



► **Nr. VO/2013/00769**
öffentlich

Lübeck, 13.08.2013

Bericht

Bereiche:
3.031 - Fachbereichs-Dienste

Bearbeitung: Maik Schneider (E-Mail: maik.schneider@luebeck.de Telefon: 122-3912)

SICHERHEITSKONZEPT im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck ab 2013

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
20.08.2013	Ausschuss für Umwelt, Sicherheit und Ordnung	Öffentlich	zur Kenntnisnahme
09.09.2013	Wirtschaftsausschuss und Ausschuss für den "Kurbetrieb Travemünde (KBT)"	Öffentlich	zur Kenntnisnahme
26.09.2013	Bürgerschaft der Hansestadt Lübeck	Öffentlich	zur Kenntnisnahme

Anlass:

Unglück während der 19. Loveparade 2010 in Duisburg

Verfahren:

Beteiligte Bereiche/Projektgruppen:	3.030	Fachbereichscontrolling
	2.280	Bereich Wirtschaft und Liegenschaften
	2.830	Kurbetrieb Travemünde
	3.322.4	Abt. Gewerbeangelegenheiten
	3.370	Bereich Feuerwehr
	3.327.4	Verkehrs- und Ordnungsdienst
	3.390.1-2	Umweltbehörden
	4.401	Schule und Sport
	5.660.1-3	Straßenverkehrsbehörde
	5.691	Bereich Lübeck Port Authority (LPA)
		Lübeck und Travemünde Marketing (LTM) GmbH
		KWL GmbH
		Polizeidirektion Lübeck 1. Polizeirevier Lübeck 3. Polizeirevier Lübeck

Ergebnis:

In der Gesprächsrunde „Großveranstaltungen“ vom 25.02.2013 ist durch die oben genannten Teilnehmer festgelegt worden, über die Arbeit der Gesprächsrunde und das Sicherheitskonzept in Form eines offiziellen Berichtes unter Federführung des Fachbereichs 3 die Gremien der Hansestadt Lübeck zu informieren.

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gem. § 47 f GO ist erfolgt:

<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>

Ja
Nein

Begründung:

Eine gesonderte Beteiligung von Kindern und Jugendlichen ist mangels spezifischer Betroffenheit nicht erfolgt.

Die Maßnahme ist:

<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

neu
freiwillig
vorgeschrieben durch:

Finanzielle Auswirkungen:

<input type="checkbox"/>

Keine

Bericht:

Am 24. Juli 2010 ereignete sich während der 19. Loveparade in Duisburg ein tragisches Ereignis. Im Zugangsbereich der Veranstaltung kam es aufgrund fehlgeleiteter Besucherströme und Planungsfehlern zu einem Gedränge unter den Besuchern, in dessen Folge 21 Besucherinnen und Besucher starben und 541 weitere verletzt wurden. Dieses bedauerliche Unglück hat die Fachbereichsleitung des Fachbereiches Umwelt, Sicherheit und Ordnung zum Anlass genommen, ein Sicherheitskonzept im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck, im weiteren Dokument Sicherheitskonzept genannt, zu erarbeiten.

Vor 2011 gab es in Lübeck noch keine übergreifende koordinierende Stelle für größere Veranstaltungen. Beginnend ab der Saison 2011 erfolgt eine Vermarktung der städtischen Flächen und Betreuung der Veranstalter durch die Lübeck und Travemünde Marketing (LTM) GmbH (siehe Sitzung der Bürgerschaft am 25.03.2010 TOP 13.10). Um die Veranstaltungsorganisation auch auf städtischer Seite zu vereinheitlichen und zu optimieren, bestand seitens der beteiligten Bereiche der Wunsch nach einer bereichsübergreifenden Abstimmung.

Ab September 2010 sind unter Leitung der Fachbereichsleitung des Fachbereichs 3 mehrere Gesprächsrunden mit den beteiligten Behörden und Bereichen, einem städtischen Eigenbetrieb, städtischen Gesellschaften und der Polizei durchgeführt worden. Zweck der Gesprächsrunden war es, die Zuständigkeiten bei Großveranstaltungen (Flächenzuweisung, Genehmigung) zu erörtern, die Aufgaben bzw. Auflagen von Melde- und Gewerbeangelegenheiten, Feuerwehr, Polizei, Straßenverkehrsbehörde, Umweltbehörde und Ordnungs- und Verkehrsdienst untereinander abzustimmen. Die Zusammenarbeit aller Beteiligten sowie die Kommunikationswege sollten optimiert und verbessert werden.

Zielsetzung der Gesprächsrunde war es, ein Sicherheitskonzept für die Hansestadt Lübeck zu entwickeln, welches das eingeführte und bewährte Qualitätskonzept der LTM GmbH aufgreift und beide Konzepte als Handlungsleitfaden den Veranstaltern zur Orientierung bzw. Planung von Veranstaltungen an die Hand zu geben sowie einen gemeinsamen und einheitlichen Standard festzulegen.

Die Geschäftsführung der Gesprächsrunden wurde vom Fachbereichsdienst des Fachbereichs 3 zur Verfügung gestellt. Die inhaltliche Aufbereitung und abschließende Zusammenführung der Ergebnisse wurde von LTM GmbH übernommen.

Dabei war zu berücksichtigen, dass das Sicherheitskonzept die Basis- und Kommunikationsgrundlage für die Veranstalter und alle beteiligten Behörden darstellt. Das „Sicherheitskonzept im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck“ ist kein in sich abgeschlossenes und starres Instrument, sondern wird je nach Art und Größe der Veranstaltung individuell angepasst und somit zum endgültigen Sicherheitskonzept für die jeweilige Veranstaltung. Ausgenommen davon sind Demonstrationen oder Wahlkampfveranstaltungen, da diese in der Regel nach Versammlungsrecht angemeldet und entsprechend abgearbeitet werden.

Im Weiteren ist vorgesehen, einen jährlichen Erfahrungsaustausch aller Beteiligten jeweils im Februar durchzuführen, um das vergangene Jahr Revue passieren zu lassen und einen Ausblick auf das neue Jahr geben zu können.

Anlagen :

01. SICHERHEITSKONZEPT im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck ab 2013
02. Kurzexposé zum Sicherheitskonzept für Veranstaltungen in Lübeck und Travemünde
03. Qualitätskonzept für Veranstalter
04. Kurzexposé zur Flächenüberlassung für Veranstaltungen in Lübeck und Travemünde
05. Sicherheitsbestimmungen der Berufsfeuerwehr für Veranstaltungen
06. Plan Markt – exemplarisch für Flächenpläne
07. Flächenprofil Markt
08. Stellungnahme Bereich Schule und Sport

Senator/in Bernd Möller

Senator/in Sven Schindler

SICHERHEITSKONZEPT

Sicherheitskonzept im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck ab 2013

INHALT

- I. **Hintergrund**
- II. **Leitfaden für die Durchführung einer Veranstaltung in der Hansestadt Lübeck**
 - II.1.) Planung
 - II.2.) Genehmigung
 - II.3.) Durchführung
 - II.4.) Nachbereitung
- III. **Ablauf**
- IV. **Sicherheitskonzept: Bestandteile**
- V. **Anhang**
 - Q-Konzept für Veranstalter • Kurzexposé für Veranstaltungen • Kurzexposé Sicherheitskonzept • Flächenpläne HL und TR • Adress- und Kontaktliste

I. HINTERGRUND

Entsprechend der Landesverordnung für den Bau und Betrieb von Versammlungsstätten (Versammlungsstättenverordnung – VStättVO -) vom 05. Juli 2004 (hier §43 – Sicherheitskonzept, Ordnungsdienst) hat der Betreiber oder die Betreiberin einer Versammlungsstätte mit mehr als 5000 Besucherplätzen -oder wenn es die Art der Veranstaltung erfordert- ein Sicherheitskonzept zu erstellen. In Anlehnung an den §43 VStättVO ist auch für Outdoor-Veranstaltungen ein Sicherheitskonzept, falls von den zuständigen städtischen Bereichen gefordert, zu erstellen.

In der Hansestadt Lübeck umfasst das Sicherheitskonzept 14 Punkte und ist vom Veranstalter schriftlich spätestens acht Wochen vor der Veranstaltung einzureichen. (siehe IV. Sicherheitskonzept: Bestandteile und Anhang: Kurzexposé Sicherheitskonzept)

II. LEITFADEN FÜR DIE DURCHFÜHRUNG EINER VERANSTALTUNG IN DER HANSESTADT LÜBECK

Kernmoment der erfolgreichen Veranstaltungsumsetzung ist die Gewährleistung der Sicherheit für Leib und Leben aller Beteiligten: Besucher, Dienstleister und Veranstalter. Um dieses Ziel zu erreichen, ist eine konstruktive Zusammenarbeit des Veranstalters und der zuständigen Bereiche der austragenden Stadt/Gemeinde erforderlich. Damit Veranstaltungen unabhängig von ihrer Größe sicher verlaufen, sind mehrere Faktoren maßgebend:

- Bereits in der Planung ist eine **enge Zusammenarbeit aller beteiligten Stellen** erforderlich.
- Maßgeblich unterstützt wird die erfolgreiche Umsetzung durch ein **transparentes, strukturiertes und unkompliziertes Genehmigungsverfahren**.
- Die **schriftliche Dokumentation** aller relevanten Entscheidungen schafft für alle Beteiligten eine einheitliche Verhandlungsvoraussetzung.

- Eine **Nachbereitung der Veranstaltung** durch alle beteiligten Stellen optimiert den zukünftigen Kommunikations- und Entscheidungsweg für zukünftige Veranstaltungen.

Vor dem Hintergrund eines ergebnisorientierten Zusammenarbeitens aller Beteiligten ist nachfolgend der **optimale Kommunikations- und Handlungsablauf** zwischen dem Veranstalter und den Bereichen der Hansestadt Lübeck **in vier Phasen** dargestellt:

1. Die Planung
2. Das Genehmigungsverfahren
3. Die Durchführung
4. Die Nachbereitung

1. Die Planung

Erster Ansprechpartner und im weiteren Verlauf Schnittstelle zu den zuständigen Bereichen der Hansestadt Lübeck stellt die Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM)¹ dar. Als Grundlage für die Kommunikation zwischen dem Veranstalter und der Hansestadt Lübeck dient das „**Kurzexposé zur Flächenüberlassung**“. Das Kurzexposé muss vom Veranstalter ausgefüllt **mindestens 12 Wochen vor Veranstaltungsbeginn** bei der LTM eingereicht werden.

Kontaktdaten:

Lübeck und Travemünde Marketing GmbH

Veranstaltungs- und Kongressmanagement

Holstentorplatz 1

23552 Lübeck

Telefon: 0451/4091-917

Telefax: 0451/4091-991

Email: festivals@luebeck-tourismus.de

Homepage: www.luebeck-marketing.de

2. Genehmigung

Nach erfolgter Durchsicht und Prüfung wird das „Kurzexposé zur Flächenüberlassung“ von der LTM an den Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten weitergereicht und von dort an alle zuständigen Bereiche verteilt. Durch die Weitergabe des Kurzexposés kann eine rechtzeitige Einbindung aller Beteiligten gewährleistet werden.

¹ Die LTM tritt hier in ihrer Funktion im Flächen- und Veranstaltungsmanagement für öffentliche, stadteigene Flächen auf. Flächen, welche nicht der Vermarktung durch die LTM obliegen, werden direkt durch die flächenvermietende Stelle vergeben (Bsp. LMuK). LTM ist dann im Vorgang durch die flächenvermietende Stelle zu ersetzen. Weitere Änderungen im Ablauf ergeben sich dadurch nicht.

Das Kurzexposé wird an folgende Bereiche und Institutionen weitergegeben:

Sicherheit und Ordnung (Abteilung Melde- und Gewerbeangelegenheiten) • Feuerwehr (Vorbeugender Brandschutz) • Rettungsdienst • Straßenverkehrsbehörde • Polizei • Ordnungs- und Verkehrsdienst

je nach Veranstaltungsart und –ort ggf.: Bauordnung • Verkehrsbetriebe (ÖPNV) • KWL Koordinierungsbüro Wirtschaft in Lübeck GmbH • Lübeck Port Authority (LPA) • Umweltschutz/Naturschutz

Aufgrund des Kurzexposés erfolgt eine verwaltungsinterne Abstimmung, inwieweit die Partizipation der einzelnen Bereiche erforderlich ist (abhängig von Fläche, Veranstaltungsart und –größe). Die Rückmeldungen der Bereiche/Institutionen werden beim Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten erfasst und der LTM übermittelt. Die Kommunikation mit dem Veranstalter erfolgt über die LTM in Abstimmung mit dem Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten.

Nachfolgend die drei möglichen Prozessabläufe :

●●●●●●●●

A) Rückmeldung ohne weitere Auflagen: Die seitens des Veranstalters gemachten Angaben im Kurzexposé sind aufgrund der Parameter (Fläche, Veranstaltungsart und –größe) ausreichend. Der Flächennutzungsvertrag regelt die grundlegenden Rahmenbedingungen, **die Genehmigungsphase wird mit Unterzeichnung des Flächennutzungsvertrages abgeschlossen.** Weiter bei Punkt 3.

⇒ ein Sicherheitskonzept wird nicht benötigt

●●●●●●●●

B) Rückmeldung mit Anordnungen: Dem Veranstalter werden zusätzlich zum Flächennutzungsvertrag Auflagen erteilt, die zur Durchführung der Veranstaltung erforderlich sind (Bsp. Festsetzung, Sicherheitsauflagen, verkehrliche Anordnungen). Weitere Abstimmungen mit dem Veranstalter (ggf. Abstimmungsrunden) sind erforderlich, **die Genehmigungsphase wird mit der Unterzeichnung des Flächennutzungsvertrages und der Auflage weiterer Maßnahmen abgeschlossen.** Weiter bei Punkt 3.

⇒ ein Sicherheitskonzept wird nicht benötigt

●●●●●●●●

C) Rückmeldung mit Auflage Sicherheitskonzept: Aufgrund der Parameter (Fläche, Veranstaltungsart und –größe) wird die Erstellung eines Sicherheitskonzeptes eingefordert.

⇒ ein Sicherheitskonzept wird benötigt

Das ausgefüllte „Kurzexposé zum Sicherheitskonzept“ (siehe Anhang: Kurzexposé zum Sicherheitskonzept) ist durch den Veranstalter **mindestens 8 Wochen vor der Veranstaltung** bei der LTM einzureichen. **Grundgedanke des Sicherheitskonzeptes** ist eine Risikoanalyse zur Spezifizierung potentieller Gefährdungspotenziale, welche der Veranstaltung, der Versammlungsstätte oder der Veranstaltungsfläche immanent sind. Hierbei unterstützen die zuständige Aufsichtsbehörde, die Genehmigungsbehörde, die Bauaufsicht, die Polizei und die Feuerwehr den Veranstalter. Der Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten sendet allen Beteiligten das Sicherheitskonzept zur Durchsicht und Prüfung zu. Basierend auf dem Konzept formulieren alle beteiligten Bereiche/Institutionen eine

schriftliche Stellungnahme. **Im Rahmen von Abstimmungsunden werden alle sicherheitsrelevanten Aspekte gemeinsam mit dem Veranstalter erörtert.** Liegen keine weiteren Einwände oder Fragen vor, kann die Veranstaltung durch die Abteilung Melde- und Gewerbeangelegenheiten genehmigt werden.

- ➔ Der zum Teil aufwendige Abstimmungsprozess wird von der LTM und dem Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten federführend durchgeführt.

Die **Genehmigungsphase endet mit der Unterzeichnung des Flächennutzungsvertrages, dem Festsetzungsbescheid oder einer Ordnungsverfügung im Rahmen der allgemeinen Gefahrenabwehr.** Das eingereichte Sicherheitskonzept inkl. Planunterlagen wie z. B. Aufbau-, Rettungs- oder Verkehrslenkungspläne sind Bestandteil der Genehmigung.

3. Durchführung

Während des Veranstaltungsaufbaus können durch Polizei und Feuerwehr in Zusammenarbeit mit dem Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten die Aufbauarbeiten kontrolliert werden (Schwerpunkt: Aufbauzeiten, Standorte der Stände und Verkaufswagen usw.)

Die Kontrolle der Einhaltung der Auflagen **im Verlauf der Veranstaltung geschieht durch die zuständigen Bereiche.** Sollten Beanstandungen oder Mängel festgestellt werden, werden diese unverzüglich dem Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten mitgeteilt, die dann entsprechende Maßnahmen zur Behebung einleitet. Bei schwerwiegenden Mängeln und/oder einer eventuellen Gefährdung der Besucher kann es auch zu einem Abbruch der laufenden Veranstaltung führen.

Während des Veranstaltungsabbaus sind Kontrollen der Auflagen durch Polizei und Feuerwehr in Abstimmung mit dem Bereich Melde- und Gewerbeangelegenheiten möglich (Schwerpunkt: Abbauzeiten, Abtransport, Zustand der Fläche).

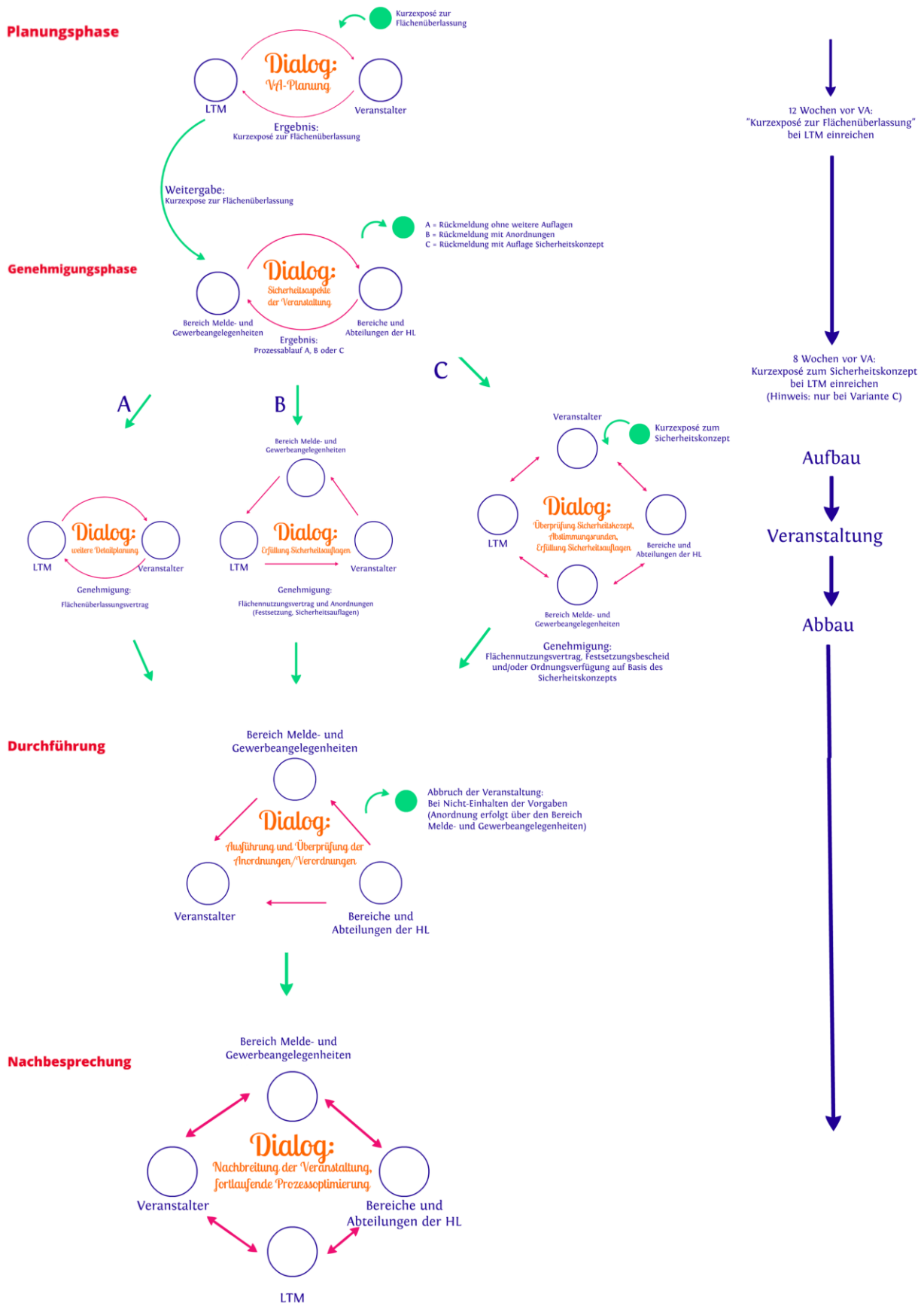
>>> Aufgabe Veranstalter: Der Veranstalter hat auf dem Veranstaltungsgelände alle notwendigen Planunterlagen und Genehmigungen vorzuhalten. Er gewährleistet im Veranstaltungsbereich die Umsetzung des Sicherheitskonzepts und der Auflagen aus der Genehmigung bzw. der Festsetzung und/oder dem Flächennutzungsvertrag.

>>> Aufgabe Hansestadt Lübeck: Die Genehmigungsbehörde ist zuständig für die Überprüfung des Sicherheitskonzepts und der Auflagen der Genehmigung bzw. Festsetzung und/oder dem Flächennutzungsvertrag.

4. Nachbereitung

Die an der Planung und Durchführung beteiligten Fachbereiche und Institutionen fertigen auf Grundlage ihrer Erkenntnisse Erfahrungsberichte an und teilen diese der zuständigen Genehmigungsbehörde mit. Ggf. ist eine Abstimmungsrunde mit allen Beteiligten (inkl. Veranstalter) anzustreben. Der Fokus der Nachbereitung liegt auf einer fortlaufenden Optimierung der Planungs-, Genehmigungs- und Durchführungsphase durch die Analyse der durch die Veranstaltung gewonnenen Erfahrungen. Nur eine fortlaufende Überprüfung des Ablaufs sichert auch zukünftig optimale Umsetzungsergebnisse.

III. ABLAUF



>>> Hinweis: Optimiert für Ausdruck DIN A 3

IV. SICHERHEITSKONZEPT: BESTANDTEILE

Wird seitens der zuständigen Bereiche der Hansestadt Lübeck vom Veranstalter ein Sicherheitskonzept gefordert, sind folgende 14 Punkte zu beachten. Zur Prozessoptimierung wird dem Veranstalter eine Vorlage zur Verfügung gestellt (siehe Anhang: „Kurzexpose zum Sicherheitskonzept“).

Teil A: Vom Veranstalter auszufüllen

1. Allgemeine Angaben
2. Veranstaltungskonzept, -programm mit Auf- und Abbauphase
3. Risikoanalyse/Gefährdungspotential
4. Zuwegung und Erreichbarkeit für die Kräfte der Gefahrenabwehr
5. Sicherheitsdienst
6. Spezielle Vorkehrungen für Besucher (inkl. Park- und Verkehrskonzept, Zuwegungen, Verlassen der Veranstaltungsfläche)
7. Benennung und Erreichbarkeit des Veranstalters und eines entscheidungsbefugten Vertreters
8. Sicherheitsrelevante Durchsagemöglichkeiten
9. Kommunikationsliste: Veranstalter, San.-Dienst, Sicherheitsdienst, Feuerwehr, Polizei, div. beteiligte Bereiche
10. Bildung eines Krisenmanagements/Gemeinsame/r Führungsstruktur/-stab
11. Ablaufbeschreibung bei besonderen Einsatzlagen
12. Übersichtsplan mit detaillierter Darstellung der Veranstaltungsfläche
 - Maßstabsgerecht 1:500 oder in dem Maßstab der zur Verfügung gestellten Pläne
 - Eintragung der Stände, Zelte, Fahrgeschäfte, Buden usw. mit Größenangabe
 - Abstandfläche zu bestehenden Gebäuden und baulichen Anlagen
 - Kennzeichnung mit Maßangabe von Zugängen, Fluchtwegen, Feuerwehruzufahrten
 - Standorte: San.-Dienst, Feuerwehr, Ordner (Sicherheitsdienst)
 - Lage Veranstaltungsleitung
 - Standorte der Flüssiggasdepots (Flaschenlager - voll und leer)

Teil B: Von den zuständigen Bereichen der Hansestadt Lübeck auszufüllen

13. Rettungsdienst und Sanitätsdienst
14. Brandschutz

Kurzexposé zum Sicherheitskonzept

für Veranstaltungen in Lübeck und Travemünde

Teil A.) Vom Veranstalter auszufüllen

I. Allgemeine Angaben zum Veranstaltungskonzept

Aktuelle Erstellungsnummer (Version)

Datum der letzten Bearbeitung

Veranstaltungstitel

Veranstaltungsfläche

Veranstalter

bei juristischen Personen: vertreten durch

Adresse: Straße, Hausnummer

Telefon

PLZ Ort

Telefax

Homepage

E-Mail

Verantwortlicher Veranstaltungsleiter

Mobil

II. Veranstaltungskonzept, -programm mit Auf- und Abbauphase

II.1) Programm

Kurzbeschreibung Programminhalte

Antwort:

II.2) Veranstaltungszeiten

Veranstaltungszeiten mit Auf- und Abbauphase

Antwort:

II.3) Flächennutzung und Flächengestaltung

Beschreibung des definierten Veranstaltungsbereichs bzw. der genutzten Fläche

Antwort:

II.4) Erwartete Besucherzahl

Besucheranzahl inkl. Ausweisung der Bereiche mit potentiell hoher Personendichte und zu erwartender punktuellen Besucher-Maximal-Belastung.

Antwort:

II.5) Erwartete Zielgruppe von Besuchern

Beschreibung der Zusammensetzung des Publikums (Demographische Daten, Interessensausprägung (z. B. Fanverhalten) inkl. hiermit verbundener potentieller Risiken).

Antwort:

II.6) Erwartete An- und Abreise

Beschreibung der Anreisearten (ÖPNV, PKW, Fußgänger usw.) und erwartete An- und Abreisezeiten mit Spezifizierung von möglichen An- und Abreisepitzen.

Antwort:

III. Risikoanalyse/Gefährdungspotential

III.1) Identifizierung von Gefahrenquellen für Veranstaltungsbesucher

Benennung von Gefährdungsfaktoren, resultierend aus dem Programm oder der Veranstaltungsfläche

Antwort:

III.2) Besonderes Gefahrenpotential durch das Publikums

u.a. Massenverhalten (z. B. Hysterie, Bewegung, Pyrotechnik)

Antwort:

IV. Infrastruktur und Zuwegung für die Kräfte der Gefahrenabwehr

IV.1) Einzäunungen

Spezifizierung der Lage und Beschaffenheit geplanter Einzäunungen (z.B. Hamburger Gitter o.Ä.)

Antwort:

IV.2) Bühnenabsperungen

Ausführungen zu Sicherheitsabgrenzungen im Bühnenbereich

Antwort:

IV.3) Einlassschleusen

Platzierung der Einlassschleusen

Antwort:

IV.4) Sperrmaßnahmen

Angaben zu den geplanten Sperrmaßnahmen (im Veranstaltungsbereich)

Antwort:

IV.5) Zuwegungen für die Besucher

Beschreibung der geplanten Zuwegungen für Besucher

Antwort:

IV.6) Zuwegungen für Einsatzkräfte

Darstellung der Zuwegungen für Einsatzkräfte

Antwort:

V. Privater Sicherheitsdienst

V.1) Personalansatz

Bezifferung und Begründung Höhe Personalansatz

Antwort:

V.2) Qualifikation

Verweis auf Erfahrung/Qualifikation des gewählten Dienstleistungsunternehmens

Antwort:

V.3) Standorte im Veranstaltungsbereich

Platzierung/Einsatzzentrale Privater Sicherheitsdienst

Antwort:

V.4) Ausrüstung/Erkennbarkeit

Ausführungen zu Ausstattung und Bekleidung/Kennlichmachung der Mitarbeiter Privater Sicherheitsdienst

Antwort:

V.5) Dienstzeiten

Einsatzzeiten Ordnungsdienst

Antwort:

VI. Spezielle Vorkehrungen für die Besucher

VI.1) Park- und Verkehrskonzept

Ausführung zu Parkplatzsituation und Besucherlenkung

Antwort:

VI.2) Einbindung ÖPNV

Ggfls. Einbindung des öffentlichen Nahverkehrs (Shuttle, Sonderfahrplan)

Antwort:

VI.3) Zuwegungen zur Veranstaltungsfläche (z. B. Ausschilderung)

Beschreibung der Kenntlichmachung, Ausschilderung für Besucher

Antwort:

VI.4) Verlassen der Veranstaltungsfläche

Vorkehrungen im Falle von Massenbewegung, z.B. ausgeschilderter Rückweg, Entfernung von Absperrungen, Sperrung von Verkehrswegen

Antwort:

VII. Erreichbarkeit während der Veranstaltung

VII.1) Erreichbarkeit

Hinweis: Der zu benennende Veranstalter und sein entscheidungsbefugter Vertreter muss jederzeit zu erreichen und im Veranstaltungsbereich präsent sein.

Antwort:

VIII. Sicherheitsrelevante Durchsagemöglichkeiten

VIII.1) Beschallung der Veranstaltungsfläche

Erläuterungen zur Beschallung der Veranstaltungsfläche (stationär: z. B. Lautsprecheranlage, -masten oder Bühnenbeschallung/mobil: z. B. Fahrzeugdurchsagen, Megaphone)

Antwort:

VIII.2) Stromversorgung der Durchsagemöglichkeiten

Ausführungen zur Sicherstellung der Stromversorgung der Beschallung auch bei Stromausfall

Antwort:

IX. Kommunikation/Ansprechpartner

IX.1) Telefon- bzw. Funkkanalliste (ggf. separate Liste/ Funkplan)

Benennung der zuständigen Ansprechpartner wie folgt:

- a) Veranstalter oder entscheidungsbefugter Vertreter
- b) Leiter / Leitung Sanitätsdienst
- c) Privater Sicherheitsdienst
- d) Brandschutz
- e) Polizei
- f) Abteilung Melde- und Gewerbeangelegenheiten
- g) weitere beteiligte Bereiche (z.B. Marktleiter)

Antwort:

X. Gemeinsame/r Führungsstruktur/-stab

X.1) Festlegung, Benennung und Arbeitsweise

z.B. Veranstalter, Polizei, Feuerwehr, Rettungsdienst, Privater Sicherheitsdienst, Genehmigungsbehörden

Antwort:

X.2) örtliche Einsatzleitung und Besprechungsraum

Während der Veranstaltung ist ein Raum für die örtliche Einsatzleitung auszuweisen/vorzuhalten. Ggf. ist ein Besprechungsraum in unmittelbarer Nähe der Veranstaltungsfläche für Notsituationen auszuweisen/vorzuhalten.

Antwort:

X.3) Erreichbarkeit der Beteiligten bei Rufbereitschaft

(nur bei Abweichung von X.1)

Antwort:

XI. Ablaufbeschreibung bei besonderen Einsatzlagen

Erläuterungen zu Handlungsweisen und Abläufen bei Gefahrensituationen

XI.1) Räumung oder Teilräumung der Veranstaltungsfläche

Antwort:

XI.2) Bombendrohung

Antwort:

XI.3) Unwetterlage/-vorhersage

Antwort:

XI.4) Brand

Antwort:

XI.5) Stromausfall

Antwort:

XI.6) Sperrung von Veranstaltungsbereichen bei drohender Überfüllung

Antwort:

XI.7) Abbruch der Veranstaltung

(Beschreibung der Durchführung)

Antwort:

XII. Übersichtsplan mit detaillierter Darstellung der Veranstaltungsfläche

Maßstabsgerechte Darstellung der Veranstaltungsfläche anhand des zur Verfügung gestellten Flächenplans (Maßstab: 1:500) wie folgt:

- a) Eintragung der Stände, Zelte, Fahrgeschäfte, Buden usw. mit Größenangabe
- b) Nummerierung der unter a) genannten
- c) Abstandfläche zu bestehenden Gebäuden und baulichen Anlagen
- d) Kennzeichnung mit Maßangabe von Zugängen, Fluchtwegen, Feuerwehruzufahrten
- e) Standorte: Sanitätsdienst, Brandschutz, Ordner (Sicherheitsdienst), Polizei
- f) Lagen der Veranstaltungsleitung
- g) Standorte der Flüssiggasdepots (Flaschenlager – voll und leer)

Übersichtsplan als Anlage

Datum, rechtsverbindliche Unterschrift

Firmenstempel

Mit der Unterzeichnung des Veranstalters wird die Einhaltung der erforderlichen Vorgaben für diese Veranstaltung rechtsverbindlich gewährleistet.

Teil B.) Von den zuständigen Bereichen der Hansestadt Lübeck auszufüllen (Fachbereich 3 – Feuerwehr / Rettungsdienst)

XIII. Rettungsdienst/Sanitätskonzept (Abt.5 - Leiter Rettungsdienst)

XIII.1) Grundlage der Sanitätsdienstberechnung (Stärke, Material, Standorte)

Beispiel: Maurer, Kölner Algorithmus oder weitere; persönliche, zu begründende Erfahrungen

Antwort:

XIII.2) Personalansatz/Qualifikation des Personals

Bezifferung und Begründung Höhe Personalansatz

Antwort:

XIII.3) Fahrzeug und Gerät

Erläuterung zum eingesetzten Fuhrpark

Antwort:

XIII.4) Standorte im Veranstaltungsbereich

Platzierung Sanitätseinheiten/Fuhrpark

Antwort:

XIII.5) Dienstzeiten

Einsatzzeiten Sanitätsdienst

Antwort:

Datum, rechtsverbindliche Unterschrift

Stempel

XIV. Brandschutz (Abt.2 – Einsatz / Abt.4 – Vorbeugender Brandschutz)

XIV.1) Brandsicherheitswachdienst

Begründung der Notwendigkeit des Brandsicherheitswachdienstes (z.B. Pyrotechnik, feuergefährliche Handlungen, Objektschutz)

Antwort:

XIV.2) Personalansatz/Qualifikation des Personals

Bezifferung und Begründung Höhe Personalansatz

Antwort:

XIV.3) Fahrzeug und Gerät

Erläuterung zum eingesetzten Fuhrpark

Antwort:

XIV.4) Standorte im Veranstaltungsbereich

Platzierung Brandschutzeinheiten/Fuhrpark

Antwort:

XIV.5) Dienstzeiten

Einsatzzeiten Brandsicherheitswachdienst

Antwort:

Datum, rechtsverbindliche Unterschrift

Stempel

QUALITÄTSKONZEPT FÜR VERANSTALTER

Qualitätsorientiertes Flächen- und Veranstaltungsmanagement in der Hansestadt Lübeck ab 2011

I. Kontext und Status quo

Trends im Stadt- und Citymarketing zeigen, dass das Interesse an Veranstaltungen im öffentlichen Raum auch als Instrument eines erfolgreichen Marketings stetig zunimmt. Der Veranstaltungsbereich befindet sich dabei seit einigen Jahren im Umbruch: die so genannten „Bier- und Bratwurstfeste“ haben zunehmend Probleme. Ganzheitliche Konzepte, die sich an den Bedürfnissen und Werten der Bürger und Wünschen der Gäste orientieren sowie die besonderen Potenziale und Stärken einer Stadt in Szene setzen, sind heute die Maßstäbe im Wettbewerb. In übersättigten, konkurrenzstarken Märkten sind es dabei Attribute wie Qualität und Service sowie Nachhaltigkeit und Innovation, die Aufmerksamkeit erzeugen. Die Auswahl- und Vergabep Praxis innerstädtischer Flächen, auf denen Veranstaltungen stattfinden, berührt demnach wesentlich die Innen- und Außendarstellung einer Stadt. Ein erfolgreiches Veranstaltungsmarketing ist dabei nicht unabhängig von einem gezielten Flächenmanagement zu betrachten, vielmehr ergeben sich erst aus dem Zusammenspiel beider Komponenten – Charakter der Stadt (Fläche/Kulisse/kulturelles Umfeld und Lebensgefühl) und Veranstaltung – oben genannte Mehrwerte.

II. Qualitätsstrategie

Ziel und Vorgehensweise

Bekannte und neue Veranstaltungskonzepte werden an den Marketingzielen in Lübeck/Travemünde ausgerichtet, um sowohl nach innen als auch nach außen ein geschlossenes und glaubwürdiges Lübeckmarketing zu betreiben. Ziel ist, mittelfristig nur noch Veranstaltungen zuzulassen, die der Marke Lübeck bzw. den Themen der Stadt sowie den Wünschen der Bürger und Gäste, aber zugleich auch den gewachsenen Arealen entsprechen und diese vor einer „Überspielung“ oder Beliebigkeit schützen. Zu diesem Zweck wurde durch die LTM eine Qualitätsstrategie erarbeitet.

Bei der Erarbeitung der Strategie wurde die „Richtlinie zur Auswahl und Festlegung von Kriterien für die Vermarktung/Vergabe städtischer Flächen“ (2006) der Stadt berücksichtigt. Darüber hinaus sind die aktuellen Erkenntnisse zur Marke Lübeck (2010) sowie Ergebnisse des Touristischen Entwicklungskonzeptes für Lübeck und Travemünde (2010) integriert.

Die Umsetzung der Qualitätsstrategie erfolgt fortlaufend seit 2011. Ein „Übergangsjahr“ erfolgte in 2011, in dem die Kriterien zur Steigerung der Qualität zunächst in der Praxis durch den Beirat der LTM erprobt und konkretisiert und die örtlichen Veranstalter an die Neuerungen herangeführt wurden. In 2012 wurden die Veranstaltungen durch die LTM bewertet und im Nachgang bei Bedarf Qualifizierungsgespräche mit den Veranstaltern geführt. Ab 2013 werden die Veranstaltungen dann erneut zugelassen, erhalten aber einen „Blauen Brief“ bei Nichtberücksichtigung der besprochenen Konzeptanpassungen. Veranstaltungen, die den definierten und erprobten Standards weiterhin nicht entsprechen, werden nicht mehr zugelassen.

Instrumente: Profile für Flächen, Auswahl- und Vergabekriterien für Veranstaltungen

Die LTM unterteilt die Flächen je nach Attraktivität für Veranstaltungen und Relevanz für die Marke Lübeck in A- bis C-Lagen. Die Einteilung erfolgte nach Parametern wie Besucher-/Passantenfrequenz, Erreichbarkeit/Anbindung, aber vor allem auch Lage der Fläche/kulturhistorisches Umfeld. Je nach Lage und Relevanz werden besondere Ansprüche an die Qualität der Veranstaltung gestellt.

Tabelle 1: Flächeneinteilung nach Qualitätsaspekten

Lage	Fläche
A-Lage	Markt, obere Breite Straße, Brüggmanngarten, Strandpromenade
B-Lage	Klingenberg, Obertrave, Koberg, Marienkirchhof, Untere Breite Straße, Untertrave, Travepromenade, Strand, Fährplatz
C-Lage	Schragen, Hüxwiese, LYC-Wiese, Tornadowiese, WSA-Wiese, Godewindpark

Zu jeder dieser Flächen existieren **Flächenprofile**. Sie fußen auf den Richtlinien der Stadt und geben Aufschluss darüber, für welche Art von Veranstaltung die Fläche zur Verfügung steht, in welchen kulturhistorischen Kontext sie steht und welche infrastrukturellen, technischen Voraussetzungen für Veranstaltungen gegeben sind.

Neben den Flächenprofilen wurden **qualitäts- und marktorientierte Auswahl- und Vergabekriterien für Veranstaltungen** entwickelt. Künftig werden ganzheitliche Konzeptansätze und klare Schwerpunkte hinsichtlich der inhaltlichen Ausrichtung der jeweiligen Veranstaltung erwünscht. Neben der allgemeinen Steigerung der Qualität ist zentral, dass sich das Erfolgsmuster der Marke Lübeck für Bürger und Touristen wiederfindet. Aber auch die Zielgruppen sowie Kernthemen der Angebotsentwicklung, wie sie im Touristischen Entwicklungskonzept für Lübeck und Travemünde (TEK) benannt sind, sollen beachtet werden.

Der entwickelte **Kriterienkatalog** zur Bewertung der Veranstaltungen bzw. der Konzepte orientiert sich zum einen an den Vergabekriterien des Bereichs Märkte (2006), zudem wurden neue Kriterien definiert, vor allem in Bezug auf die Qualität und Markenkompatibilität. Insgesamt wird die Vergabe an Hand von sechs Komponenten entschieden, diese zeichnen eine ganzheitliche Veranstaltungsbetrachtung aus. Die Kern- und somit **Prüfkomponenten** einer Veranstaltung in Lübeck sind künftig die Folgenden:

- **Markenkompatibilität:** Der Aspekt der Markenkompatibilität ist im Sinne einer konsequenten Umsetzung des „Stadtmarketing Zielsystems“ von hoher Bedeutung. Um sowohl nach innen als auch nach außen ein geschlossenes und glaubwürdiges Lübeckmarketing betreiben zu können, muss sich das Erfolgsmuster der Marke Lübeck widerspiegeln. Die Auseinandersetzung mit der Marke Lübeck wird deshalb für jeden Veranstalter eine wichtige Aufgabe sein. Zusammen mit den Qualitätskomponenten hinsichtlich des Erscheinungsbildes wird sie den entscheidenden Ausschlag geben, ob und welche Fläche ein Bewerber für seine Veranstaltung zugesprochen bekommt.

Die Treiber für die Marke, die auch im Veranstaltungskontext beachtet werden sollen, sind: „Die Lübecker Altstadt“, „Stadt an der Ostsee“ und „Seebad Travemünde“. Diese Bausteine erklären 71% der Markenattraktivität. Die Konzentration von Ressourcen auf diese drei Erfolgsbausteine und auf die sie auszeichnenden Gegebenheiten, entfaltet am meisten Wirkung für die Stadt, denn sie haben für Touristen die höchste Bedeutung und ziehen am zuverlässigsten einen Besuch nach sich.

- **Erscheinungsbild:** Die Qualität von Unterhaltungs-, Gastronomie- und Handelsangeboten wird ebenfalls bewertet. Hierzu gehören beispielsweise Art und Mix des Warenangebotes und der -präsentation oder auch das optische Erscheinungsbild. Der Aufbau der Gesamtveranstaltung, die Dekoration, die Kaschierung von Ver- und Entsorgungsstationen, usw. sind hierbei wesentlich. Zudem werden Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt, hierzu zählen u. a. der Einsatz regionaler Erzeugnisse, Pflege lokaler Kooperationen, Ansprache von Sinnen/Sinneserfahrungen (bspw. Akustikkonzepte, taktile Erlebnisse, usw.), Wunscherfüller/Teilnahme an der Service-Offensive.
- **Charakteristik:** Neben den Kriterien Markenkompatibilität und Erscheinungsbild spielt die Charakteristik einer Veranstaltung eine wichtige Rolle. Welche im Stadtmarketing beliebten Attribute lassen sich dem Konzept zuordnen? Verspricht es abgesehen von der Umsetzung bereits attraktive und einzigartige Inhalte, mit denen sich Lübeck gegenüber anderen Städten abheben kann und werden Lübeck spezifische Themen aufgenommen? Wird Rücksicht auf das kulturelle Umfeld genommen bzw. wird dieses gezielt aufgenommen oder integriert? Wichtig ist darüber hinaus, ob und wie die Ansprache von Zielgruppen erfolgt bzw. ihre Wünsche erfüllt werden. Zielgruppen im Seebad und in der Altstadt sind analog des TEK (2010) Best Ager, Anspruchsvolle Genießer und Neue Familien. Besondere Bedeutung für Lübeck und Travemünde haben neben den Städte- und Kulturtouristen auch Seminar-, Tagungs- und Kongresstouristen (Umkreis bis 300 km) sowie Auslandsgäste (Schwerpunkt Skandinavien, deutschsprachiges Ausland) und Tagestouristen (Urlauberausflugsverkehr sowie Wohnortausflügler aus einem Umkreis bis 100 km bzw. 2 Stunden Entfernung).
- **Finanzierung und Medialisierung:** Ebenfalls relevant für die Einordnung des Veranstaltungskonzepts ist die geplante Finanzierung und Medialisierung. Wie sicher ist es, dass die beschriebenen Inhalte auch umgesetzt werden können? Hierfür ist ein grober Refinanzierungsplan vorzulegen. Da die LTM die Veranstaltungen in ihren Publikationen und Internetauftritten je nach Attraktivität auch vermarktet, ist hier im Sinne der Verlässlichkeit gegenüber dem Kunden eine gewissenhafte Prüfung unerlässlich. Zur Einschätzung der Medialisierung ist die Kommunikationsstrategie der Veranstaltung vom Bewerber in einem Mediaplan darzulegen und in Bezug auf geplante und fest gebuchte Maßnahmen hin zu kennzeichnen. Wünschenswert sind zudem eine Abschätzung erwarteter Besucherzahlen und ihrer perspektivischen Entwicklung sowie die Dokumentation der bisherigen bzw. zu erwartenden Medienpräsenz der Veranstaltung.
- **Synergieeffekte:** Zuletzt sind die Synergieeffekte der Veranstaltung von Interesse, denn im Sinne eines ganzheitlichen Stadtmarketings sollen Veranstaltungen je nach Ausrichtung auch auf ihr Potenzial hin überprüft werden, inwieweit sie für Handel, Kultur und Tourismus in der Hansestadt förderlich sind und die örtliche Wirtschaft stärken.

Die **Bewertung einer Veranstaltung** in all ihren Facetten erfolgt künftig schon in der Konzeptionsphase. Darüber hinaus erfolgt eine Überprüfung der Qualitätsmaßstäbe auch während des Veranstaltungsablaufs vor Ort. Dafür wurden oben beschriebene Komponenten mit konkreten Bewertungskriterien in

verschiedenen Kategorien untersetzt. Dieser Bewertungsschlüssel gibt Aufschluss darüber, welche Aspekte bei der Vergabe von Flächen wichtig sind und hilft somit dem Veranstalter bei einer erfolgreichen Konzeptausarbeitung.

Im Detail liest sich der **Bewertungsschlüssel** (s. Anhang) wie folgt: Die Prüfung der **sechs Komponenten** erfolgt anhand von **36 Einzelkriterien**, für die jeweils 3 (sehr gute Bewertung) bis 0 Bewertungspunkte (schlechte Bewertung) vergeben werden. Auf diese Weise lassen sich nicht nur eine Gesamtpunktzahl, sondern auch Zwischenstände für die einzelnen PrüfkompONENTEN errechnen.

Da die „Markenkompatibilität“ und das „Erscheinungsbild“ der Veranstaltung eine herausragende Bedeutung bei der Bewertung der Veranstaltungskonzepte haben, muss sich dies auch in der Gewichtung dieser beiden Komponenten gegenüber den Anderen widerspiegeln. Das „Erscheinungsbild“ ist durch die überproportionale Anzahl an Einzelkriterien bereits angemessen repräsentiert. Um dies auszugleichen, muss das Ergebnis der „Markenkompatibilität“ mit dem Faktor 3 multipliziert werden. Die Höchstpunktzahl beträgt demnach im Bereich „Erscheinungsbild“ 39 und im Bereich „Markenkompatibilität“ vergleichbare 36 Punkte. Ebenfalls sehr bedeutsam ist die PrüfkompONENTE Charakteristik, nicht zuletzt, weil hier das inhaltliche Konzept der Veranstaltung auf wichtige Punkte wie Stimmigkeit, Kreativität und Zielgruppenorientierung geprüft wird. Hier kann der Bewerber maximal 24 Punkte erreichen. Die restlichen PrüfkompONENTEN sind zwar ebenfalls sehr aussagekräftig für ein gelungenes Gesamtkonzept, sollen aber bei einer qualitätsorientierten Bewertung nicht zu sehr im Vordergrund stehen. Die vergleichbare Relevanz der Komponenten „Medialisierung“, „Synergieeffekte“ (beide maximal 12 Punkte) und „Finanzierung“ (maximal 9 Punkte) spiegelt sich auch hier in der Punktevergabe wider. Wer in allen PrüfkompONENTEN mit dem besten Ergebnis abschneidet, kann am Ende eine **Gesamtpunktzahl von 135** erreichen. Eine Flächennutzung ist bereits ab 25 erreichten Punkten möglich. Wer jedoch eine bestimmte Fläche im Auge hat, muss auch die hierfür vorgesehene Mindestpunktzahl vorweisen können.

Die LTM ist sich bewusst darüber, dass einige Einzelkriterien nicht bei jedem Betrachter dieselbe Bewertung hervorrufen. Die Vielzahl an Einzelkriterien soll diese unvermeidbaren subjektiven Einflüsse ausgleichen, so dass die Tendenz nach dem Einsatz des Bewertungsschlüssels eine unstrittige und gut nachvollziehbare ist. Um ein extrem knappes Verpassen einer Hürde von vornherein einzudämmen, wurde zwischen den einzelnen Kategorien ein Puffer eingebaut. Sollte ein Bewerber also z. B. 57 Punkte haben und somit zwischen zwei Kategorien liegen, wird von Seiten der LTM automatisch das Gespräch mit dem Bewerber gesucht. An dieser Stelle dient der Bewertungsschlüssel als übersichtliche Stärken-Schwächen-Analyse, die bei einer Nachbesserung des Konzeptes sehr hilfreich sein kann.

Veranstalter müssen sich künftig bei einer Neubewerbung mit einer Vielzahl von Sachverhalten auseinandersetzen, die eine Konzepterstellung zu einer anspruchsvollen Aufgabe werden lassen. Die LTM ist jedoch überzeugt, dass, wenn die ersten Hürden erst einmal genommen sind, die intensive Beschäftigung der Veranstalter mit ihrem Konzept und den Gegebenheiten in Lübeck sowohl der Veranstaltung als auch der Stadt zu Gute kommen.

Auf den spezifischen Flächen müssen die Veranstaltungen hinsichtlich ihrer Qualität folgende Punktzahl erreichen, um zugelassen zu werden (Tabelle siehe nächste Seite):

Tabelle 2: Flächennutzung für Veranstaltungen nach Qualitätsaspekten

Lage	Fläche	Qualitätspunkte
A-Lage	Markt, obere Breite Straße, Brügmanngarten, Strandpromenade	100 – 135 Punkte
B-Lage	Klingenberg, Obertrave, Koberg, Marienkirchhof, untere Breite Straße, Untertrave, Travepromenade, Fährplatz, Strand	60– 95 Punkte
C-Lage	Schrangen, Huxwiese, Tornadowiese, WSA-Wiese, LYC-Wiese, Godewindpark	25 – 55 Punkte
Gemeinnützige Veranstaltungen	<p>Variante A: Gemeinnützige Veranstalter können am Wochenende auf dem Schrangon kostenfreie Standplätze erhalten. Die Nutzung des Schrangon an den Wochentagen ist nicht möglich, da hier am Montag und am Donnerstag der Wochenmarkt stattfindet. Die Wochenendtage sind die umsatzstärksten Tage (vorbehaltlich des Ergebnisses der im Verfahren befindlichen Vorlage).</p> <p>Variante B: Wollen Gemeinnützige Veranstalter auf o. g. Flächen Veranstaltungen durchführen, müssen ebenfalls die jeweils erforderliche Anzahl an Qualitätspunkten erreicht werden.</p>	

ANHANG

**AUSWAHL- UND VERGABEKRITERIEN
SOWIE BEWERTUNGSSCHLÜSSEL FÜR VERANSTALTUNGEN**

Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Markenkompatibilität	1.1	Erfolgsmuster-Bezug*	Bezug zu Top 3 Treiber / Gegebenheiten d. Erfolgsmusters	Bezug zu weiteren Treibern/Gegebenheiten d. Erfolgsmusters	Indirekter Bezug zu Treibern/ Gegebenheiten d. Erfolgsmusters	Kein Bezug zum Erfolgsmuster	
	1.2	Namensgebung	Lübeck im Namen	Synonym im Namen	Lübeck-Bezug im Namen	Kein Bezug	
	1.3	Berücksichtigung des baukulturellen Umfeldes	Volle Berücksichtigung und Schutzmaßnahmen	Volle Berücksichtigung	Ausreichende Berücksichtigung	Keine Berücksichtigung	
	1.4	Berücksichtigung des kulturhistorischen Umfeldes	Volle Berücksichtigung	Starke Berücksichtigung	Ausreichende Berücksichtigung	Keine Berücksichtigung	
						Gesamt (x3) =	Bis 36
Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Erscheinungsbild	2.1	Gesamtbild der Veranstaltung	Sehr stimmiger Gesamteindruck (auch mit dem Umfeld)	Stimmiger Gesamteindruck	Ausreichender Gesamteindruck	Unzureichender Gesamteindruck	
	2.2	Aufbau und Ordnung insb. Stände, Verkleidung von Rückwände, Wege, usw.	Sehr stimmiger, aufgeräumter, einheitlicher Aufbau	Stimmiger, aufgeräumter und überwiegend einheitlicher Aufbau	Aufgeräumter Aufbau	Unzureichende Ordnung	
	2.3	Ver-/Entsorgung u.a. technische Infrastruktur , Kabel/Leitungen, WC-Anlagen, Müllentsorgung (auch für Gäste)	Sehr gut	Gut	Ausreichend	Unzureichend	
	2.4	Dekoration der Gesamfläche Dekolemente /Thema, Beleuchtung, Sensibilität mit Umfeld, usw.	Einfallsreich und thematisch abgestimmt	Thematisch abgestimmt	Vorhanden	Nicht vorhanden	
	2.5	Ausreichendes Sicherheitskonzept	Voll erfüllt	Erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	
	2.6	Besuchereführung und Eingangsbereiche	Sehr gut	Gut	Ausreichend	Unzureichend	
	2.7	Zugänglichkeit und Barrierefreiheit	Sehr gut	Gut	Ausreichend	Unzureichend	
	2.8	Sortiment	Sehr gut abgestimmt auf die Veranstaltung	Gut abgestimmt auf die Veranstaltung	Überwiegend abgestimmt	Nicht abgestimmt	
	2.9	Angebots-/Branchenmix	Kreativer, der Veranstaltung angemessener Branchenmix	Der Veranstaltung angemessener Branchenmix	Unausgewogener Branchenmix	Unangemessene Branchendominanz	
	2.10	Standgestaltung ** u.a. Stabilität, Hygiene, Ordnung, Ästhetik, Beleuchtung	Sehr gut	Gut	In Ordnung	Unzureichend	
2.11	Standdekoration u.a. Themenorientierung, Kreativität, Ästhetik	Sehr kreativ, passend zur Veranstaltung	Passend zur Veranstaltung	In Ordnung	Unangemessen und unkreativ		
2.12	Lokales Handeln Bspw. Pflege lokaler Kooperationen, Einsatz regionaler Erzeugnisse	Herausragendes lokales Engagement mit zahlreichen Aktivitäten	Lokales Engagement mit vielfältigen Aktivitäten	Vereinzelt lokales Engagement und wenige Aktivitäten	Weder lokales Engagement noch Aktivitäten		

2.1 3	Ganzheitlichkeit bspw. Umsetzung Akustikkonzepte, taktile Erlebnisse, Ansprache von Sinnen	Herausragendes Engagement mit zahlreichen Aktivitäten	Vielfältige Aktivitäten	Vereinzelte Aktivitäten	Keine Aktivitäten
2.1 4	Wunscherfüller Service-Offensive, Services	Zertifizierter Partner der Service-Offensive	Partner der Service-Offensive	Besondere Serviceleistungen vorhanden, aber kein Partner der Service-Offensive	Keine besonderen Serviceleistungen

Gesamt = Bis 42

Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Charakteristik	3.1	Programmgestaltung/kulturelle Inszenierung u.a. Anpassung an Themen, Jahreszeit, Saisonalität, besondere Ereignisse	Sehr kreativ und passend zu Lübeck/Travemünde	Passend zu Lübeck/Travemünde	Wenig passend zu Lübeck/Travemünde	Unangemessen und un kreativ	
	3.2	Zielgruppenorientierung ***	Sehr gelungen	Gelungen	Kaum erkennbar	Nicht erkennbar	
	3.3	Familien-/Kinderfreundlichkeit Angebote, Leistungen, Services	Gegeben und sehr kreativ	Gegeben	Kaum erkennbar	Nicht erkennbar	
	3.4	Einzigartigkeit	National einzigartig	Regional einzigartig	Lokal einzigartig	Nicht einzigartig	
	3.5	Innovationskraft	Sehr innovativ	Innovativ	Wenig innovativ	Nicht innovativ	
	3.6	Kreativität	Sehr kreativ	Kreativ	Wenig kreativ	Nicht kreativ	
	3.7	Evolutionskraft	Hohe Anpassungsfähigkeit	Vorhandene Anpassungsfähigkeit	Geringe Anpassungsfähigkeit	Keine Anpassungsfähigkeit	
	3.8	Wiederholbarkeit	Sehr wahrscheinlich	Wahrscheinlich	Weniger wahrscheinlich	Unwahrscheinlich	

Gesamt = Bis 24

Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Finanzierung	4.1	Wirtschaftlichkeit	Sehr sicher	Sicher	Unsicher	Unmöglich	
	4.2	Finanzierungsplan	Sehr sicher	Sicher	Unsicher	Unmöglich	
	4.3	Spielraum für Investitionen	Sicher vorhanden	Wahrscheinlich vorhanden	Eher nicht vorhanden	Nicht vorhanden	

Gesamt = Bis 9

Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Medialisierung	5.1	Ansatz und Machbarkeit Mediamix	Sehr interessant und wahrscheinlich	Interessant und wahrscheinlich	Teilweise interessant und/oder weniger wahrscheinlich	Uninteressant und/oder unwahrscheinlich	
	5.2	Zielgruppenspezifische Ansprache	Sehr gut getroffen	Gut getroffen	Teilweise getroffen	Nicht getroffen	
	5.3	Reichweite	National	Regional	Lokal	Unwirksam	
	5.4	Wiederholbarkeit'/Medialisierung	Sehr wahrscheinlich in gleichem Umfang	Wahrscheinlich in gleichem Umfang	Wahrscheinlich in geringerem Umfang	Unwahrscheinlich	

Gesamt = Bis 12

Prüfkomponente	Nr.	Einzelkriterien	Bewertungspunkt (3)	Bewertungspunkt (2)	Bewertungspunkt (1)	Bewertungspunkt (0)	Bewertung
Synergieeffekte	6.1	Handel	Sehr positive Auswirkung	Positive Auswirkung	Neutral	Negative Auswirkung	
	6.2	Gastronomie	Sehr positive Auswirkung	Positive Auswirkung	Neutral	Negative Auswirkung	
	6.3	Kultur	Sehr positive Auswirkung	Positive Auswirkung	Neutral	Negative Auswirkung	
	6.4	Tourismus	Reiseanlass mit Übernachtung	Besuchsanlass	Neutral	Negative Auswirkung	
						Gesamt =	Bis 12
Gesamturteil						Q-Punkte gesamt = bis 135	

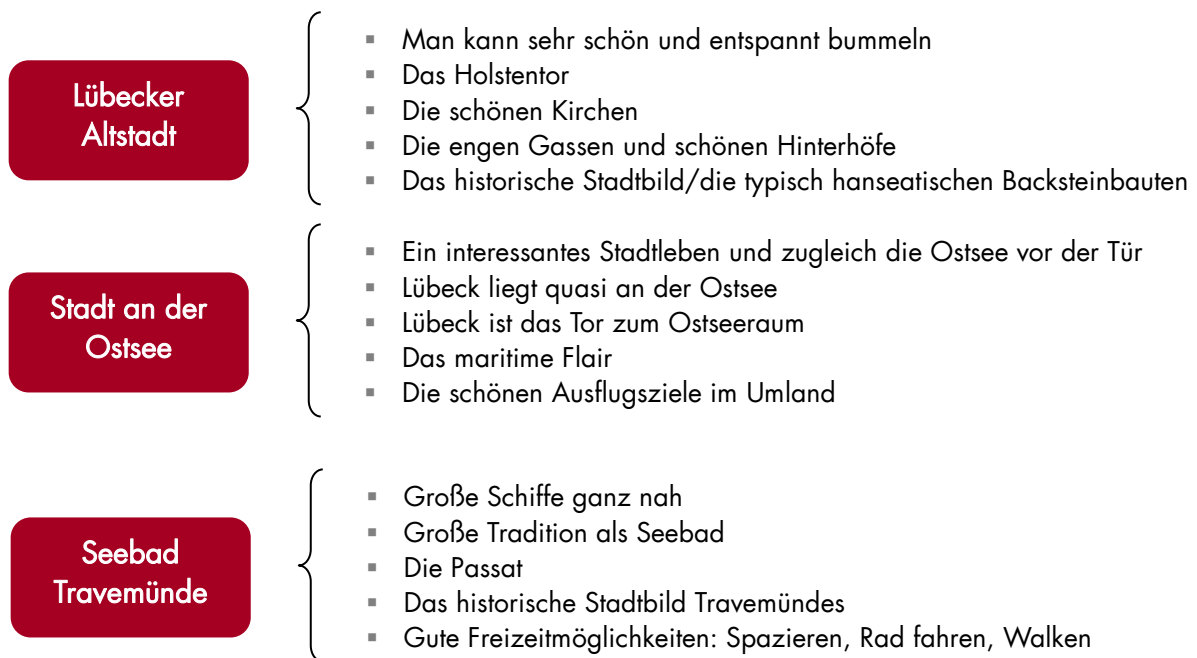
Flächenspiegel: A-Lage: 100 – 135 Punkte; B-Lage: 60 – 95 Punkte; C-Lage: 25 – 55 Punkte

Hinweise zu den Auswahl- und Vergabekriterien:

* Die zentralen **Treiber der Marke** Lübeck für Touristen sind:

1. Die Lübecker Altstadt
2. Stadt an der Ostsee
3. Seebad Travemünde

Diese Treiber werden auch im Veranstaltungskontext beachtet, denn sie erklären 71% der Markenattraktivität (s.o.). Die Konzentration von Ressourcen auf diese Erfolgsbausteine und auf die sie auszeichnenden Gegebenheiten, entfaltet am meisten Wirkung für die Stadt. Denn die Treiber bzw. sie auszeichnenden Gegebenheiten haben für Touristen die höchste Bedeutung und ziehen am zuverlässigsten einen Besuch nach sich. Die **konkreten Gegebenheiten** sind:



Hinzu kommt der Erfolgsbaustein „Hohe Lebens- und Wohnqualität“. Eine unterdurchschnittliche Relevanz für die Marke besitzen folgende Bausteine: Lebendiges Travemünde, Entspanntes Einkaufen, Vielfältiges Kultur- und Freizeitangebot, Gute Restaurants und Cafés, Gute Verkehrswege, Lübecker Marzipan, Wissenschaft und Literatur. Sie werden im Rahmen der Veranstaltungsbewertung ebenfalls einbezogen, jedoch mit weniger Relevanz als die TOP 3 Treiber und Gegebenheiten.

** Sollten hierzu keine Fotos vorliegen, hat der Veranstalter eine möglichst detaillierte Beschreibung der Stände abzuliefern.

*** Zielgruppen im Seebad und in der Altstadt: Best Ager, Anspruchsvolle Genießer und Neue Familien. Besondere Bedeutung für Lübeck und Travemünde haben zudem Seminar-, Tagungs- und Kongresstouristen (Umkreis bis 300 km) sowie Auslandsgäste (Schwerpunkt Skandinavien, deutschsprachiges Ausland) und Tagestouristen (Urlauberausflugsverkehr sowie Wohnortausflügler aus einem Umkreis bis 100 km bzw. zwei Stunden Entfernung).

Weiteres: Aspekte, die bei Unkenntnis der Veranstaltung auch anhand einer umfassenden Bewerbung nicht einzuschätzen sind (z. B. Warenpräsentation der einzelnen Standbetreiber), können zwar nicht in den Bewertungsschlüssel für die Vergabe einfließen, werden aber während der Veranstaltung vor Ort überprüft und bei einer erneuten Bewerbung berücksichtigt.

Kurzexposé zur Flächenüberlassung

für Veranstaltungen in Lübeck und Travemünde

I. Angaben zum Veranstalter

Veranstalter

bei juristischen Personen: vertreten durch

Adresse: Straße, Hausnummer

Telefon

PLZ Ort

Telefax

Homepage

E-Mail

Verantwortlicher Veranstaltungsleiter

Mobil

II. Veranstaltungsdaten

Veranstaltungstitel

Gewünschte Fläche

Alternativfläche

Terminwunsch

Alternativtermin

Veranstaltungszeiten (inkl. Uhrzeitangaben)

Veranstaltungsdauer in Tagen

Termin Aufbau inkl. Zeitraum

Termin Abbau inkl. Zeitraum

Zu erwartende Besucherzahl gesamt

Zu erwartende Besucherzahl (temporär, max.)

Besucherparkplätze (Anzahl, Ort)

III. Veranstaltungskonzept

1) Markenkompatibilität:

Veranstaltungen, die die Marke der Hansestadt Lübeck bzw. des Seebades Travemünde stärken, stellen einen großen Mehrwert für die Region dar.

Fragestellung:

- a) Hat die Veranstaltung eine Verbindung zu den Treibern „Lübecker Altstadt“, „Stadt an der Ostsee“ und „hohe Wohn und Lebensqualität“ (Lübeck) oder „Seebadtradition“, „Viermastbark Passat“ oder „große Pötte“ (Travemünde) und wenn ja, welche??
- b) Taucht der Name (Lübeck bzw. Travemünde) im Veranstaltungsnamen auf?
- c) Wird das baukulturelle und kulturhistorische Umfeld berücksichtigt, wenn ja, wie?

Antworten Markenkompatibilität:

2) Erscheinungsbild

Das Gesamtbild der Veranstaltung trägt entscheidend dazu bei, dass die Gäste sich auf der Veranstaltung wohl fühlen. Authentische, nicht auswechselbare Veranstaltungskonzepte sind von großer Bedeutung für den Aufenthalt in Lübeck und Travemünde.

2.1) Veranstaltungsaufbau

Fragestellung:

- a) Welches Gesamtbild (maritim, historisch, modern, themenbezogen) macht die Veranstaltung aus?
- b) Wie gestaltet sich der Aufbau (Art –Pagode, Hütte, Wagen- und Anzahl der Stände, Bühne, usw.)
- c) Wie wird die Sauberkeit und Ordnung der Fläche während der Veranstaltung gewährleistet?
- d) Welche Besucherführung ist geplant, und werden Eingangsbereiche (Tore, offen gestaltete Zugänge) angedacht?
- e) Werden Vorkehrungen bzgl. der Barrierefreiheit getroffen oder ist dies aufgrund der Fläche nicht erforderlich?
- f) Welche Dekoration, welche Beleuchtung ist angedacht? Inwiefern nimmt diese Bezug auf das Veranstaltungsthema?
- g) Werden mobile Toiletten gestellt und wenn ja wo bzw. wird auf öffentliche Toiletten zugegriffen und wenn ja welche?

Antworten Veranstaltungsaufbau:

2.2) Produktangebot und -präsentation

Fragestellung:

- a) Nimmt das Sortiment der Waren Bezug auf die Veranstaltung und wenn ja, wie?
- b) Welcher Branchenmix findet sich auf dem Gelände (Verteilung Gastronomie, Handel, Kunsthandwerk)
- c) Wie wird eine angemessene Standgestaltung gewährleistet, welche Standgestaltung wird angestrebt?
- d) Ist und wenn ja, welche Dekoration der Stände vorgesehen?
- e) Gibt es Aktionen/Vorfürungen an den einzelnen Ständen?
- f) Ist ein Alkoholausschank geplant?

Antworten Produktangebot und -präsentation:

2.3) Nachhaltigkeit

Fragestellung:

- a) Inwieweit werden regionale Anbieter (Musik, Betreiber, Zulieferer) berücksichtigt/bevorzugt behandelt? Wie groß ist der Anteil regionaler Anbieter auf der Veranstaltungsfläche in %?
- b) Welche Vorkehrungen zur Müllvermeidung/-trennung werden getroffen? Kommen wiederverwendbare Produkte zum Einsatz und wenn ja, in welcher Form?
- c) Sind Sie Partner/Mitglied der Service Offensive/Wunscherfüller oder einer vergleichbaren Initiative zur Verbesserung der Servicequalität?

Antworten Nachhaltigkeit:

3) Charakteristik

Charakteristische Veranstaltungen bleiben im Gedächtnis der Gäste, führen zu positivem Geschichtenerzählen über die Veranstaltung und den Veranstaltungsort und sorgen so auch längerfristig für eine signifikante Erhöhung der Besucherzahl.

Fragestellung:

- a) Welches Musik/Kulturprogramm ist für die Veranstaltung geplant und inwieweit nimmt es Bezug auf ein spezielles Veranstaltungsthema?
- b) Welche Zielgruppen soll die Veranstaltung ansprechen und wie?
- c) Werden spezielle Angebote für Kinder und Jugendliche vorgehalten, und wenn nicht, warum nicht?
- d) Gibt es vergleichbare Veranstaltungskonzepte, inwieweit ist die Veranstaltung einzigartig bzw. besonders?
- e) Lässt sich die Veranstaltung wiederholen oder ist das Thema/Anlass einmalig?

Antworten Charakteristik:

4) Finanzierung

Die gesicherte Finanzierung einer Veranstaltung ist ein erforderliches Kriterium insbesondere für die Nachhaltigkeit/Wiederholbarkeit in den kommenden Jahren.

Fragestellung:

- a) Ist die Finanzierung bereits im Vorfeld durch Sponsoren/Standeeinnahmen abgesichert und wenn ja, zu wie viel Prozent?
- b) Handelt es sich um eine A) Traditionsveranstaltung oder B) ein neues VA-Konzept, und wenn B) wird die Refinanzierung bereits im ersten, oder in den Folgejahren realistisch eingeschätzt?

Antworten Finanzierung:

5) Medialisierung

Eine zielgruppenaffine und angemessene Medialisierung ist wichtiger Baustein im Gesamtkonzept und bindet Medienpartner bereits frühzeitig ein.

Fragestellung:

- a) Welche Aktionen/Produkte sind für die Veranstaltung vorgesehen (z. B. Printmedien, Hörfunk, Internet, neue Medien, Plakate, Flyer)? Auf welche Zielgruppe ist das Marketing ausgelegt und wie erfolgt die Umsetzung?
- b) Welche Reichweite der Medialisierung wird angestrebt (lokal, regional, national)?

Antworten Medialisierung:

6) Synergieeffekte

Synergieeffekte nutzen – in Kooperationen mit ansässigen Unternehmen gemeinsam die Veranstaltung und den Standort stärken.

Fragestellung:

- a) Inwieweit sind Kooperationen und Partnerschaften mit Handel-, Gastronomie-, Kultur- und oder Tourismus vor Ort geplant?

Antworten Synergieeffekte:

7) Lärmschutz

Sowohl die UNESCO-Weltkulturerbestätte Lübeck als auch das Seebad Travemünde mit seiner traditionsreichen Geschichte bieten ein einzigartiges Umfeld für großartige Veranstaltungserlebnisse, müssen aber auch insbesondere im Bereich Lärmemission Berücksichtigung bereits bei der Veranstaltungsplanung finden.

Fragestellung:

- a) Welche Maßnahmen werden ergriffen, um einen angemessenen Lärmschutz für die Anwohner zu gewährleisten? (z.B. Anzahl und Ausrichtung der Lautsprecher, Einsatz von Limitern zur Lautstärkebegrenzung)
- b) Werden tonverstärkende Mittel eingesetzt? Wenn ja, welche? (Hierzu zählt neben der Nutzung von Musikverstärkern z.B. auch der Einsatz von Lautsprechern für Durchsagen)
- c) Welche Art von Musik wird gespielt? (z.B. leise Hintergrundmusik, Live-Band [Rock, Pop, Jazz...], Discomusik mit DJ, Klassik....)

Antworten Lärmschutz:

8) Sicherheit

Als Grundvoraussetzung gelten die Sicherheitsbestimmungen der Berufsfeuerwehr (Anlage S) des Qualitätskonzeptes. Ergänzende Maßnahmen können nach Prüfung des Kurzexposés durch die zuständigen Behörden im Rahmen der Festsetzung bzw. der Flächenüberlassung erteilt werden.

- a) Ist ein Sicherheitsdienst im Tageseinsatz/im Nachtdienst geplant? Wenn ja, welches Unternehmen, Einsatzzeiten und Kontaktdaten
- b) Ist der Einsatz eines Sanitätsdienstes geplant? (Hinweis: die Auflage zur Gestellung eines Sanitätsdienstes kann im Rahmen der Prüfung des Konzeptes erteilt werden)

Antworten Sicherheit:

IV Unterlagen, Fristen

Bitte reichen Sie zusätzlich zum Kurzexposé folgende Unterlagen ein:

- a) Ein maßstabsgerechter Aufbauplan (muss bis spätestens 12 Wochen vor Veranstaltung vorliegen. Sollte der Aufbau bis zu diesem Zeitpunkt nicht feststehen, so skizzieren Sie bitte Ihre Maximalbebauung).
- b) Fotos, Skizzen oder ähnliches Anschauungsmaterial (nach Bedarf)

Detaillierte Informationen zum Qualitätskonzept und dem Bewertungsschlüssel entnehmen Sie bitte dem beigefügten Konzept.

Datum, rechtsverbindliche Unterschrift

Firmenstempel

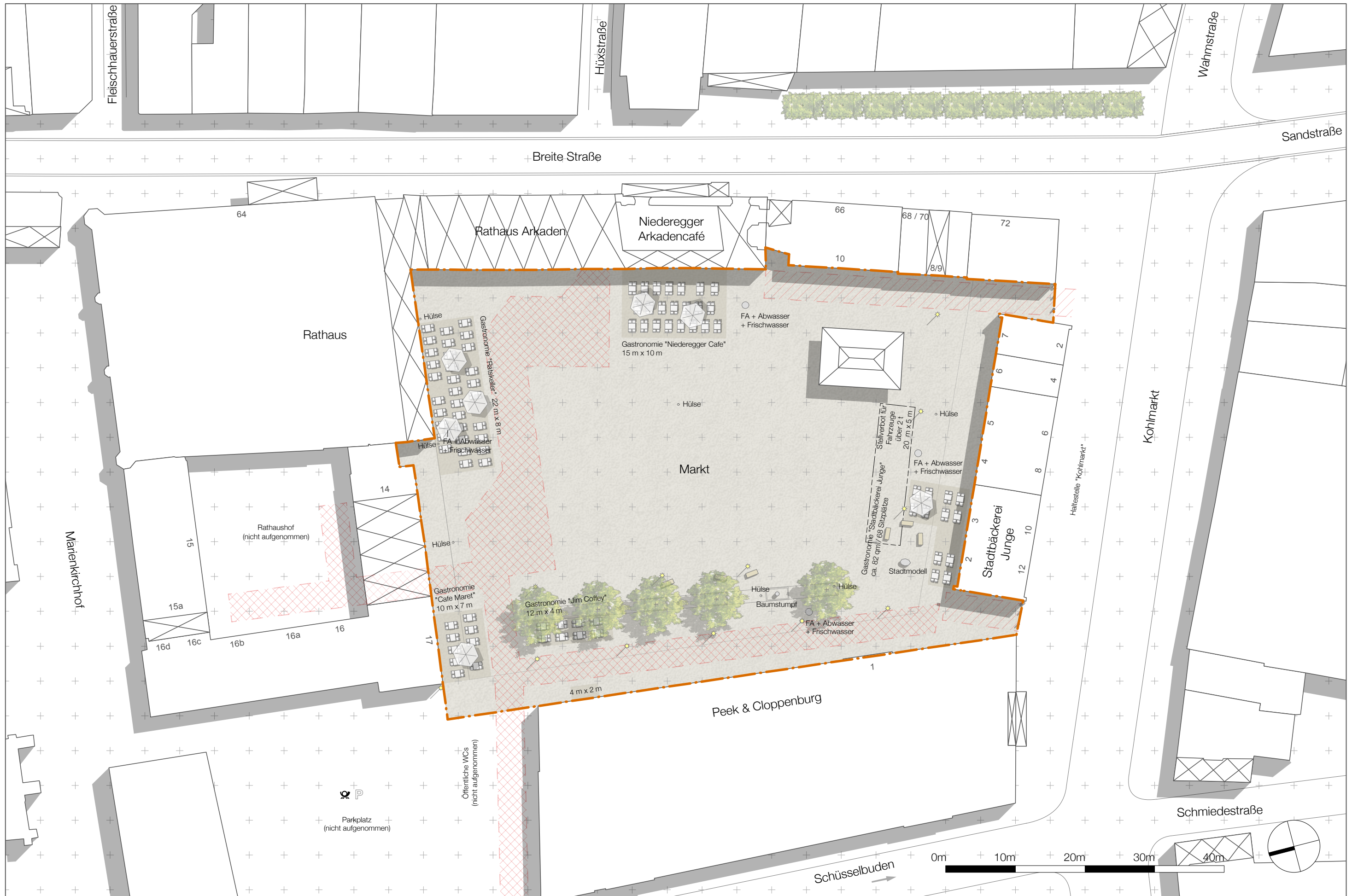
SICHERHEITSBESTIMMUNGEN

DER BERUFSFEUERWEHR FÜR VERANSTALTUNGEN (ANLAGE S)



Weitere Auflagen können im Festsetzungsverfahren oder im Rahmen der Flächenüberlassung gefordert werden

1. Bei der Aufstellung der Stände ist darauf zu achten, dass brandschutztechnische Einrichtungen (z.B. Über- oder Unterflurhydranten) nicht verstellt werden und in einem Umkreis von 1,00 m ständig frei gehalten werden müssen.
2. Der Veranstalter hat darauf zu achten, dass Anfahrtswege und Bewegungsflächen für die Feuerwehr und den Rettungsdienst nicht verstellt und zu geparkt werden.
3. Zur Verhinderung einer Schadensausweitung im Brandfall ist ein Sicherheitsabstand von 5 m zur aufgehenden Fassade einzuhalten.
4. Kann dieser nicht eingehalten werden, sind in Abstimmung mit der Feuerwehr und Bauordnung besondere Sicherungsmaßnahmen durchzuführen.
Möglichkeiten sind z.B.:
 - Öffnungen (Fenster) feuerhemmend F30 verschließen
 - Brennbare Außenwände feuerhemmend F30 verkleiden
 - Ausführung der Buden in einer Feuerwiderstandsklasse von mindestens F30
 - Ständige Bewachung der Veranstaltungsfläche durch geeignetes Personal
5. Notwendige Flächen für die Feuerwehr (Zugänge, Feuerwehrezufahrten, Aufstellflächen, Bewegungsflächen) – gem. DIN 14090 „Flächen für die Feuerwehr“ – müssen im gesamten Veranstaltungsbereich gekennzeichnet und ständig freigehalten werden.
6. Im Veranstaltungsbereich sind Durchfahrtsbreiten von mindestens 4 m frei zu halten. Stände, Zelte und Buden oder dergleichen, sowie deren Anbauten oder Vordächer und Einrichtungen (z. B. Tische und Bänke) dürfen die erforderlichen Durchfahrtsbreiten nicht einschränken. Die geplanten Flächen für Stände, Zelte, Buden oder dergleichen sind, z.B. mit Sprühkreide, auf dem Boden zu kennzeichnen.
7. Im Bereich von Rettungswegen sind Kabel, Schläuche, Seile und ähnliche Leitungen so zu verlegen, dass sie keine Stolpergefahr oder Behinderung darstellen. Hierzu sind sie mit Gummimatten oder ähnlichem sichtbar abzudecken.
8. Bei der Verwendung von Lufterhitzern für die Beheizung von Zelten sind diese entsprechend den „Richtlinien über Bau und Betrieb fliegender Bauten (MFLBauR) Beheizung“ aufzustellen.
9. An Ständen, in Verkaufswagen, Zelten, beim Betrieb von Fritteusen, Grill- und Bratvorrichtungen usw. ist zur Brandbekämpfung von Entstehungsbränden mind. ein Feuerlöscher der Brandklasse A, ggf. Brandklasse F vorzuhalten. Die Feuerlöscher sind im geprüften Zustand, betriebs- und griffbereit unterzubringen.
10. Vom Veranstalter ist eine Alarmierungsmöglichkeit (z. B. Handy) vorzuhalten, die im Gefahrenfall eine unverzügliche Alarmierung der Polizei oder Feuerwehr gewährleistet.
11. Abfallstoffe (wie z.B. Packmaterial, Kartonagen und Papier) dürfen außerhalb der Stände nicht gelagert werden. Es ist ein Abfallkonzept, welches die brandschutztechnischen Belange berücksichtigt, vorzulegen (z.B. geschlossene nicht brennbare Abfallcontainer, Presscontainer, tägliche Entsorgung, u.a.).
12. Bei der Verwendung von Flüssiggasgeräten und Feuerstätten in Fahrzeugen und Ständen mit ortveränderlichen Gebrauchsanlagen wird auf die Richtlinie „Brandschutztechnische Auflagen der Feuerwehr bei der Errichtung von fliegenden Bauten unter Verwendung von Flüssiggasanlagen“

hingewiesen. Der Veranstalter hat im Vorwege von den Betreibern der Gasanlagen die Prüfprotokolle anzufordern und zu überprüfen. Betreiber, die keine fristgerecht geprüfte Anlage nachweisen, dürfen für die Veranstaltung nicht zugelassen werden.



Maßstab 1:500
Stand 04 | 2013

 Feuerwehruzufahrten
 Feuerwehruzugänge

Hinweise: Straßenschilder, Hydranten sowie Abläufe sind nicht dargestellt!
Die Nutzung von Entnahmestellen (Strom, Wasser, Abwasser etc.) ist mit der "Lübeck und Travemünde Marketing GmbH" abzustimmen!
Alle Angaben (Lage, Abmessungen sowie Art der Objekte) sind vor Ort zu prüfen!

06 Markt

Städtebauliches Umfeld und kulturhistorischer Kontext:

Die herausragende Bedeutung des Lübecker Marktes als eine geschlossene Platzanlage im Zentrum der Lübecker Altstadt wird durch die städtebaulichen Dominanten des Rathauses, der nördlich angrenzenden Marienkirche und der Petrikirche südlich der Holstenstraße unterstrichen. Neben dem Rathaus stehen auch die gesamte Platzfläche und der Nordriegel mit dem Rathauhof als eingetragene Kulturdenkmale unter einem besonderen Schutz. Auch wenn der Markt heute eine heterogene Randbebauung mit zum Teil Nachkriegs- bzw. Neubauten aufweist, bestimmen die angesprochenen Baudenkmale, die einen wesentlichen Teil des Weltkulturerbes Lübecks ausmachen, noch heute diesen öffentlichen Raum. Als historisch gewachsenes Zentrum der Altstadt eignet sich der Markt für vielfältige Veranstaltungen, die das architektonische Umfeld aufnehmen und in der Anordnung und Aufbaukonzeption integrieren (keine abschottende Inhouse-Situation, sondern Einbeziehung der Platzwände als rahmengebendes Ensemble). Inhalt und Gestaltung der Aufbauten müssen ein Niveau haben, das dem Anspruch der Welterbestadt Lübeck und der Erwartung internationaler Besucher gerecht wird. Veranstaltungen müssen hinsichtlich ihrer Art und ihres räumlichen Ausmaßes der jeweiligen Platzgröße, der Platzgestaltung und den umgebenden Baulichkeiten angemessen sein. Dazu gehört auch die Anordnung von Aufbauten und Ständen, die keine Abschottung zum Umfeld (z.B. durch Rückfronten der Aufbauten), sondern eine offene Gestaltung erkennen lässt. (AUSZUG DER RICHTLINIEN/HANSESTADT LÜBECK 2006)

Marken-/Zielgruppenaspekte:

Kernthemen:

- ⇒ *Lübecker Altstadt*: schönes, entspanntes Bummeln, Holstentor, schöne Kirchen, enge Gassen und schöne Hinterhöfe aber auch spezifische Themen wie bspw. Lübecker Marzipan oder Literatur
- ⇒ *Stadt an der Ostsee*: Stadtleben und Ostsee vor der Tür, Tor zum Ostseeraum, maritimes Flair, historisches Stadtbild/typisch hanseatischen Backsteinbauten

Zielgruppen:

- ⇒ Best Ager, Anspruchsvolle Genießer und Neue Familien. Städte- und Kulturtouristen, Auslandsgäste (Schwerpunkt Skandinavien, deutschsprachiges Ausland), Tagestouristen aus Umkreis bis 100 km bzw. zwei Stunden Entfernung.

Qualitätsniveau:

100 – 135 Punkte

Technische Angaben:

Fläche

Gesamtfläche 4.000 m²
 davon ca. 1.600 m² bebaubare Fläche nach Abzug Feuerwehrezufahrten und Außengastronomie
 Flächenbelag: Kopfsteinpflaster

Belastbarkeit

Bauklasse III: keine Belastungseinschränkungen. Der mit Bänken bestückte Bereich am Blindenmodell darf nicht befahren werden.

Anschlüsse

Strom

1 Übergabepunkt Stadtwerke für Anschluss Stromkasten (Toilettenschacht)

Wasser

Standrohr (Anschlusspunkt: Niederegger-Café ca. 10m vom Eingang)

Abwasser	Einleitstellen mit Fettabscheider sind vorhanden
Feuerwehrezufahrten	Über Marktwiete und über Kohlmarkt (Einfahrt neben Intersport)
Auf-/Abbauzeiten	5.00 Uhr bis 10.30 Uhr, 19.00 Uhr bis 22.00 Uhr
Öffentl. Toiletten	1 (Parkplatz Schüsselbuden)
Lärmschutz	<p>Musikdarbietungen sind, gemäß der Freizeitlärmrichtlinie Schleswig-Holstein bis 22.00 Uhr, mit verminderter Lautstärke bis 23.00 Uhr, möglich. Ausschankende: 24.00 Uhr. Bei CD-Musikübertragung ist Punktbeschallung zu gewährleisten.</p> <p>Einzuhalten sind die Werte der Freizeitlärmrichtlinie Schleswig-Holstein: http://shvv.juris.de/shvv/vvsh-2129.8-0001.htm</p>
Sonstiges:	
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Aufgrund der Lieferzeiten der Fußgängerzone ist ein Veranstaltungsbeginn erst nach 10.30 Uhr möglich. ⇒ Ein Aufbau von Zelten, die eine Größe von 300 qm überschreiten, ist nicht gestattet. Ein Verkauf von Warentischen (Flohmarktstände) sowie ein Aufstellen von Verkaufslastwagen sind untersagt. ⇒ Auf die Gastronomie, die Außenflächen auf dem Markt betreibt, ist ebenso Rücksicht zu nehmen wie auf kirchliche Veranstaltungen in St. Marien. ⇒ Je nach Standbebauung beträgt die maximale Besucherzahl auf dem Markt 3.000 Personen. ⇒ Montags und donnerstags ist der Markt durch den Wochenmarkt belegt und steht nicht für Veranstaltungen zur Verfügung. Der Aufbau für Veranstaltungen kann donnerstags ab ca. 20.00 Uhr (nach Abbau des Wochenmarktes) erfolgen. Veranstaltungen, die an Sonntagen enden, müssen nach Veranstaltungsende bis 22.00 Uhr abgebaut werden. Der Markt muss montags um 5.00 Uhr vollständig geräumt und gereinigt sein. ⇒ Gültige erteilte Sondernutzungserlaubnisse für Warenausstellungen, gastronomische Nutzungen, etc. behalten auch während der Veranstaltung ihre Gültigkeit und sind von Veranstalter zu beachten und adäquat zu integrieren. ⇒ Die Stände des Touristenmarktes sind grundsätzlich in vollem Umfang (max. 7 Stände mit einer Gesamtfläche von max. 40 Frontmetern bzw. 100 Quadratmetern) zu integrieren. Der Touristenmarkt setzt sich ausschließlich aus den Sortimenten Obst und Gemüse, Blumen, Schmuck sowie ggf. Leder- und Spielwaren zusammen. Ausnahmen sind nur in rechtzeitiger Abstimmung mit LTM möglich. ⇒ Die Höchstdauer der einzelnen Veranstaltung wird begrenzt auf maximal 10 Tage mit Ausnahme des Weihnachtsmarktes und der städtischen Eisbahn. 	

3 Umwelt, Sicherheit und Ordnung

3.031 Fachbereichsdienste

Az.: Schn/-

Datum: 09.08.2013

Auskunft: Maik Schneider

Zimmer: 1.049

Telefon: 3912

Telefax: 3994

eMail: Maik.Schneider@luebeck.de

Stellungnahme vom Bereich Schule und Sport zum „SICHERHEITSKONZEPT im Flächen- und Veranstaltungsmanagement der Hansestadt Lübeck ab 2013“ Nr. VO/2013/00721

— Sehr geehrter Herr Senator Möller,

der Bereich Schule und Sport als verwaltender Bereich für alle Sport- und Schulflächen hat zum vorliegenden Konzept folgende Anmerkungen und Hinweise.

— Das Konzept ist grundsätzlich für Veranstaltungen auf öffentlichen Plätzen und Flächen ausgerichtet. Nach unserem Verständnis hat jeder Veranstalter, der eine solche Fläche nutzen möchte, das Kurzexpose zur Flächenüberlassung auszufüllen und spätestens 12 Wochen vor Veranstaltung beim Flächenverwalter einzureichen. Dieser gibt es dann an den Bereich 3.322.4 weiter. Dort wird es geprüft, ggf. an andere Bereiche (Feuerwehr, Polizei etc.) weiterverteilt und letztendlich erhält der Flächenverwalter eine Rückmeldung, ob weiteres von ihm oder dem Veranstalter zu veranlassen ist.

— Der Bereich 4.401 geht zunächst einmal davon aus, dass die dargestellte Vorgehensweise für den normalen Sportbetrieb (z.B. Fußball-Punktspiele, Fußballturniere, Leichtathletik-Veranstaltungen) nicht notwendig sein wird. Wenn bei diesen Veranstaltungen ein öffentlicher Verkauf stattfindet (im Regelfall werden 1 - 2 Getränke- oder Grillstände nicht überschritten), erhält der Bereich 3.322.4 ohnehin schon immer eine Benachrichtigung von 4.401. Bei jährlich über 1000 Veranstaltungen in diesem Bereich würde selbst das Ausfüllen des "Kurzexposes für gemeinnützige Veranstaltungen" den zumutbaren Rahmen der Verwaltungsarbeit vollkommen sprengen. Zudem erfolgt bei problematischen Spielen im Fußballbereich ohnehin schon eine automatische Abstimmung zwischen Ordnungsbehörden, Polizei, Sportverein und Flächeninhaber auf Grundlage der dortigen Verbandsvorgaben. Auch die Vorgabe das Expose 12 Wochen vorher bei 3.322.4 einzureichen wird in den meisten dieser beschriebenen Fälle kaum möglich sein, da Spiele oder Turniere noch gar nicht angesetzt sind oder die Teilnehmer noch überhaupt nicht feststehen.

— Dagegen macht es sicherlich Sinn die neue Vorgehensweise beim großen MTV-Jugendhandballturnier auf der Falkenwiese (mit Umzug durch die Stadt) anzuwenden. Gleiches gilt für die Sommeroperette im Schulhof des Johanneum. Auf dem Buniamshof gibt es zudem einmal jährlich das Landessportfest der Marli-Werkstätten und den Staffellauf der Lübecker Schulen. Dazu die 8 Heimspiele der Lübeck-Cougars (Football) pro Saison. Alle diese Events haben im Regelfall über 1000 Zuschauer. Hier könnte man zu mindestens einmal darüber nachdenken, ob man das bisherige Genehmigungsverfahren auf das neue Konzept umstellt. Gleiches gilt für die Durchführung evtl. Flohmärkte oder Schulfeste auf städtischen Schul- und Sportflächen. Dort ist im Regelfall mit vielen Ständen und Besuchern auf engstem Raum zu rechnen.

Abschließend möchten wir noch darauf hinweisen, dass einige sich im Eigentum der Hansestadt Lübeck befindliche Sportflächen an Lübecker Sportvereine vermietet sind. Die dortigen Flächen und Veranstaltungen werden direkt von den jeweiligen Vereinen betreut und verwaltet. Hier kann insofern auch nicht mehr von öffentlichen Plätzen gesprochen werden.

Weiterhin wurde aber in einigen Fällen mit Sportvereinen ein sogenannter Bewirtschaftungsvertrag für Sportanlagen geschlossen (z.B. Thomas-Mann-Sportanlage, Roter Hahn etc.). Hier übernehmen die Vereine Platzwartaufgaben, üben das Hausrecht aus und haben das Recht die Anlage für ihre vereinseigenen Aktivitäten zu nutzen. Größere Sportveranstaltungen sowie alle nichtsportlichen Veranstaltungen sind jedoch vorher mit 4.401 abzustimmen. Insofern dürfte es auch hier eigentlich keine Probleme geben.

Fazit 4.401:

Für große Veranstaltungen mit hohem Zuschaueraufkommen oder Veranstaltungen mit speziellem Problemklientel sieht der Bereich 4.401 die Einführung eines neuen Sicherheitskonzeptes sehr positiv. Für den wöchentlichen Spielbetrieb sowie kleinere Turniere und Wettkämpfe wäre der Verwaltungsaufwand für die ehrenamtlich geführten Vereine und die zu beteiligenden städtischen Bereiche angesichts des niedrigen Gefahrenpotenzials nicht gerechtfertigt.

Anmerkung von der Lübeck und Travemünde Marketing (LTM) GmbH sowie dem Bereich 3.322 – Melde- und Gewerbeangelegenheiten:

„Aus unserer Sicht ist die vom Bereich Schule und Sport vorgeschlagene Vorgehensweise sinnvoll und praktikabel.“

Im Auftrag

Maik Schneider