

**BS-Beschluss öffentlich**  
**B275-14/11**

**öffentlich: Ja**

Drucksachen-Nr.: 05/448  
 Erfassungsdatum: 15.12.2010

**Beschlussdatum:**  
**21.02.2011**

**Einbringer:**

**Dez. I , Amt 20**

**Beratungsgegenstand:**

**Neuausrichtung des Tourismus - Stadtmarketingaktivitäten der Universitäts- und Hansestadt Greifswald**

Beratungsfolge Verhandelt - beschlossen	am	TOP	Abst.	ja	nein	enth.
Senat	21.12.2010	8.2				
Senat	11.01.2011	8.1				
Finanz-, Wirtschafts- und Liegenschaftsausschuss	17.01.2011	4.2		12	0	0
Ausschuss für Bildung, Universität und Kultur	19.01.2011	6.3		7	0	2
Hauptausschuss	31.01.2011	3.9		8	0	5
Bürgerschaft	21.02.2011	7.13		mehrheitlich	0	2

Egbert Liskow  
 Präsident

<b>Beschlusskontrolle:</b>	Termin:
Finanz-, Wirtschafts- und Liegenschaftsausschuss	01.05.2011

<b>Haushaltsrechtliche Auswirkungen?</b>	Haushalt	Haushaltsjahr
<b>Ja</b>	VerwHH, VermHH	ab 2011

**Beschlussvorschlag**

Die Bürgerschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald beauftragt den Oberbürgermeister, die Voraussetzungen für die Gründung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH in der Universitäts- und Hansestadt Greifswald zu schaffen.

## Sachdarstellung/ Begründung

Mit der Gründung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH wird das Ziel verfolgt, die städtischen Marketingaktivitäten verschiedener Akteure zu bündeln und auszuweiten.

Die GmbH soll in ihren Kernaufgaben die Greifswald-Information betreiben, Veranstaltungen wie das Fischerfest, den Weihnachtsmarkt, das Mitternachtsshopping und andere Events organisieren und weiterentwickeln sowie für eine stärkere Vernetzung der Angebote in der Stadt mit dem weiteren Umland sorgen.

Langfristig soll mit der GmbH eine positive wirtschaftliche Entwicklung des Tourismus- und Einzelhandelssektors gefördert, eine höhere Auslastung und damit bessere Finanzierung der Kultur- und Freizeitangebote gesichert und damit das Image der Stadt im Allgemeinen verbessert werden. Die Außenwahrnehmung der Stadt insgesamt sollte als Marke durch entsprechende Maßnahmen spürbar gestärkt werden.

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald ist aufgrund der zentralen geographischen Lage und des vielseitigen Kulturangebotes ein touristisch relevantes Tagesausflugsziel. Der Greifswald-Tourismus profitiert vom Städtetourismus, der in den letzten Jahren an Bedeutung zugenommen hat.

Die Stadt hat sich ebenso als Tagungs- und Kongressstandort mit überregionaler Bedeutung etabliert. Dies ist insbesondere auf die starke Präsenz der Ernst-Moritz-Arndt-Universität mit ihren zahlreichen wissenschaftlichen Einrichtungen zurückzuführen.

Der große Maler der Romantik, Caspar David Friedrich, hat mit seinen Werken Greifswald weltweit bekannt gemacht. Er spielt in der touristischen Vermarktung der Stadt eine zentrale Rolle.

Nicht zuletzt für die Einwohner Greifswalds selbst spielen die Kultur und Freizeitangebote eine große Rolle.

Die vorhandenen Potentiale sollten künftig effizienter vermarktet und vernetzt werden.

Durch die Vielzahl der gegenwärtig agierenden, größtenteils auch ehrenamtlich tätigen Akteure im Tourismus- und im Stadtmarketingbereich ist derzeit kein koordiniertes Außenmarketing zu verzeichnen. Ebenso ist das nicht einheitliche äußere Erscheinungsbild in der Vermarktung der Stadt (v. a. Printprodukte, Webauftritt) der Vielzahl von Leistungsträgern geschuldet. Oft sind deren Interessenlagen unterschiedlich.

Die Marketingaktivitäten konzentrieren sich derzeit hauptsächlich auf die Innenstadt und Wieck. Das hat zur Folge, dass andere Bereiche bzw. Stadtteile unzureichend mit einbezogen werden.

Eine Weiterentwicklungsmöglichkeit der Tourismusförderung und des Stadtmarketings wird deshalb gegenwärtig in einer Veränderung und Bündelung der Organisationseinheiten gesehen.

Die Abteilung Wirtschaft und Tourismus im Amt für Wirtschaft und Finanzen hat dazu gemeinsam mit der Beteiligungsverwaltung ein Konzept zur Bildung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH in der Universitäts- und Hansestadt Greifswald erarbeitet (siehe Anlage).

Im Ergebnis durchgeführter Workshops mit den am Entscheidungsprozess beteiligten Bereichen der Stadtverwaltung wurde die Rechtsform GmbH favorisiert. Gegenüber anderen Organisationsformen, wie dem Eigenbetrieb, werden in der Rechtsform einer GmbH vor allem folgende Vorteile gesehen:

- weitgehend selbständiges Agieren entsprechend der Zwecksetzung der Gesellschaft
- Erweiterungsmöglichkeiten hinsichtlich Gesellschafterstruktur und Aufgabengebiete
- Steuermöglichkeit über Eigenkapitalausstattung, Zielvereinbarungen und Zuschüsse
- flexibles Personalmanagement und
- relativ unabhängige Außenwirkung als kommunale Gesellschaft.

Dabei wurde insbesondere erkannt, dass die GmbH vor allem durch die rechtliche und grundsätzlich auch wirtschaftliche Selbständigkeit ein marktfähiges Instrument ist, um schnell und flexibel reagieren zu können. Zudem ist es grundsätzlich möglich, später auch weitere Gesellschafter, u. a. private Dritte in die Gesellschaft mit einzubeziehen.

Vor Gründung der GmbH wird ein durch die Bürgerschaft zu beschließender Gesellschaftsvertrag erarbeitet, der neben dem Gesellschaftszweck auch die angemessene Einflussnahme und Kompetenzregelungen hinsichtlich der Gesellschaftsorgane Geschäftsführung, Gesellschafterversammlung und Beirat auf Grundlage der Bestimmungen der KV M-V beinhalten wird. Dieser wird notariell zu beurkunden sein. Die Gründung der Gesellschaft ist kommunalrechtlich anzeigepflichtig.

Gleichzeitig müssen weitere notwendige Vorbereitungen für die Bildung einer GmbH für die Aufgabengebiete Tourismusorganisation und Stadtmarketing in der Universitäts- und Hansestadt Greifswald im Jahr 2011 erfolgen (Geschäftsführung, Personal und Räumlichkeiten, Wirtschaftsplanung und Finanzierung).

Erklärtes Ziel ist es, die Arbeitsfähigkeit der Gesellschaft ab 01.01.2012 herzustellen. Die Ausführungen in der Konzeption, insbesondere hinsichtlich des Beirats und des Stellenplans, sollen keinen Vorgriff auf die spätere Umsetzung und die Ausgestaltungsmöglichkeiten der Geschäftsführung darstellen.

Der Finanzierungsbedarf der geplanten Tourismus- und Stadtmarketing GmbH ist gegenwärtig noch nicht exakt bezifferbar. Die GmbH sollte mit einem angemessenen Eigenkapital ausgestattet werden, um liquide zu sein. Der jährliche Verlustausgleich wird abhängig von vorgegebenen Zielen und übertragenen Aufgaben voraussichtlich über dem Niveau der derzeit gezahlten Zuwendungen für den Fremdenverkehrsverein und den Verein Greifswalder Innenstadt e.V. liegen. Durch die beabsichtigten wirtschaftlichen Effekte sind höhere Kosten für die Finanzierung der Struktur aus dem Haushalt der Stadt gerechtfertigt. Gleichzeitig soll die GmbH das Ziel verfolgen, durch die Erschließung eigener Einnahmequellen den Zuschussbedarf mittelfristig zu senken, mindestens aber konstant zu halten.

Ein detailliertes Finanzierungskonzept wird zusammen mit dem Beschluss über den Gesellschaftsvertrag vorgelegt.

**Anlagen:** KONZEPTION zur Bildung einer Tourismus- und Stadtmarketing GmbH in der Universitäts- und Hansestadt Greifswald