

- Beschluss**
- Wahl**
- Kenntnisnahme**

Vorlagen Nr. 10/019/2017

öffentlich

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Dr. Bußkamp, Barbara	Datum: 05.04.2017 Az.: 10-4
---	--------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	11.05.2017	Kenntnisnahme

Sachstandsbericht zur Maßnahmenplanung des Sachgebiets "Tourismus" im Rahmen des Grand Départs der Tour de France

- Finanzielle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
- Personelle Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen
- Organisatorische Auswirkung ja nein noch nicht zu übersehen

Die Mitglieder des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus nehmen die Vorlage zu Kenntnis.

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Dr. Bußkamp, Barbara	Datum: 05.04.2017 Az.: 10-4
---	--------------------------------

Sachstandsbericht zur Maßnahmenplanung des Sachgebiets "Tourismus" im Rahmen des Grand Départs der Tour de France

Anlass der Vorlage:

Der zwischen der Stadt Düsseldorf und dem Kreis Mettmann geschlossene Vertrag über die Zusammenarbeit und Finanzierung der Veranstaltung „Tour de France – Grand Départ Düsseldorf 2017“ regelt die Nutzung des von Düsseldorf entwickelten Grand Départ-Logos, die Nutzungs- und Vermarktungsmöglichkeiten von Flächen an der Tourstrecke sowie die gegenseitige Informationspflicht. Der Kreis beteiligt sich an den Kosten mit einem Betrag von 25.000 € zzgl. MwSt.

Die zweite Etappe der Tour de France als Grand Départ durch Teile des neanderlandes am 2. Juli ist eine einmalige Chance, durch die zu erwartenden Besucher zum Einen, zum Anderen insbesondere durch die Fernsehübertragungen international auf das neanderland aufmerksam zu machen. Der Kreistag hat im Haushalt 2017, Produkt „Tourismus“, 100.000 € für Marketingmaßnahmen rund um das außergewöhnliche Event im neanderland zur Verfügung gestellt. Im Folgenden wird dargelegt, welche Maßnahmen das Sachgebiet „Tourismus“ mit den Mitteln umsetzen wird:

Sachverhaltsdarstellung:

Das Sachgebiet Tourismus verfolgt zwei Maßnahmenpakete, und zwar

1. die Beteiligung an der Ausgestaltung des so genannten Side-Events rund um das Neanderthal Museum
2. Marketingmaßnahmen, um das neanderland international zu bewerben.

Side-Event am Neanderthal Museum:

Das Sachgebiet „Tourismus“ der Kreisverwaltung und das Neanderthal Museum kooperieren bei der Ausgestaltung dieses Großereignisses und planen gemeinsame Aktionen auf dem Museumsgelände. Darüber hinaus werden die drei beteiligten Städte in unterschiedlichem Maße eigene Veranstaltungen durchführen, die aber nicht Gegenstand dieses Berichts sind.

Die Rahmenbedingungen im Neandertal am 2. Juli:

Die Zufahrten zur Strecke werden am frühen Morgen ab ca. 7 Uhr für den Individualverkehr gesperrt. Die Anfahrt zum Neandertal ist dann ausschließlich über die Regiobahn bzw. S-Bahn möglich. Die Züge der Regiobahn werden voraussichtlich in Doppeltraktion fahren; darüber hinaus wird die Regiobahn die Erhöhung der Taktfrequenz beantragen. Die Fußwege von den beiden Haltepunkten werden ausgeschildert, die eingeschränkten Anfahrts-

möglichkeiten im Vorfeld über die Medien kommuniziert. Ein zentraler Kommunikationskanal für alle Veranstaltungen und Verkehrsbehinderungen wird neben der Kreis-Pressestelle die Homepage neanderland.de sein. Unmittelbar auf der Startseite findet sich seit Beginn dieses Jahres ein Button zum Grand Départ, der Zug um Zug mit allen zur Verfügung stehenden Informationen bestückt und stets aktualisiert wird.

Das eigentliche Event wird sich im Neandertal zwischen ca. 11 und ca. 13 Uhr abspielen. Gegen 11 Uhr wird die ca. 75 Minuten dauernde vorausziehende Werbekarawane im Tal erwartet, das Fahrefeld wird gegen 13 Uhr durchfahren. Anschließend wird die gesamte Strecke schnellstmöglich wieder für den Verkehr freigegeben, sodass gegen 14 Uhr die Zu- und Durchfahrt wieder möglich sein wird.

Laut Auflage der A.S.O. (Veranstalter der Tour de France) darf in einem 500 Meter breiten Streifen entlang der Tourstrecke keine kommerzielle Werbung angebracht sein.

Die Planungen im Einzelnen:

1. Side-Event am Museum:

Das Neanderthal Museum plant auf dem Museumsgelände ein Familienfest mit Aktionen für Familien und Kinder, Mitmach-Ständen der Erlebnismuseen und Bewirtung durch die Museumsgastronomie Gallitelli. Als weitere kinderfreundliche Aktionen stehen aktuell ein Mitmachzirkus und eine Hüpfburg fest. Das Institut Français ist mit seinem Bibliobus präsent. Weitere Angebote sind angefragt, aber noch nicht abschließend entschieden. Diese Maßnahmen plant das Museum in eigener Regie; das Museum wird am 2. Juli regulär geöffnet sein.

Das neanderland wird sich ebenfalls mit einem Stand auf dem Museumsgelände präsentieren und diesen Auftritt durch den Einsatz des „Fotobulli“ attraktivieren. Der Fotobulli ist ein Oldtimer- VW-Bus, in dem zum Event passende Requisiten für Fotos bereitliegen, die gleich im Bus mit der vorhandenen hochwertigen Fotoausrüstung „geschossen“ werden können. Dort steht auch ein Tablet-PC bereit, über den die Nutzer des Fotobullis ihre eigenen Bilder direkt in die sozialen Medien einstellen können. Auf diese Weise werden Veranstaltung und Veranstaltungsort zeitnah über die Netzwerke beworben. Der Fotobulli war bereits am neanderland-Stand anlässlich des Race am Rhein in Düsseldorf im Einsatz und wurde gut frequentiert.

Das neanderland wird die Veranstaltung am Museum zusätzlich durch ein „Public Viewing“ auf einer LED-Großleinwand bereichern. Hier können Radsportbegeisterte die Etappe vom Start in Düsseldorf möglichst bis zum Zieleinlauf in Lüttich verfolgen. Bei einem Ortstermin mit Vertretern des Museums, der Städte Mettmann und Erkrath sowie des Amtes 23 der Kreisverwaltung am 1. März wurde festgelegt, diese Leinwand auf dem Grünstreifen zwischen Museumsweg und Talstraße mit nord-westlicher Ausrichtung aufzustellen. Der Auftrag für die Großbildleinwand wird aufgrund einer Vergabe erteilt. Die Übertragungsrechte sind bei der GEMA zu beantragen.

Laut Vertrag mit der Stadt Düsseldorf ist die Veranstaltung am Neanderthal Museum tatsächlich als so genanntes „Side-Event“ zu werten und unterliegt deshalb auch erhöhten Sicherheitsmaßstäben. Das Sicherheitskonzept wird in Kooperation zwischen der federführenden Stadt Mettmann, dem Sachgebiet „Tourismus“ und dem Amt 32 der Kreisverwaltung erstellt. Darüber hinaus soll ein Sicherheitsdienst engagiert werden. Selbstverständlich ist ebenso für einen Sanitätsdienst sowie für WCs auf dem Museumsgelände gesorgt.

2. Marketingaktionen:

2.1 Roadbook:

Eine besonders wichtige Rolle bei der internationalen Vermarktung des neanderlands kommt dem so genannten Roadbook zu. Es handelt sich dabei um ein Regiehandbuch, das der A.S.O. (= Veranstalter der Tour de France) und France Télévisions zur Verfügung gestellt wird. France Télévisions erstellt exklusiv alle Fernsehbilder und liefert diese den nationalen Fernsehanstalten. Bild- und Filmmaterial Dritter wird nicht verwendet. Insofern bleibt auch der anlässlich des Grand Départs gedrehte Imagefilm der Stadt Mettmann leider unberücksichtigt.

Im Roadbook werden alle besonderen Sehenswürdigkeiten und Animationen an der Strecke aufgeführt. Nur Informationen, die im Roadbook enthalten sind, haben eine Chance, auch bei den Live-Aufnahmen Beachtung zu finden.

Das Sachgebiet Tourismus hat die beteiligten Städte und das Neanderthal Museum per Fragebogen um die entsprechenden Angaben gebeten und das Material gebündelt an das Organisationsteam in Düsseldorf weitergeleitet. In Deutschland werden voraussichtlich die ARD und Eurosport den Grand Départ übertragen.

Als äußerst positives Resultat des neanderland-Roadbooks ist zu werten, dass bereits am 26. April ein Filmteam von France Télévision Aufnahmen im Neanderthal Museum drehen wird. Insgesamt hat France Télévision für die Bilder vom Grand Départ nur drei Orte für Vorab-Innenaufnahmen ausgewählt: In Düsseldorf das K21 im ehemaligen Ständehaus, das Goethe-Museum und im neanderland eben das Neanderthal Museum.

Ob darüber hinaus ein Filmteam im Vorfeld auch noch die gesamte Strecke abfahren und sowohl am Boden als auch per Drohnen filmen wird, ist aktuell nicht bekannt. France Télévision steuert die Informationen über das zentrale Organisationsteam in Düsseldorf, das wiederum den Kreis Mettmann informiert. Die Terminplanungen für die vorab gedrehten Fernsehaufnahmen haben sich bislang schon mehrfach geändert.

2.2 Verhüllung des Daches und Fassadenverkleidung des Neanderthal Museums

(„Museum dressed up“):

Das Dach des Neanderthal Museums wird mit einer weißen, rot-gepunkteten Folie überzogen. Darauf soll der Schriftzug „Neanderthal Museum im neanderland“ zu lesen sein. Die Fassade des Museums wird zur Straße hin mit übergroßen Trikots in den typischen Tourfarben und im Design des Museums und von neanderland verkleidet. Selbstverständlich fand die Dach- und Fassadenverkleidung Erwähnung im o.g. Roadbook, sodass France Télévision - zusätzlich zu den Innenaufnahmen am 26. April - Anfang Mai per Drohnenüberflug die Dachverkleidung des Museums filmen wird. Das neanderland beteiligt sich an den Kosten für die Dach- und Fassadenverkleidung und erhält im Gegenzug die Möglichkeit, das neanderland auf den Folien zu bewerben.

2.3 Marketing über Bürgeraktionen:

Im Rahmen der Marketingmaßnahmen initiiert das Sachgebiet Tourismus einige Bürgeraktionen, um auf die Weise die Identifikation sowohl mit dem Grand Départ als auch mit dem Neanderland zu erhöhen:

2.3.1 City-Dressing:

Die Städte Mettmann und Ratingen haben die Bürger aufgerufen, alte Fahrräder in den Tourfarben zu bemalen und anschließend an einem zentralen Sammelpunkt ihrer Stadt abzugeben. Die Städte werden die Räder innerhalb ihres Stadtgebietes aufstellen, nach dem Grand Départ wieder einsammeln und entsorgen. Das Neanderthal Museum hat bereits einen eigenen Aufruf zur Abgabe alter Räder - gelb lackiert oder im Urzustand – gestartet. Diese Räder sollen das Museumsumfeld dekorieren.

2.3.2 Aufruf zur Verkleidung:

Über die Medien sollen die Besucher des Neandertals aufgerufen werden, als Neandertaler verkleidet an der Rennstrecke für gute Stimmung zu sorgen.

2.3.3 Field Art:

Ein brachliegendes Feld entlang des Streckenabschnitts am Neandertal soll mit Margeriten und Klatschmohn in ein weiß-rotgepunktetes Blütenmeer verwandelt werden. Da diese Aktion gegenüber den anderen Maßnahmen eher nachrangig zu werten ist, wurde die Frage des Standorts bislang noch nicht abschließend geklärt.

2.3.4 „Gemeinsam auf der Spur der Tour“:

Nach dem Vorbild des „Stadtradelns“ erradeln sich Bürger schon im Vorfeld des Grand Départ gemeinschaftlich auf dem PanoramaRadweg Niederbergbahn die ca. 3.500 km, die die Tour de France insgesamt umfasst. Mittels QR-Code an verschiedenen Stellen des Radwegs werden die gefahrenen Kilometer registriert und addiert. Anhand eines Pegels können die gefahrenen Kilometer abgelesen werden.

Es ist angedacht, die Maßnahme als Wette zu realisieren. Die Aussage „Wetten, dass Ihr es nicht schafft...“ motiviert in der Regel zu besonderen Leistungen. Außerdem wird z.Zt. daran gearbeitet, einen Gewinn, z.B. eine Übernachtung in einem schönen Hotel, auszuloben.

Diese Aktion ist eine gute Einstimmung der Bürger auf die Tour de France und durch Medienbegleitung zugleich eine gute Werbung für den Radweg.

Das Sachgebiet Tourismus hatte für die Entwicklung der Smartphone-App zunächst Kostenschätzungen in Höhe von ca. 35.000 € bekommen, was wegen der Ausrichtung auf das einmalige Event der Tour de France absolut unwirtschaftlich wäre. Allerdings kann wahrscheinlich doch eine einfachere Lösung umgesetzt werden, die voraussichtlich ca. 5.000 € kosten wird. Die Radel-Aktion sollte jedoch sinnvollerweise spätestens Anfang Mai beginnen können. Deshalb steht für die gesamte Maßnahme aktuell noch unter dem Vorbehalt, dass die Zeit zur Umsetzung (Auftragsvergabe, Realisierung der Anwendung, Aufstellen der QR-Codes am Radweg) tatsächlich ausreicht.

2.4 Marketing über digitale Medien:

2.4.1 Website:

Auf der Website www.neanderland.de werden alle Informationen zum Grand Départ und zu den begleitenden Veranstaltungen am Streckenrand und in den Städten prominent konzentriert dargestellt. Dort wird es auch Hinweise auf die Anfahrt zum Stre-

ckenabschnitt im neanderland, zum ÖPNV, zu Parkmöglichkeiten und nach Möglichkeit zu Wohnmobilstellplätzen geben. Das Sachgebiet Tourismus ist hinsichtlich des Informationsflusses auf die Zuarbeit der Städte angewiesen. Das Internet bietet den Vorteil, auf Änderungen und Unvorhergesehenes schnell reagieren und somit stets den aktuellen Stand wiedergeben zu können.

Schon jetzt findet sich auf der neanderland-Website ein herausgehobener Menüpunkt zum Grand Départ, der bis zur eigentlichen Veranstaltung nach und nach mit Inhalten gefüllt wird.

Die Städte Mettmann und Ratingen haben darüber hinaus eigene informative Internetauftritte zum Grand Départ.

2.4.2 Social Media:

Über den neanderland-Facebook-Account werden Veranstaltungshinweise, Bürgeraufrufe (z.B. zum City-Dressing, zur Verkleidung als Neandertaler) und Ankündigungen gepostet. Außerdem werden relevante Links zum Grand Départ und zu den beteiligten kreisangehörigen Städten gesetzt. Die Postings beginnen nach Abschluss der neanderland Wanderwoche (6.-14. Mai).

2.4.3 Blogger:

Mittlerweile hat sich das Sachgebiet Tourismus ein Netzwerk von 17 Reise-, Wander- und Genuss-Bloggern aufgebaut, die über ihre Erlebnisse und Erfahrungen im neanderland bloggen. Zwei oder drei Blogger werden zu einer Vor-Ort-Berichterstattung am 2. Juli eingeladen.

2.5 Presse und Printmedien:

Selbstverständlich wird die lokale und regionale Presse über die Pressestelle des Kreises umfassend informiert. Ankündigungen und Aufrufe zu Bürgeraktionen sollen auch über die Presse verbreitet werden.

2.5.1 Anzeige:

In der Sonderbeilage der Rheinischen Post (ca. 300.000 Stück), die am 17. Juni erscheint, wird eine Anzeige das Side-Event am Neanderthal Museum bewerben.

2.5.2 Beileger:

Wie bereits 2016 wird der Rheinischen Post (Auflage Kreis Mettmann und Umkreis) am 22. April ein nunmehr sechzehnseitiger Beileger im DIN A5-Format mit Ausflugs-tipps als „Aktiv Guide“ beigelegt. In der überarbeiteten Neuauflage widmet sich eine Seite dem Grand Départ am 2. Juli, eine weitere Seite bewirbt die 2. neanderland WANDERWOCHE vom 6. bis 15. Mai. Das Heft wird außerdem dem am 18. April erscheinenden Magazin „Bike & Travel“ (Auflagenhöhe 23.000) beigelegt.

Darüber hinaus hat das Neanderthal Museum einen Flyer zum Familienfest am 2. Juli aufgelegt.

2.6 Präsentationen auf Fahrrad-Veranstaltungen bzw. -Messen

Das neanderland hat sich bereits mit einem Stand auf der regionalen Fahrradmesse „Bergische Velo“ am 2. April in Wuppertal präsentiert und wird auf dem Radaktiv-Tag „Fête du vélo“ am 17. Juni in Düsseldorf vertreten sein. Die Düsseldorfer Fête du vélo ist ein offizielles Side-Event des Grand Départ.

Finanzielle Auswirkungen:

Nach aktuellem Stand wird das verfügbare Budget von 100.000 € mit aktuell ca. 83.000 € kalkulierten Kosten nicht vollständig ausgeschöpft. Allerdings gibt es in der Kostenrechnung einige Positionen, die noch mit Fragezeichen versehen sind, wie z.B. die Absperrgitter, Sanitätsdienst oder die Genehmigungs- und Übertragungs-Gebühren.

Finanzielle Auswirkungen (Angaben in €)

Produkt	15.04.01	Tourismus
---------	-----------------	------------------

Ergebnisplan	Erträge	2017			
	¹ Ansatz der Maßnahme	100.000			
	² Neuer Ansatz				
	Differenz				
	Aufwände				
	¹ Ansatz der Maßnahme	100.000			
	² Neuer Ansatz				
	Differenz				

Finanzplan	Einzahlungen	2017			
	¹ Ansatz der Maßnahme	100.000			
	² Neuer Ansatz				
	Differenz				
	Auszahlungen				
	¹ Ansatz der Maßnahme	100.000			
	² Neuer Ansatz				
Differenz					

¹ bitte den Ansatz der Maßnahme wie im Haushaltsplan aufgeführt eintragen

² bitte den ggfs. neuen, geänderten Ansatz für die Maßnahme eintragen

Ergebnisplan	<input checked="" type="checkbox"/> Haushaltsmittel stehen im Planjahr im EP zur Verfügung, davon <input checked="" type="checkbox"/> im Haushaltsplan (Zeile 16) <input type="checkbox"/> durch genehmigte üpl./apl. Mittel <input type="checkbox"/> durch Übertragung aus Vorjahr/en <input type="checkbox"/> durch Auflösung von Rückstellungen	<input type="checkbox"/> Haushaltsmittel stehen im Planjahr im EP nicht zur Verfügung Deckungsvorschlag <input type="checkbox"/> ja bei Produkt <input type="checkbox"/> teilweise bei Produkt in Höhe von <input type="checkbox"/> zu beantragende üpl./apl. Mittel bei Produkt in Höhe von <input type="checkbox"/> nein
--------------	---	--

Finanz- plan	<input checked="" type="checkbox"/> Haushaltsmittel stehen im Planjahr im FP zur Verfügung, davon <input checked="" type="checkbox"/> im Haushaltsplan (Zeile 15) <input type="checkbox"/> durch genehmigte üpl./apl. Mittel <input type="checkbox"/> durch Übertragung aus Vorjahr/en Haushaltsmittel wurden in der mittelfristigen Finanzplanung <input type="checkbox"/> bereits berücksichtigt <input type="checkbox"/> noch nicht berücksichtigt und werden im nächsten Haushaltsplan veranschlagt	<input type="checkbox"/> Haushaltsmittel stehen im Planjahr im FP nicht zur Verfügung Deckungsvorschlag <input type="checkbox"/> ja bei Produkt <input type="checkbox"/> teilweise bei Produkt in Höhe von <input type="checkbox"/> zu beantragende üpl./apl. Mittel bei Produkt in Höhe von <input type="checkbox"/> nein
-------------------------	--	--

Gesamtsumme (bei Investitionen):	
Nutzungsdauer in Jahren (bei Investitionen)	

Anlagen:

- Kostenkalkulation zu den Maßnahmen beim Grand Départ
- Übersichtsplan der Stände beim Familienfest
- Neanderthal Museum Dachgestaltung
- Neanderthal Museum Fassadengestaltung
- Neanderthal Museum Trikotgestaltung für Fassade