

| Siegfried Zelnhefer Text | Christine Dierenbach Foto



Der Countdown läuft. Nur noch rund zwei Jahre bis zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ vom 9. Juni bis 9. Juli 2006. Und Nürnberg ist als einer von zwölf Austragungsorten dabei. Fünf Spiele finden im Franken-Stadion statt – genauso viele übrigens wie in den meisten anderen Städten. Nur in Berlin, München, Dortmund und Stuttgart mit den größten Stadien werden sechs Begegnungen ausgetragen. Die Stadt Nürnberg bereitet sich schon lange auf das Großereignis vor. Das Rahmenprogramm mit „starken Stücken“ steht fest. Wir schildern, welche Potenziale für die Stadt in dem Mega-Event stecken. Was im Einzelnen geplant ist und wie die Organisation im Rathaus läuft, lesen Sie auf den nächsten Seiten.

Feiern wie die Weltmeister

Dabei sein ist alles: Die Fußball-WM bietet Nürnberg einmalige Chancen

Die Nationen-Fahnen der 32 WM-Mannschaften flattern im Sommerwind. Die bunten Flaggen heißen die Besucher des WM-Parks am Volksfestplatz willkommen. Schon am späten Vormittag sind hier viele Fans unterwegs. Man trifft sich in den Biergärten unter freiem Himmel, lässt noch einmal die spannendsten Szenen der vergangenen WM-Spiele Revue passieren. Den ausländischen Gästen schmecken die Rostbratwürste und das fränkische Bier besonders gut.

Auf den Aktionsflächen läuft gerade ein Streetsoccer-Turnier mit vier Jugendmannschaften aus Nürnberger Partnerstädten. Die Stimmung ist genauso prächtig wie im Franken-Stadion, wo tags zuvor die tschechische Nationalmannschaft in einer spannenden Auseinandersetzung Frankreich mit 3:2 besiegt hat. Das Match wird in die WM-Geschichte eingehen. Ausgerechnet der gerade erst vom Club verpflichtete Bundesligaspieler Tomas Rosicky markiert in der 91. Minute den Siegtreffer.

Während im WM-Park über zwanzigtausend Nürnberger, Franken und Gäste aus aller Welt die aktuel-

len Begegnungen auf großen Videowänden verfolgen, dreht zur gleichen Zeit ein Fernsighteam aus Hongkong einen Film am Hauptmarkt. Die vier Chinesen sind nicht die ersten, die sich diese Bilder nicht entgehen lassen. Viele Journalisten haben die Szenen längst mit ihren Kameras eingefangen und zum Beispiel in den USA, in Japan oder Südamerika gesendet.

Was in Nürnberg zu sehen ist, hat keine andere Stadt während der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland 2006 zu bieten: In Nürnberg ist das größte Rasenstück der Welt zu besichtigen. Plätze, Straßen, Häuser sind mit natürlichem und künstlichem Grün bedeckt. Überall witzige und Staunen machende (Kunst-)Projekte, die einen legendären Vorläufer haben: das „Große Rasenstück“ von Albrecht Dürer.

Mit einigem Stolz schlüpfen die Nürnberger in die Rolle der Fremdenführer und geben den Medienleuten genauso bereitwillig Auskunft wie allen anderen Besuchern. Ganz Nürnberg ist auf den Beinen. Die Stimmung steckt an. So ein Fest hat es noch nicht gegeben. „König Fußball“ macht's möglich.



So oder so ähnlich könnte es sein, wenn ab 9. Juni 2006 die Fußball-Weltmeisterschaft auch in Nürnberg stattfindet. Natürlich steht der Sport im Vordergrund. Aber es geht nicht nur um die „schönste Nebensache der Welt“. „Die Welt zu Gast bei Freunden“ lautet das Motto der WM. Es geht auch um menschliche Begegnung und um Austausch. Um Kennenlernen und um Kennengelernt-zu-werden. Und um sich zu präsentieren. „Wir haben die einzigartige Chance, Nürnberg weltweit ins beste Licht zu rücken“, sagt Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly. Das kann man wörtlich nehmen.

In den Stadien bekommen die Städte an den Mittelbänden den besten Werbepplatz eingeräumt. Marketing-Experten beziffern den Gegenwert auf 500 000 Euro pro Spiel. „Wenn es darum geht, den Bekanntheitsgrad einer Stadt weltweit zu erhöhen, gibt es keine bessere Plattform. Eine vergleichbare Werbekampagne würde Millionen und Aber-Millionen kosten, ist gar nicht richtig zu taxieren“, erklärt der im

Organisationskomitee (OK) der FIFA WM 2006™ für Kommunikation und Marketing zuständige Vizepräsident Wolfgang Niersbach. Basis für die Berechnungen sind die TV-Einschaltquoten von 30 Milliarden Zuschauern bei der WM im Jahr 2002. Im Jahr 2006 werden es noch mehr sein.

Nach den Prognosen für das Turnier in zwei Jahren werden bei den 64 Spielen im Durchschnitt 500 Millionen Menschen vor dem Bildschirm sitzen. Schließlich ist Fußball die mit Abstand populärste Sportart der Welt. Die Fußball-Weltmeisterschaft ist das weltweit größte TV-Ereignis. Die FIFA rechnet allein mit bis zu 950 Journalisten pro Spiel in Nürnberg. Fernsehbilder werden aber nicht nur in der Sportarena entstehen. Die Sender werden ihren Zuschauern auch Berichte liefern über Land und Leute, über die Schönheiten und Besonderheiten Nürnbergs. Die Effekte solcher Beiträge lassen sich nicht in Euro und Cent beziffern, doch das Image Nürnbergs wird dauerhaft profitieren.

Schon jetzt ist die Stadt in aller Welt präsent wie nie zuvor. Nicht nur durch den eigenen Auftritt im Internet unter www.nuernberg.de und www.wm2006.nuernberg.de. Nürnberg wird mit den anderen deutschen WM-Städten auch dargestellt auf der offiziellen Internet-Seite www.FIFAworldcup.com. Während der Fußball-WM 2002 avancierte dieses Angebot zur erfolgreichsten Sport-Website aller Zeiten. Bis zum Finale wurden über zwei Milliarden Klicks gezählt.

Rund drei Millionen Gäste werden in Deutschlands Top-Stadien zur Fußball-WM erwartet, allein eine Million aus dem Ausland. Das wird Konsumausgaben zwischen 450 und 800 Millionen Euro nach sich ziehen. Allein für die Tourismuswirtschaft werden insgesamt fünf Millionen Übernachtungen und drei Milliarden Euro Umsatz prognostiziert. Nach Modellrechnungen an der Ruhr-Universität Bochum wird die WM 2006 zwischen 2003 und 2010 ein zusätzliches Bruttoinlandsprodukt von rund acht Milliarden Euro hervorrufen. Das entspricht einem Beschäftigungseffekt von nahezu 4 000 Arbeitsplätzen in jedem Jahr, wie die Wissenschaftler ermittelt haben.

Im Blickpunkt

Profitieren werden von der WM viele. Zunächst sicher Hotellerie und Gastronomie. Auch bereits längst vor dem Ereignis. Die Erfahrungen früherer Europa- und Weltmeisterschaften zeigen, dass die Austragungsorte der Spiele schon vorher im Blickpunkt der Touristen stehen. Die Congress- und Tourismuszentrale hat zu Beginn dieses Jahres spezielle Prospekte und Programme entwickelt, um auf die Kundenbedürfnisse einzugehen. In ganz Deutschland wird während der WM 2006 mit 4,8 bis 5,5 Millionen zusätzlichen Übernachtungen gerechnet. Aus Erfahrungen zurückliegender Turniere ist bekannt, dass ausländische Besucher sieben bis zwölf Millionen Euro pro Spiel ausgeben. Experten schätzen die volkswirtschaftliche Multiplikatorfunktion dieses Nachfrageschubs nochmals in der gleichen Größenordnung ein.

In einer Befragung der Uni Bochum unter Wirtschaftsexperten und Verantwortlichen der WM gehen 78 Prozent der Interviewten von einem großen bis sehr großen Wirtschaftsimpuls aus. Für eine Reihe von Branchen, etwa im Dienstleistungssektor, ergeben sich positive Effekte. In einer Blitz-Umfrage der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für

Mittelfranken gaben 91 Prozent der heimischen Unternehmen an, dass sie mit zusätzlichen Impulsen für die regionale Wirtschaft durch die WM-Spiele in Nürnberg rechnen.

Einer der es wissen muss, ist als Global Player mit seiner Weltfirma ganz vorn dabei: Herbert Hainer, Vorstandsvorsitzender der adidas-Salomon AG mit Sitz in Herzogenaurach. Adidas gehört zum Kreis der 15 Hauptsponsoren der FIFA WM 2006™. Hainer sieht so etwas wie eine Aufbruchstimmung im Land, zu der auch die WM 2006 beitrage. Der finanzielle Einsatz seines Unternehmens im Zusammenhang mit der WM 2006 wird wohl ein Geheimnis bleiben. Doch er dürfte nicht zu knapp ausfallen. Aus den Erfahrungen der Vergangenheit weiß Hainer: „Wer sich bei der WM engagiert, wird zu den Gewinnern gehören.“

Gewinnen werden alle. Vor allem jene, die bei einem Welt-Ereignis mitmachen, das Nürnberg noch nie erlebt hat und voraussichtlich danach so schnell nicht mehr erleben wird. Zum Mitmachen gibt es viele Möglichkeiten. Vor allem soll gefeiert werden. Mit Gästen und Freunden. Dass die Nürnberger begeisterungsfähig sind, beweisen sie ja fortwährend: beim Dauerbrenner Bardentreffen, bei der Blauen Nacht, dem Klassik Open Air oder ...

Sprung nach vorne

Gemeinsam wird man sich 2006 in Kneipen treffen, wo die Weltmeisterschaft der besten Mannschaften von allen Kontinenten am Bildschirm verfolgt wird und die Menschen, Gäste wie Bürger der Stadt, zusammenführt. Das Fest rund um die populärste Sportart der Welt findet überall statt. Die Dekorationen der Schaufenster, ob beim Bäcker oder im Bekleidungshaus, kennen nur ein Thema: Die Welt ist zu Gast in Nürnberg.

1971 ist die Stadt mit den auch international wahrgenommenen Veranstaltungen zum Dürer-Jahr spektakulär aus der Vergangenheit getreten und hat sich als ein modernes, weltoffenes Nürnberg gezeigt. Damals hat die Stadt einen Sprung nach vorne gemacht. 35 Jahre später ergibt sich mit der Fußball-WM eine noch größere Chance, Nürnberg rund um den Globus darzustellen. Dabei sein ist alles. Deshalb gilt schon heute: die Wochen vom 9. Juni bis 9. Juli 2006 dick im Kalender anstreichen, am besten Urlaub nehmen und die WM in Nürnberg erleben und mitgestalten.

| Gerhard Stapf Text | Christine Dierenbach Fotos

Starke Stücke suchen Partner

Umfangreiches WM-Programm zum Mitmachen

Sie freuen sich auf die Weltmeisterschaft: Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, Kulturreferentin Prof. Dr. Julia Lehner und Sportbürgermeister Horst Förther (von links).

Um Fußball und die National-Teams aus 32 Ländern dreht sich im Jahr 2006 vom 9. Juni bis 9. Juli alles in den zwölf deutschen WM-Spielorten. Die WM-Stadt Nürnberg aber bietet schon ein Jahr vorher einmalige „Starke Stücke“. Denn sie beginnt schon am 19. Juli 2005, wenn auf dem Hauptmarkt der riesige Fußball-Globus des Multi-Media-Künstlers André Heller für das Publikum öffnet, mit ihrem Begleitprogramm zur WM. Ausführlich vorgestellt hat Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly diese „starken Stücke“ am 30. Januar 2004 in der NürnbergMesse bei der Veranstaltung „Anstoß“, einem ersten Informationstag der Stadt Nürnberg zur Fußball-WM 2006. Dort versprach das Stadtoberhaupt vor über 400 geladenen Gästen: „Wir werden den lokalen Geist beschwören!“

Die Stadt Nürnberg bereitet sich intensiv auf die Fußball-Weltmeisterschaft vor. Schließlich soll das Weltereignis zu einem einzigartigen Fest für die Bürger und die internationalen Gäste werden. Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, der die Fußball-WM in Nürnberg zur Chefsache erklärt hat, beauftragte frühzeitig Peter Murrmann, Leiter des Bürgermeisterramtes und einer seiner engsten Mitarbeiter, mit der Gesamt-Koordination aller WM-Aktivitäten der Stadt. Seit Jahresbeginn ist ein eigenes WM-Büro als zentrale Anlaufstelle für alle WM-Angelegenheiten eingerichtet. Gabriela Pohl und Thomas Wehr kümmern sich dort um das von Tag zu Tag wachsende Geschäft.





Da geht's lang: Nürnbergs ehemaliger Bürgermeister Willy Pröb – im Bild rechts mit dem DFB-Präsidenten Gerhard Meyer-Vorfelder – wurde beim WM-Countdown des Organisationskomitees (OK) für die FIFA WM 2006 in Nürnbergs Historischem Rathausaal am 29. April 2004 zum Leiter des örtlichen OK in Nürnberg ernannt.

Seit Januar können sie sich vor Anfragen kaum retten. Denn vor allem Künstler, Gastronomen und andere Geschäftsleute werden immer neugieriger, wollen mitmachen, wollen sich an dem außergewöhnlichen Nürnberger Programm beteiligen. Unterstützung erfährt das WM-Büro durch Kräfte aus Sportamt, Jugendamt, Congress- und Tourismus-Zentrale, Kulturreferat, dem Schulbereich, aus Wirtschaftsreferat und Presseamt. Sie alle werden in ihren jeweiligen Bereichen weitere Partner suchen und so dazu beitragen, die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ in Nürnberg nicht nur zu einem Ereignis für die Gäste, sondern auch zu einem Erlebnis für die Nürnberger zu machen.

Der Rahmen steht. Und er kann sich – auch im Vergleich zu den anderen WM-Städten – mehr als sehen lassen. Dr. Thomas Bach, der Vize-Präsident des Internationalen Olympischen Komitees urteilte über das vom Nürnberg Stadtrat abgesegnete Konzept bereits mit einem Wort: „weltmeisterlich“.

„Das größte Rasenstück der Welt“ ist ein besonderes „Starkes Stück“, das die WM im Stadtbild so gegenwärtig machen wird, dass niemand daran vorbeikommen kann. Nürnberg erinnert sich erneut an Albrecht Dürers „Großes Rasenstück“ (entstanden 1503) und erfindet es in vielen Varianten neu. Vielleicht wird die Kaiserburg mit Kunstrasen eingepackt, vielleicht verwandeln sich Hausfassaden in grüne Landschaften. Die Ideen sprudeln reichlich. Rasen ist die Grundlage für Fußball, warum also nicht auch

für Kunst und Verfremdung rund um die WM? Rasen statt Parkplatz, Rasen statt rasen, Rasen statt Kopfsteinpflaster, Rasen verwandelt Kirche und Karstadt, Rasen schmückt Balkone, Dächer, und Kleingärten, im Rasen erblühen Rosen, Sonnenschirme und Straßencafés. Die Welt zu Gast bei Rasen-Freunden.

Das offizielle WM-Motto – „Die Welt zu Gast bei Freunden“ – können die Nürnberger schon im Jahr 2005 mit Leben erfüllen und es ein Jahr später mit fränkisch-freundlicher Offenheit umsetzen, wenn sich im Mai 2006 die „Blaue Nacht“ in die „Blaue Ball-Nacht“ verwandelt. Rund 130 000 Menschen machen diese lange Kultur Nacht seit Jahren schon zu einem „Starken Stück“. Nürnberg setzt 2006 noch eins drauf, denn Bälle sind nicht nur rund, blau und aus Leder oder können fliegen, rollen, schwimmen, springen, eiern und abtropfen – Nürnberg bietet mehr. Genauer wollen die Organisatoren vorher noch nicht verraten.

„Starke Stücke“, auch internationaler Art, werden zahlreiche Nürnberger Gaststätten mit einer Kneipen-WM in Szene setzen. So wird die Weltmeisterschaft in die ganze Stadt getragen. Schon in den Wochen vor den Spielen können beim Italiener, Iren, Franzosen, Spanier oder Russen Stammtische entstehen. Später werden Straßen der Altstadt zu Biergärten, viele Wirte in der Stadt verwandeln ihre Lokale mit Live-TV-Übertragungen zu internationalen Treffpunkten. Spezielle Angebote richten sich an die Fans der Gastnationen, damit diese wählen können, wo sie mit Landsleuten und Einheimischen feiern können.

Ein großer WM-Park bietet während der vierwöchigen Weltmeisterschaft nahe dem WM-Stadion den zentralen Fan-Treff für alle, die keine Eintrittskarte mehr erhalten haben, aber dennoch mittendrin und mit vielen anderen dabei sein wollen. Auf dem Volksfestplatz können ausländische und deutsche Fußballfans voraussichtlich alle 64 WM-Spiele vom Münchener Eröffnungsspiel bis hin zum Finale in Berlin auf großen Videowänden erleben. Das Areal im Volkspark Dutzendteich mit seinen Wiesen und Badeseen bietet im Sommer 2006 Erholung für alle, aber neben Fußball auf Riesenscreens im Kreis von einigen Zehntausend gibt's auch internationale Gastronomie und fränkische Spezialitäten, Musik und Kleinkunst, Präsentationen von Sponsoren und Firmen, Unterhaltung, Spaß und viele Begegnungen mit Fußballfreunden aus aller Welt.

Die besondere Lage des Franken-Stadions mitten im ehemaligen Reichsparteitagsgelände macht aber auch die Nürnberger und deutsche Geschichte im „Dritten Reich“ zu einem besonderen Thema – nicht nur für Fußballfans. Die in- und ausländischen Gäste werden in Konfrontation mit den baulichen Hinterlassenschaften der Nazis unweigerlich Fragen stellen. Deshalb wird die Stadt Nürnberg ein neues, international ausgerichtetes Geländeinformationssystem schaffen, über das auch WM-Besucher auf ihrem Weg zur WM-Spielstätte Franken-Stadion Grundlagen zur Geschichte des historischen Areals vermittelt bekommen. Das Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände in der Kongresshalle bietet vertiefende Informationen.

Auch das Germanische Nationalmuseum verspricht im WM-Jahr von März bis Juli mit der Ausstellung „Was ist deutsch?“ eine spannende Auseinandersetzung mit der eigenen Vergangenheit und Gegenwart. Ob es klare Antworten auf ihren Titel gibt, ist noch offen. Auch die städtische Kunsthalle wirft die Frage „Was ist deutsch?“ auf. In der Institution am Marientor stellen sich zeitgenössische Künstler dem Thema. In Nürnberg ist 2006 die „Welt zu Gast bei Freunden“. Dass es aber nicht allein darum geht, für das Wohlergehen von rund 200 000 Gästen, die zu den

fünf Spielen im Franken-Stadion erwartet werden, zu sorgen, ist den WM-Organisatoren sehr bewusst: „Deshalb müssen wir schon 2004 und 2005 versuchen, bei den Nürnbergern den lokalen Sportsgeist, den ‚local spirit‘, herauszukitzeln. Alle Bürger haben die Chance, sich und ihre Stadt als weltoffen, gastlich und fränkisch-freundlich zu zeigen. Diese Chancen wollen wir nutzen. Dazu kann jeder auch selbst beitragen. Wir suchen noch viele Partner, die gerne mitmachen“, sagt Thomas Wehr.

WM-Kontakte in der FIFA WM-Stadt Nürnberg

WM-Büro im
Bürgermeisteramt der Stadt Nürnberg
Rathaus Wolffscher Bau
Rathausplatz 2, Zimmer 11
90403 Nürnberg

Telefon 0911 / 2 31 - 20 06
Telefax 0911 / 2 31 - 36 78
E-Mail wm-2006@stadt.nuernberg.de
Internet www.wm2006.nuernberg.de



Immer am Ball:
WM-Koordinator
Peter Murrmann
(rechts)
und Gabriela Pohl
sowie Thomas Wehr
vom WM-Büro.

