deposito delle istanze di mediazione ed il primo incontro di mediazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Tempi medi di evasione del procedimento di mediazione: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria della durata in giorni dal deposito dell'istanza al primo incontro di mediazione e B = numero complessivo dei procedimenti di mediazione giunti al primo incontro di mediazione	100%	<50

Obiettivo operativo 6.5 – Organismo per la composizione della crisi da sovra indebitamento (OCC)

L'obiettivo prevede l'insediamento dell'Organismo per la composizione della crisi da sovra indebitamento.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Insediamento dell'OCC: Valore di A, dove A = data entro la quale l'obiettivo deve essere raggiunto	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 6.6 – Organismo di conciliazione in materia di codice di consumo

L'obiettivo prevede l'approfondimento della legislazione in materia di codice di consumo e di verificare l'opportunità di costituire, a favore dell'economia locale, un ulteriore Organismo di conciliazione in materia di codice di consumo.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Promozione della giustizia alternativa

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Organismo di conciliazione in materia di codice di consumo: Valore di A, dove A = Data entro la quale l'obiettivo deve essere raggiunto	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 7.1 – Comunicazione esterna: risonanza nei mass media locali dei comunicati stampa inviati

L'obiettivo riguarda il monitoraggio del numero di articoli e servizi pubblicati e diffusi dai mass media locali in riferimento ai comunicati stampa inviati dal reparto Comunicazione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2016
Pubblicazioni/comunicati stampa del reparto Comunicazione: Rapporto A su B, dove A = numero delle pubblicazioni sui mass-media nell'anno e B = numero comunicati stampa inviati nell'anno	100%	6

Obiettivo operativo 7.2 – Comunicazione esterna: Pagine pubbliredazionali sui media locali

L'obiettivo si riferisce alle pubblicazione a cadenza regolare di pagine pubbliredazionali su quotidiani e ai settimanali a carattere economico in lingua italiana e tedesca.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2016
Pagine pubbliredazionali del reparto Comunicazione: Valore di A, dove A = Numero di pagine pubbliredazionali pubblicati	100%	45

Obiettivo operativo 7.3 – Organizzazione di una mostra temporanea al museo mercantile

L'obiettivo si riferisce all'organizzazione di una mostra temporanea al museo mercantile

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese

Obiettivo strategico: Miglioramento della comunicazione istituzionale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Comunicazione

indicatori	peso	Target 2016
Organizzazione di una mostra temporanea: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 8.1 - Ottimizzazione del tempo medio (in giorni) fino alla pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi

L'Amministrazione camerale si prefigge l'obiettivo di pubblicare online, nel miglior tempo possibile, tutti i provvedimenti che devono essere resi accessibili; la durata media si riferisce al tempo che intercorre fra adozione del provvedimento da parte dell'organo competente e la pubblicazione sull'albo camerale informatica della Camera di commercio.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Durata pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi: Rapporto A su B, dove A = Sommatoria dei tempi necessari per la pubblicazione online dei provvedimenti amministrativi e B = numero totale provvedimenti amministrativi	100%	<12

Obiettivo operativo 8.2 – Digitalizzazione degli ordini dell'Istituto per la promozione dello sviluppo economico

L'obiettivo prevede la digitalizzazione degli ordini dell'istituto per la promozione dello sviluppo economico.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2016
Digitalizzazione degli ordini dell'Istituto per la promozione dello sviluppo economico: Data entro la quale l'obiettivo deve essere raggiunto	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 8.3 – Miglioramento della qualità della banca dati del Registro imprese

L'obiettivo è realizzato attraverso l'avviamento della procedura di cancellazione d'ufficio delle imprese non più operative ai sensi del DPR 247/2004 e dell'art. 2490 c.c. e delle rettifiche d'ufficio di posizioni iscritte in presenza dei presupposti di legge.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2016
Cancellazioni e rettifiche d'ufficio del Registro delle imprese: Valore di A, dove A = numero totale di procedure di cancellazione e rettifiche d'ufficio avviate dal Registro delle imprese	100%	250

Obiettivo operativo 8.4 – Tempestività dell'iscrizione al Registro imprese delle pratiche di fusione e scissione

Considerata l'importanza e complessità della procedura da seguire per questa tipologia di pratiche, si intendono adottare tempi di evasione inferiori ai termini di legge. L'obiettivo determina quindi un termine di tre giorni dalla protocollazione (sono escluse le pratiche in cui l'utente chiede l'iscrizione in data certa).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2016
Tempi di evasione delle pratiche di fusione/scissione pervenute al Registro delle imprese: Rapporto A su B %, dove A = totale pratiche di fusione/scissione pervenute al Registro delle imprese evase entro 3 giorni lavorativi e B = totale pratiche di fusione/scissione pervenute al registro delle imprese	100%	65%

Obiettivo operativo 8.5 – Snellimento della procedura XAC riguardante le forniture di beni e servizi

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione della durata della procedura per l'acquisto di beni e servizi per gli uffici camerali; si ritiene di poter ridurre il citato periodo di circa il 20% rispetto a quello attuale.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2016
Tempi tra richiesta d'acquisto e liquidazione nei procedimenti delle forniture di beni e servizi: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = tempo medio in giornate intercorrente tra l'inserimento della richiesta d'acquisto da parte dei dipendenti fino all'atto di liquidazione della fattura, passando per le diverse fasi che compongono la procedura	100%	-20%

Obiettivo operativo 8.6 - Miglioramento della qualità della banca dati del registro delle imprese relativamente alle ditte artigiane

L'obiettivo prevede l'avviamento del procedimento di cancellazione d'ufficio ovvero la rettifica dei dati iscritti delle imprese artigiane in presenza dei presupposti di legge.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

indicatori	peso	Target 2016
Cancellazioni ovvero rettifiche d'ufficio per le imprese artigiane: Valore di A, dove A = numero di procedimenti di cancellazioni ovvero rettifiche d'ufficio (imprese artigiane)	100%	45

Obiettivo operativo 8.7 - Aumento delle comunicazioni telematiche all'Organismo dei controlli vini tramite la semplificazione della procedura informatica

Le comunicazioni obbligatorie di imbottigliamento del vino vengono trasmesse da tredici imprese. L'obiettivo si occupa della semplificazione dei processi di trasmissione telematica, con la quale si cerca di aumentare il numero di imprese interessate al medesimo tipo di trasmissione.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Economia vitivinicola

indicatori	peso	Target 2016
Imprese vitivinicole con comunicazioni telematiche: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = numero delle imprese vitivinicole con comunicazioni telematiche	100%	+1%

Obiettivo operativo 8.8 – Tempestività dei pagamenti delle fatture dei fornitori (passive)

L'obiettivo riguarda il pagamento delle fatture entro 20 giorni lavorativi dal ricevimento (in collaborazione con l'Economato e l'ufficio che approva pagamenti).

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze; Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2016
Fatture passive pagate entro 30 giorni: Rapporto A su B %, dove A = numero fatture passive pagate entro 20 giorni e B = numero complessivo fatture passive pagate	100%	80%

Obiettivo operativo 8.9 – Ottimizzazione e semplificazione dell'attività amministrativa collegata alla gestione delle sedi distaccate

L'obiettivo riguarda l'ottimizzazione e la semplificazione dell'attività di amministrazione delle filiali. Il raggiungimento dell'obiettivo prevede l'aumento dei servizi offerti in periferia (apertura nuova sede a Vipiteno) unito al contenimento dei costi di gestione delle sedi distaccate.

Prospettiva BSC: Clienti

Area strategica: Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Snellimento, semplificazione, trasparenza e miglioramento qualitativo delle procedure amministrative

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze;

indicatori	peso	Target 2016
Ottimizzazione e semplificazione della gestione delle filiali: Data entro la quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2015

Obiettivo operativo 9.1 – Percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo è il raggiungimento di una percentuale alta di certificati di origine rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2016
Documenti per il commercio estero - certificati di origine rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di certificati di origine rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di certificati di origine rilasciati nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 9.2 - Percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo riguarda il raggiungimento di una percentuale alta di visti rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2016
Documenti per il commercio estero - visti rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di visti rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di visti rilasciati nello stesso periodo di riferimento	100%	70%

Obiettivo operativo 9.3 - Percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta

L'obiettivo è quello di raggiungere una percentuale alta di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore dopo la richiesta, considerando solo gli effettivi giorni lavorativi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Qualifiche professionali, esercizi pubblici e commercio

indicatori	peso	Target 2016
Documenti per il commercio estero - carnet ATA rilasciati entro 48 ore: Rapporto A su B %, dove A = numero di Carnet ATA rilasciati entro 48 ore e B = numero totale di Carnet ATA rilasciati nello stesso periodo	100%	70%

Obiettivo operativo 9.4 – Mantenimento di un numero limitato delle contestazioni da parte dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR

L'obiettivo consiste nel erogare servizi talmente efficienti da mantenere basso il numero delle contestazioni dei clienti dei settori segreteria camerale e dei servizi ADR.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Segreteria camerale e Ufficio per le relazioni con il pubblico

indicatori	peso	Target 2016
Contestazioni dei clienti: Valore di A, dove A = numero di contestazioni dei clienti del settore Segreteria camerale e dei servizi ADR	100%	<=5

Obiettivo operativo 9.5 – Riconoscere e valorizzare le competenze dei singoli e stimolare nuove potenzialità

L'obiettivo consiste nel coinvolgimento dei collaboratori nelle sfide dell'amministrazione e nella promozione dell'autonomia organizzativa.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2016
Numero dei dipendenti i quali hanno gestito nel corso dell'anno dei progetti in autonomia	100%	5

Obiettivo operativo 9.6 – Snellimento delle procedure di reclutamento del personale

L'obiettivo è l'ottimizzazione della durata delle procedure di reclutamento del personale.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2016
Tempo medio intercorrente tra indizione/conclusione dei procedimenti di reclutamento del personale: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t_0) / A(t_0)$, dove A = tempo medio intercorrente tra indizione della selezione e sua conclusione (ultimo esame)	100%	-1%

Obiettivo operativo 9.7 - Ottimizzare i tempi di risposta al personale

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione dei tempi di risposta alle richieste dei dipendenti nel rispetto dei 30 giorni previsti dalla legge regionale.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2016
Tempi di risposta alle richieste del personale Rapporto di A su B, dove A = sommatoria delle giornate intercorrenti dalla data di protocollazione della richiesta o dalla data di scadenza per la presentazione alla comunicazione di risposta dell'amministrazione e B = numero delle richieste del personale	100%	25

Obiettivo operativo 9.8 - Aggiornamento tempestivo della contabilità attiva

Questo obiettivo mira alla conferma definitiva (posting) delle scritture attive entro il 15 del mese successivo.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2016
Tempi di aggiornamento della contabilità attiva Valore di A, dove A = Mesi dell'anno nei quali la conferma definitiva (posting) è avvenuta entro il 15 del mese successivo	100%	10

Obiettivo operativo 9.9 – Tempestiva emissione del ruolo del diritto annuale 2013

L'obiettivo prevede la trasmissione del ruolo 2013 a Infocamere entro il 30.06.2016.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2015
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	30.06.2016

Obiettivo operativo 9.10 – Tempestiva contabilizzazione degli stipendi

Questo obiettivo operativo prevede la contabilizzazione delle paghe nel programma di contabilità (Oracle) entro il mese successivo alla liquidazione degli stipendi.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2016
Contabilizzazione degli stipendi nel programma di contabilità: Valore di A, dove A = Numero delle mensilità (13) nella quale la contabilizzazione delle paghe nel programma di contabilità è avvenuta entro il mese successivo alla liquidazione degli stipendi	100%	10

Obiettivo operativo 9.11 – Completamento del nuovo sito internet camerale con contenuti in lingua inglese

La Camera di commercio si pone l'obiettivo relativo al completamento del nuovo sito internet camerale con contenuti in lingua inglese.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Informatica e C.E.D., Comunicazione

indicatori	peso	Target 2016
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 9.12 – Ottimizzazione dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese

L'obiettivo prevede il rispetto dei tempi medi di evasione delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese entro 5 giorni lavorativi; in caso di eventi straordinari connessi a scadenze normative, le pratiche ad essi attinenti non verranno conteggiate; sono inoltre esclusi i bilanci e i protocolli d'ufficio.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2016
Pratiche telematiche d'iscrizione al registro delle imprese evase entro 5 giorni Rapporto A su B %, dove A = numero delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese evase entro 5 giorni lavorativi e B = numero complessivo delle pratiche telematiche d'iscrizione al Registro delle imprese	100%	65%

Obiettivo operativo 9.13 – Ottimizzazione dei tempi di evasione delle pratiche di bilanci al Registro delle imprese

L'obiettivo prevede l'istruttoria e l'evasione delle pratiche di deposito dei bilanci delle società di capitali entro 100 giorni dalla protocollazione della pratica; attualmente le società di capitali iscritte al Registro delle imprese con obbligo di deposito del bilancio risultano circa n. 8.860.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2016
Istruttoria entro il mese di agosto dell'80 % delle pratiche di bilancio protocollate al Registro imprese nel mese di maggio: Rapporto A su B %, dove A = numero delle pratiche di bilancio protocollate al Registro delle imprese nel mese di maggio e B = numero delle pratiche di bilancio complessive istruite al Registro imprese entro il mese di agosto	100%	80%

Obiettivo operativo 9.14 – Implementazione, a livello locale, del progetto nazionale di Infocamere per l'introduzione di una piattaforma online per l'iscrizione di attività e codici ATECO al Registro delle imprese.

La realizzazione avviene in diverse fasi: completata l'attività che ha visto la ricerca delle disposizioni normative connesse all'iscrizioni di attività imprenditoriali al Registro delle imprese e il loro inserimento nella banca dati, si prevede ora di integrare la piattaforma ATECO all'interno del programma Starweb in uso all'utenza, al fine di semplificare gli adempimenti pubblicitari nei confronti del Registro delle imprese.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Registro delle imprese

indicatori	peso	Target 2016
Implementazione a livello locale del progetto nazionale di Infocamere: Valore di A, dove A = data entro la quale l'obiettivo va raggiunto	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 9.15 – Predisposizione del download telematico delle segnalazioni relative all'iscrizione (e modifiche) dell'Albo gestori ambientali

Predisposizione del download telematico delle segnalazioni relative all'iscrizione (e modifiche) dell'Albo gestori ambientali.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Tutela dell'ambiente e della concorrenza

indicatori	peso	Target 2016
Predisposizione del download telematico: Data entro la quale l'obiettivo deve essere raggiunto.	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 9.16 – Revisione del materiale didattico per l'esame di taxi e di autonoleggio con conducente in collaborazione con il competente ufficio provinciale e messa a disposizione della documentazione nel sito Internet

La Camera di commercio si pone l'obiettivo di aggiornare il materiale didattico per l'esame di taxi e di autonoleggio con conducente in collaborazione con l'ufficio provinciale competente e la messa a disposizione della documentazione nel sito Internet.

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

indicatori	peso	Target 2016
Revisione del materiale didattico per l'esame di taxi e di autonoleggio con conducente : Data entro la quale l'obiettivo deve essere raggiunto	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 9.17 – Numero delle pratiche inoltrate all'ufficio artigianato evase entro 10 giorni

L'obiettivo prevede l'evasione delle pratiche inoltrate all'ufficio artigianato entro 10 giorni lavorativi (sono inclusi i controlli aggiuntivi dell'assicurazione previdenziale del titolare d'impresa e dei collaboratori familiari).

Prospettiva BSC: Processi interni

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Miglioramento dell'efficienza e della qualità procedimentale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Artigianato

Indicatori	peso	Target 2016
Pratiche dell'ufficio artigianato trattate entro 10 giorni: Rapporto A su B %, dove A = Numero pratiche dell'ufficio artigianato trattati entro 10 giorni lavorativi e B = numero complessivo delle pratiche dell'ufficio artigianato	100%	70%

Obiettivo operativo 10.1 - Assicurare una formazione ed un aggiornamento professionale del personale adeguati

L'obiettivo si riferisce all'assicurazione di una formazione e di un aggiornamento personale del personale adeguato e all'aumento dell'efficienza.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2016
Diffusione dell'attività formativa del personale camerale: Rapporto A su B % , dove A = Personale della Camera di commercio presente a tempo indeterminato partecipante ad almeno un corso di formazione nell'anno e B = Personale della Camera di commercio presente a tempo indeterminato nell'anno	100%	60%

Obiettivo operativo 10.2 – Audit famiglia-lavoro

L'obiettivo si riferisce al numero delle imprese che si certificano entro l'anno.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Innovazione e sviluppo d'impresa

indicatori	peso	Target 2016
Valore di A, dove A = Numero delle imprese certificate entro l'anno	100%	10

Obiettivo operativo 10.3 – Aggiornamento del piano per il fabbisogno del personale

L'obiettivo prevede l'introduzione e la redazione di un piano per il fabbisogno del personale.

Prospettiva BSC: Apprendimento e crescita

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Sviluppo del personale

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2016
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	31.12.2016

Obiettivo operativo 11.1 – Raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo)

L'obiettivo prevede il raffronto periodico del preventivo economico con i dati della contabilità analitica (centri di costo) tramite l'elaborazione e l'analisi dei centri di costo dei vari reparti delle aziende speciali.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2016
Elaborazioni dei dati della contabilità analitica delle aziende speciali: Valore di A, dove A = numero di elaborazioni dei dati della contabilità analitica (centri di costo) delle aziende speciali	100%	16

Obiettivo operativo 11.2 – Aggiornamento del preventivo economico dell'Istituto per la promozione dello sviluppo economico

L'obiettivo prevede l'aggiornamento del preventivo economico delle aziende speciali, tenendo conto di eventuali variazioni durante l'esercizio.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2016
Aggiornamenti del preventivo economico delle aziende speciali: Valore di A, dove A = numero di aggiornamenti del preventivo economico delle aziende speciali	100%	2

Obiettivo operativo 11.3 – Mantenimento della percentuale di riscossione del diritto

L'obiettivo è la gestione efficiente del diritto annuale di competenza ed il mantenimento dell'attuale tasso di riscossione del diritto annuo e comunque conservazione di un tasso di riscossione superiore al dato medio nazionale.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Equilibrio economico-finanziario dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2016
Tasso di pagamento del diritto annuale: Rapporto A su B %, dove A = valore diritti annuali incassati nell'anno e B = diritto annuale accertato nell'anno	100%	80%

Obiettivo operativo 12.1 – Completamento della rendicontazione dei contributi provinciali

L'obiettivo costringe le aziende speciali al completamento della rendicontazione dei contributi provinciali per un importo corrispondente all'80% del valore complessivo dei contributi concessi dalla Provincia Autonoma entro il 30.06.2015.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione Aziende speciali

indicatori	peso	Target 2016
Data entro quale l'obiettivo è da raggiungere	100%	30.06.2016

Obiettivo operativo 12.2 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle selezioni

L'obiettivo è di ottimizzare il rapporto fra risorse impiegate e domande di partecipazione pervenute.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Amministrazione del personale

indicatori	peso	Target 2015
Costi diretti selezioni per il reclutamento del personale: Rapporto A su B, dove A = Costi diretti selezioni e B = domande di partecipazione alle selezioni complessive pervenute	100%	<= € 20

Obiettivo operativo 12.3 – Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi

L'obiettivo si riferisce alla trasformazione dei fascicoli mensili in fascicoli digitali entro il mese successivo.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Contabilità, bilancio e finanze

indicatori	peso	Target 2016
Digitalizzazione dei fascicoli mensili dell'ufficio stipendi: Valore di A, dove A = Numero delle mensilità (13) nei quali i fascicoli vengono digitalizzati entro il mese successivo	100%	10

Obiettivo operativo 12.4 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento delle pratiche relative alla cancellazione di effetti protestati

L'obiettivo è di ottimizzare il rapporto fra risorse impiegate e domande di cancellazione pervenute; si prevede di ridurre i costi relativi al tempo impiegato dal personale addetto all'espletamento delle pratiche di circa il 25%.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2016
<p>Variazione costo medio diretto per ogni pratica di cancellazione di effetti protestati: Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = Costo medio diretto per ogni pratica (costi diretti per lo svolgimento della pratica)</p>	100%	-15%

Obiettivo operativo 12.5 – Riduzione dei costi medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi

L'obiettivo prevede l'ottimizzazione del rapporto fra risorse impiegate e richieste d'ordine da evadere; prevede inoltre la riduzione dei costi relativi al tempo impiegato dal diverso personale addetto all'espletamento delle singole fasi della procedura di circa il 15%.

Prospettiva BSC: Economico-finanziario

Area strategica: Rappresentanza degli interessi, Attività istituzionali, Servizi alle imprese, Amministrazione interna efficiente

Obiettivo strategico: Ottimizzazione nella gestione delle risorse dell'Ente

Uffici di rilevanza dell'obiettivo: Patrimonio, economato e contratti

indicatori	peso	Target 2016
<p>Variazione dei costi diretti medi per l'espletamento dell'iter di acquisto di beni e servizi : Variazione % rispetto allo stato: $A(t) - A(t0) / A(t0)$, dove A = Costi diretti medi per lo svolgimento delle pratiche di acquisto di beni e servizi (Costi diretti per lo svolgimento della pratica e B = richieste d'ordine da evadere).</p>	100%	-15%

