

Die Besucher der Fußball-WM 2006 wollen vor allem Essen und Trinken

Männlich und in Feierlaune

59 Prozent der Fans möchten als Touristen wiederkommen – Neue Studie

Vor allem Männer unter 40, die gerne in Gruppen Essen, Trinken und Feiern, werden zur Fußballweltmeisterschaft 2006 nach Nürnberg kommen. Im Durchschnitt werden sie die WM fast elf Tage in Deutschland verfolgen.

Die Aufenthaltsdauer ist deutlich länger als bisher geschätzt wurde. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Fußballfans Karten für die Stadien bekommen oder nicht: Viel WM-Touristen kommen in Freundesgruppen einfach der Stimmung wegen. Das ergab eine von sieben deutschen WM-Städten in Auftrag gegebene Studie, die gestern erstmals offiziell im Rathaus vorgestellt wurde.

Während der EM in Portugal befragte ein Team der Fachhochschule Heilbronn 889 nicht-deutsche Touristen über ihre Wünsche und Bedürfnisse bei einer Fußball-Großveranstaltung. Die Studie soll den deutschen WM-Städten Hinweise für die Organisation, aber auch für die Gestaltung des Rahmenprogramms liefern.

München war bei den befragten Besuchern der Europameisterschaft 2004 in Portugal als WM-Spielort schon bestens bekannt – Nürnberg muss sich dagegen noch anstrengen, mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Gefragt nach den Austragungsorten nannten rund 78 Prozent zuerst die bayerische Landeshauptstadt. Es folgten Berlin (65 Prozent) und Hamburg (41 Prozent).

Nürnberg wurde nur von 12 Prozent der EM-Touristen erwähnt, lag damit aber noch vor Hannover, Kaiserslautern (je 5 Prozent) und Leipzig (3 Prozent). Wichtigste Informationsquelle über die EM war für 72 Prozent der Fußballtouristen das Internet, sagte der Leiter der Studie, Alfons Madeja von der Fachhochschule Heilbronn. Deshalb müssten die Städte jetzt „mit aufreißerischen Elementen“ im Internet vertreten sein, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern.

Die Großereignisse Fußball-WM und -EM haben unter den Fans ein Stammpublikum. 68 Prozent der Portugal befragten Personen gaben an,

dass sie auch zur WM 2006 reisen werden. 59 Prozent aller Befragten wollen als Tourist, nicht als Fußball-Fan Portugal ein zweites Mal besuchen.

Laut Madeja interessiert den Fußball-Fan nicht die „schwere Kultur“. An erster Stelle stehen für ihn während der WM Musikereignisse und künstlerische Aktionen: „Er nimmt aber die andere Kultur wahr.“ Die Städte müssten deshalb auf ihre besonderen kulturellen Merkmale mit einem Rahmenprogramm aufmerksam machen, damit der Fußball-Fan als Tourist wiederkommt.

Diese Beeinflussung der Fans mit Informationen müsse schon ab dem Flughafen erfolgen, so Madeja: „Bei der WM sind Information und Kommunikation die wichtigsten Themen. Die Fans lassen sich gut lenken. Es ist aber ein einheitlicher Auftritt nötig.“ Das

Auslegen von Prospekten würde nicht reichen. Die EM in Portugal ist in diesem Bereich offenbar völlig gescheitert, denn den Fans wurden zu wenig Angebote gemacht: Statt der erhofften 250 Millionen Euro gaben sie nur 115 Millionen Euro aus.

Die Studie ergab, dass für 93 Prozent der befragten Fans die Bereiche Essen, Trinken und Feiern ganz oben stehen. Danach kommt die Begegnung mit Besuchern aus aller Welt. Rund 73 Prozent halten ein Fandorf als Anlaufstelle für ganz wichtig.

Laut Bürgermeister Horst Förther verhandelt die Stadt zurzeit mit der FIFA darüber, wie das Nürnberger Fandorf attraktiv gestaltet werden kann, denn in Portugal war es offenbar ein Flop. Gedanken muss sich die Stadt auch machen, wo sie die Camper zur WM unterbringen will, denn der Campingplatz am Stadion liegt in der Sicherheitszone und sollte eigentlich in dieser Zeit geschlossen werden. Das wurde bisher verdrängt. *fis*