



Auswertung der Befragungen im Rahmen des WM-Konzept-Controllings während der FIFA Fußball WM 2006

Befragungsort: WM-Stadt Nürnberg

Prof. Dr. Alfons Madeja
Laufamholzstraße 116 ■ 90482 Nürnberg
Telefon: 0911/54 81 80 ■ Telefax: 0911/54 81 828
E-Mail: prof.madeja@madeja.de



Prof. Dr. Alfons Madeja und seine Studenten haben schon im Vorfeld der WM – teilweise im Auftrag der Stadt Nürnberg, teilweise aus Eigeninitiative – Befragungen zur konzeptionellen Vorbereitung der Stadt Nürnberg auf die WM 2006 vorgenommen. Diese Befragungen waren im Einzelnen:



- Befragung der Einwohner der Städte Nürnberg, Fürth, Erlangen und Umgebung über die Erwartungen und Bedürfnisse als Gastgeber für die WM 2006 in Nürnberg.
- Befragung während der EM 2004 in Portugal über die Bedürfnisse und Erwartungen der potentiellen Besucher der WM 2006 in Deutschland.
- Einwohner- und Stadionbefragung während des Confederations-Cup 2005 in Nürnberg.
- Befragung der Gäste in der WM-Stadt Nürnberg während der WM 2006.



Aufgrund der Befragungen im Vorfeld der WM 2006 war zu erwarten, dass die WM 2006 in Nürnberg nicht nur ein fußballerisches/sportliches Ereignis sondern vor allem auch ein gesellschaftliches, touristisches, kulturelles sowie wirtschaftliches Ereignis wird. Die Stadt Nürnberg hat dieses Ereignis durch vielfältige Aktivitäten in verschiedenen Bereichen positiv genutzt. Sie hat sich im Gesamtbild hervorragend im Wettbewerb der WM-Städte präsentiert und vor allem ihr eigenes Profil herausgearbeitet.





Nachfolgend sollen einige Ergebnisse des WM-Konzept-Controllings anlässlich der Befragung in Nürnberg dargestellt werden. Diese sind im Einzelnen:

1. Beurteilung der Gastfreundschaft

91 % der Befragten waren sehr begeistert/begeistert über die ihnen zuteil gewordene Gastfreundschaft. Unter den Befragten waren ca. 30 %, die schon eine Weltmeisterschaft besucht haben. Ca. 70 % haben eine WM noch nicht besucht.

2. Die nachfolgenden Bereiche wurden dahingehend hinterfragt, inwieweit diese Information für die Besucher wichtig sind und inwieweit sie ausreichend waren.

	Wichtigkeit der Information	Information ausreichend?
Touristische Informationen	59%	60%
Unterkunft	59%	59%
Events, Aktivitäten, Rahmenprogramm	68%	66%
Städte/Sightseeing	51%	59%



**3. Nur 51 % der Befragten hatten Eintrittskarten für ein Spiel.
Von daher war die Frage nach dem Public Viewing sehr bedeutend.
Hier gaben die Besucher folgende Antworten:**



- Wie gefällt ihnen das Public Viewing allgemein?
88 % der Besucher beantworteten dies mit sehr gut bis gut.
- Ist das Public Viewing ihrer Meinung nach eine Alternative zu einem Stadionbesuch?
74 % der Besucher antworteten, dass dies zutrifft.
- Weitere Antworten zum Public Viewing:
 - 66 % waren der Meinung, dass die Gastronomie beim Public Viewing besser ist als im Stadion
 - Verbesserungsvorschläge für das Public Viewing beziehen sich auf den Sonnenschutz, die Anzahl der Toiletten, die Anzahl der Leinwände sowie niedrigere Preise.



4. Die Zufriedenheit folgender Bereiche wurde wie nachfolgend beurteilt:

- *Verkehrssituation der Stadt:*
90 % waren sehr zufrieden/zufrieden
- *Gastronomie:*
76 % waren sehr zufrieden/zufrieden
- *Sicherheit:*
94 % waren sehr zufrieden/zufrieden
- *Rahmenprogramm:*
70 % waren sehr zufrieden/zufrieden
- *Organisation:*
78 % waren sehr zufrieden/zufrieden
- *Unterkunft:*
77 % waren sehr zufrieden/zufrieden



5. Folgende Aktivitäten waren für die WM-Besucher von Interesse:

- Essen, Trinken, Feiern mit 87 %
- Begegnung mit Besuchern aus aller Welt mit 85 %
- Offizielles WM-Fandorf mit 69 %
- Kennen lernen von Stadt und Region mit 55 %
- Kultur allgemein mit 45 %, davon insbesondere
 - Musikevents/Konzerte mit 59 %
 - Ausstellungen mit 27 %
 - Künstlerische Aktionen mit 25 %

6. Die Stimmung in Nürnberg wurde mit 95 % als sehr gut/gut bewertet.

7. 46 % der ausländischen befragten Besucher werden Nürnberg wieder besuchen.

Das WM-Erlebnis hat mit 61 % einen Einfluss auf diese Entscheidung.



Fazit:

Die Stadt Nürnberg konnte sich während der WM 2006 hervorragend präsentieren, dies auch im Vergleich im Wettbewerb zu den anderen WM-Städten. Bei den einzelnen Befragungen der ausländischen Besucher konnte herausgearbeitet werden, dass man vor allem sehr begeistert war von der Anteilnahme der Nürnberger Bevölkerung sowie deren Herzlichkeit, Offenheit und den im Vorfeld nicht zugetrauten Emotionen! Die meisten ausländischen Besucher hatten ein anderes Bild erwartet und waren deshalb besonders positiv von der vorgefundenen Situation überrascht.

Es gilt die positiv geschaffenen Effekte in den Bereichen Gesellschaft, Tourismus, Städtebild, Gastronomie sowie Darstellung der Wirtschaft nachhaltig zu sichern. Von allein wird dies nicht geschehen, von daher gilt es entsprechende Maßnahmen in den einzelnen Bereichen durch entsprechende Verantwortliche zu ergreifen. Es sollte ein Arbeitskreis eingerichtet werden, der entsprechend die Maßnahmen für eine Nachhaltigkeit erarbeitet.