

- Beschluss -

Einbringer

07 Abteilung Wirtschaft und Tourismus

<i>Gremium</i>	<i>Sitzungsdatum</i>	<i>Ergebnis</i>
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	25.03.2026	in den nächsten Sitzungszyklus verschoben
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	26.03.2026	aufgrund abgebrochener Sitzung nicht behandelt
Senat (S)	19.05.2026	behandelt
Ausschuss für Wirtschaft, Tourismus, Digitalisierung und öffentliche Ordnung (WA)	10.06.2026	ungeändert zugestimmt
Ausschuss für Finanzen, Liegenschaften und Beteiligungen (FA)	11.06.2026	abgelehnt
Hauptausschuss (HA)	15.06.2026	behandelt
Senat (S)	23.06.2026	behandelt
Bürgerschaft (BS)	29.06.2026	geändert beschlossen

Neufassung des Öffentlichen Betrauungsakts der Universitäts- und Hansestadt Greifswald für die Greifswald Marketing GmbH

Beschluss:

Die Bürgerschaft beschließt den in der Anlage enthaltenen neu gefassten öffentlichen Betrauungsakt.

Ergebnis:

Ja-Stimmen	Nein-Stimmen	Enthaltungen
22	9	7

Anlage 1

Betrauungsakt GMG 2015 mit markierten Änderungen öffentlich




Prof. Dr. Madeleine Tolani
Präsidentin der Bürgerschaft

Betrauungsakt

der Universitäts- und Hansestadt Greifswald betreffend die Greifswald Marketing GmbH
als Beihilfengeber im Sinne des EU-Vertrags auf der Grundlage

des
BESCHLUSSES DER KOMMISSION
vom 20. Dezember 2011

über die Anwendung von Artikel 106 Absatz 2 des Vertrags über die Arbeitsweise der
Europäischen Union auf staatliche Beihilfen in Form von Ausgleichsleistungen zugunsten
bestimmter Unternehmen, die mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem
wirtschaftlichen Interesse betraut sind

(bekanntgegeben unter Aktenzeichen K(2011) 9380)
(2012/21/EU, ABl. EU Nr. L 7/3 vom 11. Januar 2012)
-Freistellungsbeschluss-

der
MITTEILUNG DER KOMMISSION
vom 11. Januar 2012

über die Anwendung der Beihilfevorschriften der Europäischen Union auf
Ausgleichsleistungen für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem
wirtschaftlichem Interesse
(2012/C 8/02, ABl. EU Nr. C 8/4 vom 11. Januar 2012)

der
MITTEILUNG DER KOMMISSION
vom 11. Januar 2012

über den Rahmen der Europäischen Union für staatliche Beihilfen in Form von
Ausgleichsleistungen für die Erbringung öffentlicher Dienstleistungen (2011)
(2012/C 8/03, ABl. EU Nr. C 8/15 vom 11. Januar 2012)

und der
RICHTLINIE 2006/111/EG DER KOMMISSION
vom 16. November 2006

über die Transparenz der finanziellen Beziehungen zwischen den Mitgliedstaaten
und den öffentlichen Unternehmen sowie über die finanzielle Transparenz innerhalb
bestimmter Unternehmen
(ABl. EU Nr. L 318/17 vom 17. November 2006).

Präambel

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Greifswald Marketing GmbH im Rahmen dieses Betrauungsaktes mit den in diesem Betrauungsakt definierten Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse. Bei Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse handelt es sich um wirtschaftliche Tätigkeiten, die mit besonderen Gemeinwohlverpflichtungen verbunden sind und die im Interesse der Allgemeinheit erbracht werden.

Zum Zwecke der Umsetzung der besonderen Aufgaben im Bereich Tourismus und Stadtmarketing im Interesse der Allgemeinheit hat die Bürgerschaft in ihrer Sitzung am 18.12.2014 die Gründung der Greifswald Marketing GmbH beschlossen. Gegenstand des Unternehmens sind u.a. die nationale und internationale Bewerbung von Greifswald als attraktives Ziel für den Städte-, Kultur-, Tagungs- und maritimen Tourismus; die Identifizierung und Entwicklung von wettbewerbsrelevanten Zukunftsthemen der Stadt und Strategieentwicklung. Auf den Gesellschaftsvertrag wird verwiesen.

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Greifswald Marketing GmbH mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse gemäß § 2 Abs. 1.

Der Betrauungsakt zugunsten der Greifswald Marketing GmbH beruht auf dem Freistellungsbeschluss 2012/21/EU.

§ 1 Gemeinwohlaufgabe

- (1) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald hat nach § 1 Abs. 2 der Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern unter anderem die Aufgabe, in freier Selbstverwaltung das Wohl ihrer Einwohnerinnen und Einwohner zu fördern (Gemeinwohlaufgabe). Sie handelt dabei im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge. Die Stadt ist im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung auch zur Ausübung von Aufgaben im Bereich Tourismus- und Stadtmarketing berechtigt. Diese Bereiche sind wiederum Teil der kommunalen Wirtschaftsförderung. Diese zur kommunalen Daseinsvorsorge zählende freiwillige Aufgabe zielt darauf ab, durch Schaffung und Verbesserung von Standortbedingungen der Wirtschaft das wirtschaftliche und soziale Wohl der Einwohner zu sichern oder zu steigern. Bei den genannten Aufgaben handelt es sich um Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse im Sinne des Freistellungsbeschlusses der EU-Kommission.
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald bestätigt und bekräftigt durch diese Betrauung die der Gesellschaft bereits durch § 2 "Zweck und Gegenstand des Unternehmens" des Gesellschaftsvertrags übertragenen gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen.

§ 2 Betrautes Unternehmen, Art der Dienstleistungen (zu Art. 4 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Gesellschaft "Greifswald Marketing GmbH" im Rahmen des Tourismus- und Stadtmarketings mit der Erbringung nachstehender Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen

Interesse, die die Greifswald Marketing GmbH entsprechend seines Gesellschaftszwecks im Interesse der Greifswalder Bürger wahrnimmt und in Bezug auf Qualität, Umfang, Bezahlbarkeit, Verfügbarkeit und Dauerhaftigkeit aufgrund ihrer strukturellen Unwirtschaftlichkeit durch andere private Marktteilnehmer nicht oder nicht in der von der Universitäts- und Hansestadt Greifswald gewünschten Weise zur Verfügung gestellt werden können:

- a. Konzeption, Durchführung und Koordination von Stadt- und Tourismusmarketing für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald
 - b. die Konzeption und Durchführung von Image- und Standortwerbung
 - c. die Förderung und Durchführung von Veranstaltungen zur Stadtbelebung
 - d. die Mitarbeit in Institutionen und Vereinigungen des Tourismus- und Stadtmarketings
 - e. die Betreibung der Touristinformation
 - f. die Wahrnehmung sonstiger Maßnahmen, die der Förderung der in den Buchstaben a. bis e. genannten gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen dienen
- (2) Konkrete Leistungen sind von der Greifswald Marketing GmbH gegenüber der Universitäts- und Hansestadt Greifswald nicht zu erbringen. Der in Abs. 1 benannte Gegenstand der Betrauung umschreibt lediglich allgemeine Aufgaben der Greifswald Marketing GmbH. Die konkrete Ausgestaltung des operativen Geschäfts und die Art und Weise der Erfüllung der betrauten DAWI-Leistungen in den Grenzen des Gesellschaftsvertrages und des jeweiligen Wirtschaftsplans ist allein der Gesellschaft vorbehalten. Die Wahrnehmung sämtlicher Aufgabenbereiche des Abs. 1 ist auf die Verbesserung der Standortbedingungen in Greifswald für die Bürger und Besucher auszurichten. Maßgeblich sind nicht die Interessen einzelner Unternehmen, sondern das öffentliche Interesse am Tourismus- und Stadtmarketing der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

§ 3 Dauer der Betrauung, fortlaufende Überprüfung (zu Art. 2 Abs. 2 und Abs. 3 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Betrauung der Greifswald Marketing GmbH nach § 2 ist befristet auf zehn Jahre **und verlängert sich automatisch um jeweils weitere zehn Jahre, sofern die Universitäts- und Hansestadt Greifswald keine Änderungen der Betrauung beabsichtigt.**
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald kann diese Betrauung jederzeit erweitern, einschränken oder gänzlich aufheben.
- (3) Insbesondere wird die Universitäts- und Hansestadt Greifswald diesen Betrauungsakt entsprechend anpassen oder beenden oder die Ausgleichsleistungen vor der weiteren Gewährung bei der Europäischen Kommission anmelden, soweit die in § 2 dargestellte Aufgabe infolge der fortschreitenden Entwicklung der relevanten Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission oder der europäischen und nationalen Gerichte nicht mehr als DAWI angesehen werden kann oder die Voraussetzungen des Freistellungsbeschlusses in anderer Weise nicht mehr erfüllt sind.

§ 4 Berechnung und Änderung der Ausgleichsleistungen (zu Art. 5 Abs. 1 bis 8 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Soweit für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2 erforderlich, gewährt die Universitäts- und Hansestadt Greifswald Ausgleichsleistungen im Sinne von Art. 5 des Freistellungsbeschlusses.
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald kann an die Greifswald Marketing GmbH Ausgleichsleistungen, d. h. alle vom Staat oder aus staatlichen Mitteln jedweder Art gewährten Vorteile (z. B. zu marktunüblichen Konditionen gewährte Darlehen oder solche Garantien (Bürgschaften), Forderungsverzichte, verbilligte Grundstücksüberlassungen, Betriebs- und Investitionskostenzuschüsse, Verlustausgleich), deren Höhe aus dem Wirtschaftsplan des jeweiligen Jahres oder einem anderen Nachweis der Greifswald Marketing GmbH ersichtlich und im Haushaltsplan der Stadt veranschlagt ist, leisten.
- (3) Die maximale Höhe der Ausgleichsleistungen (Begünstigungen), die nach Art. 2 Abs. 1 a) des Freistellungsbeschlusses während des Betrauungszeitraums durchschnittlich nicht mehr als 15 Mio. EUR pro Jahr betragen darf, ergibt sich aus dem jeweiligen Haushaltsplan der Stadt i. V. m. § 4 Abs. 5. Auf dieser Grundlage entscheidet die Stadt im Rahmen seines Haushaltes über die Höhe der jeweiligen Ausgleichsleistungen (Begünstigungen).
- (4) Die Ausgleichsleistungen (Begünstigungen) der Universitäts- und Hansestadt Greifswald erfolgen allein zu dem Zweck, die Greifswald Marketing GmbH in die Lage zu versetzen, die ihr nach dem Gesellschaftsvertrag obliegenden Aufgaben zu erfüllen. Der Ausgleichsbetrag resultiert ausschließlich aus der Erbringung der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2. Soweit Kosten auf gegebenenfalls andere Tätigkeitsbereiche entfallen sollten, bleiben diese unberücksichtigt; hierfür ist ein gesonderter Nachweis gemäß § 5 zu erbringen.
- (5) Führen nicht vorhersehbare Ereignisse aufgrund der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2 zu einem nachgewiesenen höheren Ausgleichsbetrag bei der Greifswald Marketing GmbH, so kann auch dieser ausgeglichen werden. Die Ereignisse und ihre Auswirkungen sind im Einzelnen nachzuweisen. Die Greifswald Marketing GmbH hat den Bedarf einer höheren Finanzausstattung rechtzeitig anzuzeigen. Die Bürgerschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald wird dann im Rahmen der Beachtung der Regelungen des Gesellschaftsvertrags über den erhöhten Finanzbedarf entscheiden.
- (6) Die Höhe der Ausgleichsleistungen (Begünstigungen) darf unter Berücksichtigung eines angemessenen Gewinns nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist, um die durch die Erfüllung der Gemeinwohlaufgaben verursachten Nettokosten abzudecken. Für die Ermittlung der Nettokosten, der zu berücksichtigenden Einnahmen und des angemessenen Gewinns gelten Art. 5 Abs. 2 bis 8 des Freistellungsbeschlusses.
- (7) Aus diesem Betrauungsakt folgt kein Rechtsanspruch der Greifswald Marketing GmbH auf Ausgleichsleistungen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

§ 5 Trennungsrechnung (zu Art. 5 Abs. 9 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Greifswald Marketing GmbH ist verpflichtet, im Rahmen der Aufstellung des jeweiligen Wirtschaftsplans eine Plan- und Ist-Rechnung zu erstellen, in der die Kosten und Einnahmen der Tätigkeiten nach § 2 sowie gegebenenfalls sonstiger Tätigkeiten jeweils gesondert dargestellt werden. Diese Trennungsrechnung hat die Anforderungen des Art. 5 Abs. 9 des Freistellungsbeschlusses sowie die Grundsätze der EU-Transparenzrichtlinie zu erfüllen.
- (2) Die der Trennungsrechnung zugrunde liegenden Kostenrechnungsgrundsätze müssen bereits bei der Aufstellung des jeweiligen Wirtschaftsplanes eindeutig bestimmt sein und sind in der Regel erst für die Trennungsrechnung im Folgejahr änderbar. Über die Kostenrechnungsgrundsätze, insbesondere die Maßstäbe der Schlüsselung für einzelne Kosten und Einnahmen, die auf zwei oder mehrere Tätigkeiten entfallen, sind Aufzeichnungen zu führen.
- (3) Die Greifswald Marketing GmbH wird die Trennungsrechnung nach § 5 Abs. 1 und 2 im Rahmen der Jahresabschlussprüfung entsprechend der Kontrolle der Überkompensation nach § 6 Abs. 3 testieren lassen und das Ergebnis der Universitäts- und Hansestadt Greifswald in geeigneter Form zur Kenntnis bringen.

§ 6 Kontrolle von Überkompensation (zu Art. 6 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Um sicherzustellen, dass durch die Ausgleichsleistungen nach § 4 keine Überkompensation für die Erbringung von Dienstleistungen nach § 2 entsteht oder für sonstige Tätigkeiten Vorteile gewährt werden, führt die Greifswald Marketing GmbH jährlich nach Ablauf des Geschäftsjahres den Nachweis über die Verwendung der Mittel. Dies geschieht durch den jeweiligen Jahresabschluss und anderweitige, durch die Stadt auf eine Überkompensation der zur Verfügung gestellten Mittel hin zu überprüfende Nachweise entsprechend § 4 Abs. 1 bis 3, insbesondere durch die zu erstellende Trennungsrechnung nach § 5. Der geprüfte Jahresabschluss der Greifswald Marketing GmbH ist der Universitäts- und Hansestadt Greifswald zur Verfügung zu stellen.
- (2) Ergibt die Prüfung eine Überkompensation von mehr als 10% des durchschnittlichen jährlichen Ausgleichs im Betrauungszeitraum, fordert die Universitäts- und Hansestadt Greifswald die Greifswald Marketing GmbH zur Rückzahlung des überhöhten Betrages auf. Ergibt die Prüfung eine Überkompensation von maximal 10% des durchschnittlichen jährlichen Ausgleichs, darf der überhöhte Betrag auf den nächstfolgenden Ausgleichszeitraum übertragen und von dem für diesen Zeitraum zu zahlenden Ausgleich abgezogen werden.
- (3) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald trägt dafür Sorge, dass im Rahmen der Jahresabschlussprüfung der Greifswald Marketing GmbH der Abschlussprüfer gemäß Art. 6 des Freistellungsbeschlusses prüft, ob die Ausgleichsleistungen (Begünstigungen) an die Greifswald Marketing GmbH die in dem Freistellungsbeschluss festgelegten Voraussetzungen erfüllt haben und EU-beihilfenrechtskonform verwendet worden sind. Das Recht der Universitäts- und Hansestadt Greifswald zur Ergreifung alternativer Maßnahmen für die

regelmäßige Kontrolle, die während des Betrauungszeitraums zumindest alle drei Jahre sowie am Ende des Betrauungszeitraums zu erfolgen hat, bleibt hiervon unberührt.

§ 7 Transparenz und Verfügbarkeit von Informationen (zu Art. 7 und 8 des Freistellungsbeschlusses)

Unbeschadet weitergehender Vorschriften sind sämtliche Unterlagen, anhand derer sich feststellen lässt, ob die Ausgleichsleistungen mit den Bestimmungen des Freistellungsbeschlusses vereinbar sind, von der Greifswald Marketing GmbH während des Betrauungszeitraums und mindestens für einen Zeitraum von zehn Jahren ab Ende des Betrauungszeitraums aufzubewahren.

§ 8 Anpassungsklausel, Wirtschaftsklausel

Sollte eine Bestimmung dieser Betrauung nicht rechtskonform oder undurchführbar sein oder werden oder sollte eine an sich notwendige Regelung nicht enthalten sein, so berührt dies die Betrauung im Übrigen nicht.

§ 9 Hinweis auf Grundlagenbeschluss

- (1) Die Bürgerschaft hat in seiner Sitzung am **20.07.2015** den Betrauungsakt der Universitäts- und Hansestadt Greifswald beschlossen.
- (2) Die Betrauung tritt mit dem Tage der Unterzeichnung durch den Oberbürgermeister in Kraft.

Greifswald, _____

Dr. Arthur König

Betrauungsakt

der Universitäts- und Hansestadt Greifswald betreffend die Greifswald Marketing GmbH
als Beihilfengeber im Sinne des EU-Vertrags auf der Grundlage

des
BESCHLUSSES DER KOMMISSION
vom 20. Dezember 2011

über die Anwendung von Artikel 106 Absatz 2 des Vertrags über die Arbeitsweise der
Europäischen Union auf staatliche Beihilfen in Form von Ausgleichsleistungen zugunsten
bestimmter Unternehmen, die mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem
wirtschaftlichen Interesse betraut sind

(bekanntgegeben unter Aktenzeichen K(2011) 9380)
(2012/21/EU, ABl. EU Nr. L 7/3 vom 11. Januar 2012)
-Freistellungsbeschluss-

der
MITTEILUNG DER KOMMISSION
vom 11. Januar 2012

über die Anwendung der Beihilfenvorschriften der Europäischen Union auf Ausgleichsleis-
tungen für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Inte-
resse

(2012/C 8/02, ABl. EU Nr. C 8/4 vom 11. Januar 2012)

der
MITTEILUNG DER KOMMISSION
vom 11. Januar 2012

über den Rahmen der Europäischen Union für staatliche Beihilfen in Form von Aus-
gleichsleistungen für die Erbringung öffentlicher Dienstleistungen (2011)

(2012/C 8/03, ABl. EU Nr. C 8/15 vom 11. Januar 2012)

und der
RICHTLINIE 2006/111/EG DER KOMMISSION
vom 16. November 2006

über die Transparenz der finanziellen Beziehungen zwischen den Mitgliedstaaten
und den öffentlichen Unternehmen sowie über die finanzielle Transparenz innerhalb
bestimmter Unternehmen

(ABl. EU Nr. L 318/17 vom 17. November 2006).

Präambel

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Greifswald Marketing GmbH im Rahmen dieses Betrauungsaktes mit den in diesem Betrauungsakt definierten Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse. Bei Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse handelt es sich um wirtschaftliche Tätigkeiten, die mit besonderen Gemeinwohlverpflichtungen verbunden sind und die im Interesse der Allgemeinheit erbracht werden.

Zum Zwecke der Umsetzung der besonderen Aufgaben im Bereich Tourismus und Stadtmarketing im Interesse der Allgemeinheit hat die Bürgerschaft in ihrer Sitzung am 18.12.2014 die Gründung der Greifswald Marketing GmbH beschlossen. Gegenstand des Unternehmens sind u.a. die nationale und internationale Bewerbung von Greifswald als attraktives Ziel für den Städte-, Kultur-, Tagungs- und maritimen Tourismus; die Identifizierung und Entwicklung von wettbewerbsrelevanten Zukunftsthemen der Stadt und Strategieentwicklung. Auf den Gesellschaftsvertrag wird verwiesen.

Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Greifswald Marketing GmbH mit der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse gemäß § 2 Abs. 1.

Der Betrauungsakt zugunsten der Greifswald Marketing GmbH beruht auf dem Freistellungsbeschluss 2012/21/EU.

§ 1 Gemeinwohlaufgabe

- (1) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald hat nach § 1 Abs. 2 der Kommunalverfassung für das Land Mecklenburg-Vorpommern unter anderem die Aufgabe, in freier Selbstverwaltung das Wohl ihrer Einwohnerinnen und Einwohner zu fördern (Gemeinwohlaufgabe). Sie handelt dabei im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge. Die Stadt ist im Rahmen der kommunalen Selbstverwaltung auch zur Ausübung von Aufgaben im Bereich Tourismus- und Stadtmarketing berechtigt. Diese Bereiche sind wiederum Teil der kommunalen Wirtschaftsförderung. Diese zur kommunalen Daseinsvorsorge zählende freiwillige Aufgabe zielt darauf ab, durch Schaffung und Verbesserung von Standortbedingungen der Wirtschaft das wirtschaftliche und soziale Wohl der Einwohner zu sichern oder zu steigern. Bei den genannten Aufgaben handelt es sich um Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse im Sinne des Freistellungsbeschlusses der EU-Kommission.
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald bestätigt und bekräftigt durch diese Betrauung die der Gesellschaft bereits durch § 2 "Zweck und Gegenstand des Unternehmens" des Gesellschaftsvertrags übertragenen gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen.

§ 2 Betrautes Unternehmen, Art der Dienstleistungen (zu Art. 4 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald betraut die Gesellschaft "Greifswald Marketing GmbH" im Rahmen des Tourismus- und Stadtmarketings mit der Erbringung nachstehender Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichen

Interesse, die die Greifswald Marketing GmbH entsprechend seines Gesellschaftszwecks im Interesse der Greifswalder Bürger wahrnimmt und in Bezug auf Qualität, Umfang, Bezahlbarkeit, Verfügbarkeit und Dauerhaftigkeit aufgrund ihrer strukturellen Unwirtschaftlichkeit durch andere private Marktteilnehmer nicht oder nicht in der von der Universitäts- und Hansestadt Greifswald gewünschten Weise zur Verfügung gestellt werden können:

- a. Konzeption, Durchführung und Koordination von Stadt- und Tourismusmarketing für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald
 - b. die Konzeption und Durchführung von Image- und Standortwerbung
 - c. die Förderung und Durchführung von Veranstaltungen zur Stadtbelebung
 - d. die Mitarbeit in Institutionen und Vereinigungen des Tourismus- und Stadtmarketings
 - e. die Betreibung der Touristinformation
 - f. die Wahrnehmung sonstiger Maßnahmen, die der Förderung der in den Buchstaben a. bis e. genannten gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen dienen
- (2) Konkrete Leistungen sind von der Greifswald Marketing GmbH gegenüber der Universitäts- und Hansestadt Greifswald nicht zu erbringen. Der in Abs. 1 benannte Gegenstand der Betrauung umschreibt lediglich allgemeine Aufgaben der Greifswald Marketing GmbH. Die konkrete Ausgestaltung des operativen Geschäfts und die Art und Weise der Erfüllung der betrauten DAWI-Leistungen in den Grenzen des Gesellschaftsvertrages und des jeweiligen Wirtschaftsplans ist allein der Gesellschaft vorbehalten. Die Wahrnehmung sämtlicher Aufgabenbereiche des Abs. 1 ist auf die Verbesserung der Standortbedingungen in Greifswald für die Bürger und Besucher auszurichten. Maßgeblich sind nicht die Interessen einzelner Unternehmen, sondern das öffentliche Interesse am Tourismus- und Stadtmarketing der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

§ 3 Dauer der Betrauung, fortlaufende Überprüfung (zu Art. 2 Abs. 2 und Abs. 3 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Betrauung der Greifswald Marketing GmbH nach § 2 wird für fünf Jahre erteilt, beginnend mit dem Tag des Inkrafttretens dieses Beschlusses.
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald kann diese Betrauung jederzeit erweitern, einschränken oder gänzlich aufheben.
- (3) Insbesondere wird die Universitäts- und Hansestadt Greifswald diesen Betrauungsakt entsprechend anpassen oder beenden oder die Ausgleichsleistungen vor der weiteren Gewährung bei der Europäischen Kommission anmelden, soweit die in § 2 dargestellte Aufgabe infolge der fortschreitenden Entwicklung der relevanten Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission oder der europäischen und nationalen Gerichte nicht mehr als DAWI angesehen werden kann oder die Voraussetzungen des Freistellungsbeschlusses in anderer Weise nicht mehr erfüllt sind.
- (4) Spätestens nach Ablauf von drei Jahren legt die Greifswald Marketing GmbH der

Bürgerschaft einen Evaluationsbericht vor. Der Bericht überprüft die Aufgabenerfüllung gemäß § 2 Abs. 1 sowie die wirtschaftliche Angemessenheit der Ausgleichsleistungen im Sinne von Art. 5 des Freistellungsbeschlusses 2012/21/EU. Auf Grundlage dieses Berichts entscheidet die Bürgerschaft über etwaige Anpassungen der Betrauung.

§ 4 Berechnung und Änderung der Ausgleichsleistungen (zu Art. 5 Abs. 1 bis 8 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Soweit für die Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2 erforderlich, gewährt die Universitäts- und Hansestadt Greifswald Ausgleichsleistungen im Sinne von Art. 5 des Freistellungsbeschlusses.
- (2) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald kann an die Greifswald Marketing GmbH Ausgleichsleistungen, d. h. alle vom Staat oder aus staatlichen Mitteln jedweder Art gewährten Vorteile (z. B. zu marktunüblichen Konditionen gewährte Darlehen oder solche Garantien (Bürgschaften), Forderungsverzichte, verbilligte Grundstücksüberlassungen, Betriebs- und Investitionskostenzuschüsse, Verlustausgleich), deren Höhe aus dem Wirtschaftsplan des jeweiligen Jahres oder einem anderen Nachweis der Greifswald Marketing GmbH ersichtlich und im Haushaltsplan der Stadt veranschlagt ist, leisten.
- (3) Die maximale Höhe der Ausgleichsleistungen (Begünstigungen), die nach Art. 2 Abs. 1 a) des Freistellungsbeschlusses während des Betrauungszeitraums durchschnittlich nicht mehr als 15 Mio. EUR pro Jahr betragen darf, ergibt sich aus dem jeweiligen Haushaltsplan der Stadt i. V. m. § 4 Abs. 5. Auf dieser Grundlage entscheidet die Stadt im Rahmen seines Haushaltes über die Höhe der jeweiligen Ausgleichsleistungen (Begünstigungen).
- (4) Die Ausgleichsleistungen (Begünstigungen) der Universitäts- und Hansestadt Greifswald erfolgen allein zu dem Zweck, die Greifswald Marketing GmbH in die Lage zu versetzen, die ihr nach dem Gesellschaftsvertrag obliegenden Aufgaben zu erfüllen. Der Ausgleichsbetrag resultiert ausschließlich aus der Erbringung der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2. Soweit Kosten auf gegebenenfalls andere Tätigkeitsbereiche entfallen sollten, bleiben diese unberücksichtigt; hierfür ist ein gesonderter Nachweis gemäß § 5 zu erbringen.
- (5) Führen nicht vorhersehbare Ereignisse aufgrund der Erbringung von Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse nach § 2 zu einem nachgewiesenen höheren Ausgleichsbetrag bei der Greifswald Marketing GmbH, so kann auch dieser ausgeglichen werden. Die Ereignisse und ihre Auswirkungen sind im Einzelnen nachzuweisen. Die Greifswald Marketing GmbH hat den Bedarf einer höheren Finanzausstattung rechtzeitig anzuzeigen. Die Bürgerschaft der Universitäts- und Hansestadt Greifswald wird dann im Rahmen der Beachtung der Regelungen des Gesellschaftsvertrags über den erhöhten Finanzbedarf entscheiden.
- (6) Die Höhe der Ausgleichsleistungen (Begünstigungen) darf unter Berücksichtigung eines angemessenen Gewinns nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist, um die durch die Erfüllung der Gemeinwohlaufgaben verursachten Nettokosten abzudecken. Für die Ermittlung der Nettokosten, der zu berücksichtigenden Einnahmen und des angemessenen Gewinns gelten Art. 5 Abs. 2 bis 8 des

Freistellungsbeschlusses.

- (7) Aus diesem Betrauungsakt folgt kein Rechtsanspruch der Greifswald Marketing GmbH auf Ausgleichsleistungen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald.

§ 5 Trennungsrechnung (zu Art. 5 Abs. 9 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Die Greifswald Marketing GmbH ist verpflichtet, im Rahmen der Aufstellung des jeweiligen Wirtschaftsplans eine Plan- und Ist-Rechnung zu erstellen, in der die Kosten und Einnahmen der Tätigkeiten nach § 2 sowie gegebenenfalls sonstiger Tätigkeiten jeweils gesondert dargestellt werden. Diese Trennungsrechnung hat die Anforderungen des Art. 5 Abs. 9 des Freistellungsbeschlusses sowie die Grundsätze der EU-Transparenzrichtlinie zu erfüllen.
- (2) Die der Trennungsrechnung zugrunde liegenden Kostenrechnungsgrundsätze müssen bereits bei der Aufstellung des jeweiligen Wirtschaftsplanes eindeutig bestimmt sein und sind in der Regel erst für die Trennungsrechnung im Folgejahr änderbar. Über die Kostenrechnungsgrundsätze, insbesondere die Maßstäbe der Schlüsselung für einzelne Kosten und Einnahmen, die auf zwei oder mehrere Tätigkeiten entfallen, sind Aufzeichnungen zu führen.
- (3) Die Greifswald Marketing GmbH wird die Trennungsrechnung nach § 5 Abs. 1 und 2 im Rahmen der Jahresabschlussprüfung entsprechend der Kontrolle der Überkompensation nach § 6 Abs. 3 testieren lassen und das Ergebnis der Universitäts- und Hansestadt Greifswald in geeigneter Form zur Kenntnis bringen.

§ 6 Kontrolle von Überkompensation (zu Art. 6 des Freistellungsbeschlusses)

- (1) Um sicherzustellen, dass durch die Ausgleichsleistungen nach § 4 keine Überkompensation für die Erbringung von Dienstleistungen nach § 2 entsteht oder für sonstige Tätigkeiten Vorteile gewährt werden, führt die Greifswald Marketing GmbH jährlich nach Ablauf des Geschäftsjahres den Nachweis über die Verwendung der Mittel. Dies geschieht durch den jeweiligen Jahresabschluss und anderweitige, durch die Stadt auf eine Überkompensation der zur Verfügung gestellten Mittel hin zu überprüfende Nachweise entsprechend § 4 Abs. 1 bis 3, insbesondere durch die zu erstellende Trennungsrechnung nach § 5. Der geprüfte Jahresabschluss der Greifswald Marketing GmbH ist der Universitäts- und Hansestadt Greifswald zur Verfügung zu stellen.
- (2) Ergibt die Prüfung eine Überkompensation von mehr als 10% des durchschnittlichen jährlichen Ausgleichs im Betrauungszeitraum, fordert die Universitäts- und Hansestadt Greifswald die Greifswald Marketing GmbH zur Rückzahlung des überhöhten Betrages auf. Ergibt die Prüfung eine Überkompensation von maximal 10% des durchschnittlichen jährlichen Ausgleichs, darf der überhöhte Betrag auf den nächstfolgenden Ausgleichszeitraum übertragen und von dem für diesen Zeitraum zu zahlenden Ausgleich abgezogen werden.
- (3) Die Universitäts- und Hansestadt Greifswald trägt dafür Sorge, dass im Rahmen der Jahresabschlussprüfung der Greifswald Marketing GmbH der Abschlussprüfer gemäß Art. 6 des Freistellungsbeschlusses prüft, ob die Ausgleichsleistungen

(Begünstigungen) an die Greifswald Marketing GmbH die in dem Freistellungsbeschluss festgelegten Voraussetzungen erfüllt haben und EU-beihilfenrechtskonform verwendet worden sind. Das Recht der Universitäts- und Hansestadt Greifswald zur Ergreifung alternativer Maßnahmen für die regelmäßige Kontrolle, die während des Betrauungszeitraums zumindest alle drei Jahre sowie am Ende des Betrauungszeitraums zu erfolgen hat, bleibt hiervon unberührt.

- (4) Die Greifswald Marketing GmbH erstellt jährlich einen Tätigkeits- und Wirkungsbericht. Dieser enthält eine zusammenfassende Darstellung der Tätigkeitsschwerpunkte, allgemeine Kennzahlen zur Entwicklung des Tourismus, eine Gesamtbewertung der Wirkung im Stadtgebiet sowie eine Übersicht über die Verwendung der Ausgleichsleistungen. Der Bericht dient der Transparenz, der politischen Kontrolle sowie der Überprüfung einer möglichen Überkompensation im Sinne des Beihilfenrechts. Er begründet keine individualisierbaren Leistungsansprüche der Universitäts- und Hansestadt Greifswald gegenüber der Gesellschaft. Der Bericht wird der Bürgerschaft zur Kenntnis gegeben.

§ 7 Transparenz und Verfügbarkeit von Informationen (zu Art. 7 und 8 des Freistellungsbeschlusses)

Unbeschadet weitergehender Vorschriften sind sämtliche Unterlagen, anhand derer sich feststellen lässt, ob die Ausgleichsleistungen mit den Bestimmungen des Freistellungsbeschlusses vereinbar sind, von der Greifswald Marketing GmbH während des Betrauungszeitraums und mindestens für einen Zeitraum von zehn Jahren ab Ende des Betrauungszeitraums aufzubewahren.

§ 8 Anpassungsklausel, Wirtschaftsklausel

Sollte eine Bestimmung dieser Betrauung nicht rechtskonform oder undurchführbar sein oder werden oder sollte eine an sich notwendige Regelung nicht enthalten sein, so berührt dies die Betrauung im Übrigen nicht.

§ 9 Hinweis auf Grundlagenbeschluss

- (1) Die Bürgerschaft hat in ihrer Sitzung am 29.06.2026 den Betrauungsakt der Universitäts- und Hansestadt Greifswald beschlossen.
- (2) Die Betrauung tritt mit dem Tage der Unterzeichnung durch den Oberbürgermeister in Kraft.

Greifswald, _____

Dr. Stefan Fassbinder