

NIEDERSCHRIFT Stadt Karlsruhe	Gremium:	40. Plenarsitzung Gemeinderat
	Termin:	25. Juli 2017, 15:30 Uhr
		öffentlich
	Ort:	Bürgersaal des Rathauses
	Vorsitzende/r:	Oberbürgermeister Dr. Frank Mentrup

12.

Punkt 11 der Tagesordnung: Zukünftige Struktur von Stadtmarketing Karlsruhe GmbH (StMa), Karlsruher Tourismus GmbH (KTG) und Karlsruher Event GmbH (KEG)

Vorlage: 2017/0411

dazu:

KEG und KTG zusammenfassen

Änderungsantrag: GRÜNE

Vorlage: 2017/500

Beschluss:

1. Der Gemeinderat nimmt – nach Vorberatung im Hauptausschuss - die Ergebnisse der Arbeitsgruppe und des Workshops zur Kenntnis und stimmt der vorgeschlagenen zukünftigen Struktur von Stadtmarketing Karlsruhe GmbH, KEG Karlsruhe Event GmbH und KTG Karlsruhe Tourismus GmbH grundsätzlich zu.
2. Die Stadtverwaltung wird beauftragt, im Vorfeld der Erstellung der Wirtschaftspläne alle rechtlichen, wirtschaftlichen, personellen und organisatorischen Fragestellungen zu klären. Zugleich werden die Geschäftsführungen der KEG und KTG beauftragt, die Änderungen in den Wirtschaftsplänen 2018 zu berücksichtigen. Gleiches gilt für den städtischen Haushaltsplan mit Blick auf das Wissenschaftsbüro sowie die Stabsstelle „Strategisches Marketing“.
3. Die zur Umsetzung des Gesamtkonzepts erforderlichen Beschlüsse sollen dem Gemeinderat spätestens in der Sitzung am 12. Dezember 2017 vorgelegt werden.

Abstimmungsergebnis:

Änderungsantrag: mehrheitliche Ablehnung

Beschlussvorlage: mehrheitliche Zustimmung

Der Vorsitzende ruft Tagesordnungspunkt 11 zur Behandlung auf und verweist auf die erfolgte Vorberatung im Hauptausschuss:

Zur kurzen Erläuterung möchte ich noch mal auf die Tischvorlage verweisen, diese schematische Darstellung der Struktur und des Weges. Das frühere Stadtmarketing ist rot gekennzeichnet, und in den entsprechenden blauen Kästchen ist eingetragen, was von den bisherigen Aufgaben des rot umrandeten Stadtmarketings jetzt in den anderen Gesellschaften gelandet ist. Ich glaube, das ist eine relativ übersichtliche Darstellung. Dieses Blatt ist auch Ausdruck und das Ergebnis einer Arbeitsgruppe, die in mehreren Sitzungen mit gemeinderätlicher Beteiligung, diese Diskussionen geführt hat. Ich möchte mich an der Stelle ausdrücklich auch bei den gemeinderätlichen Vertreterinnen und Vertretern ganz herzlich bedanken. Wir hatten bei dieser Arbeitsgruppe sehr unterschiedliche Ausgangssituationen und haben uns am Ende zu einem Vorschlag, der jetzt doch weitgehend von allen so mitgetragen wird, unglaublich gut zusammengerauft.

Grundsätzliche Ziele waren eine stärkere, schlüssigere, gesamtstädtische Marketingstrategie zu entwickeln, vor allem aber auch die Strukturen dafür zu schaffen, Synergieeffekte zwischen den Gesellschaften zu erarbeiten und durchaus auch die Zahl der Gesellschaften zu reduzieren. Das ist alles aus Sicht der Arbeitsgruppe soweit auch gelungen. Der Änderungsantrag der GRÜNEN geht noch einen Schritt weiter, aber das wird dann sicherlich noch erläutert werden.

Die Arbeitsgruppe empfiehlt, das Kulturmarketing künftig in der Tourismus und Events im öffentlichen Raum in der KEG zu bündeln. Im Hinblick auf die beim Stadtgeburtstag und Heimattage erworbene Expertise, soll das operative Marketing bei der KEG gebündelt werden. Die zentralen Dienste sollen, insofern das Vergaberecht nicht entgegensteht, bei KTG vorgehalten werden. Zu den weiteren Schnittstellen Wissenschaftsbüro, Citymanagement und Kooperationsmarketing, strategisches Marketing wurde noch mal vertieft diskutiert, und das Ergebnis sehen Sie jetzt eben hier auch auf dieser Übersicht. Citymanagement und Kooperationsmarketing mit einer durchaus weiter akzeptierten Eigenständigkeit kommt dann zu KEG und das Wissenschaftsbüro, da werden wir uns noch über die Ankoppelung unterhalten, wird dem Dezernat 4 zugeordnet. Das strategische Marketing, das war ein ausdrücklicher Wunsch aus dieser Arbeitsgruppe, soll über allem sicherstellen, dass wir grundlegende strategische Ausrichtungen zentral aus der Verwaltung heraus in die Gesellschaften bringen und hier auch verbindlich und nachvollziehbar umsetzen, hier würde dann auch der Marketingrat andocken, der eine beratende Funktion hat. Dafür werden einige zusätzliche Abstimmungen und Gremien nötig sein, das wird sich im Arbeitsprozess zeigen, was funktioniert und was da vielleicht auch noch mal weiter zu entwickeln ist. Das Ganze ist ja auch ein Prozess, der immer noch verbesserungsfähig ist. Das stellen wir aber heute erst mal als Grundsatzbeschluss hier zur Diskussion und Abstimmung, damit wir dann die entsprechenden weiteren Umsetzungen machen können.

Uns ist wichtig, dass kein Projekt und keine erfolgreiche Kampagne verloren geht und wir werden auch alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Bord behalten und dann entsprechend umsetzen. Diese werden zum Teil von der Besoldung etwas neu eingestuft, aber das hat etwas mit der stärkeren Anlehnung an den TVöD zu tun, die wir dort in den Zielgesellschaften haben und wirkt sich, soweit ich das überschaue, nicht nachteilig aus. Also es gibt eine weitgehende Besitzstandswahrung, das alles kommt dann in die Umsetzung. Wir werden Ihnen natürlich auch weiter berichten, denn die Dinge müssen jetzt erst allmählich, dann schrittweise umdisponiert werden. Ich möchte mich bei den

beiden Geschäftsführern und auch Zielgesellschaften ganz herzlich bedanken, die sehr konstruktiv mit dabei waren, vor allem aber auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Stadtmarketing selbst, für die war das zeitweise keine so ganz einfache öffentliche Diskussion, und die sind jetzt aber gut auf diesem Weg mitgegangen und so weit ich das bisher beurteilen kann, hat das alles störungsfrei funktioniert.

Auf eines möchte ich auch noch hinweisen. Wir haben damit aktuell keine Gesellschaft mehr, die den Namen Stadtmarketing trägt. Wir wollen den Begriff trotzdem weiterführen, er steht im Rahmen des strategischen Marketings auch über allem, und wir werden eine Art Stadtmarketing-Laden einrichten. Sie kennen das von unserem KA-300-Laden, wo dann die verschiedenen Dienstleistungen und Service dieser städtischen Gesellschaften in einem Laden auch dann wahrgenommen und angenommen werden können und hier gibt es dann auch die Möglichkeit, auch das kennen Sie von unserem KA-300-Laden, auch die eine oder andere Veranstaltung mal zu machen, auch mal Netzwerktreffen zu organisieren und all solche Dinge, damit das Ganze stärker in der Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger lokalisiert werden kann. So viel noch mal zu der Vorlage, jetzt steigen wir in die Diskussion ein.

Stadtrat Dr. Käuflein (CDU): Sie, Herr Oberbürgermeister, haben eben hier schon ausführlich die Ziele beschrieben, das Marketing für die Stadt Karlsruhe soll gebündelt werden, soll schlagkräftiger werden. Zwei Jahre lang hat sich eine Arbeitsgruppe Gedanken gemacht, wie das geschehen kann, das Resultat ist bekannt, wir machen aus drei Gesellschaften zwei, das ist der Vorschlag, dem wir heute zustimmen sollen. Das Stadtmarketing soll aufgelöst werden, Aufgaben und Personal sollen auf Tourismus und Event verteilt werden.

Soweit so gut, Sie haben auch schon beschrieben, dass das Stadtmarketing Chefsache, so darf ich es mal formulieren, werden soll, weil eine Stabsstelle für das strategische Marketing bei Ihnen im Dezernat 1 angesiedelt werden soll. Auch das Ladengeschäft, nach Vorbild der Einrichtung zum Stadtgeburtstag, soll geschaffen werden, dass das Ganze auch öffentlich dargestellt wird und ansprechbar ist. Dem können wir gut zustimmen, insgesamt stärken wir die Marke Karlsruhe damit. Einen Hinweis, im Sinne einer Frage, möchten wir an dieser Stelle geben und zwar im Blick auf die finale Beschlussfassung. Es gibt zwar eine Stabsstelle, die dann den Begriff Stadtmarketing trägt, und es wird ein entsprechendes öffentliches Ladengeschäft geben, aber in den zwei verbleibenden Gesellschaften, die das operative Marketing machen, Event und Tourismus, kommt der Begriff Stadtmarketing nicht vor.

Wir werden im Spätjahr eine finale Beschlussvorlage haben und da bitten wir einfach noch mal zu überlegen, ob der Begriff nicht doch im Namen dieser beiden Gesellschaften, auftauchen könnte. Die machen Marketing, und niemand bringt diese beiden Gesellschaften mit dem Laden und einer darüber schwebenden Stabsstelle in Verbindung. Das als Hinweis für den weiteren Prozess, aber ansonsten ohne Einschränkung Zustimmung. Den Antrag der GRÜNEN, aus drei Gesellschaften - eine zu machen, lehnen wir ab. Der holt im Grunde ein Szenario hervor, dass im Laufe dieser zwei Jahre in der Arbeitsgruppe schon einmal diskutiert wurde, aber dort bereits nicht einmütig, aber in einem breiten Konsens abgelehnt wurde. Die beiden Gesellschaften, die wir jetzt haben, mit den beiden Geschäftsführer, haben jeweils eine sehr gute Vernetzung, und

dass würden wir aufgeben, wenn wir aus drei nicht zwei, sondern aus drei eine machen. Insofern lehnen wir diesen Änderungs- oder Ergänzungsantrag der GRÜNEN ab und folgen der Vorlage.

Stadträtin Habibović (SPD): Die Verschlinkung der Struktur im Marketingbereich ist eine richtige Entscheidung um die Effizienz zu steigern, denn durch die Reduzierung der Schnittstellen können die Kommunikationswege verkürzt werden. Zu dem ist es möglich Synergieeffekte, wie zum Beispiel im Verwaltungsbereich, zu erzielen. Mit der Verschlinkung erhoffen wir uns auch eine bessere Ressourcenauslastung beziehungsweise Nutzung. All diese Gründe können zu einer besseren Handlungsfähigkeit im gesamtstädtischen Marketing führen.

Wir finden die Idee gut, dass das strategische Marketing mit einer Stabsstellenfunktion im Dezernat 1 angesiedelt wird, denn dadurch kann die Verantwortlichkeit transparent geregelt und die Steuerbarkeit verbessert werden. Laut der Ergebnisse der Arbeitsgruppe unterscheiden sich die Geschäftsfelder inhaltlich voneinander, weshalb eine Trennung in zwei Gesellschaften im Hinblick auf Zielerreichung, Flexibilität, Transparenz und Steuerbarkeit sinnvoll erscheint. Deshalb werden wir dem Antrag der GRÜNEN nicht zustimmen. Wir glauben, dass diese Neustrukturierung im Sinne von allen Stadtratskollegen ist, denn ich kann mich erinnern, dass wir alle für eine Reduzierung der Parallelstrukturen plädiert haben. Das ist jetzt die Möglichkeit, im Hinblick auf die Reduzierung Doppelstrukturen, zu agieren. Herr Oberbürgermeister, das Ganze haben wir auch als einen Prozess verstanden, und deshalb ist es uns wichtig, dass wir die zukünftigen Strukturen beobachten und eventuell zum gegebenen Zeitpunkt nachjustieren, falls es notwendig ist.

Zum Schluss erhoffen meine Fraktion und ich mit dieser Neustrukturierung folgende Ziele: Standort stärken, Identifikation schaffen, Attraktivität und Lebensqualität steigern, Strahlkraft weiter entwickeln, Synergien schaffen, Kräfte und Ressourcen besser bündeln. Deshalb werden wir dieser Vorlage zustimmen.

Stadtrat Konrad (GRÜNE): Wer hätte das gedacht, die Fraktionen haben sich zusammengesetzt und wir hatten ganz unterschiedliche Vorstellungen, wir haben stark miteinander gerungen, und wir haben in fast allen Punkten Einigkeit erzielt. An dieser Stelle ein ganz großes Lob einerseits an die Verwaltung, an die Geschäftsführenden, aber auch an meine Kolleginnen und Kollegen, ich denke, wir haben sehr sachorientiert miteinander zusammen gearbeitet und das war bei allem, wie wir am Anfang gegeneinander am Tau gezogen haben, doch ein Erlebnis wie sich das zusammen gefunden hat. Genug der lobenden Worte, jetzt komme ich auf das Trennende zu sprechen, schließlich hätten wir sonst keinen Änderungsantrag gestellt.

Ihre Begründung für die Notwendigkeit von zwei Gesellschaften, Herr Käuflein, war das Netzwerken. Wir sehen überhaupt keine Schwierigkeit darin, dass weiter genetzwerkt wird, wenn wir zwei Geschäftsführer haben, die sich sogar gegenseitig leichter vertreten können, weil sie zusammen in einer Gesellschaft arbeiten. Wir sehen sogar eine Erhöhung der Flexibilität, Frau Habibović, an der Stelle. Wo es einen gemeinsamen Wirtschaftsplan gibt, lässt sich auch leichter mal etwas verschieben. Was ist, wenn ein Projekt aus irgendeinem Grund nicht realisiert werden kann, verfällt alles oder kann man

dann noch flexibel agieren? Ich denke, da kann man auch im Sinne eines schlagkräftigen Stadtmarketings noch einiges mehr erreichen, wenn man dieses zusammen fügt. Darüber hinaus ist einer der wichtigsten Gründe, und Sie haben vorhin gesagt, Herr Oberbürgermeister, sofern vergaberechtlich möglich, sollen die zentralen Dienste bei der KTG liegen. Was wenn das vergaberechtlich nicht möglich ist? An dieser Stelle wäre das überhaupt kein Problem, sollten wir die beiden Gesellschaften zusammenfassen.

Mir persönlich fehlen die Gründe für zwei Gesellschaften. Keiner dieser Gründe hat mich wirklich überzeugt, und deshalb haben wir diesen Antrag gestellt. Wir wollen ein schlagkräftiges Stadtmarketing und eine operative Einheit. Wenn sie das auch vielleicht ideell bereits jetzt haben, hätten wir sie auch gerne organisatorisch mit den beiden Geschäftsführern, die ein schlagkräftiges operatives Marketing haben.

Wir stimmen definitiv auch zu, dass darüber als Kopf des Stadtmarketings, der Oberbürgermeister mit seiner Stabsstelle steht. Der muss sich durchsetzen und Sie bekommen ein bisschen Vorschussvertrauen von uns, dass das von Ihnen auszuarbeitende Konzept am Ende auch garantieren kann. Darüber hinaus ist es für uns wichtig, zu sagen, ok, wir haben jetzt Mittel verteilt, Teile der Mittel, die im Stadtmarketing waren, waren für das strategische Marketing, die sollten aus unserer Sicht nicht in das operative Marketing fließen. Das darf kein Automatismus sein, sollten wir uns für diese oder jene Aufgabe entscheiden ist natürlich klar, dass der Gemeinderat dafür Mittel zur Verfügung stellt, aber derzeit möchten wir, dass das operative Marketing die Mittel für das operative Marketing behält und das strategische Marketing mit den Mitteln arbeitet, die aus der ehemaligen Stadtmarketing GmbH übrig bleiben. Ich möchte noch mal an Sie appellieren, unserem Änderungsantrag zuzustimmen, damit wir ein schlagkräftiges, flexibles Stadtmarketing haben, ohne einen Vorbehalt des Vergaberechtes.

Stadtrat Haug (KULT): Worüber reden wir? Tourismus ist eine Mischung aus operativer und strategischer Aufgabe. Event ist eine operative Aufgabe. Beim Stadtmarketing handelt es sich dagegen um eine strategisch steuernde, vernetzende Aufgabe, die den ganzen Konzern Stadt, also die Kernverwaltung und die städtischen Unternehmen betrifft und zudem in die Zivilgesellschaft ausstrahlt. Bestes Modell ist ein bisschen Vergangenheitsbewältigung, Ideal und ohne Rücksicht auf Dezernatsgrenzen wäre aus Sicht der KULT, eine Zusammenlegung der drei Gesellschaften Stadtmarketing, KEG und KTG zu einer Marketing Karlsruhe GmbH mit den drei Geschäftsbereichen Tourismus, Events und strategisches Stadtmarketing, jeder Geschäftsbereich mit einem kompetenten Geschäftsführer geführt, enge Verknüpfung des Personals und so weiter. Diese Lösung fand in den Vorgesprächen keine Mehrheit, hat sich also erledigt. Zweitbestes Modell aus Sicht der KULT, KEG und Stadtmarketing in eine GmbH beim Dezernat 1, KTG bei Dezernat 4, dieses Modell wurde auch nicht gewünscht. Bleibt also aus unserer Sicht das drittbeste Modell, das in der Vorlage dargestellt mit Event GmbH und Tourismus GmbH, sowie einer strategischen Stabsstelle beim OB-Dezernat. Hier gibt es dann noch Zweitszenarien und KULT bevorzugt dabei eben das Szenario vier, die Kombination aus strategischer städtischer Stabsstelle, Geschäftsführung Stadtmarketing ebenso stets Einrichtung einer städtischen Stabsstelle, deren Leitung in Personalunion der Geschäftsführung einer kleinen Stadtmarketing GmbH ist. KULT bittet darum, dass auch die beteiligte externe Unternehmensberatung als sehr gut bezeichnet hat, bis zu den Beschlüssen der Umsetzung des Gesamtkonzeptes im Dezember 2007 das mit zu

betrachten, dieses Bitte richtet sich an Sie, Herr Oberbürgermeister. Noch eine ergänzende Überlegung von KULT. Unabhängig von der Organisationsform muss die strategische Linie, von dem in der Vorlage genannten Steuerungskreis kommen, der muss eine Strategie erarbeiten, beziehungsweise nach Vorarbeit der Koordinierungsstelle beschließen, dazu gehören beispielsweise folgende Punkte: Welche Ziele hat das Stadtmarketing jetzt und in fünf Jahren? Welche Maßnahmen sind sinnvoll? Und so weiter. Ideale Ergänzung wäre ein aus den Reihen des Gemeinderates besetzter Lenkungskreis, der einmal im Jahr diese konzeptionellen Vorgaben bespricht, und ich meine, das war auch schon mal am Anfang im Gespräch, eben Anregungen gibt und aktualisierte Zielsetzungen absegnet. Warum zusätzlich zu den Aufgaben des KTG und der KEG ein Lenkungskreis? Ganz einfach, Aufsichtsräte müssen vor allem den Gesellschaftszweck ihres Unternehmens im Blick haben, und sie können auch nicht für die anderen Einheiten im Konzern Stadt sprechen, nur als Beispiel sei hier die Kultur genannt. KULT bittet darum, dass auch dieses politische Lenkungsgremium in die Überlegungen zu Beschlüssen zur Umsetzung des Gesamtkonzeptes im Dezember 2017 mit einfließt. Wie gesagt, in den Vorgesprächen war meines Wissens so ein Lenkungskreis Teil der Überlegung. Auch diese Bitte richten wir an Sie, Herr Oberbürgermeister. Unter der Maßgabe, dass diese zwei Vorschläge, Stabsstelle mit personenidentischer kleiner GmbH und politisch besetzter Lenkungskreis, in die weiteren Überlegungen mitbetrachtet werden, stimmt die KULT der heutigen Vorlage zu. Ähnlich schlagen wir vor, mit dem Antrag der GRÜNEN umzugehen, die Geschäftsbereiche von KTG und KEG zu einer einzigen GmbH mit zwei Geschäftsführern zusammenfassen. Ob dieser Vorschlag etwas bringt, können wir im Moment nicht überblicken, da er in den Vorberatungen nicht ernsthaft diskutiert wurde.

Stadtrat Hock (FDP): Herr Kollege Konrad, der Unterschied zu der KULT-Fraktion und ihrer Fraktion war, dass ich aus dem Redebeitrag von Kollege Haug jetzt verstanden habe, dass man versucht, die stadtbeste Möglichkeit für uns zu erarbeiten und an dieser auch mitzuarbeiten. Bei Ihrem Änderungsantrag habe ich jetzt den Eindruck gehabt, man ist unterlegen oder man hat nicht das durchsetzen können, was man gerne gewollt hat, aber man bringt es jetzt noch mal in den Gemeinderat, um hier noch mal ein bisschen für Wirbel zu sorgen. Also von daher gesehen, sage ich ganz ehrlich, wir haben ja zwei Jahre daran gearbeitet, wir haben zwei Geschäftsführer mit einem umfangreichen Netzwerk, dass es so ist, zeigt mir jetzt gerade ihre Aufregung, wunderbar. Von daher gesehen, wir haben zwei Geschäftsführer, die die letzten Jahre für die Stadt Karlsruhe riesige Events und touristische Dinge nach vorne gebracht haben. Wir haben größtes Vertrauen in die Neuaufstellung des strategischen Marketings, sind aber wie die KULT-Fraktion der Meinung, Herr Oberbürgermeister, wenn das was vorgeschlagen wird, noch mal aufgenommen wird, wäre es auch in unserem Interesse. Wir sind heute in Anbetracht der Zeit, absolut mit der Vorlage zufrieden und gehen für dieses für die Stadt so wichtige Projekt des strategischen Marketings gerne mit.

Stadtrat Dr. Schmidt (AfD): Die vorgebrachten Argumente von CDU und SPD für die Neuorganisation, waren weniger Schnittstellen, bessere Kommunikation, besserer Zusammenarbeit und diese Argumente gelten auch für das Vorgehen, was die GRÜNEN vorschlagen, das man nämlich die drei Gesellschaften in eine zusammen führt. Nur noch verstärkt, das heißt genau die Argumente die von CDU und SPD für diese Zweierkonstellation vorgetragen werden, gelten verstärkt dafür, dass man alles unter einem

Dach bündelt. Wir als Nicht-Fraktion waren in diesem Gremium nicht dabei, aber wenn man sich jetzt mal mit einem gewissen Abstand anschaut, wie die einzelnen Themengebiete zwischen KTG und KEG verteilt wurden, dann bekommt man schon den Eindruck, dass inhaltlich soviel Unterschied zwischen diesen beiden Gesellschaften gar nicht sein kann, denn beispielsweise Kulturmarketing ohne Eiszeit bei KTG, aber Eiszeit und Weihnachtsstadt bei KEG und Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei KTG, aber Kooperationsmarketing bei KEG angesiedelt sind, muss man sich schon fragen, wieso eigentlich diese beiden Gesellschaften Karlsruher Tourismus GmbH und Event GmbH separat sind. Thematisch gesehen scheint es besser zu sein, wenn sie zusammen sind, weil dann die Themen besser gemeinsam bearbeitet werden können. Es ist auch sinnvoll, wenn man für eine Gesellschaft zwei kompetente Geschäftsführer hat, die sich gegenseitig vertreten können und ihren Bereich haben, wo sie eben Spezialisten sind, welches sie abdecken. Das ist durchaus sinnvoll und das andere Problem mit den Vergaberegeln, wie von Herrn Konrad ausgeführt, hätte man bei der Konstellation auch besser gelöst. Deswegen spricht für uns, auf der Basis von den Einblicken, die wir hier bekommen haben, alles für die Lösung der GRÜNEN, die wir dann auch unterstützen werden.

Der Vorsitzende: Das waren jetzt alle Wortbeiträge zu den einzelnen Punkten, zu denen ich angesprochen worden bin. Herr Stadtrat Dr. Käuflein, wir werden den Begriff Marketing dann wieder klären müssen, wenn wir die alte Stadtmarketing GmbH auflösen. Das wird erst im nächsten Jahr sein, wir werden uns dann entsprechend verständigen, denn Sie haben im Grundsatz recht, dass man diesen Begriff jetzt nicht abstrakt über alles stellen kann, sondern ihn auch irgendwo ein Stück weit verorten muss.

Die Vorschläge von Ihnen, Herr Stadtrat Haug, kann ich gerne bis auf einen Vorschlag, als diskussionsbegleitend für diesen Prozess aufnehmen. Nicht folgen kann ich dem Vorschlag, dass wir eine strategische stabsstellenähnliche Funktion mit der Geschäftsführung einer Rumpfgesellschaft Stadtmarketing kombinieren, denn wir haben uns explizit dafür entschieden diese dritte Gesellschaft kurzfristig bis mittelfristig aufzulösen. Wir bekommen damit auch eine Unwucht in die Steuerung, die oben strategische Steuerung heißt und unten in den Gesellschaften operative Umsetzung. Wenn Sie dann auf derselben Ebene wie die Gesellschaften in einer dritten Gesellschaft dann aber denjenigen stellen, der oben auch wiederum die strategische Gesamtsteuerung begleiten soll, dann ist das aus unserer Sicht - wir haben das im Arbeitskreis lange diskutiert - keine saubere Lösung. Wir wissen, dass es in manchen Städten anders organisiert ist. Es ist jetzt kein Vorschlag, der nicht auch irgendwo seine Berechtigung hätte, aber für das, wie wir an das Thema rangehen, halten wir es nicht für zielführend. Ich kann Ihnen aber zusagen, dass wir gerne immer jeden Schritt den wir tun, mit den Vorteilen vergleichen, die eine andere Lösung gehabt hätte und Ihnen das dann auch rückmelden, warum wir trotzdem bei unserem Weg bleiben und nicht den anderen Weg gehen. Wenn wir uns so einigen, dann könnte ich das alles gerne als Diskussionsbeitrag mitaufnehmen.

Dann kommen wir jetzt zur Abstimmung. Ich rufe zunächst den Änderungsantrag der GRÜNEN - alles zu einer Gesellschaft zusammenzuführen - auf und bitte jetzt für den Änderungsantrag um das entsprechende Votum - Das ist eine mehrheitliche Ablehnung.

Wir kommen jetzt zur eigentlichen Beschlussvorlage, die unverändert zur Abstimmung steht, und ich bitte um Ihr Votum ab jetzt. - Das ist eine sehr breite Mehrheit. Ich möchte mich an der Stelle noch mal ausdrücklich bei den Mitgliedern der Arbeitsgruppe bedanken, das ist ein tolles Votum für das, was wir alles geschafft haben, und es war wirklich keine ganz leichte Geschichte.

Zur Beurkundung:
Die Schriftführerin:

Hauptamt – Ratsangelegenheiten
31. August 2017