

Die Regionaldirektorin	
Drucksache Nr.: 14/0816-1	

	07.02.2023
Fraktionsanfrage Antwort	öffentlich

Beratungsfolge	Beratungsstatus	Sitzung am	TOP
Ausschuss für Kultur, Sport und Vielfalt	zur Kenntnis	09.03.2023	13.2

**Betreff: Antwort auf die Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Synergien und Unterstützung bei anstehenden Sportgroßveranstaltungen**

Antwort:

Im Ruhrgebiet stehen in näherer Zukunft mehrere Sportgroßveranstaltungen an (u.a. World University Games, Fußballeuropameisterschaft). Der RVR hat einerseits durch die eigene Sportgroßveranstaltung „Ruhr Games“ bereits viel Erfahrung und Mittel gesammelt, um die anstehenden Veranstaltungen zu unterstützen. Ebenso bieten die genannten Events die Chance, bei internationalem Publikum für die Metropolregion zu werben. Die Fraktion „Die Grünen im Ruhrparlament“ fragt daher an und bittet die Verwaltung, im Ausschuss zu diesen Punkten zu berichten:

1. Besteht die Möglichkeit, Flächen für Side-Events bereitzustellen (z.B. Halden)?

Die Haldenlandschaft in der Metropole Ruhr könnte grundsätzlich einen Flächenbeitrag für Großsportveranstaltungen bieten. Insbesondere bei zurückliegenden Überlegungen zu Olympia-Bewerbungen wurde die Halde Hoheward bereits als Veranstaltungsort für Mountainbike in Erwägung gezogen. Auf der Halde finden bereits immer wieder und fortlaufend unterschiedlichste Veranstaltungen statt und der Standort hat sich bereits hierfür etabliert. Als Positiv-Beispiel für gelungene Veranstaltungen lässt sich hierbei aus der Vergangenheit u. a. das im Jahr 2013 stattgefundene Red-Bull-Seifenkistenrennen darstellen. Auf manchen Trassen des RVR finden z.B. Laufveranstaltungen statt. Grundsätzlich können auch andere RVR Standorte wie Halden, Freiräume, Trassen oder Gewässer als Veranstaltungsort in Frage kommen. Der RVR unterstützt bereits jetzt solche Vorhaben. Die jeweilige Eignung unterliegt einer individuellen Prüfung.

Zu berücksichtigen gilt es bei derartigen Nutzungsabsichten, dass die jeweiligen Standorte wie Halden neben den grundsätzlichen Eignungskriterien, auch die damit verbundenen Herausforderungen (ausreichender Parkraum, Fluchtwegekonzept, Besucherlenkung, Naturschutz etc.) betrachtet und die entsprechenden Rechte und Pflichten mit dem Veranstalter vertraglich geregelt werden.

Vor dem Hintergrund, dass die Haldenlandschaft ein Spezifikum des Ruhrgebietes ist, könnte diese im Zusammenspiel mit Großsportereignissen die Möglichkeit bieten, diesen Erlebnisraum weitreichend bekannt zu machen. Dies geht einher mit den im Tourismuskonzept der Haldenlandschaft entwickelten Zielsetzungen.

2. Bei der Extraschicht wird ein attraktives Verkehrskonzept angeboten, um die Veranstaltungsräume zu erreichen. Kann der Verband mit ähnlichen Konzepten Großveranstaltungen begleitend unterstützen, um das gesamte Verbandsgebiet dem internationalen Publikum zu präsentieren? Falls ja, wie?

Die Erarbeitung von Verkehrskonzepten für Großveranstaltungen erfolgt ausgehend vom Veranstalter in Zusammenarbeit mit den jeweiligen zuständigen Kommunen, Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbänden. Insbesondere für die Standorte der Sportgroßveranstaltungen (z.B. Stadien, Arenen) liegen in der Regel entsprechende in der Praxis erprobte Verkehrskonzepte vor.

Im Unterschied zu den meisten Sportgroßveranstaltungen findet die Extraschicht zeitgleich an vielen Orten im gesamten Verbandsgebiet statt. Das Veranstaltungskonzept ist so angelegt, dass die Besucher und Besucherinnen zwischen diesen Orten pendeln und zu beliebigen Zeitpunkten in das jeweilige Programm einsteigen können. Dem trägt das besondere Verkehrskonzept Rechnung. Ob zur ergänzenden Präsentation des Ruhrgebietes vor oder nach einer Sportgroßveranstaltung ein besonderes Verkehrskonzept erforderlich ist oder ob ggf. eher der Einsatz von Informations- und Werbemedien für das Ruhrgebiet und seine Verkehrsinfrastruktur (Straße, ÖPNV, Radwege, Leihfahrrad) in Frage kommen sollte, hängt sehr vom Konzept der jeweiligen Sportveranstaltung ab.

3. Inwiefern will der RVR die anstehenden Sportgroßveranstaltungen für Marketingzwecke nutzen? Welche Ziele, welche Mittel und (Kommunikations-) Wege werden dabei verfolgt?

Zur Kommunikation von Sportgroßveranstaltungen bietet sich neben den klassischen Werbemedien (u.a. Metropole Ruhr Magazin) auch das Fahrradverleihsystem metropolradruhr an, das vom RVR initiiert wurde und seit 12 Jahren mit stetig wachsendem Erfolg genutzt wird. In zehn Städten des Verbandsgebietes von Duisburg bis Hamm sind mehr als 2.400 Fahrräder mit beidseitigen Werbeflächen unterwegs. Das positive Image des Radverkehrs und des metropolradruhr würde mit dem Thema Sportveranstaltungen harmonisieren. Ein solcher Kommunikationsweg wird deshalb als zielführend und erfolgsversprechend eingeschätzt.

Anlässlich der Fußball-EM 24 wurde eine AG für Tourismusmarketing-Aktivitäten gegründet. Sie tagte erstmals im Januar. Beteiligt sind die Tourismusförderer der Städte Dortmund, Gelsenkirchen, Düsseldorf, Köln, der Tourismusverband Nordrhein-Westfalen und die RTG. Hier wird ein abgestimmtes Marketing im In- und Ausland entwickelt. Darüber hinaus werden selbstverständlich touristisch relevante Sportgroßveranstaltungen in der touristischen Vermarktung der RTG berücksichtigt.

4. Wie plant der RVR beim internationalen Publikum für das Ruhrgebiet zu werben (touristisch z.B., aber auch mit Blick auf die Wissensmetropole Ruhr)?

Touristisch:

Hierzu wird auf die neue Tourismusstrategie der RTG verwiesen. [Tourismusstrategie - RTG - Ruhr Tourismus GmbH \(ruhr-tourismus.de\)](http://www.ruhr-tourismus.de)

Wissensmetropole Ruhr:

Die Verwaltung unterstützt die Umsetzung von Maßnahmen auf Anfrage inhaltlich mit Informationen und Daten zu international relevanten Themen, Institutionen und Strukturen der Wissensmetropole. Es sind jedoch keine eigenen Aktivitäten zur Bewerbung der Wissensmetropole im Rahmen von Sportgroßveranstaltungen in Planung.

5. Hat der Verband ein eigenes Ticketmanagement (Ticket-Plattform) für seine Großveranstaltungen und könnte damit auch bei den World University Games unterstützend tätig werden?

Der RVR verfügt über keine eigene Ticket-Plattform. Die RTG bedient sich externer Dienstleister.

Finanzielle und haushaltsmäßige Auswirkungen sowie Folgewirkungen:

1. Teilergebnisplan Kostenstelle _____; Kostenträger _____;

Teilergebnisplan	Lfd. HH-Jahr	2024	2025	2026	2027 ff.
Erträge					
Personalaufwendungen					
Sachaufwendungen					
Abschreibungen und Zinsaufwand (6 % p. a. vom investiven Eigenanteil)					
Summe (Eigenanteil)					
Veranschlagt im Haushaltsplan	Lfd. HH-Jahr	2024	2025	2026	2027 ff.
Erträge					
Personalaufwendungen					
Sachaufwendungen					
Abschreibungen und Zinsaufwand (6 % p. a. vom investiven Eigenanteil)					
Summe					
Abweichungen ¹					

2. Teilfinanzplan Kostenstelle _____; Kostenträger _____; Investitions-Nr. _____

Teilfinanzplan	Lfd. HH-Jahr	2024	2025	2026	2027 ff.
Einzahlungen					
Auszahlungen					
Summe (Eigenanteil)					
Veranschlagt im Haushaltsplan	Lfd. HH-Jahr	2024	2025	2026	2027 ff.
Einzahlungen					
Auszahlungen					
Summe					
Abweichungen ¹					

¹ Positiver Wert = Nachveranschlagung bzw. Deckung erforderlich

3. Auswirkungen

- Eine Nachveranschlagung/überplanmäßige bzw. außerplanmäßige Mittelbereitstellung ist nicht erforderlich (**Haushaltsverbesserung/-neutralität**).
- Eine Nachveranschlagung/überplanmäßige bzw. außerplanmäßige Mittelbereitstellung ist erforderlich (**Haushaltsverschlechterung**). Erläuterungen siehe unten.
- Folgewirkungen sind in dem o. g. Bedarf berücksichtigt.

Erläuterungen:

4. Bilanz

Veräußerungsgewinne bzw. -verluste können gemäß § 44 Abs. 3 KomHVO NRW zu zusätzlichen finanziellen Auswirkungen in der Bilanz führen.

- Keine Auswirkungen, weil keine Veräußerungsgewinne bzw. -verluste entstehen.
- Die finanziellen Auswirkungen aus Veräußerungsgewinnen bzw. -verlusten werden in den Erläuterungen dargestellt.

Erläuterungen:

Sachbearbeiter/in	Referat / Referatsleiter/in	Bereich / Beigeordnete/r	Regionaldirektorin Karola Geiß-Netthöfel
Reichart, Stefanie	Reichart, Stefanie	Bereich I	
Akt.zeichen			