



Landkreis Görlitz

**Vorlage Nr.
BV/022/2024**

Geschäftsbereich
Landrat

Beratungsfolge	Termin	Zuständigkeit	Status der Sitzung
Kreistag des Landkreises Görlitz	04.09.2024	Entscheidung	öffentlich

TOP **Wahl Vertreter in die Gesellschafterversammlung Marketinggesellschaft
Oberlausitz-Niederschlesien mbH**

Dr. Stephan Meyer
Landrat

Beschlussvorschlag

Der Kreistag des Landkreises Görlitz wählt als Vertreter in die Gesellschafterversammlung der Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH:

Jörg Funda

Finanzielle Auswirkungen: keine

Begründung

Der Landkreis Görlitz ist mit 27,50% an der Marketinggesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien beteiligt. Weitere Gesellschafter sind der Landkreis Bautzen (27,50%), die Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien (22,50%) die Kreissparkasse Bautzen (11,25%) und die Ostsächsische Sparkasse Dresden (11,25%).

Neben dem Landrat als gesetzlichen Vertreter sieht der Gesellschaftsvertrag vor, einen weiteren Vertreter aus der Mitte der Kreisräte zu wählen.

Auszug

aus dem Gesellschaftsvertrag UR Nr. 28/2021 vom 06. Januar 2021 § 3 Abs. 1 und § 7 Abs. 1

§ 3 Stammkapital, Stammeinlagen

- (1) Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt
EUR 32.000,00
(Zweiunddreißigtausend Euro)
- (2) Von diesem Stammkapital halten:
- | | |
|--|---------------------|
| 1. Landkreis Bautzen | EUR 8.800,00 |
| 2. Landkreis Görlitz | EUR 8.800,00 |
| 3. Sparkasse Oberlausitz-Niederschlesien | EUR 7.200,00 |
| 4. Kreissparkasse Bautzen | EUR 3.600,00 |
| 5. Ostsächsische Sparkasse Dresden | EUR 3.600,00 |

§ 7 Gesellschafterversammlung, Einberufung und Vorsitz

- (1) **Die Gesellschafterversammlung besteht aus den gesetzlichen Vertretern der Gesellschafter Nr. 1 und Nr. 2 und je einem weiteren Vertreter, der aus der Mitte der Kreisräte der Gesellschafter zu wählen ist**, sowie jeweils eine von den Gesellschaftern Nr. 3 bis Nr. 5 zu benennende Person. Die ordentliche Gesellschafterversammlung findet in den ersten acht Monaten des Geschäftsjahres statt.

Gegenstand des Unternehmens sind die Unternehmensbereiche Destinationsmanagement, zu dem zum Beispiel die Steuerung gebiets- und länderübergreifender Produkt- sowie Angebotsentwicklungen, die Begleitung von Fachthemen wie dem Qualitätstourismus, Barrierefreiheit oder Mobilität sowie tourismusfachliche Beratungen gehören. Dem Tourismusmarketing Oberlausitz wird u.a. die Umsetzung der Leitproduktstrategie mit verschiedenen Marketingmaßnahmen, Kampagnen und Vermarktungsinitiativen, die Begleitung der Digitalisierung im Tourismus und die Vermarktung regionsübergreifender touristischer Produkte und Angebote zugeschrieben. Der Regionalentwicklung Oberlausitz werden im Wesentlichen die Markenprozessführung „Oberlausitz.“, identitätsstiftende Maßnahmen sowie die Begleitung länderübergreifender Projekte zugeordnet. Das Stammkapital beträgt EUR 32.000.