

öffentlich nicht öffentlich

Beschlussvorlage

Betrifft:

Tour de France 2017

Beschlussdarstellung:

Der Rat beschließt, dass sich die Landeshauptstadt Düsseldorf als Austragungsort für den Grand Départ der Tour de France 2017 bewirbt. Sollte die Bewerbung für 2017 nicht erfolgreich sein, wird diese für die Folgejahre aufrecht erhalten. Die erforderlichen Mittel werden in den Haushalt 2016 und 2017 eingestellt.

Sachdarstellung:

Präambel

Die Tour de France ist das bedeutendste, jährlich stattfindende sportliche Großereignis der Welt.

Die Ausrichtung des Grand Départ der Tour de France, dem Start des für die Radsportwelt einzigartigen Ereignisses, ist für die Landeshauptstadt Düsseldorf nicht nur ein außergewöhnlicher Meilenstein, sondern rückt unsere Stadt für viele Tage in den Blickpunkt der Weltöffentlichkeit.

Im Zuge der Neuausrichtung des Stadtmarketings bietet sich mit der Durchführung dieses Großereignisses für die Landeshauptstadt die einmalige Chance, sich weltweit einen Namen als Sportstadt, als sportaktive Stadt, zu etablieren. Darüber hinaus lässt sich das überragende, weltweite Medieninteresse an der Tour de France kanalisieren und auf diese Weise für zahlreiche weitere, für die Stadt wichtige und interessante Bereiche sowie Projekte nutzen. Möglichkeiten, welche in dieser Form einmalig sind.

Düsseldorf hat sich bereits erfolgreich als Sportstadt mit einem neu definierten Markenkern aufgestellt. Die Ausrichtung einer derart traditionsträchtigen, berühmten und geachteten Sportveranstaltung wie der Tour de France verleihe der Sportstadt Düsseldorf national und international einen bedeutenden, nachhaltigen Schub.

Mit der Ausrichtung des Starts der Tour de France könnte Düsseldorf seinen Anspruch als weltoffene, globale Sportstadt untermauern. Düsseldorf ist 2017 Ausrichter der Tischtennis-Weltmeisterschaft sowie der Triathlon-Europameisterschaft; großartige, bedeutende Veranstaltungen. Und als Krönung präsentiert die Sportstadt Düsseldorf den Grand Départ der Tour de France.

Dies ist nicht hoch genug einzuschätzen, vor allem weil sich die Stadt Düsseldorf dem Fahrrad im Allgemeinen bereits im Rahmen des Fahrradkonzeptes verschrieben hat. Sie unternimmt enorme Anstrengungen, die Popularität bei den Düsseldorfer Bürgern für das Fortbewegungsmittel Fahrrad zu forcieren. Die Ausrichtung der Tour de France bietet im Rahmen der verkehrspolitischen Ausrichtung der Landeshauptstadt Düsseldorf ein einmaliges Umfeld, das Thema „Radfahren“

nachhaltig zu fördern und das Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger unserer Stadt für das Fahrrad nachhaltig zu sensibilisieren.

Sachdarstellung

I. Strategische Ausgangssituation: Förderung Radverkehr / Radkampagne 2016

Düsseldorf hat sich zum Ziel gesetzt, den Radverkehr nachhaltig zu fördern. In der jüngsten Vergangenheit wurden insoweit bereits nachhaltige Maßnahmen umgesetzt. Hierzu zählen Meilensteine wie die Implementierung des Bezirksradnetzes, die Aufnahme in die Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte (AGFS), die Einführung eines Winterdienstes auf Radwegen, der Gewinn des Landes-Planungswettbewerbes für Radschnellwege in NRW, das Errichten einer zentralen Radstation, die durchgängige Fahrradwegweisung, das Bereitstellen von Mieträdern, die Einrichtung von Dauerzählstellen, die Veröffentlichung eines Tourenangebotes (Tour D) sowie des Taschennetzplanes, die jährliche Veranstaltung des Radaktiv-Tages, das Verteilen von Give-Aways etc..

Für die Zukunft hat sich der Stadtrat ambitionierte Ziele gesetzt: Der Anteil des Radverkehrs am Verkehrsaufkommen soll von derzeit 14 % auf 25 % gesteigert werden. Das bedarf der intensiven Fokussierung auf die Verbesserung der Bedingungen für Radfahrer und Radfahrerinnen sowie auf ein verbessertes Fahrrad-Klima allgemein. Dazu ist die „*Fachgruppe Radverkehr*“ unter der Federführung des Amtes für Verkehrsmanagement gebildet worden. Schwerpunkt ist die Umsetzung eines stadtweiten Radhauptnetzes mit einer Gesamtlänge von etwa 300 Kilometern, bestehend aus rund 700 Einzelmaßnahmen. Die erforderlichen Planungen und Umbaumaßnahmen liegen in der Hand des eigens gegründeten „*Fahrradbüros*“, das seit kurzem von drei auf fünf Mitarbeiter aufgestockt wurde. Zusätzlich wurden die städtischen Eigenmittel für die Radverkehrsförderung deutlich erhöht, sodass diese nun jährlich € 2,5 Mio. Euro betragen. Somit ist die Finanzierung gewährleistet, es sind Mittel vorhanden, neue und innovative Ideen umzusetzen.

Nun stellt sich die Aufgabe, die „Aufbruchstimmung“ der Verantwortlichen in Politik und Verwaltung auf die Bürger zu übertragen, sie mitzunehmen auf dem Weg in eine neue Mobilität. Mithilfe einer professionellen Kommunikations-, Werbe- und Marketingkampagne wird die Verwaltung das Rad als attraktives Verkehrsmittel intensiv bewerben. Die Kampagne startet im Frühjahr 2016 und ist vorerst auf 2 Jahre angelegt. Mittels dieser „Initialzündung“ kann die nötige Aufmerksamkeit aller Zielgruppen erreicht und durch die nachfolgend breit angelegte Roll-Out-Phase für ein modernes und weiter verbessertes Radkonzept die Motivation geschaffen werden, die Planungen mit Leben zu füllen sowie die Belange des Radverkehrs weiter zu festigen und darüber hinaus eine positive Radkultur aufzubauen.

II. Einbindung der Tour de France in das strategische Gesamtkonzept

1. Allgemeines

Die Ausrichtung des Grand Départ der Tour de France (bestehend aus: offizieller Mannschaftsvorstellung, Prolog als Einzelzeitfahren ausgetragen, Start 2. Etappe) bietet generell deutliche Chancen auf mehreren Ebenen Synergien und Mehrwerte zu erzielen, so zum Beispiel in den Bereichen Verkehr, Gesundheit, Umwelt, Sport, Stadtmarketing und Tourismus. Gerade eingebunden in das neue Radkonzept sendet die Ausrichtung ein starkes Signal, um die Aufmerksamkeit auf Düsseldorf und die Fahrradförderung zu lenken.

Die Tour de France („TdF“) ist das größte reisende und jährlich stattfindende Sportereignis der Welt. Seit 1903 führt das wichtigste Radrennen in 21 Etappen durch Frankreich und das nahe Ausland. Die TdF gilt nach den Olympischen Spielen und der Fußball-Weltmeisterschaft als das drittgrößte Sportereignis der Welt. 99 % der deutschen Bevölkerung kennt die Tour. Im vergangenen Jahr zählte die Tour allein an der Strecke rund 10 Millionen Radsportfans und ca. 3.5 Milliarden Zuschauer verfolgten das Rennen über Fernsehen und Internet. Veranstaltet wird die TdF von der Amaury Sport Organisation („A.S.O.“) unter der Direktion von Christian Prudhomme.

Neben der Schlussankunft auf der Avenue des Champs Élysée in Paris und den spektakulären Bergetappen gehört der Start der TdF, der sog. Grand Départ, zu den prestigeträchtigsten und medial wirksamsten Abschnitten der Tour. Seit 1954 wird der Grand Départ verstärkt im Ausland ausgetragen. Dabei wurde der Tourauftakt insgesamt dreimal in Deutschland veranstaltet (1965 Köln, 1980 Frankfurt, 1987 Berlin). Die letzten deutschen Etappenorte waren Karlsruhe und Pforzheim im Jahr 2005. Gastgeberin des Grand Départ im vergangenen Jahr war die niederländische Stadt Utrecht, in der ein Einzelzeitfahren sowie der Start der zweiten Etappe stattfand. Im Jahr 2016 wird die Tour wieder in Frankreich in Le Manche starten. In den vergangenen 10 Jahren gab es fünf ausländische Grand Départs, welche neben Utrecht in Lüttich, Rotterdam, Yorkshire und London stattfanden.

2. London als Beispiel für strategische Effekte

Die Stadt London hat in 2005 eine Fahrrad Strategie (Bicycle Master Plan) entwickelt. Es wurden mehrere Millionen Pfund in die Infrastruktur zur Verbesserung des Fahrradverkehrs investiert. Breit angelegte Medien-Kampagnen haben die Nutzung des Fahrrades stimuliert. Der Grand Départ 2007 in London spielte in diesem Rahmen eine ganz wichtige Rolle um das Projekt zu bewerben.

Die positiven Nebeneffekte des Grand Départ, die anhand von Marktforschungsergebnissen der „*Social Research Associates 2007 – The Tour de France The Grand Depart 2007 Research Summary*“ (<http://content.tfl.gov.uk/tour-de-france-research-summary.pdf>) veröffentlicht wurden, lassen sich wie folgt darstellen:

- während des Events waren 300 % mehr Fahrradfahrer unterwegs als sonst üblich

- 50 % aller Zuschauer versicherten, dass sie mit großer Wahrscheinlichkeit künftig mehr Fahrrad fahren werden
- mehr als 20 % der Zuschauer überlegten, einem Fahrradverein beizutreten; gemessen wurde dann tatsächlich ein Wachstum von 10 % im Jahr nach dem Event (2008)

Ähnliche Entwicklungen konnten auch weiteren vergleichbaren Veranstaltungsorten beobachtet werden.

III. Bewerbersituation

1. Allgemein

Durchschnittlich bewerben sich 50 internationale und 200 französische Städte jedes Jahr für einen Etappen-Start oder eine Zielankunft. Aus diesem Bewerberpool trifft die A.S.O. eine Vorauswahl, sodass letztlich ca. 3-5 Bewerberstädte für einen Grand Départ übrig bleiben.

2. Sonderkonstellation in 2017

a. Unerwarteter und später Rückzug London begrenzt Wettbewerb

London hatte die Ausrichtung des Grand Départ in 2017 geplant und wäre damit zum dritten Mal in zehn Jahren Gastgeber der TdF gewesen. Nach der obligatorischen Vorauswahl auf 3-5 Städte soll es zwischen London und der A.S.O. bereits eine mündliche Einigung gegeben haben. Da der Grand Départ in London damit eigentlich eine „ausgemachte Sache“ war, stellten die übrigen Bewerberstädte ihre Bemühungen und Vorbereitungen weitestgehend ein. Dem Vernehmen nach unmittelbar vor der Vertragsunterzeichnung hat London dann im September 2015 seine Bewerbung aus politischen Gründen (u. a. unmittelbar bevorstehende Überarbeitung Transportation Masterplan) zurückgezogen. Die A.S.O. hat sich sodann wegen des engen verbleibenden Zeitfensters unverzüglich an eine stark begrenzte Zahl von Städten gewandt, um deren Interesse abzufragen. Dabei hat Düsseldorf durch sein Konzept und seine Handlungsschnelligkeit sein Interesse gegenüber A.S.O. eindrücklich nachgewiesen. Der Veranstalter hat bereits signalisiert, dass er der Landeshauptstadt die Organisation und Durchführung der Auftaktveranstaltung der Tour 2017 uneingeschränkt zutraut. Die Chancen, den Zuschlag für den Grand Départ zu erhalten, stehen aktuell für die Landeshauptstadt Düsseldorf, im Falle eines zustimmenden Ratsbeschlusses, überdurchschnittlich gut. Die A.S.O. hat eine Entscheidung für Anfang 2016 angekündigt.

b. Kosten / Einbettung in Launch Rad-Konzept, Tischtennis WM und Triathlon EM

Mit Blick auf den vergleichsweise „späten“ Zuschlag für eine Ausrichtung des Grand Départ im Jahr 2017 ergibt sich die Möglichkeit, auf der Kostenseite im Vergleich zu einem Zuschlag mit normalem Vorlauf beträchtliche Minderausgaben zu realisieren, z.B. ein kostenreduziertes - da zeitlich kürzeres - Begleitprogramm.

Neben den durch die A.S.O. vorgeschriebenen Pflicht-Maßnahmen zur allgemeinen Förderung des Radsports am Veranstaltungsort, ist geplant, rund um den Tour-Start zahlreiche Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen ab 2016 durchzuführen, die im Detail mit dem vom Verkehrsdezernat ausgearbeiteten Radkonzept abgestimmt und verzahnt werden. Damit kommt es zu einem sich gegenseitig befruchtenden, einheitlichen Auftritt, der bei einer Ausrichtung des Grand Départ im Jahr 2017 zeitlich optimal harmonisiert wäre.

Das gesamte Thema Radfahren soll darüber hinaus durch weitere Werbemaßnahmen im Rahmen öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen, wie z.B. bei ausgewählten Messeauftritten der städtischen Beteiligungen, dem Rheinmarathon, der Triathlon-EM oder der Tischtennis-WM, die ebenfalls im Jahr 2017 in Düsseldorf stattfinden, beworben werden.

Triathlon-EM, Tischtennis-WM und TdF befruchten sich gegenseitig und verstärken gerade durch die Ausrichtung in einem Jahr den Marketingeffekt. So werden während des gesamten Zeitraumes Mai bis Juli weltweit Bilder von Sportgroßveranstaltungen aus Düsseldorf medial in erheblichem Umfang verbreitet. Durch den Wiederholungseffekt (sog. „**Mere-Exposure-Effect**“) wird die Wirkung nach fundierten und nicht bestrittenen wissenschaftlichen Erkenntnissen verstärkt und nicht geschwächt. Von der Tischtennis-WM wird es vornehmlich Indoorbilder geben, während Triathlon und Tour Düsseldorf „outdoor“ zeigen. Damit ergibt sich die Möglichkeit innerhalb eines kurzen Zeitraumes die gesamte Vielfalt Düsseldorfs und seiner Veranstaltungsmöglichkeiten und Veranstaltungsstätten weltweit zu präsentieren. Zwischen Triathlon-EM, die unmittelbar vor dem Tour Start ausgetragen wird, und TdF sind zudem weitere Synergien zu erwarten (z.B. Verlängerung des Aufenthaltes der Triathlon-Besucher / Teilnehmer um den Tour-Start zu erleben; Möglichkeit von touristischen Kombi-Paketen etc.).

Im Jahr 2017 werden diese Effekte dadurch noch verstärkt, dass in diesem Sommer kein welt- bzw. europaweites Sportgroßereignis ersten Ranges (z.B. Olympische Spiele, Fußball-WM bzw. EM) stattfindet. Der Focus der internationalen Sportberichterstattung im Sommer 2017 wird daher auf der Tour de France liegen.

3. Jahr 2018

Hinsichtlich der Ausrichtung des Grand Départ im Jahr 2018 liegt ein normale Bewerbersituation mit der üblichen Vielzahl sich bewerbender Städte vor. Soweit die A.S.O. sich entscheiden sollte, den Grand Départ 2018 nach Deutschland zu vergeben, sind als potentielle Mitbewerber u.a. das Saarland, Mannheim und Hamburg zu nennen. Auch Münster hatte offiziell Interesse für 2018 bekundet, inzwischen aber einen Ratsbeschluss gefasst, der eine Beteiligung an den Kosten ablehnt. Münster hatte (anders als andere Ausrichter in den Vorjahren) aber - soweit unsererseits ermittelt werden konnte – offenbar noch keine detaillierte wirtschaftliche Analyse und Kostenberechnung des Szenarios für Münster erstellt. Allein schon mit Blick auf die maximalen Übernachtungs- und Gastronomiekapazitäten, die in Münster nur einen Bruchteil der in Düsseldorf verfügbaren Kapazitäten betragen, wäre die Beurteilung für beide Städte nicht annähernd vergleichbar. Sollten sich in 2018 mehrere deutsche Städte inkl. Hamburg bewerben, erscheint mit Blick auf die laufende Olympia-Bewerbung ein Zuschlag an Hamburg als wünschenswert und

wahrscheinlich. Eine weitere Vergabe an einen Veranstaltungsort in Deutschland in den Folgejahren nach 2018 wäre zudem unwahrscheinlich.

IV. Recht/Steuern

Die Durchführung der Veranstaltung selbst soll später ggf. und vorbehaltlich einer noch ausstehenden Prüfung der rechtlich und steuerlich indizierten Organisationsform über eine noch zu gründende Gesellschaft mit beschränkter Haftung erfolgen.

V. Vertiefende Betrachtung

Neben der oben bereits dargestellten Impulswirkung für die Weiterentwicklung des Radfahrens in Düsseldorf gibt es viele Gründe, die für die Ausrichtung des Grand Départ sprechen:

1. Image

Mit einer garantierten globalen medialen Aufmerksamkeit hat die Landeshauptstadt Düsseldorf die Gelegenheit, sich als weltoffene und touristisch attraktive Gastgeberin zu präsentieren. Neben den gewünschten Image-Effekten wird Düsseldorf, wie Paris, London, New York, Melbourne und viele andere Großstädte der Welt, als innovative und zukunftsorientierte Stadt wahrgenommen, die das Fahrrad als umweltfreundliches Transport-/Fortbewegungsmittel fördert. Da die Ausrichter-Stadt des Grand Départ schon mehr als 12 Monate vor dem eigentlichen Start verkündet wird, würde Düsseldorf langfristig in den Medien präsent sein. Die Streckenpräsentation wird im Oktober vor dem Start live im Fernsehen übertragen. Dort kann sich Düsseldorf der Welt als Gastgeber des Grand Départ vorstellen. Die positiven Effekte werden durch die zahlreich zu erwartenden Gäste und Radsportfreunde aus dem In- und Ausland verstärkt. Begeisterte Radsportfans, Singles, Familien etc. nehmen den Grand Départ der Tour de France in Düsseldorf als Anlass um einen City Trip in die Rheinmetropole zu unternehmen. Die Werbekarawane bzw. attraktive Events rund um das Thema Radsport bieten einen Anreiz für Groß und Klein.

2. Radfahren als Volkssport, auch in Düsseldorf

Insbesondere in seiner breitensportlichen Wirkung gehört das Radfahren zu den Sportarten, die im Sportbewusstsein der Bevölkerung eine wesentliche Rolle spielen. Nach der vom Sportamt im Jahr 2011 in Auftrag gegebenen Bevölkerungsumfrage zum Sport- und Bewegungsverhalten in Düsseldorf steht das Radfahren an der Spitze der von den Düsseldorferinnen und Düsseldorfern betriebenen Sportarten. Fast 43 % der seinerzeit befragten Personen gaben an, die Sportart zu betreiben, wobei insbesondere das vereinsungebundene Radfahren im Freizeitbereich einen Schwerpunkt bildet. Gerade in diesem Bereich wird die Brücke zu den eingangs geschilderten Bemühungen der Stadt Düsseldorf für das Radfahren geschlagen.

3. Düsseldorfer Radsportvereine

Neben den generellen positiven Auswirkungen zum Thema „Radfahren in Düsseldorf“ würden auch die Düsseldorfer Radsportvereine im Bereich des Breitensports davon profitieren, dass die Weltspitze ihrer Sportart Station in Düsseldorf macht. Der Radsport hat in Düsseldorf eine lange Tradition und im Radsportbezirk Düsseldorf sind rund 30 Vereine aus Düsseldorf und der Umgebung vereint. Es ist beabsichtigt, die Düsseldorfer Radsportvereine und ihre Mitglieder mit in die Organisation des Grand Départ einzubinden.

Mit Ruben Zepunkte, der in den Jahren 2009 und 2010 zu den von der Stiftung Pro Sport geehrten „Juniorsportlern des Jahres“ gehörte, verfügt der Radsport in Düsseldorf bereits über einen äußerst erfolgreichen Athleten, dem mittlerweile der Sprung in den Profi-Bereich gelungen ist. Da sein Team Cannondale Garmin aktuell zum Teilnehmerkreis der Tour de France gehört und er zum Kandidatenkreis der Mannschaft zählt, könnte dies dem Thema „Fahrradfahren in Düsseldorf“ einen zusätzlichen Schub geben.

4. Medienpräsenz

a. Fernsehen

Der Deutsche Radsport hat sich mittlerweile zur erfolgreichsten Nation bei der Tour de France entwickelt. In den letzten drei Jahren haben die deutschen Radprofis insgesamt 19 von 63 Etappen für sich entscheiden können. Marcel Kittel und Tony Martin trugen das gelbe Trikot des Spitzenreiters. Diese Erfolge und eine konsequente Aufarbeitung der Doping Problematik haben die ARD überzeugt, wieder Live von der TdF zu berichten. Die Etappen der TdF werden weltweit im TV in 190 Ländern und in über 100 Kanälen live übertragen (Deutschland: ARD und Eurosport) und sind Thema in vielen großen Sport- und Nachrichtensendungen. In den Live-Sendungen sind Fernsehaufnahmen der Etappenorte fester Bestandteil der Übertragungen. Dabei bildet die Darstellung der touristischen Highlights der Ausrichter-Städte und der Regionen einen großen Rahmen. Besonders die immer wieder eingebauten Luftaufnahmen aus der Helikopterperspektive liefern spektakuläre Bilder. Seit dem Jahr 2000 sind die Sendestunden um das 3,7-fache angestiegen. Mehr als 3.5 Milliarden akkumulierte Zuschauer weltweit verfolgten im vergangenen Jahr die insgesamt 6300 Übertragungs-Stunden im Fernsehen und Internet, davon:

- 42% aus Europa
- 21 % aus Afrika
- 15 % aus den USA
- 16 % aus Asien

In Europa lag die durchschnittliche Anzahl der Live TV Zuschauer bei 12 Mio. pro Etappe (mehr als 250 Mio. TV Kontakte während der 21. Etappen). Allein die Reichweite von Eurosport International lag bei 6 Mio. pro Etappe (live) und 54 Mio. einzelne TV Zuschauer über alle Eurosport-Formate. In Deutschland sahen im Jahr 2015 durchschnittlich 1,5 Mio. Zuschauer pro Tag bei einer Live-Übertragung zu (1,2 Mio. ARD und 0,34 Eurosport).

Die Einschaltquoten für einzelne Länder lagen bei bis zu maximal 65%. Der Grand Départ in Utrecht 2015 verzeichnete laut Erhebung der „UER – Eurodata TV“ 23 Mio. Zuschauer für die Live-Berichterstattung. Insgesamt waren die Etappen des Grand Départ in Utrecht weltweit über 575 Stunden im Fernsehen zu sehen. Für den möglichen Start in Düsseldorf werden aufgrund der stetigen positiven Entwicklung ähnliche Zahlen erwartet.

b. Internet und Social Media

Die Webseite letour.com hatte in 2015 mehr als 15 Mio. Einzelbesucher und 130 Mio. Seitenaufrufe. Die Stadt Düsseldorf würde auf letour.com auf der ersten Seite hervorgehoben und während der gesamten Dauer der TdF prominent positioniert.

Die sozialen Mediendaten zeigen, dass die Tour zukunftsorientiert ausgerichtet ist. Le Tour hat schon mehr als 4,2 Millionen Fans auf den verschiedenen Plattformen. Darunter 2 Millionen Facebook und 1,7 Mio. Twitter Fans. Der Hashtag #TDF2015 ist 120 Mio. mal erwähnt worden. Durch die 2015 hinzugefügten On Board Go Pro Kameras kamen 16 Mio. Video-Aufrufe hinzu.

Im Jahr 2017 werden diese Marketingeffekte dadurch noch verstärkt, dass in diesem Sommer kein welt- bzw. europaweites Sportgroßereignis ersten Ranges (z.B. Olympische Spiele, Fußball-WM bzw. EM) stattfindet. Der Focus der internationalen Sportberichterstattung im Sommer 2017 wird daher auf der Tour de France liegen.

Damit ist in zahlreichen Ländern weltweit mit einem signifikanten Anstieg des Bekanntheitsgrades der Landeshauptstadt Düsseldorf zu rechnen.

Die lokale Website für den Grand Depart soll im Übrigen innerhalb des Web-Auftritts des Radkonzeptes der Landeshauptstadt auf duesseldorf.de platziert werden, so dass sowohl dem Rad-Konzept wie auch der digitalen Darstellung der Landeshauptstadt eine maximale Öffentlichkeitswirksamkeit und Reichweite zukommt, die ohne die TdF in Düsseldorf nicht annähernd zu erreichen wären. Gleiches gilt für die Social Media Kanäle der Landeshauptstadt.

c. Media-Daten A.S.O.

Als **Anlage 1** beigefügt sind die von der A.S.O. der Verwaltung zur Verfügung gestellten Media-Daten. Der Anlage können die relevanten Angaben im Detail entnommen werden. Nach Auskunft des Veranstalters 2015 gegenüber der Verwaltung, hat die Stadt Utrecht für sich einen Medienwert des Grand Départ von über € 30 Mio. errechnet.

5. Besucherzahlen

Auf Basis der Zahlen der vergangenen Jahre ist von mindestens 1 Mio. Zuschauern für den Grand Départ auszugehen.

6. Zusätzliche Effekte

a. Förderung Deutsch-Französischer Beziehung – lokal und überregional

Die französische Grenze ist nur wenige hundert Kilometer entfernt. Eine besondere Rolle spielt bei der Bewerbung die Intensivierung der Kontakte zum Austragungsland Frankreich, aus dem verschiedene Konzerne eine deutsche Ländergesellschaft mit Sitz in Düsseldorf haben. Dies sind u.a. L’Oreal, Vallourec, Technip, Air France, Air Liquide oder Sonepar. Es ist geplant, die französischen Unternehmen am Standort Düsseldorf in das Projekt TdF mit einzubinden. Gleiches gilt für das alljährlich stattfindende Frankreich-Fest der Destination Düsseldorf.

Der französische Generalkonsul hat bereits eigeninitiativ signalisiert, dass er im Sinne eines kulturellen, sportlichen, touristischen Dialogs auf die französischen Institutionen zugehen wird. In Anbetracht der anstehenden Festlichkeiten zum 100-jährigen Jubiläum des Ende des 1. Weltkrieges in 2018, setzt man vor allem auch bereits in 2017 ein Zeichen für die Deutsch-Französische Freundschaft!

b. Städtische Unternehmensbeteiligungen

Der Veranstalter, die Teams und die Vertreter der Presse, insgesamt mehr als 5000 Menschen, verweilen von Mittwoch bis Sonntag in der Stadt. Allein hieraus ergibt sich ein wirtschaftlicher Effekt – vor allem für die örtliche Hotellerie und Gastronomie - von zusätzlichen € 2,8 Mio. Darüber hinaus erfolgt ein erheblicher Kapitalrückfluss an ortsansässige Unternehmen, von denen verschiedene ganz oder anteilmäßig der Stadt gehören.

Durch die Gewinnung von städtischen Partnern, wie beispielsweise der Messe, DMT, DCSE, Flughafen DUS etc., ist es den Unternehmen möglich, sich als Partner dem Projekt „Düsseldorf Grand Départ“ anzuschließen, sich in diesem Rahmen der Weltöffentlichkeit zu präsentieren und ggf. das Logo „Düsseldorf Grand Départ“ sowie Marketing, PR und Hospitality des Events zu nutzen. Die Unternehmen könnten sich sowohl bei Tour de France Austragung 2016, als auch bei den ersten beiden Etappen der Tour 2017 in der Tour-Werbekarawane Millionen von Zuschauern am Streckenrand international präsentieren. Hintergrundinformation zur Tour-Werbekarawane (aus 2015):

- 160 Wagen (115 allein in Utrecht)
- 34 Firmen / Marken
- 15 Mio. Giveaways (Kamelle und Geschenke) wurden verteilt
- 12 km lange Werbekarawane mit Shows and Entertainment

7. Anti-Doping-Anstrengungen

Der Weltverband (UCI) hat zusammen mit den Teambesitzern, Sponsoren und Athleten ein Kontrollsystem geschaffen, welches die Anforderungen der nationalen und internationalen Antidoping-Richtlinien bei weitem übertrifft. Der Radsport hat sich damit als „Treiber“ der Anti-Doping-Bekämpfung im Sport positioniert. Die UCI setzte als erster globaler Sportverband folgende Standards:

- Einführung eines biologischer Passes
- Implementierung eines „localization programs“ (ADAMS = die Sportler müssen 365 Tage im Jahr für unangekündigte Kontrollen rund um die Uhr zur Verfügung stehen)
- längere Aufbewahrung der Dopingproben

Die neue Generation der deutschen Radsportstars Marcel Kittel, André Greipel, Tony Martin und John Degenkolb haben sich in den letzten Jahren an der Weltspitze etabliert und setzt Zeichen für einen sauberen Radsport.

Eine Zusammenarbeit zur Unterstützung der Bewerbung mit einer Anti-Doping-Kampagne wurde bereits von der Nationalen Anti Doping Agentur (NADA) angeboten. Diese sieht das explizite Werben für den „sauberen“ Sport bei jungen Fans und Nachwuchssportlern vor.

VI. Programm und Strecke

1. Programm

Der sportliche Teil des Grand Départ beginnt offiziell mit der Vorstellung der Mannschaften am Donnerstag. Diese Veranstaltung wird im Fernsehen übertragen, Eurosport sendet z.B. live. Am Freitag folgt das offizielle Training der Teams, das in den vergangenen Jahren bereits ein Zuschauer-Magnet war. Am Samstag findet der Prolog als Einzelzeitfahren statt. Die Veranstaltung wird in 60 Länder der Welt über Stunden hinweg live übertragen. Am Sonntag erfolgt zum Abschluss der Start der zweiten Etappe, wiederum mit Live-Bildern. Mit den Live-Ausstrahlungen der Team Präsentation am Donnerstagabend, der 1.Etappe und dem neutralisierten Start der 2. Etappe am Sonntagmorgen bieten sich Möglichkeiten die Stadt in ihrer vollen Schönheit und Vielfältigkeit zu präsentieren.

Die Ausrichtung des Grand Départ umfasst neben der Austragung der vorgenannten Veranstaltungen gemäß der üblichen vertraglichen Vereinbarung unter anderem noch folgende, vom örtlichen Ausrichter umzusetzende Events:

- Medien und PR-Veranstaltung für das Publikum 100 Tage vor dem Start
- Offizielles Dinner am Abend vor dem offiziellen Start
- Gala-Veranstaltung „Le Nuit de Tour“
- 5 Pavillons im Village für Gäste der Stadt
- Jedermann-Fahrradveranstaltung
- Öffentliches Fanfest mit Live-Übertragung auf Großleinwand

Eine städtische Arbeitsgruppe unter Leitung des Sportamtes (Taskforce TdF) und bestehend aus Vertretern des Büro des Oberbürgermeisters, des Sportdezernats, des Verkehrsdezernates, des Sportamts, des Amtes für Kommunikation sowie der DCSE, hat unter Einbeziehung des ehemaligen Radprofis Sven Teutenberg zudem ein vorläufiges Veranstaltungs-Begleitprogramm entwickelt, welches noch zahlreiche Events neben dem Pflichtprogramm vorsieht und als **Anlage 2** beigefügt ist. Neben weiteren Projekten im Rahmen der Weiterentwicklung des Radfahrens in Düsseldorf (z.B. Radaktiv-Tag, Radnacht etc.) sind Kooperationsprojekte auf kultureller Ebene (z.B. Singpause, Nacht der Museen, Kunstmuseum, Stadtmuseum) geplant. Ziel des Begleitprogramms ist es dabei insbesondere, das städtische Rad-Konzept und das

TdF-Projekt in möglichst optimaler Weise miteinander zu verzahnen und zur Förderung des Radverkehrs in Düsseldorf zu nutzen. Die Taskforce TdF würde gerne die Düsseldorfer Musiker „Kraftwerk“ mit einem Auftritt in das Konzept einbinden. Gespräche hierzu folgen in Kürze, nachdem die Band von Ihrer aktuellen Amerika Tour zurück ist. Die Gruppe hat eine besondere Nähe zum Radsport. Deren letztes veröffentlichtes Album trägt den Titel „*Tour de France*“.

2. Strecke

Anlage 3 zeigt die angedachte, vorläufige Streckenführung für das Einzelzeitfahren. Die Strecke wurde gerade auch mit Blick auf werbewirksame Übertragungsbilder konzipiert, Düsseldorf soll sich möglichst optimal der weltweiten Sport-Öffentlichkeit darstellen.

Die Strecke der 2. Etappe am Sonntag steht noch nicht fest, insbesondere da die A.S.O. bislang noch keinen Zielort festgelegt hat.

Aufgrund der Streckenführung wird es am Freitag und Samstag zu Verkehrsbehinderungen und (zeitweisen Komplett-)Sperrungen im Innenstadtbereich kommen. Grundsätzlich negativ beeinträchtigt werden hierdurch möglicherweise einige innerstädtische Bereiche des Einzelhandels. Die eintretenden Nachteile könnten aber ggf. (über-)kompensiert werden, in dem die für dieses Juli-Wochenende durch die TdF extrem hohe Besucheranzahl in Düsseldorf, erwartet werden ca. 1 Mio. Zuschauer, im Rahmen von Sonder-Aktionen (z.B. langer Freitag oder Samstag) genutzt wird. Unabhängig hiervon zählt das erste Juli-Wochenende erfahrungsgemäß eher zu den äußerst schwachen Einzelhandelszeiträumen.

VII. Wirtschaftlichkeitsberechnung

Aus Sicht der eingesetzten Taskforce TdF ist eine detaillierte und transparente, auf konservativen Annahmen beruhende Untersuchung der ökonomischen Auswirkungen eines Grand Départ in Düsseldorf unabdingbare und zentrale Voraussetzung für eine fundierte Entscheidung über eine Ausrichtung. Aus diesem Grunde hat die Taskforce TdF die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte & Touche GmbH mit der Erstellung einer entsprechenden Analyse inklusive einer damit zusammenhängenden Meinungsumfrage beauftragt (Gesamtkosten € 30 Tsd. netto). Der Deloitte & Touche – Verbund gehört zu den weltweit führenden Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und verfügt über eine eigene Sport-Business-Group, die unter anderem ökonomische Analysen und Bewertungen im Zusammenhang mit Sport-Großereignissen durchführt. Das eingesetzte Berater-Team von Deloitte stand unter der Leitung von Herrn Wirtschaftsprüfer Karsten Hollasch.

Vorgabe an Deloitte war es, mit konservativen Planzahlen zu arbeiten. Vergleichsweise schwer greifbare (z.B. wirtschaftliche Effekte durch zusätzliche oder Besucher im Nachgang der TdF Berichterstattung /Ausrichtung) oder geringe wirtschaftliche Auswirkungen (städtische Mehreinnahmen bei der Umsatzsteuer und –nachlaufender – Lohnsteuer) sollten zudem nicht berücksichtigt werden. Eine Berücksichtigung dieser zusätzlichen, potentiell teils weitreichenden positiven Auswirkungen war auch deshalb nicht zwingend geboten, da bereits die Berechnung der übrigen Effekte zeigt, dass die Ausrichtung des Grand Départ insbesondere zum

Zwecke der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings für Duesseldorf als wirtschaftlich sehr sinnvoll erscheint. Auch im Abgleich zu der von Öffentlichkeit teilweise kritisierten Ausrichtung des Eurovision Song Contest („ESC“) im Jahre 2011 sind der Return on Invest (ROI), die Nachhaltigkeit und der strategische Nutzen für die Bürgerinnen und Bürger nicht vergleichbar, denn diese stellen sich in ihrer Gesamtwirkung beim mit dem städtischen Radfahr-Konzept verzahnten Grand Départ deutlich positiver dar.

Die Studie von Deloitte ist beigefügt als **Anlage 4**, sie kommt im Wesentlichen zu folgenden Ergebnissen:

Direkte Steuermehreinnahmen Stadt EUR 1,9 Mio.

Sonstige wirtschaftliche Effekte
(insbesondere Hotellerie
und Gastronomie) EUR 57,2 Mio.

Media-Wert EUR 30 Mio.

Die Taskforce TdF hat zudem eine erste Kostenkalkulation erstellt, die als **Anlage 5** beigefügt ist. Die Kostenkalkulation war mit gewissen Herausforderungen und Annahmen verbunden, insbesondere da in Anbetracht des gegebenen Zeitraumes gewisse Positionen – z.B. mit Blick auf die Einwerbung einer Gegenfinanzierung, Ausverhandlung von Angeboten, Sachleistungen, Gespräche mit potentiellen Sponsoren – noch nicht abschließend bewertet werden konnten. Zahlenmäßig hat die Taskforce TdF auch hier versucht, mit eher zurückhaltenden Erfahrungswerten und Annahmen zu arbeiten. Diesbezüglich gab es auch einen umfassenden Meinungsaustausch mit der Stadt Utrecht, um von den dortigen Erfahrungen zu profitieren. Mit Blick auf die Gewinnung weiterer, in der Kostenkalkulation nicht berücksichtigter Gegenfinanzierungs-Effekte (z.B. Sponsoren-Einnahmen) ist die Taskforce TdF zuversichtlich, noch weitere wirtschaftlich entlastende Effekte erzielen zu können. In Anbetracht des bislang lediglich zur Verfügung stehende Zeitraumes von nur wenigen Wochen, können hier gegenwärtig noch keine weitergehenden Ergebnisse dargestellt und erwartet werden, zumal bislang auch noch kein positiver Ratsbeschluss vorliegt. Gespräche zur Aquise weiterer Sponsoren sind bereits eingeleitet worden, die ersten Rückmeldungen stimmen durchaus zuversichtlich. Im Hinblick auf eine seriöse und maximal transparente Sachdarstellung ist darauf verzichtet worden, entsprechende mögliche zusätzliche Einnahmen in die aktuelle Berechnung der Gegenfinanzierung aufzunehmen.

Nach den bisherigen Erkenntnissen belaufen sich die Kosten für einen Grand Départ in Düsseldorf auf ca.: 11.096.025,22 €

Einspar- und Gegenfinanzierungspotentiale werden gegenwärtig angesetzt mit ca.: 2.979.791,16 €

Ferner zu berücksichtigen sind direkte Steuer-Mehreinnahmen auf Basis der Studie von Deloitte & Touche in Höhe von: 1.9 Mio. €

Der nach gegenwärtigen Stand ungedeckte Betrag beträgt daher: 6.216.234.06 €

VIII. Weiteres Vorgehen

Bei einem positiven Ratsvotum ist für Ende 2015/Anfang 2016 die Präsentation der Düsseldorfer Bewerbung in Paris vorgesehen. Der Vertrag für den Grand Départ soll dann in 2016 unterzeichnet werden.

Beratungsfolge:

Gremium	Sitzungsdatum	Ergebnis
Haupt- und Finanzausschuss	26.10.2015	-/- ²
Rat	05.11.2015	-/- ²

1) Die Sitzung wurde zum Zeitpunkt der Drucklegung dieser Vorlage noch nicht geplant.

2) Das Beratungsergebnis wurde zum Zeitpunkt der Drucklegung dieser Vorlage noch nicht erfasst.

Alternative:

keine

Amt / Institut:

Sportamt
 Amt für Verkehrsmanagement
 Amt für Wirtschaftsförderung

Dezernentin / Dezernent:

Stadtdirektor Hintzsche
 Beigeordneter Dr. Keller