

**Ausschuss für Tourismus
Ausschussdrucksache**

16(20)321

**Stellungnahmen der Sachverständigen
zu der öffentlichen Anhörung
des Ausschusses für Tourismus und
des Sportausschusses
am 28. Januar 2009
von 15.00 Uhr bis voraussichtlich 17.00 Uhr
in Berlin, Jakob-Kaiser-Haus, Saal 1.302**

„Stand der Vorbereitungen der Frauen-Fußball-WM 2011“

	Seite
Rolf Geinert Oberbürgermeister der Stadt Sinsheim	2
Stephanie Ann Jones Präsidentin des Organisationskomitees für die Frauenfußball-WM 2011	11



„Stand der Vorbereitungen der Frauen-Fußball-WM 2011“

STELLUNGNAHME

der Stadt Sinsheim
Wilhelmstraße 14-16
74889 Sinsheim

1. Sinsheim

Derzeit überschlagen sich in Sinsheim die Ereignisse in Sachen Fußball - Aufstieg von 1899 Hoffenheim in die Bundesliga und Herbstmeister, Zuschlag für die Austragung der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011 und Einweihung der Rhein-Neckar-Arena.

Auf Anregung der Verantwortlichen der Spielbetriebs GmbH 1899 Hoffenheim hat sich Sinsheim als Spielort zur Austragung der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011 beim DFB im Frühjahr 2007 beworben. Nachdem im Oktober 2007 die Entscheidung für den Standort „Deutschland“ gefallen war, war Sinsheim dem Ziel, als Austragungsort nominiert zu werden, mit elf Bewerbern ein Stück näher gekommen.

1.000 Tage vor der Eröffnung der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft wurden am 30. September 2008 im Bundeskanzleramt die Austragungsorte bekannt gegeben. Sinsheim wurde zusammen mit 8 weiteren Städten - Augsburg, Berlin, Bochum, Dresden, Frankfurt am Main, Leverkusen, Mönchengladbach und Wolfsburg – zum Austragungsort ernannt.

Bereits im Vorfeld hat die Stadt Sinsheim mit der Federation Internationale de Football Association (FIFA) und dem Organisationskomitee des Deutschen Fußball-Bundes e.V. (DFB) den „Host-City-Vertrag“ abgeschlossen. Dieser beinhaltet unter anderem umfangreiche Marketingrechte, aber auch Pflichten für die Städte. Dazu gehören beispielsweise die Organisation und der Betrieb einer Fanmeile einschließlich Rahmenprogramm während der WM, die Umsetzung eines Sicherheitskonzeptes, der Schutz der Marketing- und Medienrechte der FIFA und des LOK, die Beteiligung am Volunteer-Programm, die Überlassung von Werbe- und Dekorationsflächen und die Organisation des Ticketverkaufs vor Ort.

Sinsheim ist der einzige Austragungsort in Baden-Württemberg und zusammen mit Augsburg die einzigen in Süddeutschland. Mit 35.500 Einwohnern, einem Einzugsbereich von rund 80.000 Menschen einer Gebietsfläche von 127 km² ist Sinsheim die Kleinste aller Austragungsorte einer Fußball-WM und daher eher ein „Exot“.

Verkehrsanbindung:

Sinsheim gehört zum Rhein-Neckar-Kreises und damit zur Europäischen Metropolregion Rhein-Neckar und liegt im Norden des Landes Baden-Württemberg, unmittelbar an der Autobahn A 6 Mannheim-Sinsheim-Heilbronn. Das neue Stadion ist direkt über die neue Autobahnausfahrt Sinsheim-Süd zu erreichen. Der Anschluss an die S-Bahn Rhein-Neckar (2009) und Stadtbahn Heilbronn (2011) sind beschlossen und werden bis zum Beginn der WM fertiggestellt.

Schnell zu erreichen sind auch die Flughäfen Frankfurt (120 km), Stuttgart (100 km) und Baden Airpark (90 km).

Bildung, Wissenschaft, Wirtschaft

Die Universitäten Heidelberg, Mannheim und zahlreiche weitere wissenschaftliche Einrichtungen liegen ebenso in der Nähe und betonen zusätzlich die infrastrukturell sehr günstige Lage Sinsheims.

Bis vor kurzem war Sinsheim der größte privatwirtschaftliche Messestandort. Auf Grund des Abzuges der internationalen Messen nach Stuttgart zur Messe Stuttgart, wird sich die Messe Sinsheim GmbH ab Sommer 2009 auf kleine Messen und publikumswirksame Events (beispielsweise: Verstehen Sie Spaß?) konzentrieren.

In Sinsheim und seinen 12 Stadtteilen existiert ein gesunder Mix aus Handels-, Handwerks- und Produktionsunternehmen. Die Wirtschaft ist geprägt durch eine breite Branchenvielfalt und einen gesunden Mittelstand mit ca. 11.500 Arbeitsplätzen.

Tourismus – Sehenswürdigkeiten

Aus touristischer Sicht ist Sinsheim durch sein Auto & Technik Museum mit IMAX 3D-Kino bekannt. Über 1 Millionen Besucher kommen jährlich nicht nur um Concorde und Tupolev, spektakuläre Flugzeuge, sondern auch Glanzstücke der Technikgeschichte in einer Vielfalt erleben zu können, die absolut einzigartig sind. Ein IMAX 3 D Filmtheater rundet das Ausflugsvergnügen ab.

Die Burg Steinsberg, der „Kompass des Kraichgau“, eine Stauferburg mit achteckigem Bergfried auf einem Basaltkegel im Stadtteil Weiler, ist das Wahrzeichen der Stadt.

Das Stadt- und Freiheitsmuseum, das sich der Demokratie- und Freiheitsbewegung von 1848/49 und der Sinsheimer Stadtgeschichte widmet, wurde als „Vorbildliches Heimatmuseum“ ausgezeichnet.

Eine ständige Ausstellung über das Leben und Wirken Friedrich des Großen findet man im „Museumshof Lerchennest“ im Stadtteil Steinsfurt.

Für die aktive Freizeitgestaltung stehen ein Golfplatz, ein Segelflugplatz, ein umfangreiches Rad- und Wanderwegenetz sowie ein Frei- und ein Hallenbad zur Verfügung.

Sinsheim hat auch in der Region – der Metropolregion Rhein-Neckar und des Touristikverbandes Kraichgau-Stromberg - viel zu bieten. In unmittelbarer Nähe liegen die Großstädte Heidelberg, Mannheim und Heilbronn, die den Touristen weitere Ausflugsmöglichkeiten bieten. Beispielsweise das Heidelberger und Schwetzingen Schloss, den Freizeitpark Tripsdrill,...

Mit über 1044 Betten hat Sinsheim ein umfangreiches Beherbergungsangebot mit vielen familiengeführten Betrieben. Bei Großveranstaltungen (Messebetrieb, Formel1-Rennen in Hockenheim,...) bietet die Region genügend Übernachtungsmöglichkeiten in unterschiedlichen Preisklassen und Standards.

Im Jahr 2007 hatte Sinsheim 89.144 Übernachtungen. Zehn Jahre zuvor waren es 28.933. Dieser Anstieg ist hauptsächlich durch den touristischen Aufschwung und die Messe Sinsheim zurückzuführen. Durch den Wegzug der größeren Messen nach Stuttgart müssen andere touristische Konzepte erarbeitet werden, um auch gegenüber anderen Regionen weiterhin konkurrenzfähig zu sein. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 1,7 Tage. Die meisten ausländischen Gäste kommen aus den Nachbarländern – Niederlande, Schweiz, Österreich und Frankreich.

2. Stadion – Rhein-Neckar-Arena

Das Stadion befindet sich in Nachbarschaft zum Auto & Technik Museum Sinsheim und zur Messe Sinsheim. Es liegt an der neuen Autobahnausfahrt Sinsheim-Süd der BAB A 6. Es wurde kürzlich nach 19-monatiger Bauzeit fertiggestellt. Das reine Fußballstadion fasst rund 30.130 Zuschauer (maximale Sitzplatzauslastung 25.563) und ist damit bundesligatauglich.

Der erste Spatenstich erfolgte am 25. Mai 2007. Neben den Spielen von 1899 Hoffenheim sollen auch andere Veranstaltungen in der Rhein-Neckar-Arena stattfinden. Die erste fußballfremde Veranstaltung wird im Jahr 2013 das Deutsche Turnfest sein, für das die Metropolregion Rhein-Neckar den Zuschlag bekam.

Finanzierung

Das Stadion ist ein privat finanziertes Projekt des Sportmäzens Dietmar Hopp, Mitbegründer der SAP, der auch schon das 1999 erbaute Dietmar-Hopp-Stadion in Hoffenheim (6.350 Sitz- und Stehplätze) finanzierte. Rund 60 Millionen Euro hat die Errichtung des Stadions gekostet. Die Stadt Sinsheim investierte weitere 15 Millionen in die Infrastruktur – Parkplätze, Autobahnanschlussstelle Sinsheim Süd, Ausbau der Haltestelle Sinsheim-Museum/Arena, Ausbau S-Bahn Rhein-Neckar und Stadtbahn Heilbronn.

Verkehrsanschluss

Der bestehende Regionalbahn-Haltepunkt Sinsheim-Museum/Arena wird bis zur WM 2011 zu einem Kreuzungsbahnhof auf S-Bahn-Standard umgebaut und in das Netz der S-Bahn RheinNeckar integriert. Ab 2012 soll hier auch die Stadtbahn Heilbronn verkehren.

Zudem ist das Stadion über die neu gebaute Ausfahrt „Sinsheim-Süd“ der Bundesautobahn A6 erreichbar.

3. Erwartungen/Herausforderungen

Als Austragungsort der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011 erscheint Sinsheim auf der Weltkarte des Fußballs. Das ist für Sinsheim eine einmalige Chance, sich international zu präsentieren und bekannt zu werden. Die Stadt Sinsheim verbindet damit wichtige Impulse für die Stadtentwicklung, den Tourismus, die Wirtschaft, den Sport und insbesondere für das Image der Metropolregion Rhein-Neckar und des Landes Baden-Württemberg.

Bereits zwei Jahre vor der WM beginnt die weltweite Bewerbung der Weltmeisterschaft durch die FIFA. Hierbei wird Sinsheim immer als Austragungsort erwähnt.

Die Stadt Sinsheim erwartet durch die Austragung der Spiele viele positive Aspekte:

Wirtschaft:

- Stärkung des Lebens- und Wirtschaftsraums Sinsheim im Mittelbereich und in der Metropolregion Rhein-Neckar
- Sicherung vorhandener bzw. Bereitstellung zusätzlicher Arbeitsplätze
- Absicherung der Vermarktung stadteigene Flächen
- Stabilisierung der Einwohnerzahl
- Nachhaltige Sicherung der eigenen Steuerkraft

Tourismus

- Bessere touristische Vermarktung – Umsetzung des Tourismuskonzeptes „Urlaub in der WM-Stadt bzw. der WM-Region, Pauschalangebote
- Stärkung des Wirtschaftsfaktors „Tourismus“
- Steigerung der Übernachtungszahlen/Bettenauslastung/ Aufenthaltsdauer - Kompensation des Messewegzugs
- Mehr Besucher in der Innenstadt
- Imageprofilierung als Tourismusziel
- Attraktivitätssteigerung des touristischen Angebots
- Schaffung aller notwendigen Rahmenbedingungen und infrastruktureller Voraussetzungen für eine positive Tourismusedwicklung

- Schaffung und Erhalt von Arbeitsplätzen
- Verbesserung der Qualität und Quantität touristischer Angebote Themen entwickeln und (mit)besetzen
- Ausbau überregionaler Angebote und Kooperationen
- Optimierung der Tourismusorganisation

Unsere Stadt

- Stärkung eines „Wir-Gefühls“ innerhalb unserer Stadt und Förderung des gesamtstädtischen Denkens
- Wichtige verkehrliche Infrastrukturmaßnahmen werden beschleunigt und hiervon kann die Stadt Sinsheim auch noch in den kommenden Jahren profitieren
- Nachhaltige Förderung des Frauenfußballs in Sinsheim und der Region – daher Vorreiterrolle

4. Organisation

Stadtmarketing Sinsheim GmbH

Zur Umsetzung des Host-City-Vertrages wurde eigens eine Stadtmarketing Sinsheim GmbH gegründet. Sie hat ihre Arbeit am 01.01.2009 aufgenommen. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die anfallenden Kosten transparent dargestellt werden und im Rahmen der Bemühungen um Zuschüsse, Spenden und Sponsorengeldern auf eine Trennung vom städtischen Haushalt verwiesen werden kann. Den Sponsoren bringt die Zusammenarbeit mit einer GmbH steuerrechtliche Vorteile.

Gegenstand des Unternehmens ist die Planung und Durchführung der im Rahmen der FIFA Frauen-WM 2011 am Austragungsort Sinsheim und Umgebung stattfindenden Veranstaltungen.

Die Stadtmarketing Sinsheim GmbH kann sich aufgrund der Aufgabenstellung nur zum Teil aus eigenen Erlösen finanzieren, wobei anzustreben ist, dass dieser Anteil nachhaltig mindestens 25 % des Gesamtumsatzes beträgt. Die Stadt Sinsheim gewährt einen jährlichen Zuschuss zu dem nach Wirtschaftsplan zu erwartenden Verlust. Der Zuschuss ist im Gesellschaftsverhältnis begründet und soll die GmbH in die Lage versetzen, sich in Erfüllung ihres Gesellschaftszwecks zu betätigen.

Der städtische Zuschuss für 2009 beträgt voraussichtlich 70.000,- € und soll der GmbH bedarfsgerecht bereitgestellt werden. Der Zuschussbedarf 2010ff kann erst nach der Konkretisierung aller Beteiligten (FIFA, Innenministerium,...) ermittelt werden. Die Geschäftsführung hat in regelmäßigen Abständen über die zu erwartenden finanziellen Auswirkungen dem Gemeinderat zu berichten.

Die Stadtmarketing Sinsheim GmbH wird durch Mitarbeiter der Stadtverwaltung personell unterstützt. Zur Bewältigung der Aufgaben und Umsetzung der Anforderungen werden in den nächsten Monaten nach Bedarf verschiedene Mitarbeiter zugeordnet.

Interne Arbeitsgruppe

Um alle relevanten Aspekte zur Umsetzung des Host-City-Vertrages optimal berücksichtigen zu können, ist bereits innerhalb der Stadtverwaltung eine interne Arbeitsgruppe gebildet worden (Oberbürgermeister, Bürgermeister, Stadtkämmerer, Ordnungsamtsleiter und die Geschäftsführerin der Stadtmarketing Sinsheim GmbH).

Externe Arbeitsgruppe

Um auch eine lokale bzw. regionale Einbindung der FIFA Frauen-WM 2011 zu gewährleisten, wurde eine externe Arbeitsgruppe ins Leben gerufen. Hierbei sind Mitglieder der Metropol-Region Rhein-Neckar, Ansprechpartner der touristischen Leistungsträger, DEHOGA und die relevanten Ansprechpartner (Polizei, Feuerwehr,

DRK) zur Umsetzung des Themas Sicherheit miteinbezogen worden. Die Koordination übernimmt die Geschäftsführerin der GmbH.

Des Weiteren nimmt die Geschäftsführerin an allen Sitzungen der FIFA-Arbeitsgruppe „Städte“ und der AG beim Deutschen Städtetag teil.

Für die Ausgestaltung des Stadionvertrages übernimmt der Betreiber der Rhein-Neckar-Arena „1899 Hoffenheim“ die Vertretung bei den FIFA-Arbeitsgruppen.

Neben den organisatorischen Grundlagen, die in den vergangenen drei Monaten geschaffen wurden, sind bereits Maßnahmen bzw. Planungen angegangen worden. Die überwiegende Anzahl der Maßnahmen resultiert aus dem Host-City-Vertrag und müssen von der FIFA konkretisiert werden:

- Verstärkung der Vermarktungsoffensive
- Umsetzung des Tourismus-Konzeptes
- Ausgestaltung der Fanmeile
- Organisation des Ticketings ab Herbst 2009
- Beachtung der Sicherheitsaspekte
- Umsetzung der Sozialkampagne und des Nachhaltigkeitsprogramms
- Initiierung bzw. Durchführung von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen (WM-Countdown, Roadshows)

5. Finanzierung

Über die finanziellen Auswirkungen zur Ausrichtung einer Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft kann die Verwaltung derzeit noch keine Aussagen treffen. Allerdings müssen zur Umsetzung des Host-City-Vertrages erhebliche finanzielle Mittel aufgebracht werden. Hierzu sind Zuschüsse von der baden-württembergischen Landesregierung und der Bundesregierung dringend notwendig. Darüber hinaus müssen lokale und regionale Sponsoren für dieses Ereignis mit eingebunden werden.



An: Deutscher Bundestag
Ausschuss für Tourismus
Sportausschuss
Die Vorsitzenden

Direktion/
Abteilung:

Kopie:

Datum: 14. Januar 2009

Von: Ulrich Wolter

Abteilung: Gesamtkoordinator

Betreff: Stand der Vorbereitungen der FIFA Frauen WM 2011

Aus anfänglich 23 Bewerberstädten hat der DFB den Kreis der Ausrichterstädte ausgewählt. In neun Städten, verteilt über ganz Deutschland, werden die 32 Spiele der FIFA Frauen-WM 2011 stattfinden. Die erste Frauenfußball-Weltmeisterschaft in Deutschland wird am 26. Juni 2011 in Berlin gestartet.

Am 30. September 2008 wurde im Bundeskanzleramt bekannt gegeben, dass im Olympiastadion ausschließlich die Eröffnungsfeier sowie das Eröffnungsspiel unter Beteiligung der deutschen Mannschaft statt finden wird. Danach wird das Turnier in Augsburg, Bochum, Dresden, Frankfurt, Leverkusen, Mönchengladbach, Sinsheim und Wolfsburg fortgesetzt. Das Endspiel wird am 17. Juli in Frankfurt angepfiffen.

Ein Jahr vor der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011 soll mit der FIFA U 20-Frauen-WM 2010 ein weiteres Frauenfußball-Turnier in Deutschland stattfinden. Mit dieser Entscheidung ist das Exekutivkomitee der FIFA dem Antrag gefolgt, in Zukunft im Vorjahr einer Frauen-WM im gleichen Land eine FIFA U-20 Frauen-Weltmeisterschaft zu veranstalten. Im Männerfußball wird dieses Modell seit 2001 mit dem einer WM-Endrunde vorgeschalteten FIFA Confederations Cup praktiziert. Zwischenzeitlich wurden auch für dieses Turnier mit Dresden, Augsburg, Bochum und Bielefeld die vier Austragungsorte benannt. Das Eröffnungsspiel mit der deutschen Mannschaft soll dabei in Bochum, das Finale in Bielefeld stattfinden.

Die FIFA U-20 Frauen WM 2010 wird wenige Tage nach dem Abpfiff der FIFA WM 2010 in Südafrika am 13./14. Juli 2010 gestartet und bis zum 1. August 2010 gespielt.

Das Organisationskomitee des DFB für die FIFA Frauen WM 2011 ist mit den Vorbereitungen für beide Turniere beschäftigt und wird auf einer ersten Venuetour vom 23. März - 1. April 2009 gemeinsam mit der FFA alle 10 Austragungsorte beider Turniere besuchen und neben den Stadien auch Trainingsplätze und Hotels begutachten, um dann in die spezifischen Planungen für alle Standorte einzusteigen.

Im November 2008 hat die Arbeitsgruppe der WM Städte ihre Arbeit aufgenommen, im Dezember 2008 konstituierte sich die Arbeitsgruppe der WM Stadien. In beiden

Gruppen werden relevante Themen gemeinsam mit dem OK/DFB und der FIFA vorbereitet, diskutiert und entschieden. Ziel ist eine größtmögliche Transparenz sowie eine stets optimale Information gegenüber den Städten und Stadien.

In Abstimmung mit der FIFA werden derzeit die beiden Spielpläne erarbeitet, die im März verabschiedet werden sollen. Danach wissen die Städte, wie viele Spiele im jeweiligen Stadion ausgetragen werden. Zudem wird im Moment noch am Slogan bzw. einem Maskottchen für 2011 gearbeitet.

In diesem Jahr werden die sog. Countdownveranstaltungen gestartet, um in den Standorten die Vorfreude auf die WM weiter zu steigern. Der erste Termin findet am 12. Februar 2009 in Sinsheim statt; weitere Veranstaltungen in Bielefeld, Bochum, Augsburg und Dresden werden zu einem späteren Zeitpunkt folgen.

Neben den sechs Partnern der FIFA kann der DFB sechs nationale Förderer gewinnen, die zur Refinanzierung der Budgets für beide Turniere einen Beitrag leisten sollen. Mit der Deutschen Telekom wurde bereits der Vertrag unterzeichnet, die Einigung mit der Commerzbank wurde ebenfalls bereits verkündet. Vier weitere Unternehmen haben ein Engagement zugesagt, hier werden im Moment die Verträge endverhandelt.

Höchste Priorität neben den Turniervorbereitungen in den WM Arenen hat für den DFB/OK die Ticketpromotion sowie der Ticketverkauf, der bereits Ende des Jahres 2009 mit dem Verkauf von sog. Städteserien (1 Ticket für alle Spiele in einem Standort) starten soll. Im Moment werden die verschiedenen Promotionmaßnahmen und Verkaufskanäle gemeinsam mit Partnern vorbereitet, um bereits in diesem Jahr eine hohe Zahl an Tickets zu verkaufen.

Zudem hat der DFB im Bereich der WM Kampagnen zwei wichtige Projekte auf den Weg gebracht. Mit einer Schul- und Vereinskampagne, die nachhaltig bis 2013 angelegt ist, sollen für den Zeitpunkt nach der FIFA Frauen WM die personellen und organisatorischen Strukturen geschaffen werden, um jungen Frauen und Mädchen nach einer erfolgreichen WM 2011 das organisierte Fußballspielen im Verein bzw. in der Schule zu ermöglichen.

Mit dem Programm "Kinderträume 2011" sollen zur Frauen WM 2011 gemeinnützige Organisationen, soziale Projekte und Initiativen, die sich um das Wohl von Kindern kümmern, finanziell oder ideell unterstützt werden. Die Projekte müssen gemeinnützig sein, von lokalen Initiativen getragen werden, nachhaltig sein und eine der Forderungen aus dem Kinder- und Jugendplan der Bundesregierung als Ziel verfolgen.

In Abstimmung mit der FIFA werden derzeit die beiden Spielpläne erarbeitet, die im März verabschiedet werden sollen. Danach wissen die Städte, wie viele Spiele im jeweiligen Stadion ausgetragen werden. Zudem wird im Moment noch am Slogan bzw. einem Maskottchen für 2011 gearbeitet.

Ulrich Wolter
Gesamtkoordinator