



Pressedienst

03. Juli 2017

Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Einen Tag nach dem Grand Départ Düsseldorf 2017 hat die Landeshauptstadt ein erstes Fazit des Starts der Tour de France mit über einer Million Zuschauer am Wochenende in Düsseldorf gezogen.

Oberbürgermeister Thomas Geisel: "Wie die Bürgerinnen und Bürger mit den Gästen aus dem In- und Ausland ein Fest des Radsports gefeiert haben war grandios! Mit viel Engagement, kreativen Aktionen entlang der Strecke und Lächeln im Gesicht haben sie unsere Stadt als sympathische Metropole einem Weltpublikum gezeigt. Mit dem Grand Départ Düsseldorf 2017 hat die Landeshauptstadt Düsseldorf damit eine ausgezeichnete Visitenkarte abgegeben und sich als tolle Gastgeberin, als Reisedestination und als AusrichterIn nicht nur von sportlichen Großereignissen empfohlen."

Angefangen von der Teampräsentation am Donnerstag (29. Juni) auf dem gut gefüllten Burgplatz (zirka 15.000 Besucher) über den offiziellen Empfang im Rahmen des Lichterfestes auf Schloss Benrath (etwa 10.000 Besucher/ausverkauft) bis zur 1. Etappe (etwa 500.000 Besucher) und der 2. Etappe (700.000 bis 800.000 Besucher) war die Stimmung der Bürger, die zusammen mit den Gästen aus dem In- und Ausland gefeiert haben, herausragend.

Stadtmarketing

Laut pressrelations (einer der führenden Anbieter für Medienbeobachtung, -analyse & Social Media Monitoring) wurden im Beobachtungszeitraum 1. August 2016 bis 3. Juli 2017 (9 Uhr) 47.695 Online-Artikel sowie 44.977 Social Media-Beiträge mit Nennung des Grand Départ beziehungsweise der Tour de France veröffentlicht, welche manuell auf Relevanz geprüft wurden. Dabei erzielten die Online-Artikel eine potenzielle Reichweite von 106,2 Milliarden, die Social Media-Beiträge 4,2 Milliarden. Insgesamt wurden 776.354



:DÜSSELDORF



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 2

Interaktionen (Likes, Kommentare und geteilte Inhalte) generiert. Daraus errechnete pressrelations einen Werbeäquivalenz-Gesamtwert aus Print, Online und Social Media von fast 300 Millionen Euro.

Hinzu kommen die Millionen Fernsehzuschauer in aller Welt. Die ausgelassene und friedliche Stimmung entlang der Strecke, die Schriftzüge "Düsseldorf" und die Botschaften auf den Fußgängerbrücken wurden über Stunden im TV und Internet gezeigt und sind weiterhin im Netz sichtbar. Auch die deutschen Zuschauer konnten die Helikopter-Bilder genießen. Die ARD hatte bei ihrer Übertragung in der ARD am Samstag 1,31 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 10 Prozent. Damit war die Übertragung am 1. Juli 2017 in der ARD die sechststärkste Sendung an dem Tag in der ARD. Die 2. Etappe am Sonntag von Düsseldorf nach Lüttich schauten 1,49 Millionen Zuschauer (Marktanteil 10,1 Prozent), die spätere Zusammenfassung 1,75 Millionen Zuschauer (Marktanteil 9,3 Prozent). Der Sender Eurosport hat den Tour de France Auftakt in insgesamt 54 Ländern in ganz Europa übertragen. Den spannenden Auftakt mit dem 14 Kilometer langen Zeitfahren am Samstag sahen bei Eurosport in Deutschland in der Spitze bis zu 0,43 Millionen Zuschauer, bei der 2. Etappe waren es 0,25 Millionen. Zusätzlich zu sehen sind die Berichte in den Nachrichtensendungen wie zum Beispiel Tagesschau.

Das Interesse an der Landeshauptstadt Düsseldorf war in den Tagen des Grand Départ groß. Alleine von Mittwoch bis Montag (10 Uhr) hatte das städtische Internetangebot knapp 1,1 Millionen Page Impressions. Die Streams der Webcams Burgplatz/Marktplatz wurden am Wochenende etwa 60.000 Mal angeschaut - obwohl es hier gar kein Rennen zu sehen gab. Auch die Internetseiten der Düsseldorf Tourismus hatten in dieser Zeit 70 Prozent höhere Abrufzahlen.

Auch die Düsseldorf Marketing GmbH ist hochzufrieden, dass das Düsseldorf-Branding mit der Dachmarke im Rahmen der TV-Übertragungen so effektiv war. Die Nutzung der temporären Fußgängerbrücken mit kurzen englischen Statements, wie etwa "Inspiring Fashion" oder "Amazing Quality of Life", war eine wichtige Maßnahme. Ein simpler funktionaler Sichtschutz für Fußgänger



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 3

konnte so an elf wichtigen Punkten in aufmerksamkeitsstarke Werbeflächen verwandelt werden.

Frank Schrader, Geschäftsführer Düsseldorf Marketing und Düsseldorf Tourismus: "Der Start der Tour de France hat die weltweite Bekanntheit Düsseldorfs gesteigert und die Destination in der weltweiten Berichterstattung mit sympathischen Bildern verknüpft. Auf der ganzen Welt haben viele Menschen nun ein Bild von unserer Stadt vor Augen. Die Gäste vor Ort hingegen haben die Gastfreundschaft, Weltoffenheit und Begeisterungsfähigkeit der Stadt erlebt. Sie werden zukünftig gute Botschafter für das Reiseziel Düsseldorf sein."

Eine große Bedeutung besaß aus seiner Sicht auch das Kraftwerk-Konzert, denn es sorgte dafür, dass nicht nur Sport-, sondern auch Kulturjournalisten die Landeshauptstadt an diesem Wochenende zum Thema machten.

"Für die zukünftige Positionierung Düsseldorfs ist der Grand Départ eine perfekte Plattform gewesen, die uns in den kommenden Jahren enorm helfen wird, um das Image der Stadt zu verändern", so Frank Schrader.

Analyse durch Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte

Das Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte analysiert derzeit die ökonomischen Effekte des Grand Depart am 30. Juni und 1. Juli und hat hierzu im Auftrag der Landeshauptstadt Düsseldorf unter anderem eine repräsentative Befragung durch ein Marktforschungsunternehmen während der Veranstaltung am Samstag und Sonntag vor Ort durchgeführt und vergleicht diese mit den Prognosen, die im Zuge der Bewerbung 2015 mit Hilfe einer repräsentativen Online-Befragung ermittelt wurden.

Dabei kam das Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte in Bezug auf die Befragung am Samstag zu folgenden, vorläufigen Ergebnissen:

- **Besucherkomposition:** Der Grand Depart Düsseldorf 2017 zog viele Besucher außerhalb Düsseldorfs an, mehr als 77% von außerhalb der Stadt und 23% aus Düsseldorf. Die Prognose aus dem Jahre 2015



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 4

ging von 82% Besuchern von außerhalb Düsseldorf aus.

- **Konsum:** Die Konsumausgaben für Shopping und Gastronomie beim Grand Depart Düsseldorf 2017 liegen nach ersten Schätzungen bei über 55 Millionen Euro (Prognose war 54,1 Millionen Euro)
- **Hotels:** Der Grand Depart Düsseldorf 2017 führte zu hoher Hotelauslastung und Verdoppelung der Zimmerpreise. Die Mehrumsätze für die Hotellerie liegen voraussichtlich bei über 3 Millionen Euro inklusive der Teams, der A.S.O. und den Medienvertretern. (Prognose war 3,0 Millionen Euro)
- **Öffentliche Wahrnehmung:** Rund 80% der Befragten sehen einen Imagegewinn für die Stadt Düsseldorf durch den Grand Depart Düsseldorf 2017. Damit hat sich die Wahrnehmung der Besucher des Grand Depart im Vergleich zu der Einschätzung der Befragten aus dem Jahre 2015 verbessert.

Empfehlung für Großereignisse

Düsseldorf hat sich mit der Ausrichtung des Grand Départ Düsseldorf 2017 auch klar als Standort nicht nur für sportliche Großereignisse positioniert.

So erklärte Landessportbund-Präsident und DOSB-Vize Walter Schneeloch: "Düsseldorf ist nicht nur Landeshauptstadt, sie ist für mich auch Sporthauptstadt Nordrhein-Westfalens."

Sportmanager Michael Mronz: "Die Tour de France in Düsseldorf war ein Weltereignis. Die Menschen an den Straßen waren begeistert. Düsseldorf war ein fantastischer Gastgeber. Und mit der Tour de France, mit dem Radsport und mit der Tischtennis-Weltmeisterschaft vor einigen Wochen hat Düsseldorf in zwei olympischen Disziplinen gezeigt, was für ein hervorragender Gastgeber die Menschen und die Stadt in Düsseldorf sind. Herzlichen Glückwunsch Düsseldorf und der Region."

Rückenwind für Fahrradinitiative RADschlag

Bislang werden in Düsseldorf nur ca. 14 Prozent der Wege mit dem Fahrrad



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 5

zurückgelegt, das soll mehr werden. Daher wird die Fahrradinfrastruktur (Radhauptnetz, Radabstellanlagen, Beschilderung, Radschnellweg-Trasse Neuss/Düsseldorf Süd/Langenfeld und Monheim) kontinuierlich ausgebaut - nach den Bedürfnissen der Bürger.

Dafür wird eine großangelegte Mobilitätsumfrage und umfangreiche Workshops gestartet. Ein erster Höhepunkt der gemeinsamen Entwicklung der Fahrradstadt Düsseldorf nach den Vorstellungen der Radfahrer wird ein Fahrradgipfel im Frühjahr 2018 sein. Experten, aber auch interessierte Bürger sollen dann die Möglichkeit haben, sich über die Zukunft der Fahrradmobilität auszutauschen und zu informieren. International tätige und anerkannte Fachleute werden den Fahrradgipfel zu einer hochkarätigen Veranstaltung nicht nur für das Fahrradpublikum machen.

Die Stadt strebt dabei eine Zusammenarbeit mit dem renommierten Büro Jan Gehl Architects aus der dänischen Fahrradstadt Kopenhagen an. Andreas Röhl, Partner und Projektleiter vom Architekturbüro Gehl und sieben Jahre Direktor der Dänischen Fahrrad-Botschaft (Cycling Embassy of Denmark, CED), hat bereits seine Teilnahme zugesagt.

Planungs- und Verkehrsdezernentin Cornelia Zuschke: "Wir wollen ein Umdenken im Kopf anstoßen und gleichzeitig deutlich machen, dass Düsseldorf als Fahrradstadt noch nicht perfekt ist. Wir haben in Düsseldorf schon einiges für den Radverkehr erreicht, es gibt aber auch noch viel zu tun. Den Rückenwind des Starts der Tour de France in der Landeshauptstadt wollen wir nutzen."

Werbung für den Radsport

Auch für den Düsseldorfer Radsport geht vom Grand Départ in der Landeshauptstadt ein Schub aus. So nahmen unter anderem am Radwettbewerb Pétit Départ mehr als 450 Kinder teil und konnten dabei in den Radsport hineinschnuppern. Am Special Petit Départ nahmen 170 Kinder der Förderschulen teil. Wegen des Erfolges soll die Pétit Départ Serie 2018 in ähnlicher Form fortgeführt werden. So ist zum Beispiel angedacht, eine Finalveranstaltung im Rahmen des internationalen Radrennens "Rund um die



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 6

Kö" durchzuführen.

Außerdem lädt das Sportamt ab dem kommenden Jahr gemeinsam mit der SG Radschläger zu einem sportartspezifischen Sichtungstermin ein. Dieser richtet sich im Anschluss an den motorischen Test ReCHECK! an sportbegabte Kinder.

Stadtdirektor Burkhard Hintzsche: "Seit den Vorbereitungen für den Grand Départ sieht man immer mehr Radsportgruppen in unserem Stadtbild. Der Grand Départ hat vielen Menschen Lust auf diesen Sport gemacht. Und auch die Petit Départ-Serie ist hervorragend angenommen worden und war ein Gewinn für den Radsport-Nachwuchs in Düsseldorf. Diese Bewegung wollen wir weiter fördern."

Tour-Direktor Christian Prudhomme: "Mit dem Tourstart in Düsseldorf hat die Tour de France ein erfolgreiches Comeback in Deutschland gefeiert. Der Empfang, die Organisationsbedingungen und die Arbeit, die die Teams der Stadt und die für die Sicherheit zuständigen Stellen in den letzten fünf Tagen geleistet haben, sorgten dafür, dass die Tour 2017 einen gelungenen Start hinlegen konnte."

Deutsch-französische Freundschaft

Welchen Stellenwert der Grand Départ Düsseldorf 2017 als Signal für die deutsch-französische Freundschaft hatte zeigt sich an dem Gruß des französischen Präsidenten Emmanuel Macron, der der Landeshauptstadt Düsseldorf und den Bürgern für den ersten deutschen Tour-Start seit 30 Jahren dankte: "Diese Stadt, die so nah bei Frankreich liegt, trägt einen Teil unserer gemeinsamen Geschichte und teilt mit uns gemeinsame Vorlieben - ich vergesse nicht, dass Düsseldorf gelegentlich als 'Klein Paris' bezeichnet wird. Sie werden heute ein wenig Franzosen sein und die Franzosen werden dank Ihrer so dynamischen und strahlenden Stadt ein wenig Deutsche sein. Ich danke den Behörden der Stadt Düsseldorf, dass sie den Startplatz dieses so renommierten Rennens stellen. Es ist das erste Mal seit 30 Jahren, dass die Tour de France in Deutschland startet und damit ein wichtiger Moment. Die



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 7

Veranstalter der Tour de France haben in Ihnen ganz gewiss herzliche und engagierte Gastgeber gefunden. In einer Zeit, da es mit Europa wieder aufwärts geht, ist dies gleichermaßen ein Symbol und eine Botschaft der Freundschaft an ganz Europa."

Regionale Zusammenarbeit

Die 2. Etappe der Tour de France führte von Düsseldorf aus durch die Region und war damit ein Paradebeispiel für regionale Zusammenarbeit - bei der Vorbereitung, als auch bei der Durchführung. Denn auch hier haben hunderttausende ein Volksfest des Radsports gefeiert.

Oberbürgermeister Thomas Geisel: "Hier zeigt sich, dass regionale Zusammenarbeit dann besonders gut funktioniert, wenn man gemeinsame Herausforderungen oder Fragestellungen hat, die man dann gemeinsam angeht. Das wollen wir zum Beispiel in der Metropolregion Rheinland so weiter fortführen."

Abschlussbericht und Gutachten

Der Abschlussbericht, sowie ein ausführliches Gutachten des Prüfungs- und Beratungsunternehmens Deloitte, wird nach der Sommerpause der Kleinen Kommission Düsseldorf 2017 und der Öffentlichkeit vorgestellt.

Zu Ihrer redaktionellen Verwendung stellen wir Ihnen folgendes Material zum Download zur Verfügung:



Grand Départ Düsseldorf 2017 - beste Werbung für die Landeshauptstadt Düsseldorf und das Fahrrad

Seite 8



Abschluss-Pressekonferenz zur Tour de France: v.l.n.r.: Hollasch, Bürgermeister Karen-Jungen, Verkehrsdezernentin Zuschke, Oberbürgermeister Geisel, Stadtdirektor Hintzsche, Schrader DMT, ©Stadt Düsseldorf/Michael Gstettenbauer

<https://www.duesseldorf.de/fileadmin/Amt13/pressebilder/170703-abschluss-pk-tdf.JPG>

Grafiken zu den vorläufigen ökonomischen Auswirkungen der Tour de France:
https://www.duesseldorf.de/fileadmin/Amt13/presseanhang/170703-vorlaeufige-oekonomische-auswirkungen_-tour-de-france.pdf

Textversion:

https://www.duesseldorf.de/fileadmin/Amt13/pld/txt/20170703-256_24.txt

Kontakt: Jäckel-Engstfeld, Kerstin
presse@duesseldorf.de, Telefon +49.211.89-93131