

<b><u>öffentlich</u></b>	
Verantwortlich: Büro der Bürgermeisterin	<b>MITTEILUNGSVORLAGE</b>

Geschäftszeichen	Datum 05.11.2025	<b>MV/2025/110</b>
------------------	---------------------	--------------------

<b>Beratungsfolge</b>	<b>Zuständigkeit</b>	<b>Termine</b>
Rat der Stadt Wedel	Kenntnisnahme	13.11.2025

**Beantwortung der Anfrage von Bündnis 90/Die Grünen zum Rat vom 25.09.2025, TOP 13, "Wedel Marketing - Umsetzung des Innenstadtkonzeptes"**

**Inhalt der Mitteilung:**

Wir bitten die Verwaltung, uns folgende Fragen zu beantworten bzw. Erläuterungen zu folgenden Punkten zu geben:

1. Die Umsetzung des vom Rat beschlossenen Innenstadtentwicklungskonzepts und Mobilitätskonzepts sind originäre Verwaltungsaufgaben (Beschlüsse, Leerstandsatzungen, Bürgerbeteiligung) Warum wird dem nicht in der BV/2025/067 entsprochen?

Antwort zu 1: Wedel Marketing übernimmt als operativer Partner die Umsetzung ausgewählter, praxisnaher Maßnahmen aus dem Innenstadtentwicklungskonzept in enger Abstimmung mit der Verwaltung. Regulatorische oder hoheitliche Aufgaben bleiben bei der Stadtverwaltung. Demnach geht es nicht um eine Abnahme oder Ablehnung der originären Verwaltungsaufgaben, sondern um eine operative Umsetzung durch Wedel Marketing in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und der Verwaltungsspitze.

2. Die Beschlussvorlage BV/2025/67 trägt den Titel: Wedel Marketing - Umsetzung des Innenstadtkonzeptes: Welche Punkte genau soll der/die Citymanager\*in aus dem Innenstadtentwicklungskonzept umsetzen?

Antwort zu 2: Wedel Marketing wird ausgewählte, praxisnahe Maßnahmen, die vorab mit der Stadtplanung und Verwaltungsspitze abgestimmt werden, aus dem Innenstadtentwicklungskonzept umsetzen. Die Umsetzung erfolgt jederzeit in enger Abstimmung zwischen Stadtverwaltung und Verein. Wedel Marketing agiert in der operativen Umsetzung der Maßnahmen.

3. Wie sollen bei den Varianten 2 und 3 aus Sicht der Verwaltung kommunale Aufgaben wie eine eventuell zu erstellende Leerstandssatzung oder die Umsetzung der beschlossenen städtischen Konzepte (Mobilität, Innenstadtentwicklung) angegangen werden? Diese Bereiche erfordern Durchgriffsmöglichkeiten, die von der Geschäftsführung eines Vereins nicht geleistet werden können

Antwort zu 3: Regulatorische oder hoheitliche Aufgaben (z. B. Leerstandssatzungen, Beschlüsse) bleiben bei der Stadtverwaltung. Wedel Marketing ergänzt mit Netzwerk, Kommunikationskraft und Umsetzungskompetenz, um die beschlossenen Konzepte sichtbar und erlebbar zu machen. Durchgriffsmöglichkeiten, die von der Vereinsgeschäftsführung nicht geleistet werden können, bleiben somit bei der Stadtverwaltung; Wedel Marketing unterstützt operativ. Hier sei wiederholt erwähnt, dass die Bürgermeisterin Mitglied des Vorstandes ist und dementsprechend einwirken kann.

4. Wie sollen bei den Varianten 2 und 3 aus Sicht der Verwaltung die Belange der Bürger\*innen im Fokus stehen bzw. bewahrt bleiben? Wie sollen die Einflussmöglichkeiten von Kommunen und Politik gewahrt bleiben? Die Interessen einer Gemeinschaft von überwiegend Gewerbetreibenden decken sich nicht zwangsläufig mit den Interessen der Bürger\*innen, wie sie in den Konzeptentwicklungen zum Ausdruck kamen.

Antwort zu 4: Das Citymanagement bei Wedel Marketing basiert auf klaren Abstimmungen, regelmäßigen Austauschformaten und transparenter Mittelverwendung. Die Stadtverwaltung bleibt jederzeit eingebunden und behält über

die Erstellung der Zuschussvereinbarung die Steuerungsmöglichkeit. Vertrauen basiert auf Transparenz und Zusammenarbeit - eine gemeinsame Gestaltung mit Bürgerbeteiligung bleibt möglich. Bürgersprechstunden werden geplant, so dass eine Beteiligung - wie auch bei der Entwicklung des Innenstadtentwicklungskonzeptes - gewährleistet wird. Eine Beteiligung erfolgt schon heute zum einen über den Beirat, in dem auch Politikerinnen und Politiker aktiv mitarbeiten. Zum anderen bietet gerade auch der monatliche EDIMO (monatliches Treffen) immer die Gelegenheit zu einem regelmäßigen Austausch.

5. Wie werden die Risiken eingeschätzt, wenn die Stadt - mitsamt der Kommunalpolitik - ihre Weisungsbefugnis, zumal in Variante 2 noch ohne gesicherte Gegenleistung, aus der Hand gibt?

Antwort zu 5: Die Stadtverwaltung bleibt eingebunden und behält die Steuerungsmöglichkeit durch Erstellung der Zuschussvereinbarung und Festlegung der gemeinsamen Ziele. Das Modell setzt auf klare Abstimmungen, regelmäßigen Austausch und transparente Mittelverwendung; dadurch sollen Risiken minimiert und eine verantwortliche Steuerung sichergestellt werden.

6. "Wedel.de wird eine reine Verwaltungsseite, es entfällt die Möglichkeit mit „MOIN WEDEL“ als Stadtleben-Seite eine digitale Plattform für Wirtschaft, Tourismus und Kultur durch Wedel Marketing aufzubauen."
- a. Soll die Stadt den Aufbau der Internet-Seite "MOIN WEDEL" mit Zuschüssen fördern?
  - b. Sollte dieser Aufbau nicht durch die Gewerbetreibenden selbst finanziert werden - zumal sie sich ja bald selbst tragen soll?

Antwort zu 6: „MOIN WEDEL“ soll als digitale Plattform Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Bürgerschaft verbinden. Die Stadtverwaltung unterstützt die Entwicklung konzeptionell und kommunikativ, Wedel Marketing verantwortet den Aufbau und Betrieb. Eine Förderung erfolgt auf konzeptioneller/kommunikativer Ebene, nicht als Zuschussfinanzierung. Eine Kofinanzierung durch Gewerbetreibende „im laufenden Betrieb“ (analog zum jetzigen Wedel.de-Modell ist unabdingbar, auch die Erstellung kann aktuell nur durch Mitgliedsbeiträge und Sponsoring geleistet werden, da die 40.000 Euro der Stadt lediglich anteilig die zusätzlichen Personalkosten für den „Wirtschaftsmanager“ tragen. Es entsteht eine moderne, einheitliche Kommunikationsplattform, die über rein wirtschaftliche Interessen hinaus das gesamte Stadtleben widerspiegelt.

7. Warum ist die Variante 1 aus Sicht der Verwaltung die Umsetzung mit der stärksten finanziellen Belastung für den städtischen Haushalt? Siehe Darstellung des Sachverhaltes der BV im Vergleich zum Beschlussvorschlag selbst - Variante 1 scheint den Haushalt am wenigsten zu belasten.

Antwort zu 7: Die Empfehlung der Verwaltung fokussiert effizientes Handeln, gezielten Mitteleinsatz und zusätzliches Drittmittelmanagement. Die direkte Belastung des Haushalts soll durch Erschließung von Drittmitteln minimiert werden. Diese sind bei Wedel Marketing in Form von Sponsoring und Mitgliedsbeiträgen bereits vorhanden

8. Warum steht bei Variante 1 "Schnelles sichtbares Leuchtturmprojekt fehlt: keine Errichtung eines Pop Up-Stores in 2026"?

- a) Ist es nicht so, dass der Pop Up-Store in 2026 sowieso kommt, egal wie die Entscheidung ausfällt?
- b) Soll die neue Geschäftsführer\*in dann diesen Pop Up-Store betreiben?
- c) Wird das Leuchtturmprojekt ein reines Wedel Marketing Leuchtturmprojekt oder ist die Wirtschaftsförderung der Stadt Wedel bzw. auch die Bürgermeisterin (Stab) aktiv beteiligt? Wenn ja wie bzw. in welcher Form?
- d) Welchen finanziellen Einsatz erfordert das Leuchtturmprojekt konkret?

Antwort zu 8: Ob der Pop-up-Store in 2026 kommt, hängt von der konkreten Umsetzung und der Entscheidung ab. Die Variante 1 sieht keine eigene, sofortige Umsetzung dieses Leuchtturmprojekts innerhalb des Haushaltsjahres 2026 vor. Die Organisation und Beteiligung erfolgt gemeinsam und wird mit den zuständigen Akteuren (Wedel Marketing, Stadtverwaltung, Wirtschaftsförderung) abgestimmt. Ob der neue Geschäftsführer bzw. die neue Geschäftsführung den Store betreibt, ergibt sich aus der konkreten Rollenzuordnung in der Umsetzungsplanung. In der Projektumsetzung sollen Drittmittel akquiriert werden. Die genaue Summe ergibt sich aus der späteren Detailplanung.

9. Zu Variante 2: Die Stadt zahlt 135 T€ an Wedel Marketing ohne Leistungsvereinbarung. Die Grundlage soll eine Zuschussvereinbarung mit der Erfüllung der Vereinssatzung sein. Dann entscheidet der Verein eigenverantwortlich über die konkrete Verwendung der Mittel im Rahmen seiner Zwecke. Der Verein legt der Stadt jährlich einen Verwendungsnachweis vor. Ein Anspruch der Stadt auf die Durchführung bestimmter Einzelveranstaltungen (z. B. Hafenfest) wird nicht begründet.
- a) In § 2 Zweck und Aufgaben des Vereins Absatz 2 steht "Der Verein verfolgt diesen Zweck insbesondere durch Aktivitäten, die in der Leistungsbeschreibung mit der Stadt Wedel und der Zielkonzeption festgehalten sind." Wie soll die Satzung dann zukünftig in dieser Variante formuliert werden?
  - b) Wie kommt das Innenstadt- und Mobilitätskonzept in die Satzung?
  - c) Wer entscheidet über die Aufgaben und Aktivitäten des/der Geschäftsführer/in? Der Vorstand? (Mitgliederversammlung und Beirat tagen ja nicht sehr oft).
  - d) "Grundvoraussetzung ist Vertrauen" Trotzdem: Wie groß sind die Einflussmöglichkeiten durch die Stadt Wedel (Mehrheiten)?
  - e) Wenn es sich um einen reinen Zuschuss handelt, dann müssten wir jetzt auch nicht über einen Geschäftsführer entscheiden, weil wir ja als Rat keinen Einfluss darauf haben, wie das Geld ausgegeben wird?
  - f) Wenn wir bisher 95 T€ bezahlt haben und Wedel Marketing Umsatzsteuer bezahlen musste, könnte man in diesem Fall ja auch die 95 T€ etwas reduzieren => z.B. Zuschuss Stadt Wedel  $80 + 40 = 120$  T€?
  - g) Wenn wir einen Zuschuss geben, würden wir uns dann für 3 Jahre festlegen? Oder wie bei anderen Zuschüssen von Jahr zu Jahr nach Haushaltslage entscheiden?

Antwort zu 9: Über den Satzungsentwurf, den der Vorstand im Rahmen seiner Vorstandssitzung entworfen hat, stimmen die Mitglieder von Wedel Marketing während ihrer Mitgliederversammlung Anfang Dezember ab. Hier lautet beim oben genannten Passus: „**Neu:** 2. Der Verein verfolgt diesen Zweck insbesondere durch die Aktivitäten, die in der Zielkonzeption festgehalten sind.“

Das Innenstadtentwicklungskonzept ist ein Bestandteil der Stellenausschreibung und der zukünftigen Zielkonzeption. Bei der Entwicklung des Innenstadtentwicklungskonzepts lag „Stadt + Handel“ das Mobilitätskonzept vor.

Wedel Marketing verpflichtet sich zu einer transparenten Berichterstattung über die Verwendung der städtischen Zuschüsse, d.h. vierteljährlich wird der Quartalsbericht über anstehende Projekte und Maßnahmen im Haupt- und Finanzausschuss vorgestellt sowie einmal pro Jahr wird der Jahresbericht im Haupt- und Finanzausschuss vorgelegt. Inhaltlich orientiert sich der Verein an den Zielvorgaben basierend auf dem Innenstadtkonzept, die Auswahl an den im Innenstadtentwicklungskonzept vorgeschlagenen Projekten und Maßnahmen erfolgt in enger Abstimmung mit der Stadt. Die Entscheidung über Aufgaben und Befugnisse der Geschäftsführung liegt grundsätzlich beim Vorstand, in dem die Stadt durch die Bürgermeisterin vertreten wird. Über Änderungen der Vereinssatzung und die damit verbundenen übergeordneten Zielsetzungen entscheiden grundsätzlich die Mitglieder.

Die Regelung zur Laufzeit, zur Verpflichtung des Vereins, den städtischen Zuschuss für die Erfüllung von Satzungszwecken zu verwenden, sowie zur Möglichkeit einer vorzeitigen Kündigung bei groben Vertragsverstößen wird in der Zuschussvereinbarung getroffen. Vertrauen und Kontrolle bleiben im Gleichgewicht.

10. Was hindert „Wedel Marketing“ daran, eine zentralere Geschäftsstelle sowie eine Webseite in Kooperation mit einem kommunalen Citymanagement aufzubauen? Bitte die Hinderungsgründe erläutern.

Antwort zu 10: Eine zentrale Geschäftsstelle und eine gemeinsame Plattform sind ausdrücklich Zielsetzungen, die dazu beitragen sollen, die Strukturen zu verbessern, flexibel mit Sponsoren, Gewerbetreibenden und externen Partnern zusammenzuarbeiten und dabei die enge Kooperation mit der Stadt zu bewahren.

Eine personelle und finanzielle Ausweitung der Ressourcen durch Sponsoring, erhöhtem Zuschuss und Fördermitteln durch die AktivRegion ist eine Voraussetzung für die Bearbeitung des Handlungsfeldes „Innenstadtentwicklung“. Mit den bisherigen städtischen Zuschüssen sind noch nicht einmal die aktuellen Personalkosten gedeckt, geschweige denn die Umsetzung der bisherigen Projekte & Maßnahmen.

11. Gibt es zwingende Gründe dafür, dass eine zentralere Geschäftsstelle sowie der Aufbau einer Webseite nur geht, wenn das Citymanagement beim Verein angesiedelt ist? Falls ja, bitte die Gründe erläutern.
12. Was hindert potentielle Sponsoren daran, Projekte in Kooperation mit einem städtischen Citymanagement zu fördern? Können dafür Gründe genannt werden?
13. Gibt es Gründe dafür, dass Sponsoring an eine nicht-kommunale Struktur des Citymanagements gebunden ist

Antwort zu 11-13: Die gewählte Struktur erleichtert es, flexibel mit Sponsoren, Gewerbetreibenden und externen Partnern zu arbeiten, gleichzeitig aber die enge Kooperation mit der Stadt zu bewahren. Für Sponsoren und Unternehmen sind die Vereinsstrukturen oft attraktiver, weil sie direkt projektorientiert und unbürokratisch unterstützen können - das kommt am Ende der ganzen Stadt zugute.

14. Es wird angemerkt, dass Variante 2 auf Vertrauen basiert. Es scheint in Variante 1 aber nicht vorgesehen zu sein, Vertrauen in eine\*n städtischen Citymanager\*in zu investieren. Warum nicht?

15. Warum hängt die Motivation der Ehrenamtlichen von der Struktur des Citymanagements ab? Siehe Erläuterungen zum Sachverhalt Variante 2 und 3. Bitte auch hier die Zusammenhänge erläutern.

Antwort zu 14-15: Für Variante 1 werden vertrauensbasierte Grundlagen nicht explizit genannt, stellen aber wie für Variante 2 wesentliche Faktoren der Zusammenarbeit dar. Engagement entsteht dort, wo Gestaltungsspielräume und gegenseitiges Vertrauen vorhanden sind. Die Ehrenamtlichen, Mitglieder und Partner von Wedel Marketing identifizieren sich stark mit der Stadt - die gewählte Struktur ermöglicht es ihnen, ihre Ideen direkt und praxisnah einzubringen. Gleichzeitig ist man sich der Verantwortung bewusst, die Stadt und ihre Bürgerinnen und Bürger stets im Mittelpunkt zu behalten. Die vertrauensbasierte, gestaltungsorientierte Struktur, die Ehrenamtliche motiviert; würde vermutlich ähnliche Effekte durch andere organisatorische Mechanismen benötigen. Motivation wächst dort, wo Mitwirkungsspielräume und Vertrauen gegeben sind, während eine rein formale oder hierarchische Struktur ohne diese Elemente schwächer motivieren könnte.

16. Ist eine gemeinsame Projektmanagementplattform und vielleicht sogar eine gemeinsame CRM (Customer Relationship Management, „Kundenbeziehungsmanagement“) der Stadt Wedel und Wedel Marketing geplant?

Antwort zu 16: Die Errichtung einer gemeinsamen Projektplattform sowie perspektivisch einer CRM-Lösung sind denkbar, jedoch noch nicht aktiv angeschoben worden. Ziel ist ein integriertes, professionelles Stadtmanagement, das Informationen, Projekte und Kommunikation bündelt - ein starkes Signal für moderne Zusammenarbeit zwischen Verwaltung, Politik und Wirtschaft.

#### Anlage/n

- 1 Gruene Anfrage\_TOP-13\_Citymanagement\_Rat\_25\_09\_2025

**Anfrage von Bündnis 90/Die Grünen zum Rat 25.09.2025,  
TOP 13, „Wedel Marketing - Umsetzung des Innenstadtkonzeptes“, BV/2025/067**

Ein effektives Stadtmarketing steigert die Attraktivität unserer Stadt, soll zur Belebung der Innenstadt beitragen, Beziehungen und Kommunikation zwischen Wirtschaft und Stadt intensivieren, Kultur weiter aufleben lassen und insgesamt ein positives Bild, auch im Hinblick auf Familien, unserer ganzen Stadt schaffen. Im März 2025 hat die Ratsversammlung einstimmig das Innenstadtentwicklungskonzept beschlossen (BV/2025/009), dem eine umfangreiche Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger vorausging. Die Aktivitäten eines Citymanagements, die sich aus der Beschlussvorlage BV/2025/067 ergeben sollen, halten wir für sinnvoll und wichtig: Jedoch enthält die Vorlage, die uns nun zum Beschluss eines Citymanagements in der Ratsversammlung vorliegt, aus Sicht unserer Fraktion leider Ungereimtheiten und wirft viele Fragen auf.

**Wir bitten die Verwaltung, uns folgende Fragen zu beantworten bzw. Erläuterungen zu folgenden Punkten zu geben:**

1. **Die Umsetzung des vom Rat beschlossenen Innenstadtentwicklungskonzepts und Mobilitätskonzepts sind originäre Verwaltungsaufgaben (Beschlüsse, Leerstandsatzungen, Bürgerbeteiligung) Warum wird dem nicht in der BV/2025/067 entsprochen?**
2. Die Beschlussvorlage BV/2025/67 trägt den Titel: Wedel Marketing – Umsetzung des Innenstadtkonzeptes: **Welche Punkte genau soll der/die Citymanager\*in aus dem Innenstadtentwicklungskonzept umsetzen?**
3. **Wie sollen bei den Varianten 2 und 3 aus Sicht der Verwaltung kommunale Aufgaben wie eine eventuell zu erstellende Leerstandssatzung oder die Umsetzung der beschlossenen städtischen Konzepte (Mobilität, Innenstadtentwicklung) angegangen werden?**  
Diese Bereiche erfordern Durchgriffsmöglichkeiten, die von der Geschäftsführung eines Vereins nicht geleistet werden können.
4. **Wie sollen bei den Varianten 2 und 3 aus Sicht der Verwaltung die Belange der Bürger\*innen im Fokus stehen bzw. bewahrt bleiben? Wie sollen die Einflussmöglichkeiten von Kommunen und Politik gewahrt bleiben?**  
Die Interessen einer Gemeinschaft von überwiegend Gewerbetreibenden decken sich nicht zwangsläufig mit den Interessen der Bürger\*innen, wie sie in den Konzeptentwicklungen zum Ausdruck kamen.
5. **Wie werden die Risiken eingeschätzt, wenn die Stadt - mitsamt der Kommunalpolitik – ihre Weisungsbefugnis, zumal in Variante 2 noch ohne gesicherte Gegenleistung, aus der Hand gibt?**
6. "Wedel.de wird eine reine Verwaltungsseite, es entfällt die Möglichkeit mit „MOIN WEDEL“ als Stadtleben-Seite eine digitale Plattform für Wirtschaft, Tourismus und Kultur durch Wedel Marketing aufzubauen."



- a. Soll die Stadt den Aufbau der Internet-Seite "MOIN WEDEL" mit Zuschüssen fördern?
  - b. Sollte dieser Aufbau nicht durch die Gewerbetreibenden selbst finanziert werden – zumal sie sich ja bald selbst tragen soll?
7. **Warum ist die Variante 1 aus Sicht der Verwaltung die Umsetzung mit der stärksten finanziellen Belastung für den städtischen Haushalt?**  
 Siehe Darstellung des Sachverhaltes der BV im Vergleich zum Beschlussvorschlag selbst – Variante 1 scheint den Haushalt am wenigsten zu belasten.
8. **Warum steht bei Variante 1 "Schnelles sichtbares Leuchtturmprojekt fehlt: keine Errichtung eines Pop Up-Stores in 2026"?**
  - a. Ist es nicht so, dass der Pop Up-Store in 2026 sowieso kommt, egal wie die Entscheidung ausfällt?
  - b. Soll die neue Geschäftsführer\*in dann diesen Pop Up-Store betreiben?
  - c. Wird das Leuchtturmprojekt ein reines Wedel Marketing Leuchtturmprojekt oder ist die Wirtschaftsförderung der Stadt Wedel bzw. auch die Bürgermeisterin (Stab) aktiv beteiligt? Wenn ja wie bzw. in welcher Form?
  - d. Welchen finanziellen Einsatz erfordert das Leuchtturmprojekt konkret?
9. **Zu Variante 2:** Die Stadt zahlt 135 T€ an Wedel Marketing ohne Leistungsvereinbarung. Die Grundlage soll eine Zuschussvereinbarung mit der Erfüllung der Vereinssatzung sein. Dann entscheidet der Verein eigenverantwortlich über die konkrete Verwendung der Mittel im Rahmen seiner Zwecke. Der Verein legt der Stadt jährlich einen Verwendungsnachweis vor. Ein Anspruch der Stadt auf die Durchführung bestimmter Einzelveranstaltungen (z. B. Hafenfest) wird nicht begründet.
  - a. In § 2 Zweck und Aufgaben des Vereins Absatz 2 steht "Der Verein verfolgt diesen Zweck insbesondere durch Aktivitäten, die in der Leistungsbeschreibung mit der Stadt Wedel und der Zielkonzeption festgehalten sind." **Wie soll die Satzung dann zukünftig in dieser Variante formuliert werden?**
  - b. **Wie kommt das Innenstadt- und Mobilitätskonzept in die Satzung?**
  - c. **Wer entscheidet über die Aufgaben und Aktivitäten des/der Geschäftsführer/in? Der Vorstand?** (Mitgliederversammlung und Beirat tagen ja nicht sehr oft).
  - d. "Grundvoraussetzung ist Vertrauen" Trotzdem: **Wie groß sind die Einflussmöglichkeiten durch die Stadt Wedel (Mehrheiten)?**
  - e. **Wenn es sich um einen reinen Zuschuss handelt, dann müssten wir jetzt auch nicht über einen Geschäftsführer entscheiden, weil wir ja als Rat keinen Einfluss darauf haben, wie das Geld ausgegeben wird?**
  - f. **Wenn wir bisher 95 T€ bezahlt haben und Wedel Marketing Umsatzsteuer bezahlen musste, könnte man in diesem Fall ja auch die 95 T€ etwas reduzieren => z.B. Zuschuss Stadt Wedel 80 + 40 = 120 T€?**
  - g. **Wenn wir einen Zuschuss geben, würden wir uns dann für 3 Jahre festlegen? Oder wie bei anderen Zuschüssen von Jahr zu Jahr nach Haushaltslage entscheiden?**
10. **Was hindert „Wedel Marketing“ daran, eine zentralere Geschäftsstelle sowie eine Webseite in Kooperation mit einem kommunalen Citymanagement aufzubauen?**  
 Bitte die Hinderungsgründe erläutern.
11. **Gibt es zwingende Gründe dafür, dass eine zentralere Geschäftsstelle sowie der Aufbau einer Webseite nur geht, wenn das Citymanagement beim Verein angesiedelt ist?**  
 Falls ja, bitte die Gründe erläutern.



12. **Was hindert potentielle Sponsoren daran, Projekte in Kooperation mit einem städtischen Citymanagement zu fördern? Können dafür Gründe genannt werden?**
13. **Gibt es zwingende Gründe dafür, dass das Sponsoring an eine nicht-kommunale Struktur des Citymanagements gebunden ist?**
14. **Es wird angemerkt, dass Variante 2 auf Vertrauen basiert. Es scheint in Variante 1 aber nicht vorgesehen zu sein, Vertrauen in eine\*n städtischen Citymanager\*in zu investieren. Warum nicht?**
15. **Warum hängt die Motivation der Ehrenamtlichen von der Struktur des Citymanagements ab?** Siehe Erläuterungen zum Sachverhalt Variante 2 und 3. Bitte auch hier die Zusammenhänge erläutern.
16. **Ist eine gemeinsame Projektmanagementplattform und vielleicht sogar eine gemeinsame CRM (Customer Relationship Management, „Kundenbeziehungsmanagement“) der Stadt Wedel und Wedel Marketing geplant?**

*Für die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen:*

*Petra Kärger, Petra Goll, Karin Blasius, Thomas Wöstmann*