

17. Wahlperiode**Schriftliche Anfrage****des Abgeordneten Tim-Christopher Zeelen (CDU)**vom 17. Dezember 2014 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 19. Dezember 2014) und **Antwort****Finalspiele der Champions League in Berlin**

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Welche Werbemaßnahmen in Berlin, Deutschland und Europa wird der Senat zur Bewerbung des Frauen und Männer Champions League Finales einleiten und wie sieht hier die Unterstützung der UEFA aus?

Zu 1.: Der Senat unterstützt die UEFA (Union des Associations Européennes de Football) bei den Vorbereitungen der UEFA Champions League-Finale der Frauen am 14. Mai 2015 und der Männer am 06. Juni 2015. Dazu zählt auch die Öffentlichkeitsarbeit und Werbung für die weltweite Medienaufmerksamkeit der UEFA Champions League-Finale in Berlin.

Durch eine Reihe von Maßnahmen wird auf die beiden Finalspiele im Stadtbild und in der Öffentlichkeit hingewiesen. U. a. werden im Rahmen des sog. „Host City Dressing“ die Beflaggung hochfrequentierter Verkehrsschnittpunkte wie Theodor-Heuss-Platz, Ernst-Reuter-Platz, Großer Stern, das Branding von Bussen und Velotaxen im „Champions League-Look“, Werbung durch großflächige Plakatierungen an Buswartehäusern sowie Litfaß- und Plakatsäulen, auf City Light Boards an Hauptverkehrsstraßen und die Aufstellung großer UEFA Stern- bzw. Fußballskulpturen in der Innenstadt geplant.

Von besonderer Bedeutung ist zum anderen die Bewerbung des Finalspiels der Frauen. Generell ist das Zuschauerinteresse an diesem Spiel deutlich geringer als am Finale der Männer. Um möglichst viele Fußballinteressierte auch für den Besuch des Frauen-Finales zu gewinnen, ist eine gezielte Werbung für diese Veranstaltung erforderlich. Dafür werden im Vorfeld des Spiels spezifische Promotion- und Marketingmaßnahmen, z. B. in Print- und elektronischen Medien bzw. über einen Radiospot beabsichtigt.

Die endgültigen Konzepte zur Öffentlichkeitsarbeit und zur Werbung für das Finale der Frauen werden derzeit vom Senat gemeinsam mit der UEFA und mit von ihr beauftragten Agenturen, von visitBerlin und Berlin Partner entwickelt.

Die Finanzierung aller Maßnahmen erfolgt sowohl über die UEFA selbst, wie auch zum Teil durch das Land Berlin.

2. Welche Chancen ergeben sich aus Sicht des Senats für das Stadtmarketing im Zusammenhang mit den Finalspielen?

Zu 2.: Insbesondere das UEFA Champions League-Finale der Männer beschert eine internationale Medienpräsenz, die kaum durch eine noch so aufwendige Kampagne erreicht werden kann. Das Champions League-Finale der Männer hat im europäischen Vereinsfußball eine außerordentliche Bedeutung. Es ist in der Wertigkeit im Fußballsport die drittgrößte Veranstaltung nach der Fußball-Weltmeisterschaft (der Männer) und der Fußball-Europameisterschaft (der Männer). Es besitzt allerhöchsten Imagewert für die ausrichtende Stadt.

Das Finale wird in mehr als 200 Ländern übertragen, insgesamt werden mehr als 360 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer erreicht. Durch die weltweite TV-Übertragung hat Berlin die hervorragende Chance, erneut international Werbung als Sportmetropole zu betreiben und seine herausragende Bedeutung als Ort für internationale Sportgroßveranstaltungen zu belegen.

Zugleich sind tourismuswirksame Effekte durch die TV-Berichterstattung über den Austragungsort Berlin im Vorfeld des Finales am 06. Juni 2015 zu erwarten. Und je nach Spielpaarung im Finale ist von mehreren zehntausenden anreisenden Fans der beiden Gastmannschaften auszugehen, die erheblich zur Wertschöpfung in Berlin insbesondere in der Gastronomie und Hotellerie beitragen und zusätzliche Kaufkraft nach Berlin bringen.

3. Wird es eine Fan-Meile zu diesen Events geben?

Zu 3.: Eine Fan-Meile wie z. B. bei Fußballwelt- oder -europameisterschaften ist im Konzept für ein sog. „UEFA Champions Festival“ nicht vorgesehen.

Das Festival findet zum Finalspiel der Männer vom 4. bis 7. Juni 2015 im Umfeld des Brandenburger Tors und auf der Straße des 17. Juni statt und ist als Familien- und Fan-Event konzipiert. Der Besuch ist kostenfrei. Es soll insbesondere die Berliner Bevölkerung die besondere Atmosphäre um das Endspiel der Champions League in Berlin erleben lassen. Angeboten werden sollen u. a. Mitmach-Aktionen, Fußballturniere für Kinder und Jugendliche, ein „Old-Stars-Match“ mit bedeutenden europäischen „Fußballgrößen“, ein UEFA-Museum einschließlich einer Foto-Galerie, Foto-Shots mit der Original-Champions League Trophy, Bühnenaktivitäten mit Live-Acts an zwei Tagen und weitere fußballbezogene Sponsorenaktionen.

4. Welche Möglichkeiten sieht der Senat, auch die 12 Bezirke mit in die Feierlichkeiten einzubeziehen, wird beispielsweise der Pokal in den Rathäusern zu sehen sein?

Zu 4.: Der Senat beabsichtigt, Teile des offiziellen Rahmenprogramms der Champions League-Finale in den Bezirken Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf für die Öffentlichkeit durchzuführen. Eine Einbeziehung weiterer Bezirke ist seitens des Senats nicht geplant.

Die Originale der UEFA Champions League-Trophy des Frauen-Finales und des Männer-Finales werden für einen noch unbestimmten Zeitraum voraussichtlich ab Ende April 2015 bis zum Finale der Männer im Berliner Rathaus ausgestellt. Sie können dort von interessierten Berlinerinnen und Berlinern sowie Fußball-Fans besichtigt werden. Eine Ausstellung der Original-UEFA Trophies z. B. in bezirklichen Rathäusern ist nicht beabsichtigt.

5. Welche kulturellen Events sind rund um die Finals geplant?

Zu 5.: Das bereits beschriebene „UEFA Champions Festival“ ist neben den Finalspielen das Kernelement des kulturell ausgerichteten Rahmenprogramms zum Champions League-Finale in Berlin. Vor dem Hintergrund, dass die beiden Finalsspiele jeweils nur eintägige Sportevents sind und sich von ihrem Charakter her von mehrwöchigen Weltmeisterschaften wie im Fußball 2006 oder in der Leichtathletik wie 2009 klar unterscheiden, ist ein umfassenderes kulturelles Rahmenprogramm seitens der UEFA und des Senats nicht vorgesehen.

Weitere herausgehobene Events vor den Finalspielen sind neben dem „UEFA Champions Festival“ die offizielle Logovorstellung des Champions League-Finales Berlin 2015 durch die UEFA und der „Cup Handover“ voraussichtlich Ende April 2015 an Berlin. Dabei werden im Rahmen eines feierlichen Akts unter Beteiligung der Medien im Berliner Rathaus die UEFA Champions League-Trophy des Frauen- und des Männer-Finales gemeinsam übergeben.

Berlin, den 02. Januar 2015

In Vertretung

Andreas Statzkowski
Senatsverwaltung für Inneres und Sport

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 06. Jan. 2015)