

Eröffnungsrede des OB

**im Rahmen der Auftaktveranstaltung zur Fortschreibung des
Leitbildes der Universitäts- und Hansestadt Greifswald am
21.10.2009**

Magnifizienz, sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich sehr, Sie zur Auftaktveranstaltung zur Fortschreibung unseres Stadt-Leitbildes begrüßen zu können. Herzlichen Dank an den Rektor, diese Veranstaltung hier in der Aula möglich zu machen. Es hat schon eine gewisse Symbolik, dass wir uns heute hier in diesen Räumen treffen, ist doch die Universität Entwicklungsmotor und eines der wichtigsten Alleinstellungsmerkmale unserer Stadt zugleich. Aber nicht nur dieser Veranstaltungsort ist zu erwähnen, sondern auch die Tatsache, dass eben wegen der Räumlichkeiten heute – und das wohl zum ersten Mal überhaupt - der universitäre Senat im Bürgerschaftssaal des Rathauses tagte.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

vor etwas mehr als 10 Jahren hat die Bürgerschaft den Beschluss zum Leitbild gefasst. In der Rückschau wirkt dieser Beschluss wie ein Moment des Innehaltens inmitten des Tagesgeschäfts - und entgegen der damaligen Praxis unserer Stadtvertretung wurde der Beschluss sogar einstimmig gefasst. Ich selbst war zu jener Zeit Vorsitzender der CDU-Fraktion in der Bürgerschaft.

Der Leitbildbeschluss war – um im Bild zu bleiben – wirklich nur ein kurzer Moment des Innehaltens und ich bin mir auch nicht sicher, ob sich alle Bürgerschaftsmitglieder seinerzeit darüber im Klaren waren, welchen grundlegenden und weit vorausschauenden Beschluss sie damit gefasst hatten.

Ganz so überraschend kam das Thema allerdings auf die Stadtvertreter nicht zu, war der Beschlussvorlage doch eine fast zweijährige Arbeitsphase vorangegangen, in die auch ein großer Teil der Bürgerschaftsmitglieder einbezogen war.

Die Erarbeitung des Leitbilds erfolgte seinerzeit in der Regie des Geographischen Instituts der Universität, vertreten durch Herrn Prof. Klüter. Gemeinsam mit seinen Kollegen Dr. Brunner und Dr. Bütow legte er im Februar 1999 das „Stadtmarketing-Konzept für Greifswald- Leitbild mit Erläuterungen“ vor. Das Leitbild selbst haben wir Ihnen in der bekannten Form noch einmal in die Hand gegeben bzw. ausgelegt. *(bitte hochhalten)*

Dass Herr Prof. Klüter seinen Redebeitrag erst eine Woche vor dieser Veranstaltung abgesagt hat, bedaure ich. Sein Beitrag sollte gewissermaßen die Verbindung zwischen der Erarbeitung des Leitbildes vor etwas mehr als zehn Jahren, über den Stadtmarketing-Prozess hinaus bis hin zu aktuellen Entwicklungen in der Region, im Ostseeraum und in Skandinavien herstellen. Von seinen beiden Mitautoren ist Herr Dr. Bütow heute im IHK Bildungszentrum in Stralsund tätig, Herr Dr. Brunner, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Geografie und Geologie, nimmt an der heutigen Veranstaltung teil, worüber ich mich sehr freue.

Ich gebe zu, dass sich mir – dem Bürgerschaftsmitglied Arthur König - der bereits erwähnte Leitbildbeschluss aus dem Frühjahr 1999 nicht über die Maßen einprägte, waren doch andere Themen drängender, streitbarer und aktueller- aber auch fassbarer und weniger abstrakt. Da waren Beschlüsse zum Flächennutzungsplan, zum Haushalt, zur Schulentwicklung, zum Nahverkehrskonzept oder zu Abfallgebühren doch schon wesentlich konkreter und auch zeitlich überschaubarer.

Diese Sichtweise änderte sich mit meiner Wahl zum Oberbürgermeister. Jeder, der irgendwann einmal ein Amt oder eine verantwortliche Position übernommen hat, weiß, wie es einem ergeht: unter der Vielzahl der Tagesaufgaben, Termine und Verpflichtungen droht recht schnell der Blick für die grundlegenden Themen verloren zu gehen. Irgendwann ist man im Tagesgeschäft so eingebunden, dass man nach einem Anker sucht oder nach bereits eingeschlagenen Pflöcken Ausschau hält.

Aber selbst in dieser Situation habe ich – ich muss es wohl oder übel zugeben - nicht vordergründig an das Leitbild gedacht. Die eigentlichen Anstöße kamen in dieser Zeit eher von außen. Andere kannten das Greifswalder Leitbild offenbar genauer- Bürgermeisterkollegen hatten davon gelesen und sprachen mich darauf an, das Leitbild wurde im Rahmen des Deutschen Städtetages sehr erfolgreich publiziert, andere äußerten sich anerkennend über das langfristig angelegte Stadtmarketing-Projekt. Wenn andere Bürgermeister und Landräte oder auch Firmenchefs mehr oder weniger stolz auf die Erarbeitung ihres Stadt- oder auch Unternehmensleitbildes verwiesen, wurde mir bewusst, dass wir bereits ein deutliches Stück weiter waren und unser Licht – entgegen unserer vorpommerschen Zurückhaltung – eigentlich nicht unter den Scheffel zu stellen brauchten.

Offensichtlich – und dies ist eine der Schlussfolgerungen aus dem bisherigen Verfahren – war die Außenwahrnehmung des städtischen Leitbildes bislang eine ganz andere gewesen als die Wahrnehmung innerhalb unserer Stadt. Akzeptanz spielt die eine große Rolle, denn Leitbilder – so sagt die reine Lehre - sollen schließlich die Grundlage für langfristige Planungen sein. Aber wie sieht es damit in Zeiten aus, in denen beispielsweise in der Wirtschaft Veränderungen das einzig Konstante sind? Welchen Sinn machen Leitbilder, wenn im kommunalen Bereich die langfristige aller Planungen die gesetzlich vorgeschriebene mittelfristige Finanzplanung ist, mit der über einen Zeitraum von vier Jahren vorausschauend Investitionen geplant werden sollen? Welche Akzeptanz haben Leitbilder, wenn vier- bzw. fünfjährige Wahlperioden den zeitlichen Rahmen kommunalen Handelns abstecken? Und wie verlässlich sind kommunale Leitbilder, wenn die weiteren Rahmenbedingungen rein fiskalischer Natur sind und maßgeblich von den politischen Entscheidungen auf Landesebene abhängen?

Und nicht zuletzt gibt es auch noch Zeitgenossen, die meinen, Planung sei bereits die erste Stufe des Krisenmanagements...

Deshalb – und das ist eine Schlussfolgerung aus der Etappe der ersten zehn Jahre - gilt es, zwischen Außen- und Innenwahrnehmung ein vernünftiges Maß herzustellen. Und es ist erforderlich - und dies mehr noch als bisher - unsere Universitäts- und Hansestadt im Wettbewerb der Städte und Regionen günstig aufzustellen. Hierbei müssen Marketing-Aspekte noch deutlicher in den Vordergrund gestellt werden.

1997/98 gehörten wir, was Leitbildentwicklung und Stadtmarketing anbetraf, sozusagen zu den „kommunalen Frühstartern“. Stadtmarketing galt seinerzeit vor allem als eine Form der Stadtentwicklung mit Bürgerbeteiligung und enthielt **auch** Elemente der Stadtwerbung und -vermarktung. Entsprechend organisierten wir das „Greifswalder-Stadtmarketing-Projekt“ - wie wir es selbstbewusst nannten-, riefen Interessierte zur Mitarbeit auf, stellten einen Katalog mit 180 Maßnahmen zur Diskussion und schlugen die Bildung von offenen Arbeitskreisen nach thematischen Schwerpunkten des Leitbildes vor. Das Bürgerinteresse war groß, anfangs engagierten sich etwa 140 Personen aus der Stadt und aus dem Umland. Die Arbeitskreise konstituierten sich, gaben sich einige wenige Regeln, wählten ihre Vorsitzenden und begannen mit Hilfe der jeweils zuständigen federführenden Ämter der Stadtverwaltung ihre Tätigkeit.

Das gelang recht gut - bis auf ein Themenfeld und das war das der „Universität“. Trotz mehrfacher Anläufe und des Einsatzes sehr honorierter Persönlichkeiten kam kein funktionierender Arbeitskreis zusammen. Das irritierte anfangs und selbstverständlich gab es bereits nach kurzer Zeit kritische Nachfragen. Dabei wurde allerdings übersehen, dass Universitätsangehörige in den anderen Arbeitskreisen mitarbeiteten.

Es brauchte noch einige Zeit, bis deutlich wurde, dass das Nichtzustandekommen eines eigenen Universitäts-Arbeitskreises kein Makel war, sondern ein Ausdruck dessen, dass sich nicht alle Themenfelder im Rahmen des Greifswalder Stadtmarketing-Projekts erfassen lassen. Die Arbeitsformen und deren Organisation richteten sich nach den Themen und nicht umgekehrt. Das Engagement von Universitätsvertretern im Arbeitskreis „Gesundheit“, die Bildung des

Vereins Vernetzte Gesundheit und der Abschluss der Kooperationsvereinbarung zwischen Stadt und Universität im September 2002 haben das bewiesen.

Das Gegenstück zum nicht zustande gekommenen Arbeitskreis „Universität“ war der Arbeitskreis „Lebensqualität“, der seinerzeit noch einen viel längeren Namen trug. Dieser lange Name war Ausdruck der unterschiedlichen Interessen der Teilnehmer, die vom Wohnen über Tourismus, Kultur, Senioren, Jugendarbeit, Sport bis hin zu Umweltthemen reichten. Der Arbeitskreis startete zunächst mit mehr als 30 Teilnehmern. Trotz großer Anstrengungen mehrerer Vorsitzender, wollte es aber nicht gelingen, die Vielzahl der Interessen unter einen Hut zu bringen. Nachdem die Runde immer kleiner wurde, löste sich der Arbeitskreis 2005 auf. Themen dieses Arbeitskreises werden inzwischen in anderen Gremien behandelt, sei es u.a. im Bündnis für Familie, im Seniorenbeirat oder im Rahmen des Klimaschutzbündnisses.

Fünf Arbeitskreise bilden über die Jahre sozusagen das Rückgrat des Greifswalder Stadtmarketing-Prozesses.

Das sind

- der Arbeitskreis „Mittelstand, Technologie, Wirtschaft“ mit dem Vorsitzenden Herrn Adomeit,
- der Arbeitskreis „Gesundheit“ mit dem Vorsitzenden Herrn Dr. Thonack,
- der Arbeitskreis „Bildung“ mit der Vorsitzenden Frau Dr. Dr. Neumann,
- der Arbeitskreis „Oberzentrum, Region, Umland“ mit dem Vorsitzenden Herrn Bouché und

- der Arbeitskreis „Innenstadt“ mit dem Vorsitzenden Herrn Teichmann.

Arbeitskreatätigkeit war in all den Jahren stets Einbeziehung von Fachkompetenz, vor allem aber Bürgerbeteiligung. Diese so unkompliziert wie möglich zu gestalten, war einerseits eine Herausforderung, andererseits dann aber auch eine Frage der Akzeptanz der Ergebnisse. Schließlich kamen die Arbeitskreise recht unorthodox zusammen, sie waren je nach Thematik unterschiedlich zusammengesetzt und auch die Beratungsergebnisse unterlagen nur selten politischen Erwägungen. Und manch ein gewählter Vertreter stellte konsequenterweise auch die Frage nach der Legitimation.

Hinzu kommt auch der von der Stadtverwaltung zu betreibende Aufwand zur Begleitung der Arbeitskreatätigkeit, die neben der Bürgerschaft und ihren Gremien und den Ortsteilvertretungen eine weitere und zusätzliche Form der Beteiligung unserer Bürger an der Stadtentwicklung darstellt.

Die Aufgabe der Arbeitskreise war und ist eine beratende, die Arbeitskreise rufen aktuelle Themen auf, setzen Impulse und sie geben Empfehlungen, die von den fachlich zuständigen Ausschüssen der Bürgerschaft zu beraten sind.

Alle diese Aspekte blieben natürlich nicht ohne Auswirkungen auf die Arbeitskreise selbst. Eine Reihe von Mitgliedern machte ihre Mitarbeit von der Verbindlichkeit der Ergebnisse sowie der Akzeptanz durch städtische Gremien und ihre Vertreter abhängig, andere engagierten sich in anderen Bereichen. Wieder andere verabschiedeten sich. So unkompliziert man in einem Arbeitskreis mitarbeiten konnte, so unkompliziert konnte man ihn dann auch verlassen. Diese Fluktuation ist unzweifelhaft ein Nachteil der Arbeitskreatätigkeit.

So unterschiedlich wie die Inhalte, so unterschiedlich sind auch die Arbeitsformen der Arbeitskreise. Dies hängt und hing mitunter sehr stark von der Person des Vorsitzenden ab. Ich freue mich auch, dass einige der ehemaligen Vorsitzenden hier anwesend sind.

Es ist an dieser Stelle nicht die Gelegenheit für einen umfassenden Rückblick auf zehn Jahre Stadtmarketing-Projekt. Lassen Sie mich daher einige Beispiele herausgreifen.

Der Arbeitskreis „**Wirtschaft**“ versteht sich inzwischen als ein Gremium, das in Form von thematischen Veranstaltungen Akteure aus Wirtschaft, Politik, Vereinen und Verbänden zusammenbringen will. Sehr gut gelungen ist dies bei der Veranstaltung „Gemeinsam in die Top 100“, die gemeinsam mit der Prognos AG in Auswertung des Regionalatlas 2007 im Krupp-Kolleg stattfand. Eine ähnliche für dieses Jahr vorgesehene Veranstaltung „Wirtschaft trifft Kultur“ musste aus organisatorischen Gründen abgesetzt werden.

Der Arbeitskreis „**Gesundheit**“ hat sich in schon beispielhafter Weise vor das Thema „Gesundheitswirtschaft“ gespannt, die wichtigsten Akteure zusammengebracht und einen deutlichen Impuls zur Gründung des sehr erfolgreich agierenden Vereins Vernetzte Gesundheit gegeben. Der Bürgerschaftsbeschluss zur Profilierung unserer Stadt zum „Gesundheitszentrum im Norden“ ist auf den Arbeitskreis zurückzuführen. Die Entwicklungen haben gezeigt, dass das Thema Gesundheit/ Gesundheitswirtschaft eines der Zukunftsthemen für unsere Stadt und Region sein wird.

Der Arbeitskreis „**Bildung**“ versteht sich als eine Runde von Akteuren aus dem Bildungsbereich, der bei Bedarf zu ausgewählten Themen tätig wird. Solche Themen waren u.a. die bereits erwähnte Kooperationsvereinbarung von Stadt- und Universität oder auch die sich ständig verändernden Schulstrukturen. Auf großes Echo stieß auch die Jahrestagung zur frühkindlichen Bildung, die der Arbeitskreis gemeinsam mit finnischen Teilnehmern organisieren konnte.

Der Arbeitskreis „**Oberzentrum, Region, Umland**“ ist eine Runde aus städtischen Vertretern, Umlandbürgermeistern und -ämtern, Vertretern der Raumordnung, der Universität, der IHK, von Planern u.a., die sich mit so spannenden Themen wie Stadt-Umland-Beziehungen, Regionalentwicklung oder Kreisgebietsreform befassen. Letzteres Thema war leider sehr unerfreulich für die Beteiligten, wurden doch Vorschläge, Angebote zur Mitarbeit, zur Einbringung kommunalen Sachverstands von der Landesregierung ignoriert. Die sogenannte „Miltzower Erklärung“ als Stellungnahme aus der Region Vorpommern zum 1. Verwaltungsmodernisierungsgesetz kam auf maßgebliche Initiative des Arbeitskreises zustande. Andere Themen, wie z.B. das Gemeinsame Stadtkreismodell oder auch das Konzept zur Entwicklung der Region Südrand Greifswalder Bodden oder auch die Beteiligung an der Erarbeitung des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts gestalteten sich da doch schon erfolgreicher.

Der Arbeitskreis „**Revitalisierung der Innenstadt**“ bestand bereits in etwas anderer Form vor dem Leitbildbeschluss und lieferte sozusagen mit seiner Arbeit wichtige Grundlagen und Erfahrungen für das Gesamtprojekt. Mit Herrn Teichmann steht dem Arbeitskreis ein

erfahrener Einzelhändler vor. Regelmäßige Zusammenkünfte des Arbeitskreises, zumeist in den Räumen der IHK, mit einem konstanten Teilnehmerkreis, zu dem stets auch eine Vertreterin des Landesbauministeriums gehört, sorgen für eine große Verlässlichkeit der Runde. Es gibt wohl kaum ein grundsätzliches Innenstadt-Thema, das nicht im Arbeitskreis behandelt wurde. Hierzu gehörten u.a. die Parkraumbewirtschaftung, das Einzelhandelskonzept und die Gestaltungssatzung.

Neben den Arbeitskreissitzungen fanden die Jahrestagungen im Stadtmarketing-Projekt großes Interesse, sie waren Gelegenheit, Ergebnisse zu präsentieren, Informationen zu geben, sich zu treffen, kennen zu lernen und ins Gespräch zu kommen. Sie waren aber auch ein guter Anlass für offensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Gelegenheit, unsere Stadt mit ihren Stärken darzustellen. So weit ein kurzer Blick zurück auf unseren Stadtmarketing-Prozess.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
das städtische Leitbild ist im besten Wortsinne in die Jahre gekommen. Andere grundlegende Beschlüsse, wie z.B. der Flächenutzungsplan, wurden und werden regelmäßig überarbeitet und fortgeschrieben. Das Leitbild fortschreiben oder neu-erarbeiten waren die Alternativen- andere gibt es nicht, denn ein Leitbild erledigt sich nicht so von allein, es veraltet bestenfalls.

Andere Städte wie Stralsund oder Schwerin arbeiten aktuell an der erstmaligen Aufstellung ihrer Leitbilder, andere, wie z.B. Neubrandenburg und Wismar, haben sich zwar in den vergangenen Jahren mit Leitbild-Themen befasst, allerdings ohne wirkliche

Ergebnisse. Gerade erfolgreich abgeschlossen wurde – wie zu lesen war - der Leitbildprozess im Greifswalder Universitätsklinikum.

Aber wann ist ein günstiger Zeitpunkt zur Fortschreibung, wann steht genügend Zeit zur Verfügung und wann ist ein solches Vorhaben finanzierbar? Der Stadtmarketing-Beirat, der sich aus den Vorsitzenden der Arbeitskreise zusammensetzt, hatte sich für eine Fortschreibung ausgesprochen und gab Anfang 2008 den entscheidenden Anstoß. Zu diesem Zeitpunkt waren wir, was die kommunalen Finanzen betraf, noch sehr zuversichtlich, das Landesverfassungsgericht hatte die Kreisgebietsreform, mit der man uns die Kreisfreiheit nehmen wollte, ad acta gelegt und mit Blick auf die Kommunalwahlen schien mir der Zeitraum 2009/2010 sehr geeignet. Aber es kommt immer anders als man denkt.

Wie es inzwischen um unsere kommunalen Finanzen bestellt ist, wissen Sie. Unsere Erwartungen, aus eigener Kraft zum Haushaltsausgleich, zum Abbau von Altfehlbeträgen und damit zur Wiedererlangung der eigenen Handlungsfähigkeit zu kommen, haben sich wegen der wirtschaftlichen Gesamtsituation und dem damit verbundenen Einnahmeeinbrüchen nicht erfüllt. Stattdessen müssen unserer Bürgerschaftsmitglieder über Einsparungslisten und ein Haushaltssicherungskonzept beraten. Die Beschlussfassung hierüber fällt genau in den Fortschreibungszeitraum.

Parallel dazu berät der Landtag über ein Kreisstrukturgesetz, das unserer Stadt die Kreisfreiheit und damit einen Teil der kommunalen Selbstverwaltung nimmt, uns in einen flächenmäßig fast schon unüberschaubaren ländlich strukturierten Landkreis eingliedert und uns zur Finanzierung dieses auch zukünftig hochverschuldeten Landkreises heranzieht. Hinzu kommen die extreme Randlage im geplanten Kreis

und die völlige Ungewissheit über einen möglichen Kreissitz. Gerade hat die Bürgerschaft die Ablehnung dieses Gesetzentwurfes beschlossen, die Anhörung der Kommunen vor dem Landtags-Innenausschuss beginnt in Kürze. Die Entscheidung über das Kreistrukturegesetz, das erhebliche Auswirkungen auf unsere Stadt und auf unsere Stadtentwicklung – und damit auch auf unser Leitbild - hat, soll im kommenden Jahr getroffen werden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn es im Vorfeld dieser Auftaktveranstaltung kritische Nachfragen zum Termin, zum finanziellen Aufwand und zum Ergebnis der Ausschreibung gegeben hat, dann kann ich hier an dieser Stelle noch einmal auf die eben beschriebenen Rahmenbedingungen zum Zeitpunkt des Einstiegs in den Fortschreibungsprozess verweisen.

Was die Mitwirkung der Greifswalder Geografen anbetrifft, so habe ich bewusst auf die Beauftragung eines externen Partners orientiert, denn viel zu oft habe ich in den vergangenen Jahren erfahren müssen, dass der Prophet im eigenen Land auch in Greifswald nur sehr wenig gilt. Hinzu kommen die für mich so wichtige Außenwahrnehmung unserer Stadt im regionalen Wettbewerb und die Bestimmung wesentlicher Entwicklungstrends, an denen sich die eigene Stadtentwicklung und das sich darauf gründende Marketing ausrichten müssen. Dass die Greifswalder Universität dabei von Anfang an mit im Boot sein würde, war für mich eine Selbstverständlichkeit und demzufolge auch Gegenstand der Ausschreibung. Und es ist folgerichtig auch Inhalt der Leistungsbeschreibung.

Wie sich das weitere Verfahren gestalten wird, ist ein Teil des Vortrages der Prognos AG, den Herr Dr. Steden im Anschluss an die Podiumsrunde mit den Leitern der Arbeitskreise halten wird.

Von der Fortschreibung des Leitbildes erwarte ich

- Vorschläge zur inhaltlichen Ausrichtung des vorhandenen Leitbilds auf aktuelle und zukünftige Entwicklungstrends,
- Aufzeigen von Möglichkeiten zur Vernetzung der wichtigsten Akteure und Entscheider in unserer Stadt,
- Vorschläge zur Einbindung dieser Akteure und deren Ideen in die kommunale Politik und
- Impulse für gemeinsames Handeln und damit verstärkte Wahrnehmung unserer Stadt von außen.

Sie werden sich vielleicht nach dem Zweck der Fotoserie fragen, die während meines Vortrags im Hintergrund abgelaufen ist. Nun, es hätten auch Zahlen sein können, aber ich habe mich bewusst für diese Art der Illustration entschieden. Schließlich ist ein Großteil des Greifswald beschreibenden Zahlenwerks ohnehin bekannt bzw. verfügbar und für die geplanten Workshops gewiss besser geeignet.

Ich habe mich unter dem Eindruck der Immatrikulationsfeier in der vergangenen Woche im Dom für die aktuelleren Bilder entschieden. Wenn auch eine solche Feier im Dom nicht gerade dazu dient, Probleme zu wälzen, so war es doch auch für alle Anwesenden, die für unsere Stadt Verantwortung tragen, sehr angenehm zu hören, als Herr Ratjen als Präsident der Universitäts-Fördergesellschaft vorschlug, das geflügelte Wort vom Zweimal-Weinen des nach Greifswald Kommenden abzuändern. Herr Ratjen sagte, dass diese Stadt in den letzten zwanzig

Jahren eine so gute Entwicklung genommen habe, dass man in Zukunft nur noch ein Mal Weinen müsse- nämlich nur noch dann, wenn man gehen müsse.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und ich würde mich freuen, wenn Sie sich in den weiteren Prozess einbringen. Heute können Sie bereits schon einen ersten Beitrag dazu leisten, indem Sie in der Pause oder im Anschluss an die Veranstaltung den Fragebogen ausfüllen. Die Ergebnisse werden in die weitere Arbeit in jedem Fall eingehen.

Darüber hinaus werden wir Sie über den Fortgang der Fortschreibung auf der städtischen Internetseite auf dem Laufenden halten. Für Rückfragen stehen Ihnen Frau Kühl und Herr Rieger im Büro des Oberbürgermeisters zur Verfügung.

Ich freue mich auf eine gute Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern der Prognos AG und lade Sie alle bereits jetzt zur Ergebnis-Präsentation im Frühjahr kommenden Jahres in die Greifswalder Stadthalle ein- der genaue Termin wird rechtzeitig mitgeteilt.

.