

**Änderungsantrag Neufassung des Öffentlichen  
Betrauungsakts der Universitäts- und Hansestadt Greifswald  
für die Greifswald Marketing GmbH  
Antrag zur Vorlage BV-V/08/0271**

<i>Einbringer/in</i> Bürgerschaftsfraktion Christlich Demokratische Konservative	<i>Datum</i> 23.03.2026
---	----------------------------

<i>geplante Beratungsfolge</i>		<i>geplantes Sitzungsdatum</i>	<i>Beratung</i>
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	Beratung	25.03.2026	Ö
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	Beratung	26.03.2026	Ö
Hauptausschuss (HA)	Beratung	13.04.2026	Ö
Senat (S)	Beratung	21.04.2026	N
Bürgerschaft (BS)	Beschlussfassung	27.04.2026	Ö

**Beschlussvorschlag**

Die Bürgerschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald beschließt folgende Änderungen der Betrauung der Greifswald Marketing GmbH:

**1. § 3 – Laufzeit und Evaluation**

§ 3 Abs. 1 wird wie folgt neu gefasst:

Die Betrauung der Greifswald Marketing GmbH nach § 2 wird zunächst für fünf Jahre erteilt.

§ 3 wird um einen Absatz 4 ergänzt:

Spätestens nach Ablauf von drei Jahren legt die Greifswald Marketing GmbH der Bürgerschaft einen Evaluationsbericht vor. Dieser umfasst insbesondere Zielerreichung, wirtschaftliche Entwicklung sowie die Wirkungen des Stadt- und Tourismusmarketings. Auf Grundlage dieses Berichts entscheidet die Bürgerschaft über Anpassungen der Aufgaben, Anpassungen der Finanzierung oder die Fortführung der Betrauung.

**2. § 2 – Konkretisierung der Aufgaben**

§ 2 Abs. 2 wird wie folgt neu gefasst:

Die Greifswald Marketing GmbH konkretisiert die Aufgaben nach Absatz 1 jährlich in einem Leistungs- und Maßnahmenplan. Dieser ist Bestandteil des Wirtschaftsplans und enthält insbesondere:

- geplante Marketingmaßnahmen,
- Veranstaltungen zur Revitalisierung der Stadt,
- touristische Marketingkampagnen,
- Kooperationen im Tourismusmarketing,
- Maßnahmen zur Besucherinformation.

Der Leistungs- und Maßnahmenplan ist der Bürgerschaft zur Kenntnis zu geben.

### 3. § 6 – Berichtspflicht

§ 6 wird um einen Absatz 4 ergänzt:

Die Greifswald Marketing GmbH erstellt jährlich einen Tätigkeits- und Wirkungsbericht. Dieser enthält insbesondere:

- durchgeführte Marketingmaßnahmen,
- Entwicklung touristischer Kennzahlen,
- wirtschaftliche Effekte für die Stadt,
- Verwendung der Ausgleichsleistungen.

Der Bericht ist der Bürgerschaft öffentlich vorzulegen.

### 4. § 2 – Zusätzliche Aufgaben

§ 2 wird um einen Absatz 3 ergänzt:

Die Übernahme neuer Aufgaben, die nicht unmittelbar unter die in Absatz 1 genannten Tätigkeiten fallen, bedarf der Zustimmung der Bürgerschaft.

### 5. § 7 – Transparenzregelung

§ 7 wird um einen Absatz 2 ergänzt:

Die Gesellschaft veröffentlicht jährlich eine Übersicht über:

- Kooperationen,
- Sponsoringvereinbarungen,
- größere Marketingpartnerschaften.

## Sachdarstellung

Die vorgeschlagenen Änderungen dienen der Stärkung der politischen Steuerung, der Transparenz sowie der Kontrolle über die Verwendung öffentlicher Mittel.

Insbesondere wird durch die Verkürzung der Laufzeit bei gleichzeitiger Einführung einer Evaluationspflicht eine regelmäßige Überprüfung der Zielerreichung ermöglicht. Die Konkretisierung der Aufgaben durch einen jährlichen Leistungsplan schafft Klarheit über die zu erbringenden Leistungen und verbessert die Nachvollziehbarkeit des Mitteleinsatzes.

Die Einführung eines jährlichen Tätigkeits- und Wirkungsberichts stellt sicher, dass neben der finanziellen Kontrolle auch die inhaltliche Wirksamkeit der Maßnahmen bewertet werden kann. Ergänzend wird durch Zustimmungsvorbehalte bei neuen Aufgaben sowie durch Transparenzregelungen bei Kooperationen und Sponsoring die demokratische Kontrolle gestärkt.

## Finanzielle Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen	Nein
Finanzielle Auswirkungen in Folgejahren	Nein
Prüfauftrag an die Verwaltung	Nein

## Auswirkungen auf den Klimaschutz

Ja, positiv	Ja, negativ	Nein
		x

**Begründung:**

Anlage/n

Keine