

- ☐ **Beschluss**
- ☐ **Wahl**
- ☒ **Kenntnisnahme**

Vorlagen Nr. 10/033/2017

öffentlich

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 25.07.2017 Az.: 10-42
---	---------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	14.09.2017	Kenntnisnahme

Grand Départ 2017 - Rückblick

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 Ausführungen der Verwaltung zum Grand Départ 2017 (Rückblick) werden zur Kenntnis genommen.

Fachbereich: Amt für Personal, Organisation, Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Wachten, Julia	Datum: 25.07.2017 Az.: 10-42
---	---------------------------------

Grand Départ 2017 - Rückblick

Anlass der Vorlage:

Am 02.Juli 2017 führte die zweite Etappe der Tour de France durch das neanderland. Das (internationale) Interesse an der weltweit größten Radsportveranstaltung wurde zur Vermarktung der Region genutzt.

Sachverhaltsdarstellung:

Das neanderland hat die einzigartige Chance genutzt, sich einerseits einem internationalen Millionenpublikum zu präsentieren und die Bekanntheit zu steigern und andererseits das Image der Region auch bei Bürgern und Besuchern nachhaltig zu verbessern.

Die „Tour de neanderland“ war eine gigantische Werbeveranstaltung, die alle Erwartungen übertroffen hat. Dank der TV-Übertragung und ausführlichen Präsentation des Neanderthal Museums, bleibt die Gewissheit, dass nun Millionen Menschen weltweit wissen, wo der Neandertaler zu Hause ist. Die Live-Übertragung der 2. Etappe via ARD haben 1,49 Millionen Zuschauer gesehen, die spätere Zusammenfassung 1,75 Millionen Zuschauer. Nachrichtensendungen wie die Tagesschau zeigten die Berichte ebenfalls. Der Sender Eurosport hat den Tour-Auftakt in 54 Länder in ganz Europa übertragen. Dass die TV-Übertragungen für das neanderland so effektiv waren ist als positives Resultat der Auswahl und Zulieferung seitens des Sachgebiets Tourismus zum Roadbook/Regiehandbuch zu werten (vgl. Vorlagen Nr. 10/019/2017).

Darüber hinaus wurde seitens des Sachgebiets Tourismus bereits im Vorfeld des Grand Départ 2017 eine Vielzahl weiterer speziell zugeschnittener Marketing- und Kommunikationsleistungen umgesetzt. Die Planungen der Marketingmaßnahmen wurden in die Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus vom 11.05.2017 eingebracht (vgl. Vorlagen Nr. 10/019/2017).

Die große Bandbreite der umgesetzten Marketingaktivitäten und vor allem die Nutzung der unterschiedlichen Kanäle zur flächendeckenden Ansprache – online wie offline – haben sich ausgezahlt: Bei der Bürgeraktion „Gemeinsam auf der Spur der Tour“ sind beispielsweise mehr als das Dreifache der angesetzten Kilometer geradelt worden; die Luftbildaufnahmen des geschmückten Museums ebenso wie die des neanderland-Logos auf dem Feld gingen über die Sozialen Medien um die ganze Welt und bei dem Familienfest mit Public Viewing, am 02.07. am Neanderthal Museum, sind mindestens 3.000 Besucher zugegen gewesen und haben für eine grandiose Stimmung gesorgt. Bilder und Videos der Veranstaltung wurden auf facebook überdurchschnittlich oft geteilt und erreichten mehr als 16.000 User. Die zahlreichen Erwähnungen, Pressemeldungen und Berichte zu der Tour im neanderland runden die Werbung ab.

Der Grand Départ 2017 war für die gesamte Region ein wertvoller Event, der den Einsatz gelohnt hat. Insgesamt sind brutto knapp € 90.000 der eingestellten Mittel verausgabt worden:

Maßnahme	Kosten (brutto)
Abschlagszahlung LHD • Verkehrs- und Sicherheitskonzept • Straßensperrungen, -reinigung • Marketing etc.	30.000 €
Neanderthal Museum • Dach- und Fassadengestaltung	10.000 €
Veranstaltung Neanderthal Museum • Großleinwand, inkl. Gema • Fotobulli • Security • Infrastruktur etc.	20.000 €
Bürgeraktion „Gemeinsam auf der Spur der Tour“ • Einrichtung Landingpage „neanderland Challenge“, inkl. Generierung von Zugangscodes etc. • Bewerbung (Radiospot, Plakate etc.) • Wetteinsatz	7.500 €
PR / Anzeigen • Beileger Fachmagazin • Beileger und Anzeigen RP • Social Media • Blogger • Field Art, inkl. Luftaufnahmen	22.500 €
	88.000 €

In der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus wird der Rückblick zum Grand Départ 2017 mittels einer PowerPoint-Präsentation vorgestellt.

Finanzielle Auswirkungen (Angaben in €)

Produkt	15.04.01	Wirtschaft und Tourismus / Tourismusförderung
---------	----------	---

Ergebnis- plan	Erträge	2017			
	¹ Ansatz der Maßnahme				
	² Neuer Ansatz				
	Differenz				
	Aufwände				
	¹ Ansatz der Maßnahme	100.000			
	² Neuer Ansatz				
	Differenz				

Finanz- plan	Einzahlungen	2017			
	¹ Ansatz der Maßnahme				
	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

Ergebnis- plan	☒ Haushaltsmittel stehen im Plan-jahr im EP zur Verfügung, davon ☒ im Haushaltsplan (Zeile 16) ☐ durch genehmigte üpl./apl. Mittel ☐ durch Übertragung aus Vorjahr/en ☐ durch Auflösung von Rückstellungen	☐ Haushaltsmittel stehen im Planjahr im EP nicht zur Verfügung Deckungsvorschlag ☐ ja bei Produkt ☐ teilweise bei Produkt in Höhe von ☐ zu beantragende üpl./apl. Mittel bei Produkt in Höhe von ☐ nein
	☒ Haushaltsmittel stehen im Plan-jahr im FP zur Verfügung, davon ☒ im Haushaltsplan (Zeile 15) ☐ durch genehmigte üpl./apl. Mittel ☐ durch Übertragung aus Vorjahr/en Haushaltsmittel wurden in der mittelfristigen Finanzplanung ☒ bereits berücksichtigt ☐ noch nicht berücksichtigt und werden im nächsten Haushaltsplan veranschlagt	☐ Haushaltsmittel stehen im Planjahr im FP nicht zur Verfügung Deckungsvorschlag ☐ ja bei Produkt ☐ teilweise bei Produkt in Höhe von ☐ zu beantragende üpl./apl. Mittel bei Produkt in Höhe von ☐ nein