

FRAKTION Bündnis 90 /Die Grünen



Für: Stadt Heidelberg
Herrn Oberbürgermeister
Dr. Eckart Würzner

E-Mail: 01-Sitzungsdienste@Heidelberg.de

Rathaus, Marktplatz 10
69117 Heidelberg
Tel: +49 (6221) 58-4717-0

Derek Cofie-Nunoo, Fraktionsvorsitzender
Marilena Geugjes, stellv. Fraktionsvors.
Felix Grädler, stellv. Fraktionsvors.
Dr. Luitgard Nipp-Stolzenburg, stellv. Fraktionsvors.
Christoph Rothfuß, stellv. Fraktionsvors.

Rahel Amler, Anja Gernand, Sahin Karaaslan,
Dr. Dorothea Kaufmann, Dr. Nicolás Lutzmann,
Kathrin Rabus, Dr. Ursula Röper, Julian Sanwald,
Anita Schwitzer, Manuel Steinbrenner, Frank Wetzel

geschaeftsstelle@gruene-fraktion.heidelberg.de
www.gruene-heidelberg.de

Heidelberg, 06.11.2019

Sachantrag zu TOP 5ö des SpA am 06.11.2019: Bewerbung als Zielort für die Schlussetappe Deutschland Tour 2020

Wir beantragen, dass die Stadt mit dem momentan vorgesehenen Betrag für die Deutschlandtour aus dem Budget des Sportamtes 2020 gemeinsam mit den Vereinen einen stadtweiten "Tag der offenen Tür" für alle Sportzentren und Sporthallen durchführt. Ziel dieses Aktionstages soll es sein, alle Teile der Bevölkerung für den (Vereins-)Sport in Heidelberg zu begeistern. Sie sollen in den jeweiligen Stadtteilen direkt die verschiedenen Vereinsangebote kennenlernen und sich einen Überblick verschaffen auch über die Räume und Plätze der Stadt. Hierbei soll auch die Großsporthalle für einen gemeinsamen Abschluss einbezogen werden. Organisation und Werbung soll die Stadtverwaltung übernehmen.

Begründung

Ein breit angelegter und professionell beworbener Tag der offenen Tür kann alle Teile der Bevölkerung, jung und alt, fit oder schlaff, anlocken, um sich das Sportangebot bei sich vor der Tür anzuschauen und neue Sportbegeisterte schaffen, die sich vielleicht dann auch im Verein engagieren. Dies kommt den Vereinen und allen anderen nichtkommerziellen Sportanbietern von zugute, sie haben neue Sportler*innen und neue Engagierte.

Ein Event wie die Deutschlandtour trägt wenig bis nichts zur lokalen Sportförderung bei. Wenn Steuergelder für die Deutschlandtour, vor allem für die Lizenzgebühr, eingesetzt werden sollen, müssen sie aus dem Budget von Heidelberg Marketing kommen, denn hier geht es um die Promotion Heidelbergs als Touristenstadt und nicht darum, die Heidelberger Sportlandschaft zu fördern. Dabei wäre zu überlegen, ob das Image des Radsportes überhaupt der geeignete Aufhänger für eine Marketingkampagne der Stadt ist. Weiterhin wäre zu betrachten, ob sich Heidelberg tatsächlich als „Eventstadt“ positionieren will, auch in Bezug auf die kritische Betrachtung des Massentourismus.