



► Nr. VO/2019/07980-01  
öffentlich

Lübeck, 03.01.2020

## Antwort -öffentlich-

Verantwortliche Bereiche:  
1.101 - Bürgermeisterkanzlei

Bearbeitung: Oliver Groth (E-Mail: [oliver.groth@luebeck.de](mailto:oliver.groth@luebeck.de) Telefon: 122-1002)

## Antwort auf die Anfrage der AM Duggen/Flasbarth/Fürter (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Verwendung der Passat als Logo

### Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
13.01.2020	Senat	Nichtöffentlich	
28.01.2020	Hauptausschuss	Öffentlich	

### Anlass:

Anfrage der AM Duggen, Flasbarth und Fürter betreffend die Verwendung der Passat als Logo (VO/2019/07980) in der Sitzung des Hauptausschusses am 13.08.2019

### Antwort:

Die einzelnen Fragen werden wie folgt beantwortet:

- 1. Handelt es sich beim jüngst vorgestellten neuen Passat-Logo um ein Logo, das von der Stadt künftig für die Passat eingesetzt werden soll? Wenn ja: Auf welchem Beschluss beruht diese Entscheidung (mit der Bitte um genaue Angabe des Gremiums und des Beschlusszeitpunkts)?**

Dieses Logo soll zukünftig Verwendung finden, wenn die Werbegemeinschaft Travemünde Waterfront e.V. (BeachBay) für den Standort mit vor Ort vorhandenen Einrichtungen wirbt. Ansonsten wird in der Außendarstellung weiter das Logo aus der Veranstaltung „100 Jahre Passat“ verwendet, das 2011 zu Vermarktungszwecken entwickelt worden ist. Maßnahmen zur Verbesserung der Vermarktung von städtischen Einrichtungen bzw. den Standort gehören zum Geschäft der laufenden Verwaltung gemäß § 65 Abs. 1 GO-SH. Geschäfte der laufenden Verwaltung unterliegen der alleinigen Zuständigkeit des Bürgermeisters.

- 2. Wurden die Bürgerschaft oder ihre Ausschüsse zur Frage der Nutzung eines neuen Logos für die Passat beteiligt? Wenn ja: In welcher Weise? Wenn nein: Warum nicht? Erfolgte eine Beteiligung der für die Passat zuständigen Kultursenatorin?**

Nein, die Bürgerschaft oder ihre Ausschüsse wurden nicht beteiligt (siehe Antwort zu 1). Die Fachbereichsleitung des Fachbereiches 4 war in die Entscheidungsfindung einge-

bunden und hat das Vorhaben am 20.07.2019 befürwortet. Darüber hinaus war der Vorsitzende des Vereins „Rettet die Passat“ e.V. eingebunden.

**3. Ist es zutreffend, dass das Logo von Herr Hollesen geschenkt wurde und der Passat die Rolle einer sogenannten Sub-Brand von Beach Bay/Waterfront zuweist, mit der Verwendung identischer Visuals, Schrifttypen und –größen und dadurch die Zugehörigkeit der Passat zu Beach Bay/Waterfront suggeriert?**

**Wenn ja:**

- **Hat die Stadt das Geschenk angenommen und auf welcher Grundlage basiert diese Entscheidung (beteiligte Gremien)?**
- **Ist für die Annahme der Schenkung die Zustimmung der Bürgerschaft erforderlich (bitte mit Begründung)?**
- **Wie hoch wird der Wert der Schenkung eingeschätzt (Material- und Herstellungskosten)?**

Die Hansestadt Lübeck hat ein starkes Interesse an der touristischen Vermarktung von Travemünde einschließlich des Priwalls vor dem Hintergrund der wachsenden Konkurrenz an der deutschen Ostseeküste. Hier macht es ggf. auch Sinn, die Kräfte und Kompetenzen zum Wohle des Tourismusstandorts Lübeck-Travemünde zu bündeln. Der Tourismus ist nach wie vor einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren der Stadt, von dem die Stadt u.a. über Arbeitsplätze, Steuereinnahmen und Kurabgaben profitiert. Gleichzeitig hat die Stadt ein Interesse an einer guten Vermarktung der Passat, um hier zusätzliche Eintrittsgelder/Gebühren zum Erhalt dieses einzigartigen Kulturdenkmals zu generieren. In diesem Sinne ist es nur zu begrüßen, dass gemeinsame Anstrengungen von verschiedenen Akteuren unternommen werden, um die Attraktivität eines Standorts zum Wohle aller Akteure nachhaltig zu steigern.

Über die Annahme von Spenden, Schenkungen und ähnlichen Zuwendungen zugunsten der Hansestadt Lübeck bis zu einem Wert von 100.000 €, bei gemeinnützigen Stiftungen bis zu 300.000 €, entscheidet gemäß § 8 Abs. 8 der Hauptsatzung der Bürgermeister. Die Material- und Herstellungskosten lagen unterhalb dieser Wertgrenze. Die Verwaltung schätzt die Materialkosten für zwei Hissfahnen auf ca. 150 Euro. Die Hansestadt Lübeck hat keine Kosten erstattet oder bezahlt.

**4. Wie bewertet der Bürgermeister den wirtschaftlichen Vorteil für Herrn Hollesen bzw. Beach Bay/Waterfront durch den durch die Sub-Brand induzierten Eindruck, die eigentlich städtische Passat gehöre zu Beach Bay/Waterfront?**

Es ist zu bezweifeln, dass hieraus dem Investor von Priwall Waterfront ein besonderer Vorteil erwächst. Der Vorteil liegt vielmehr auf Seiten der Stadt und ggf. der Region, indem Travemünde und insbesondere der Priwall Teil einer Markenstrategie sind, die eine überregionale Ausstrahlungskraft entfalten kann. Im Tourismus konkurrieren nicht Orte, sondern Regionen miteinander. Beach Bay soll perspektivisch nicht nur Waterfront, Passathafen, Passat und Priwall umfassen, sondern sich auf die Küstenregion jenseits der Ortsgrenze in Richtung Westmecklenburg erstrecken. Mit der Viermastbark Passat als Attraktion und Erlebnis bewerben zahlreiche Anbieter von touristischen Angeboten den Standort Lübeck-Travemünde/Priwall.

**5. Architektur und städtebauliche Auswirkungen der Beach Bay-/Waterfront-Anlage werden von großen Teilen der Lübecker und Travemünder Bürger sowie von vielen**

***der Touristen sehr kritisch gesehen. Welche negativen Auswirkungen befürchtet der Bürgermeister in Form von Abstrahleffekten dieser nicht besonders positiven Imagewerte auf die Passat?***

Die subjektive Wahrnehmung von Architektur und städtebaulichen Auswirkungen ist nicht ungewöhnlich, dass Menschen Bauvorhaben befürworten oder diesen kritisch gegenüber stehen. Aber der Verwaltung liegt keine wissenschaftlich fundierte repräsentative Erhebung vor, wonach Beach Bay/Waterfront kritisch gesehen wird, ebenso die Frage von negativen Abstrahlungseffekten. Es ist darüber hinaus nicht zu beobachten, dass durch Beach Bay die Zahl der Gäste auf dem Priwall oder auf der Passat zurückgegangen ist. Vielmehr sind steigende Gästezahlen zu beobachten, die durch die Schaffung von rund 1.500 Betten auf dem Priwall zu verzeichnen sind. Die Zahl der Übernachtungen in Travemünde lag bereits im Oktober 2019 mit 769.565 deutlich über dem Vorjahr (710.982). Die Besucherzahl auf der Passat lag mit 37.392 Gästen (ohne Übernachtungen) sowohl deutlich ggü. dem Vorjahr (29.400) als auch zum Zeitpunkt vor Beginn der Bauarbeiten (35.860).

Ferner hat sich u.a. aufgrund der positiven Entwicklung auch ein Nahversorger auf dem Priwall neu angesiedelt.

Maßstab des Verwaltungshandelns ist, ob ein Vorhaben eine Mehrheit in einem demokratisch gewählten Gremium findet oder nicht. Die Entwicklung auf dem Priwall wurde mehrheitlich in der Bürgerschaft beschlossen. Zuvor wurde der Gestaltungsbeirat für die Hansestadt Lübeck eingebunden.

**Anlagen:**

Bürgermeister Jan Lindenau