

**Anfrage aus aktuellem Anlass des Ratsherrn Grenda:  
Tourstart in 2016 in Bezug auf Vertrag mit A.S.O.**

**Frage 1:**

Gemäß Vorlage 01/71/2016 war bereits ein Marketingkonzept entwickelt. Wer ist dafür verantwortlich, dass die Stadt Düsseldorf in der Werbekarawane 2016 nicht vertreten ist bzw. aufgrund welcher Gründe wurde das abgelehnt?

**Antwort:**

Die Stadt Düsseldorf hat keine Partner oder Unternehmen gefunden, die sich in 2016 im Rahmen der so genannten „Caravane Publicitaire“ der Tour de France an einem werblichen Auftritt beteiligen wollten. Die bisherigen Sponsoren haben sich für werbliche Auftritte in Düsseldorf vor Ort entschieden. Hier sind sowohl die geplanten Side-Event als auch das Hauptevent von Interesse.

Die Umsetzung eines eigenen Auftritts der Stadt in der Karawane war abhängig von der Akquise von Partnern, um die Aufwendungen in Zusammenhang mit der Umsetzung (Bau eines Wagens, Werbemittelausstattung, Transport nach Frankreich, Abwicklung der Fahrtstrecken samt Unterbringung etc.) aufbringen zu können.

Eine Beteiligung in der Werbekarawane ist im Übrigen nicht direkt vergleichbar mit dem Wagenbau für beispielsweise die Karnevalsumzüge in Düsseldorf, sondern etwas aufwendiger. Aufbauten aus Pappmaché würden dem höheren Tempo der fahrenden Wagen nicht standhalten. Es hätten beständige Materialien verwendet werden müssen, die mit höheren Kosten verbunden gewesen wären.

**Frage 2:**

Inwiefern hatten die Einwendungen der etablierten Ratsfraktionen Einfluss auf die Finanzierbarkeit der Werbekarawane gehabt und wie hoch ist der Werbe- und Imageverlust für die Stadt Düsseldorf, das wir die erste Stadt eines Grand Départ sind, die nicht auf der vorhergehenden Karawane auf sich, die Umgebung und das Event Eigenwerbung betreibt?

**Antwort:**

Ob die etablierten Ratsfraktionen Einfluss auf die Finanzierbarkeit eines Auftritts in der Werbekarawane hatten, ist nicht zu beantworten. Die Nichtteilnahme an der Karawane in 2016 ist bedauerlich, insgesamt präsentiert sich Düsseldorf aber im Rahmen der diesjährigen Tour de France durch die mediale Berichterstattung hervorragend. Hierzu trägt unter anderem bei, dass das Team Bora „Düsseldorf 2017“ als Werbungsschriftzug auf den Tourtrikots platziert hat. Diese Bilder waren in den vergangenen Tagen fortlaufend in der Fernsehübertragung zu sehen.

**Frage 3:**

Welche konkreten Planungen liegen für den 24.07.2016 vor und wie wird sich die Stadt/Region bei der Ankunft der Tour in Paris präsentieren?

**Antwort:**

Zum aktuellen Zeitpunkt ist die Teilnahme einer Delegation der Landeshauptstadt Düsseldorf mit medienwirksamer Übergabe (TV-Übertragung) der Grand Depart Trophäe „Trophée Témoin“ vor Ort geplant.