



Die
Bundesregierung



Fußball-WM 2006

Abschlussbericht der Bundesregierung



www.fifawm2006.deutschland.de



Inhaltsverzeichnis

Teil A: Bilanz, Dank und Perspektiven

1.	Vorwort von Bundesinnenminister Dr. Wolfgang Schäuble: Die Welt war zu Gast bei Freunden	7
2.	OK-Präsident Franz Beckenbauer: Dank des OK Deutschland an die Bundesregierung	8
3.	Einleitung: Komplexe Aufgaben außerhalb des Spielfeldes	9
4.	WM-Zitate und Pressestimmen	12
5.	Ehrungen und Empfänge	15
6.	Finanzen/WM-Umsatz übertrifft Erwartungen	19
7.	Auswertung des Auswärtigen Amtes zum Deutschland-Bild im Ausland	24
8.	Bilanz zum Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006	26
9.	Ausblick zur Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“	28

Teil B: Dokumentation des WM 2006-Gastgeberkonzeptes und weitere Themen

1.	Das Gastgeberkonzept der Bundesregierung zur WM 2006	32
1.1	Regierungsgarantien/Projekte der Ressorts	32
	Visumerteilung durch die deutschen Auslandsvertretungen	32
	Arbeitsbewilligungen	33
	Zoll- und steuerrechtliche Behandlung/Bank- und Devisenverkehr	34
	Sicherheit	36
	Verkehrsinfrastruktur, Wegweisung und Verkehrsinformation	42
	Protokollarische Wahrnehmung	46
	Einlösung der Regierungsgarantien durch das Organisationskomitee (OK):	48
	Internationales Fernsehzentrum (IBC)	48
	Medienzentren	48
	Telekommunikation	49
	Ticketing	49
	Preispolitik	50
	Hymnen und Fahnen	50
	Medizinische Versorgung und Doping	51
	Einlösung der Regierungsgarantie durch die Deutsche Telekom AG (DTAG)	51
	Projekte der Ressorts	53



1.2	Standort-Marketing für Deutschland	75
	Die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“	75
	Die Standortmarketing-Agentur des Bundes „Invest in Germany“	78
	Werbung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) für die WM 2006 und ein gastfreundliches, weltoffenes Deutschland.....	79
1.3	Das Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung	83
1.4	Die Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne.....	87
2.	WM-Kommunikation durch die Bundesregierung im In- und Ausland	93
3.	Weitere Themen	97
3.1	Barrierefreier Zugang zur WM war gewährleistet	97
3.2	Kampf gegen Rassismus: „Say no to racism“	98
3.3	Menschenhandel und Zwangsprostitution im Zusammenhang mit der WM 2006 kein Thema	99
3.4	Ticketing: Gewinner waren die Fans	100
3.5	Lärmschutz	100
3.6	Markenschutz.....	101
3.7	Ladenschluss.....	101
3.8	Ertragssteuerliche Behandlung von Aufwendungen für VIP-Logen.....	102
4.	WM 2010 in Südafrika – Keep the ball rolling!	103
	Stab WM 2006	104

Teil C: Anhänge

I	WM-Spielergebnisse auf einen Blick	107
II	Regierungsgarantien	111
III	Grundkonzept für die Visumerteilung.....	133
V	Hinweise und Informationen zu den zoll- und steuerrechtlichen Regelungen zur WM 2006	137
V	Zusammenfassung des Nationalen Sicherheitskonzeptes WM 2006.....	147
VI	Protokollkonzept	159
VII	Übersicht Projekte Kunst- und Kulturprogramm.....	172
VIII	Grafik WM-Städte und Mannschaftsquartiere	174
IX	Publikationen und Multimediaprodukte der Bundesregierung zur WM 2006 (Auswahl)	177
X	Dokumentation der WM-Website der Bundesregierung.....	181
XI	Kosten und Finanzierung der zwölf WM-Stadien	189
XII	Ausgewählte Gremien	193
XIII	Ausgewählte Daily Bulletins zur WM 2006	197
XIV	WM-Arbeitsebene innerhalb der Bundesregierung und Partner	207



A

Bilanz, Dank und Perspektiven





1. Vorwort: Die Welt war zu Gast bei Freunden

Offiziell ist die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland mit dem Endspiel zwischen Italien und Frankreich zu Ende gegangen. Aber auch viele Wochen nach dem Abpfiff erinnert man sich noch gerne an das wunderbare Fußball-Fest zurück, das Millionen Menschen begeistert und dem Gastgeberland Deutschland weltweit Sympathien eingebracht hat.

Der viel beachtete WM-Film von Sönke Wortmann beschreibt mit seinem Titel „Deutschland – Ein Sommermärchen“ treffend die republikweite Stimmungslage zwischen dem 9. Juni und dem 9. Juli 2006. Eine begeisternd aufspielende deutsche Nationalmannschaft, überragendes Sommerwetter, das sich pünktlich zum Eröffnungsspiel einstellte, ein schwarz-rot-goldenes Fahnenmeer, in dem friedlich und fröhlich Fans aus aller Welt sozusagen schwammen und eine Riesen-Party feierten. Die WM war auch vor diesem Hintergrund eine Integrationsveranstaltung, wie man sie schöner und wirkungsvoller nicht hätte erfinden können.

Die enorme positive Resonanz auf die erste Fußball-WM in Deutschland nach der Wiedervereinigung ist neben den sportlich Verantwortlichen vor allem für diejenigen eine Auszeichnung, die jahrelang das Großereignis in Bund, Ländern, WM-Städten und natürlich dem von Franz Beckenbauer geleiteten Organisationskomitee (OK) vorbereitet haben. Die Bundesregierung hat über Jahre in WM-Fortschrittsberichten, den der im Bundesministerium des Innern angesiedelte Stab WM 2006 in Abstimmung mit allen Ressorts und weiteren Partnern erstellte, einen Großteil dieser Arbeiten dokumentiert und im Kabinett begleitet.



Von daher ist nur konsequent, dass wir nun auch einen offiziellen WM-Abschlussbericht vorlegen, in dem Sie nicht nur vielfältige Zahlen, Grafiken, Bilder, Studien und Auswertungen finden, sondern auch schon historisch zu nennende Dokumente wie die 1999 von der Bundesregierung gegenüber der FIFA abgegebenen Regierungsgarantien (Anhang II).

Möge der Bericht, der belegt, dass eine Fußball-Weltmeisterschaft weit mehr als ein reines Sportereignis ist, auch Veranstaltern von zukünftigen sportlichen Großveranstaltungen hilfreich sein.

Ihr
Dr. Wolfgang Schäuble
Bundesminister des Innern



2. Dank des OK Deutschland an die Bundesregierung

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 war ein großes Gemeinschaftswerk. Schon während der Bewerbungsphase haben wir deutlich machen können, dass nicht das Fußball-Lager alleine Gastgeber dieses Weltereignisses sein wollte, sondern wirklich das ganze Land. Dokumentiert wurde dies durch die Regierungsgarantien, die überhaupt Grundvoraussetzung für eine Kandidatur waren. Für Steuer- und Visa-Angelegenheit verlangte die FIFA als Veranstalter ebenso verbindliche Erklärungen wie für die Sicherheit oder Transport und Verkehr. Insgesamt sind alle Verpflichtungen nicht nur seriös und präzise eingehalten worden. Mehr noch: Es hat Kür-Elemente gegeben, ich nenne beispielhaft die Fan-Feste (Public-Viewing-Veranstaltungen) und das große Kunst- und Kultur-Programm, die auf beeindruckende Art und Weise das Bild einer großartigen WM 2006 aufgewertet haben.

Mein persönlicher Dank und der unseres Organisationskomitees, hier wiederum an der Spitze meine Präsidiums-Kollegen Horst R. Schmidt, Wolfgang Niersbach und Dr. Theo Zwanziger, gilt daher nicht nur pauschal der Bundesregierung, sondern

vielmehr der Art und Weise, mit welchem großem Vertrauen und Engagement die vielen Details umgesetzt wurden, die letztlich das fantastische Gesamtpuzzle ergaben. Und die WM-Begeisterung war selbstverständlich parteiübergreifend, begann unter der Kanzlerschaft von Helmut Kohl, ging über zu Gerhard Schröder und dann weiter zu Angela Merkel. Hervorheben möchten wir die Sportminister Otto Schily und Wolfgang Schäuble, weil in ihrem Haus, im Innenministerium also, alle Fäden aus den verschiedenen Ministerien zusammenliefen.

Eigentlich ist es schade, dass der Sommer 2006 vorbei ist. Ich glaube, Millionen Menschen haben den Wunsch gehabt, die WM möge in die Verlängerung gehen. Aber es ist wie im richtigen Leben: Auch alles Schöne hat einmal ein Ende – ein Ende, das ich mit dem nochmaligen Dank für die muster-gültige Zusammenarbeit verbinde.

Franz Beckenbauer
Präsident des Organisationskomitees
FIFA WM 2006 Deutschland



3. Einleitung: Komplexe Aufgaben außerhalb des Spielfeldes



Ohne staatliche Unterstützung könnten keine sportlichen Großveranstaltungen wie FIFA Fußball-Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele durchgeführt werden. Bereits im Bewerbungsverfahren hat die Bundesregierung den Deutschen Fußball-Bund (DFB) intensiv unterstützt und gegenüber der FIFA sogenannte Regierungsgarantien abgegeben.

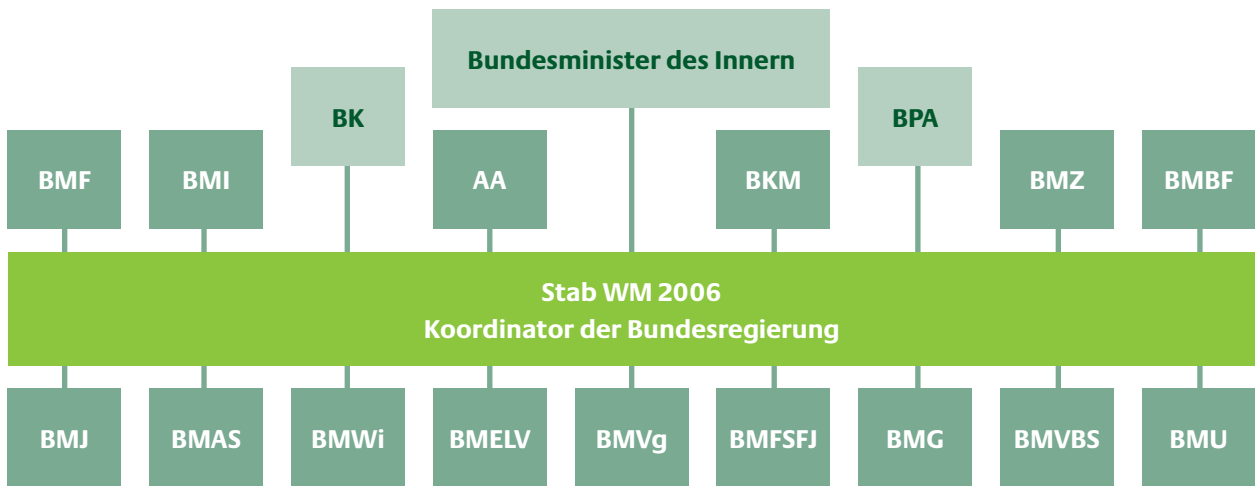
So wie der DFB nach dem WM-Zuschlag ein Organisationskomitee (OK) gegründet hat, wurde per Kabinettsbeschluss dem auch für die Spitzensport-Förderung zuständigen Bundesministerium des Innern (BMI) die WM-Federführung innerhalb der Bundesregierung übertragen. Dazu wurde im BMI zuerst eine Projektgruppe und seit Mitte 2003 der Stab WM 2006 eingerichtet. Leiter des Stabes und WM 2006-Koordinator der Bundesregierung war Jürgen Rollmann.

Pflichtaufgabe war für den Stab WM 2006 in Zusammenarbeit mit allen betroffenen Ressorts¹ die punktgenaue Einlösung der Regierungsgarantien, zu denen zum Beispiel zügige und serviceorientierte Visaerteilungen, Zoll- und Steuerrecht, arbeitsrechtliche Regelungen oder das Thema Sicherheit gehörten.

Die Küraufgabe bestand darin, Vorfreude zu wecken, das Gastgeberland im In- und Ausland bereits im Vorfeld als weltoffen, tolerant, modern sowie innovativ und leistungsstark darzustellen und somit beizutragen, dass das offizielle WM-Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ mit Leben erfüllt wird.

Dafür entwickelte der Stab WM 2006 für die Bundesregierung (wiederum in Zusammenarbeit mit allen Ressorts, Bundespresseamt, Bundeskanz-





leramt und weiteren Partnern) ein anspruchsvolles WM-Gastgeberkonzept, zu dem folgende Bausteine gehörten:

1. Leistungen der Bundesregierung (u. a. Regierungsgarantien) und Projekte der Ressorts (u. a. „Green Goal“, „No smoking, please“, „Kinder stark machen“)
2. Standortwerbung für Deutschland (u. a. Initiative „Deutschland – Land der Ideen“, Investorenveranstaltungen mit der Standort-Marketing-Gesellschaft des Bundes, Invest in Germany GmbH, Bewerbung der Reisedestination Deutschland über die vom Bundeswirtschaftsministerium finanzierte Deutsche Zentrale für Tourismus, DZT)
3. Kunst- und Kulturprogramm (mit dem Fußball-Globus als Erkennungszeichen)
4. Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne (für die Gäste der WM; in diesem Kontext wurden über 100 000 Menschen in interkultureller Kompetenz, Mehrsprachigkeit, Freundlichkeit und Fußball-Wissen geschult)

Das WM-Gastgeberkonzept wurde in enger Kooperation mit dem OK, der Wirtschaft, den WM-Städten und weiteren Partnern umgesetzt und hat nach Einschätzung aller Experten seine Ziele eindrucksvoll erreicht oder sogar übertroffen. Auch der Sportausschuss des Deutschen Bundestages, der die finanziellen Mittel für die Umsetzung des Gastgeberkonzeptes bereitgestellt hat, die

Sportministerkonferenz und der Sportausschuss des Deutschen Städtetages würdigten das Engagement der Bundesregierung.²

Im vorliegenden WM-Abschlussbericht werden in **Teil A** Bilanz gezogen und die wesentlichen WM-Ergebnisse festgehalten. In **Teil B** werden das WM-Gastgeberkonzept mit seiner Umsetzung detailliert dokumentiert, Maßnahmen der WM-Kommunikation der Bundesregierung im In- und Ausland vorgestellt sowie über weitere Themen im WM-Kontext berichtet. Ein Ausblick zur WM 2010 in Südafrika beschließt den Textteil, dem sich in **Teil C** ein umfangreicher Serviceteil als Anhang anschließt.

Über die genannten Aufgaben hinaus war Stab WM 2006 zuständig für die:

- Leitung des Interministeriellen Arbeitskreises (IMAK) und Durchführung von WM-Ressortbesprechungen (unter Beteiligung des Bundespräsidialamtes, OK u. a.)



- Berichterstattung in Bundestags-Ausschüssen
- Beantwortung von parlamentarischen Anfragen
- Kontaktpflege und Gremienarbeit zu und mit OK (Minister Schäuble und Schily waren stellvertretende Vorsitzende des OK-Aufsichtsrates), WM-Städten, Botschaften, Bundesländern, Beirat FC Deutschland GmbH, Aufsichtsrat DFB Kulturstiftung, AG Tourismus/Gästedeservice, Bund-Länder-Ausschuss
- Vorbereitung von Minister- und Staatssekretärs-Terminen mit WM-Bezug
- Erarbeitung und Vertrieb von WM-Informationsmaterialien (Flyer, Filme, Giveaways)
- Koordination, Initiierung, Beratung, Begleitung und Umsetzung von WM-Kampagnen (u. a. „Deutschland – Land der Ideen“)
- Durchführung, Begleitung von und Präsentation der WM-Arbeit der Bundesregierung bei Veranstaltungen und Messen (u. a. Tage der offenen Tür der Bundesregierung, Sport-Ökonomie-Kongress Bayreuth, Investorenkongress in Leipzig, CeBIT)
- Einpflegen der offiziellen WM-Homepage der Bundesregierung (Redaktionsteam Stab WM/ Bundespresseamt) auf www.wm2006.deutschland.de und www.bmi.bund.de
- Erstellen eines Daily Bulletin während der WM für Minister/Staatssekretäre/Kooperationspartner (vgl. Anhang XIII)
- Erstellen der offiziellen WM 2006-Fortschrittsberichte, WM-Bilanz und WM-Abschlussbericht zur Kabinettdbehandlung
- Erarbeitung eines WM-Kommunikationskonzeptes
- Empfang und Betreuung ausländischer Delegationen (insbesondere aus Südafrika) und Journalisten-Gruppen (u. a. in Zusammenarbeit mit Goethe-Institut)
- Haushalterische Überwachung aller Titel in Zusammenarbeit mit Bundesrechnungshof
- Beantwortung von Bürgeranfragen mit WM-Bezug

Diese Aufzählung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Aber sie veranschaulicht die Vielfalt und Komplexität der Aufgaben, die außerhalb des Fußball-Platzes zu bewältigen waren. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Häusern und nachgeordneten Geschäftsbereichen haben ihre Fachkompetenz eingebracht und über Jahre hochmotiviert gearbeitet. Allen Kooperationspartnern ein herzliches Dankeschön für die Zusammenarbeit (vgl. Anhang XIV).

Das zum BMI-Geschäftsbereich gehörende Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) hat die Bibliografie „Fußball als Kulturgut“ erstellt. In einem Ergänzungsband (3. Band) wird jetzt die Literatur berücksichtigt, die sich mit Nachbetrachtungen zur WM 2006 und mit Analysen verschiedener Aspekte der WM beschäftigt. Dieser Band wird als Materialsammlung und Berichtsdokumentation angelegt sein. Darin enthalten sein werden auch die WM-Fortschrittsberichte der Bundesregierung und dieser WM-Abschlussbericht. Der Band wird im Frühjahr 2007 inklusive einer CD-ROM-Version der Gesamtausgabe erscheinen.

1 Auswärtiges Amt (AA), Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS), Bundesministerium für Gesundheit (BMG), Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Bundesministerium der Verteidigung (BMVg), Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Bundesministerium der Justiz (BMJ), Bundesministerium der Finanzen (BMF), Bundesministerium des Innern (BMI) (Stab Sicherheit, Nationales Informations- und Kooperationszentrum NICC und Protokoll Inland), Bundeskanzleramt (BK), Bundespresseamt (BPA), vgl. Schaubild S. 10.

2 Im Beschluss der Sportministerkonferenz vom 21./22. September 2006 heißt es: „Die Sportministerkonferenz bedankt sich bei der Bundesregierung für die exakte Einlösung der gegenüber dem Weltfußballverband FIFA gegebenen Regierungsgarantien, ohne die eine derartige Großveranstaltung nicht durchzuführen wäre. Auch das von der Bundesregierung entwickelte und finanzierte Gastgeberkonzept, das in enger Kooperation mit dem OK, den WM-Städten, der Wirtschaft und weiteren Partnern umgesetzt wurde, hat dazu beigetragen, dass das Deutschland-Bild im Ausland positiv wahrgenommen – und das offizielle WM-Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ intensiv mit Leben erfüllt wurde.“



4. WM-Zitate und Pressestimmen³



Politik:

Angela Merkel, Bundeskanzlerin:

„Ich bin sicher: Dieser Sommer 2006 wird uns noch lange im Gedächtnis und in den Herzen bleiben. Wir werden uns an schöne Stunden erinnern, an große Spiele und an Menschen aus der ganzen Welt, die wir als Freunde gewonnen haben. Möge die Stimmung, mit der wir uns als Deutsche der Welt präsentiert haben, weit über diesen Sommer hinausreichen!“

„Die Ausländer haben uns nicht zugetraut, dass wir länger als eine Stunde fröhlich sein können.“

Horst Köhler, Bundespräsident:

„Nicht zu vergessen all jene, ohne deren unermüdliches Engagement im WM-Stab und den Projekten des Gastgeberkonzeptes der Bundesregierung sowie im Organisationskomitee des DFB eine Großveranstaltung wie die WM nicht möglich gewesen wäre.“

„Ich finde gut, dass ich nicht mehr der einzige bin mit einer Flagge am Auto.“

Wolfgang Schäuble, Bundesinnenminister:

„Die vielen Freiwilligen von den verschiedensten Hilfseinrichtungen haben das Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ mit Leben erfüllt.“

³ Quellen: onsport.t-online.de, Focus-online, stern.de, Das offizielle WM-Buch (Bertelmann), dpa, DFL-Magazin.



Frank-Walter Steinmeier, Außenminister:

„Auch die schönste Feier geht einmal zu Ende. Hinter uns liegen vier Wochen, in denen sich die Welt um den Fußball drehte. Wir blicken zurück auf spannende, dramatische und unvergessliche Spiele, auf leidenschaftliche Emotionen, Jubel und Euphorie – vor allem aber auf eine fantastische Stimmung und ein rauschendes internationales Fest, wie es unser Land noch nicht erlebt hat.“

Luiz Inácio Lula da Silva, Präsident Brasiliens, in einer Videoschaltung mit dem Nationalteam:

„Niemand akzeptiert hier die Möglichkeit, dass Brasilien nicht Weltmeister wird.“

Jacques Chirac, Präsident Frankreichs, auf die Frage, ob er einen Platz für das WM-Endspiel gebucht habe: „Natürlich. Unklar ist nur, ob Deutschland oder Brasilien gegen Frankreich spielt.“

Fußball-Familie:**Joseph S. Blatter, FIFA-Präsident:**

„Noch nie ist ein Event so emotional und global dargestellt worden wie während der FIFA WM 2006 in Deutschland, die in dieser Hinsicht die beste Weltmeisterschaft aller Zeiten war.“

Joseph S. Blatter zur Qualität des Rasens bei der Fußball-WM:

„Die Naturrasen sind nicht das Grüne vom Ei.“

**Franz Beckenbauer, OK-Präsident:**

„Wenn ich die feiernden Fans auf den Fanmeilen sehe, dann sage ich, so hat sich der liebe Gott die Welt eigentlich vorgestellt.“



„Ich habe das so genossen, nach dem Argentinien-Spiel die Bundeskanzlerin im Arm zu halten. Ich hätte das gerne noch ein zweites Mal getan. Aber die Italiener haben mir einen Strich durch die Rechnung gemacht. Das werde ich ihnen nie vergessen.“

Theo Zwanziger, DFB-Präsident:

„Die ehrenamtlichen Helfer sind die eigentlichen Sieger der Weltmeisterschaft.“

Jürgen Klinsmann, Bundestrainer, nach dem Viertelfinal-Sieg im Elfmeterschießen gegen Argentinien:

„Die Gefühle gehen mit einem Gassi.“

Jürgen Klinsmanns Begründung, warum er Michael Ballack im Eröffnungsspiel gegen Costa Rica nicht spielen ließ:

„Seine Wade ist noch nicht da, wo sie hin muss.“

Joachim Löw, Assistenztrainer, zur Tatsache, dass nach dem Aus von Argentinien und Brasilien vier europäische Mannschaften im Halbfinale stehen:

„Weltmeister sind wir vor zwei Tagen geworden, jetzt wollen wir noch Europameister werden.“

Jürgen Klinsmann über seinen Wortwechsel mit Franz Beckenbauer nach dem Spiel um Platz 3:

„Der Kaiser hat gesagt: „Mach ja weiter!“ Und ich habe gesagt: „Schau'n mer mal.“

Bärbel Klinsmann, Schwägerin des Bundestrainers, zum Medienandrang in der Bäckerei Klinsmann in Stuttgart-Botnang:

„Es geht drunter und drüber, wir kommen gar nicht mehr zum Schaffe.“



Marco van Basten, Niederlandes Nationaltrainer, nach dem 0:0 gegen Argentinien (Kronprinz Willem Alexander ist mit der in Argentinien geborenen Maxima verheiratet):

„Wir haben die Ruhe in unserem Königshaus bewahren können.“

Medien:

Daily Telegraph, Großbritannien:

„Die Deutschen beginnen, Spaß zu haben.“

La Gazzetta dello Sport, Italien:

„Das ist ein Deutschland wie in den 70er Jahren. Klose, der Chef-Bomber der WM, landet einen Doppeltreffer. Und die Kanzlerin feiert auf der Tribüne.“

Volkskrant, Niederlande:

„Deutschland leuchtet in Schwarz und Weiß. Die Mannschaft hat dem bürokratischen Fußball abgeschworen und gibt nun ein Beispiel für Leidenschaft und Abenteuer.“



Die schwedische Zeitung „Svenska Dagbladet“ über die DFB-Elf:

„Die Heim-Mannschaft kann mit dem kleinen Kaninchen Lahm von hinten über den Kronhirsch Ballack im Zentrum und das Wildschwein Schweinsteiger bis vorne zu Puma Klose gnadenlos zuschlagen.“

Weitere:

Hartmut Frommer, Stadtrechtsdirektor Nürnberg, am Freitag, einen Tag nach dem Spiel England gegen Trinidad und Tobago:

„Die öffentliche Ordnung in Nürnberg hat den Besuch der englischen Fans blendend überstanden.“

Überschrift einer Pressemitteilung der Dresdner Polizei, die in der Nacht zum Mittwoch drei neuseeländische Randalierer aufgriff, die Trikots ihrer englischen Idole Beckham, Rooney und Owen trugen:

„Sachbeschädigung an Pkw – Beckham, Rooney und Owen festgenommen.“



5. Ehrungen und Empfänge



Bundespräsident dankt Helfern und lobt WM-Gastgeberkonzept

Bundespräsident Horst Köhler hat bei einem feierlichen Empfang im Berliner Schloss Bellevue (14. Juli) den Helfern der Fußball-Weltmeisterschaft gedankt. Das deutsche Staatsoberhaupt sprach vor über 200 geladenen Gästen, die stellvertretend für zehntausende WM-Helfer gekommen waren.

Unter den Gästen befanden sich freiwillige Helfer sowie Vertreter von Polizei, Feuerwehr, des Technischen Hilfswerkes (THW), Sanitätsdiensten sowie Mitarbeiter aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, dem öffentlichen Nahverkehr und den Bundesministerien. Auch Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble und DFB-Präsident Theo Zwanziger nahmen an der Veranstaltung

teil, Autor Moritz Rinke las vor dem gut gelaunten Publikum aus seinen WM-Kolumnen.

„Die Weltmeisterschaft ist vorbei, aber sie wird unvergessen bleiben – hier in Deutschland und weltweit“, blickte Köhler auf die WM zurück. Der Bundespräsident würdigte ausdrücklich den Einsatz der vielen Volunteers, Sicherheitskräfte und Menschen im Service- und Dienstleistungssektor und betonte die hervorragende Zusammenarbeit von Bundesregierung und Deutschem Fußball-Bund (DFB): „Nicht zu vergessen all jene, ohne deren unermüdliches Engagement im WM-Stab und den Projekten des Gastgeberkonzeptes der Bundesregierung sowie im Organisationskomitee des DFB eine Großveranstaltung wie die WM nicht möglich gewesen wäre.“



Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble erklärte: „Die vielen Freiwilligen von den verschiedensten Hilfseinrichtungen haben das Motto ‚Die Welt zu Gast bei Freunden‘ mit Leben erfüllt.“ Auch DFB-Präsident Theo Zwanziger fand anerkennende Worte für die fleißigen WM-Arbeiter: „Die ehrenamtlichen Helfer sind die eigentlichen Sieger der Weltmeisterschaft.“

Ins Schloss Bellevue waren auch Claudia Kraft vom „Hotel Mercure Am Johannisplatz“ in Leipzig und Jan Roman Redeker von Johann Lafers „Stromburg“ als Würdigung für ihre Leistungen eingeladen worden. Beide tragen als Gewinner eines Wettbewerbs der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne (Bestandteil des WM-Gastgeberkonzepts der Bundesregierung) den Titel „Deutschlands Service Champion 2006“ und stehen für ideenreichen und dienstleistungsorientierten Service in Hotellerie und Gastronomie.

Silbernes Lorbeerblatt für die Spieler der Fußball-Nationalmannschaft

Berlin, 14. August 2006. Bundespräsident Köhler dankte den Spielern dafür, dass sie Deutschland einen wunderbaren, unvergesslichen Sommer beschert haben. Die Art und Weise ihres sportlichen und menschlichen Auftretens, ihr Teamgeist, ihr Stil habe jene Ausstrahlung ermöglicht, die das ganze Land erfasst habe.

Er erwähnte Jürgen Klinsmann, der auch gegen Widerstände etwas geschafft habe, was kaum jemand vorher geglaubt oder für möglich gehalten habe, wies aber darauf hin, dass niemand ein solches Projekt allein stemmen könne. Fußball sei ein Mannschaftssport und alle müssten sich auf ihren Platz stellen. Im Team aber würden die Stärken des Einzelnen noch stärker, im Team trage der eine den anderen, feure der eine den anderen an, wachse der Einzelne über sich hinaus.

Der Bundespräsident lobte Oliver Bierhoff und Joachim Löw, die den Stil mitgeprägt hätten, unbeirrbar und konsequent. Er erwähnte die Betreuer, die medizinische Abteilung, die Fitnesstrainer, die Psychologen, die Spielbeobachter und Funktio-

näre. Alle hätten sich vom Willen und der Leidenschaft der Mannschaft anstecken und begeistern lassen.

Nationalspieler seien Vorbilder für Kinder und Jugendliche, sie trügen eine große Verantwortung. Die Nationalmannschaft jedenfalls habe ein vorbildliches Verhalten an den Tag gelegt: die faire Geste, die Gratulation nach einer Niederlage, der Siegesjubil ohne Demütigung des Gegners, das Verlieren können mit Stil und Größe, das Akzeptieren einer falschen Schiedsrichterentscheidung ohne lautstarken Protest, der Verzicht auf die immer unerträglicher werdende Schauspielerlei, all das gehöre zum Sport und habe einen riesigen Einfluss auf Kinder und Jugendliche. Sie habe sich menschlich bewährt, die Nationalmannschaft.



Ordensverleihung zum Tag der Deutschen Einheit an Franz Beckenbauer

Bundespräsident Horst Köhler zeichnete am 4. Oktober 2006 aus Anlass des 16. Jahrestages der Deutschen Einheit verdiente Bürgerinnen und Bürger mit dem Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland aus. Darunter Franz Beckenbauer, den Präsidenten des WM-Organisationskomitees.



Aus der Begründung für die Ordensverleihung: „Wie kein anderer hat er den deutschen Fußball als Spieler, Trainer und Sportfunktionär seit nunmehr 40 Jahren geprägt. Als Ballvirtuose und „Gentleman am Ball“ verlieh er dem Fußball in Deutschland eine neue, elegante und kreative Gestalt. Ebenso herausragend war sein Wirken als Trainer, das er 1990 mit dem Gewinn der Fußballweltmeisterschaft als Teamchef der deutschen Fußballnationalmannschaft krönte. Seinem unermüdlichen Engagement ist es wesentlich zu verdanken, dass die Fußballweltmeisterschaft 2006 in Deutschland stattfinden konnte und zu einem für unser Land und alle Teilnehmer einmaligen und unvergesslichen Ereignis wurde.“

Bundesinnenminister a. D. Otto Schily zum DFB-Ehrenmitglied ernannt

Im Rahmen des außerordentlichen Bundestages des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) im Congress Center Messe in Frankfurt am Main wurde am 8. September 2006 vier verdienstvollen Persönlichkeiten eine besondere Ehre zuteil.

Von DFB-Generalsekretär Horst R. Schmidt wurden der ehemalige Bundesinnenminister Otto Schily, der langjährige Ligadirektor des DFB und Vorsitzende der DFL-Geschäftsführung, Wilfried Straub, und Dr. h. c. Alfred Sengle, der viele Jahre dem DFB-Präsidium angehörte, zu Ehrenmitgliedern des Verbandes ernannt.

Horst R. Schmidt: „Otto Schily, seit jeher leidenschaftlicher Fußball-Fan und bekennender Anhänger der SpVgg Unterhaching, machte sich in seiner politischen Amtszeit verdient um den deutschen Sport und den deutschen Fußball. In seiner Eigenschaft als Minister des Innern, oder wie er es selbst am liebsten kurz und bündig formulierte, als





„Bundessportminister“. Gemeinsam mit Gerhard „Acker“ Schröder, dem früheren Mittelstürmer des TuS Talle, bildete er sieben Jahre lang ein Traumduo auf politischer Ebene, mit dem der DFB manch gelungenen Doppelpass spielte.

Schon unmittelbar nach dem Regierungswechsel 1998, mitten in der heißen Bewerbungsphase zur FIFA WM 2006, stellte er alle Ampeln auf grün, als es galt, die umfangreichen Regierungsgarantien für die FIFA zu gewährleisten. Als stellvertretender Vorsitzender im Aufsichtsrat des WM-Organisationskomitees nahm er zudem engagiert und maßgeblich Einfluss auf die Gesamtorganisation.“

Auszeichnung für FIFA-Präsident Blatter – Dank an den WM-Gastgeber

FIFA-Präsident Joseph S. Blatter hat sich am 7. Juli 2006 bei den Menschen in Deutschland für ihre großartige Gastfreundschaft während der WM bedankt. Zuvor war ihm von Bundeskanzlerin Angela Merkel das Bundesverdienstkreuz überreicht worden.

Die Auszeichnung wurde Joseph S. Blatter von Bundespräsident Horst Köhler für seine Verdienste

zur WM 2006 in Deutschland verliehen. An der Zeremonie im Berliner Kanzleramt nahmen auch Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble, Franz Beckenbauer sowie die beiden DFB-Präsidenten Theo Zwanziger und Gerhard Mayer-Vorfelder teil.

Blatter ist seit acht Jahren Präsident des Weltfußballverbandes. Er zeigte sich von der Ehrung „gerührt und berührt“. Er habe sie mit „Stolz und Emotionen“ entgegengenommen, sagte er. Blatter dankte den Gastgebern der WM: „Das deutsche Volk hat etwas erreicht, was im Fußball bisher einmalig ist.“

Die Auszeichnung fand im Rahmen eines Empfangs der Bundeskanzlerin für die FIFA und das WM-OK im Kanzleramt statt. Bundeskanzlerin Merkel dankte dabei der FIFA und dem nationalen Organisationskomitee für die hervorragende Zusammenarbeit vor und während der WM. Zum Chef des OK, Franz Beckenbauer, sagte sie: „Durch Ihren Einsatz ist die WM überhaupt erst zu uns gekommen.“ Auch Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble und die Sicherheitskräfte hätten „Wunderbares geleistet“.



6. Finanzen/WM-Umsatz übertrifft Erwartungen

Investitionen der Bundesregierung im WM-Kontext

Es gab viele Projekte und Maßnahmen der Bundesregierung, die mit der Fußball-WM 2006 in Zusammenhang gebracht werden können, ohne dass diese in den jeweiligen Haushaltsplänen der Ressorts ausgewiesen waren. Beispiel Verkehr: Seit dem Zuschlag für Deutschland als Ausrichterland im Jahre 2000 hat die Bundesregierung ca. 3,7 Mrd. Euro allein in Ausbau- und Erweiterungsmaßnahmen für das Bundesfernstraßennetz investiert, die nicht als WM-Ausgaben etatisiert sind, aber der WM 2006 zugute kamen.

Aus dem Haushaltsplan des Bundesministeriums des Innern (BMI) wurden folgende Projekte finanziert:

- Das BMI hat mit Festbeträgen die Modernisierung des Berliner Olympiastadions mit 195,8 Mio. Euro und den Umbau des Leipziger Zentralstadions mit 51,1 Mio. Euro in den Jahren 2000 bis 2004 gefördert. Dies stellt eine Ausnahme dar und berücksichtigt die besondere Situation der beiden Arenen (vgl. Anhang XI Kosten und Finanzierung der zwölf WM-Stadien).
- Für das Kunst- und Kulturprogramm zur WM 2006 stellte das BMI in den Jahren 2003 bis 2006 insgesamt 29 Millionen Euro zur Verfügung. Gefördert wurden knapp 50 hochkarätige Projekte aus den Bereichen Ausstellungen, Tanz/Theater, Musik/Hörspiel, Film/Fernsehen/Video, Literatur und Events/Festivals (siehe Anhang VII Übersicht Projekte Kunst- und Kulturprogramm).
- Für die gemeinsam mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) angestoßene Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“, mit der im In- und Ausland für das WM-Gastgeberland Deutschland geworben wurde

und wird, stellte das BMI zehn Mio. Euro zur Verfügung (siehe Kapitel 1.2 in Teil B).

Darüber hinaus wurde im Rahmen des WM-Gastgeberkonzeptes der Bundesregierung von BMI und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) die Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne mit drei Mio. Euro unterstützt (siehe Kapitel 1.4 in Teil B).

Das gesamte Investitionsvolumen für die Sicherheit der WM 2006 kann nicht verlässlich beziffert werden, da zu den Gesamtausgaben neben Aufwendungen des Bundes und der Länder auch Ausgaben des privaten Veranstalters für dessen Sicherheitsmaßnahmen gehören. Für den Bereich des Bundes können folgende Einzelangaben gemacht werden: Die Kosten der Bundeswehr für erbrachte Unterstützungsleistungen im Rahmen der Technischen Amtshilfe werden auf ca. 4,4 Mio. Euro auf Vollkostenbasis und ca. 600 000 Euro nach Amtshilfesätzen geschätzt. Erstattungsfähig sind gegenüber zivilen Organisationen die Vollkosten, gegenüber den Ländern und Kommunen die Kosten nach Amtshilfesätzen. Den Ländern, Kommunen und zivilen Organisationen, die Unterstützungsleistungen beantragt haben, werden diese von den Wehrbereichsverwaltungen in Rechnung gestellt. In Einzelfällen sind bereits Kosten abgerechnet worden.

- Für den Einsatz der NATO AWACS-Flugzeuge bei der WM 2006 wurden der Bundesrepublik Deutschland seitens der NATO keine gesonderten Kosten in Rechnung gestellt. Der Einsatz der NATO AWACS-Flugzeuge erfolgte – wie schon bei den Olympischen Spielen in Griechenland 2004 und der Fußball-Europameisterschaft 2004 in Portugal – im Rahmen von Flügen, die aus dem laufenden Betriebshaushalt des NATO E-3A Verbandes bestritten werden.



- Die Gesamtkosten für den Einsatz der Bundespolizei im Rahmen der WM 2006 wurden aus den im Haushalt 2006 zur Verfügung stehenden Haushaltsmitteln bestritten. Zusätzliche Ausgabemittel wurden dafür nicht eingestellt.

WM-OK erzielt Überschuss/

57,3 Millionen Steuereinnahmen für den Bund

Der Gesamtetat des Organisationskomitees der WM 2006 enthielt keine öffentlichen Gelder. Auch die Bewerbung um die Ausrichtung der Fußball-WM 2006 wurde vom DFB ohne öffentliche Gelder finanziert. Es gab auch keine Ausfallbürgschaft der Bundesregierung für die WM 2006. Das Risiko für einen evtl. wirtschaftlichen Verlust bei der WM 2006 trug alleine der DFB, der jedoch im September 2006 eine positive finanzielle WM-Bilanz seines Organisationskomitees präsentierte.

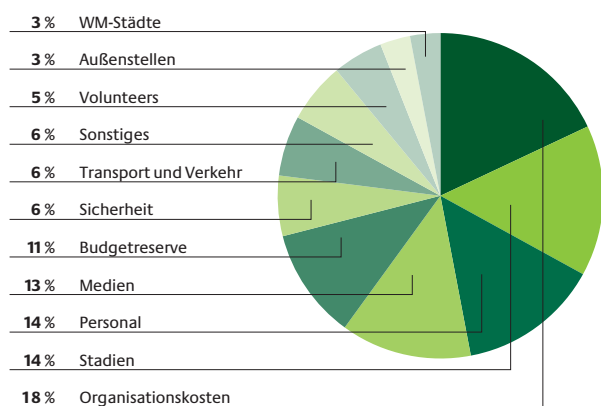
Vor Steuern erzielte das OK einen Überschuss von 135 Millionen Euro. Dem Bund wurden Steuern in Höhe von 57,3 Mio. Euro gezahlt, davon 40 Mio. Euro an Umsatzsteuer aus dem Ticketverkauf, 9,3 Mio. Euro an Lohnsteuer und 8 Mio. Euro an Sozialversicherungsbeiträgen. Die FIFA erhielt ca. 40,8 Millionen Euro als Rückerstattung aus dem dem deutschen Organisationskomitee im Vorfeld gewährten Organisationszuschuss in Höhe von 170 Millionen Euro. Danach blieben 56,5 Millionen Euro, die auf Basis des bestehenden Grundlagenvertrages hälftig geteilt werden zwischen dem Deutschen Fußball-Bund (DFB) und der Deutschen Fußball Liga (DFL). Der Gewinn für den DFB liegt somit bei 28,25 Millionen Euro – immer unter dem

Vorbehalt, dass sich bei den abschließenden Prüfungen noch Veränderungen ergeben können.

Der für Finanzen zuständige OK-Vizepräsident Dr. Theo Zwanziger, der seit seiner Wahl zum DFB-Präsidenten auch Vorsitzender des OK-Aufsichtsrates ist, erklärte: „Mehr Einnahmen bei weniger Ausgaben: So lautet die relativ einfache Erfolgsformel und die Erklärung dieses auch für uns unerwartet äußerst positiven Ergebnisses. Allein aus dem Verkauf der Eintrittskarten haben wir rund 20 Millionen Euro mehr erwirtschaftet, da wir nur eine 95-prozentige Stadionauslastung kalkuliert hatten, aber eine fast 100-prozentige erreicht haben. Alle Mitarbeiter sind verantwortungsvoll umgegangen mit den anvertrauten Mitteln, was zur Folge hat, dass die Budgetansätze in fast allen Bereichen zum Teil deutlich unterschritten wurden. Auch Rücklagen mussten nicht angegriffen werden, insbesondere im Bereich Sicherheit, da aufgrund des friedlichen Verlaufs dieser WM keine Sondermaßnahmen notwendig wurden. Sämtliche Einnahmen fließen gemäß unserer Satzung in gemeinnützige Projekte und kommen somit der gesamten Struktur unseres Fußballs zugute. Der DFB wird seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht. So fließen Mittel in die breit angelegte Schulfußball-Offensive, wir planen Kampagnen zum Thema Integration, wollen auch den Frauen- und Mädchen-Fußball weiter intensivieren. Vor allem also die Basis wird profitieren. Unsere Landesverbände werden insgesamt etwa 20 Millionen Euro erhalten. Zudem werden wir Solidarbeiträge leisten für den gesamten deutschen Sport.“

Gesamt-Ausgaben Budget OK FIFA WM 2006

ohne Sonderbudgets



Auch für die zwölf beteiligten Städte und Stadien brachte die WM noch einmal positive wirtschaftliche Effekte. Das Organisationskomitee überwies jedem Stadionbetreiber 1,5 Millionen Euro – insgesamt 18 Millionen Euro – sowie jeder Stadt 300 000 Euro, also weitere 3,6 Millionen Euro. Diese Zuwendungen kommen nicht aus dem Gewinn der WM, sondern waren im Budget eingesetzt.

Dr. Theo Zwanziger: „Eine großzügige Beteiligung der Städte und Stadien war unser Wunschziel und





daher auch Bestandteil unseres Budgets. Zunächst jedoch blieb abzuwarten, ob die Einnahmen und Ausgaben dies auch ermöglichen würden. Nun können wir uns noch einmal bedanken für das großartige Engagement unserer Städte und Stadien, die gewaltige Anstrengungen unternommen haben. Insofern ist diese zusätzliche Zahlung absolut gerechtfertigt.“

Zuvor bereits erhalten haben die Stadionbetreiber auf Basis der Stadionmietverträge Mietzahlungen in Höhe von 15 Prozent der jeweiligen Netto-Einnahmen aus dem Verkauf der Eintrittskarten – insgesamt 33 Millionen Euro Stadionmiete. Die einzelnen Beträge für jeden Spielort errechnen sich aus der Anzahl der Spiele, der Stadion-Kapazität sowie der Ticketpreise in Abhängigkeit von der Turnierphase.

„Ich kann mich an keine Welt- oder Europameisterschaft erinnern, bei der die Stadien in ähnlicher Weise finanziell beteiligt wurden“, sagte OK-Vizepräsident Horst R. Schmidt. Mit der zusätzlichen Zahlung von 300 000 Euro beteiligte sich das OK nachträglich an den Kosten der erfolgreichen Durchführung der Public Viewing-Veranstaltungen.

Der Gesamt-Etat des deutschen Organisationskomitees war mit 430 Millionen Euro kalkuliert worden.

WM-Umsatz übertrifft Erwartungen

Die Auswirkungen der WM 2006 auf die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland sind grundsätzlich nicht eindeutig zu berechnen, sondern nur grob zu schätzen. Dennoch gibt es einige Indikatoren, die die positiven Wirkungen belegen:

Nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes hat das Gastgewerbe in Deutschland seinen Umsatz im Juni und Juli 2006 – dem Zeitraum der WM - um nominal insgesamt vier Prozent gegenüber den entsprechenden Vorjahresmonaten gesteigert. Dies entspricht einem geschätzten Umsatzzuwachs von etwa 300 Millionen Euro. Insbesondere die Hotellerie konnte von der WM 2006 profitieren: Hier stieg der Umsatz nominal um 8,5 Prozent oder circa 220 Millionen Euro.

Umsatzzuwächse erzielten in den beiden Monaten auch alle anderen Bereiche des Gastgewerbes. So konnten die Caterer, zu denen auch die Ausrüster von Fluggesellschaften zählen, Steigerungen von 6,7 Prozent oder rund 35 Millionen Euro ver-





zeichnen. Allerdings könnte der Umsatzzuwachs zum Teil auch mit der generell guten Geschäftsentwicklung in diesem Bereich erklärt werden. Der durch den Getränkeabsatz geprägte Teilbereich der Gastronomie (zum Beispiel Schankwirtschaften, Diskotheken) erzielte Umsatzzuwächse in Höhe von knapp 4,7 Prozent (circa 34 Millionen Euro) – nicht zuletzt auch wegen des schönen Wetters. Dagegen erreichten die durch den Verzehr von Speisen geprägten Gastronomiebetriebe nur ein Umsatzplus von 0,3 Prozent oder rund zwei Millionen Euro.

Am stärksten ist der WM-Effekt beim Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik erkennbar. Während in anderen Teilbereichen nur durchschnittliche Steigerungen realisiert wurden, konnte dieser Bereich im Zeitraum Dezember 2005 bis einschließlich Juni 2006 seinen nominalen Umsatz, zum Beispiel durch den Verkauf von Flachbildfernsehern, um 5,2 Prozent oder rund 227 Millionen Euro steigern. Ein Teil der Umsatzzuwächse dürfte auch auf vorgezogene Käufe wegen der Mehrwertsteuererhöhung zurückzuführen sein. Der Einzelhandel insgesamt steigerte seinen nominalen Umsatz in diesem Zeitraum nur um 1,2 Prozent. Besonders deutlich zu sehen war der Einfluss der WM auf die

Zahl der Übernachtungen in Beherbergungsstätten: Allein zum Auftakt der WM 2006 war die Zahl der Übernachtungen um mehr als acht Prozent im Vergleich zum Vorjahr angestiegen, die Zahl der Gäste aus dem Ausland lag schon im Mai um über zehn Prozent und im Juni um 31 Prozent höher als im Vorjahr. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) zeigte sich mit dem WM-Geschäft zufrieden und geht von einem direkten WM-Impuls von zwei Milliarden Euro aus.

Im Juli 2006 ist die Zahl der Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahresmonat um zwei Prozent gestiegen. Insgesamt wurden im Juli 2006 in Beherbergungsstätten mit neun und mehr Betten sowie auf Campingplätzen in Deutschland rund 41,5 Millionen Übernachtungen verzeichnet. Überdurchschnittlich hoch war der Zuwachs bei den Gästen aus dem Ausland: Die Zahl ihrer Übernachtungen stieg im Vergleich zum Juli 2005 um neun Prozent auf 6,7 Millionen. Damit konnten allerdings die hohen Zuwachsraten vom Juni 2006 (plus 31 Prozent) nicht wieder erreicht werden. Dies dürfte mit dem Ende der WM am 9. Juli 2006 zusammenhängen: Die Mehrzahl der Spiele fand im Juni statt, nur noch sechs wurden im Juli ausgetragen. Die Zahl der Übernachtungen von inländischen Gästen stieg dagegen im Vergleich zum Juli 2005 nur um ein Prozent auf rund 34,9 Millionen.

Spiegelbildlich zur höheren Wertschöpfung im Handelsbereich kam es auch zu einem deutlichen Zuwachs bei der Beschäftigung. So konnten vor allem Unternehmen im Wirtschaftsbereich Sicherheitsdienstleistungen, aber auch im Bereich Werbung sowie Kantinen und Caterer merklich höhere Beschäftigungsanstiege verzeichnen.

Mit den nunmehr vorliegenden Zahlen zum volkswirtschaftlichen Effekt der Weltmeisterschaft wurden die Einschätzungen übertroffen.

DHK-Unternehmensbefragung im Herbst 2006 stellt fest:

Die Fußball-WM hat das Geschäft belebt

Aus Sicht der Unternehmen hat die WM 2006 nicht nur für eine gute Stimmung im Lande gesorgt,



sondern vielfach auch das eigene Geschäft belebt. Gemäß einer deutschlandweiten Befragung bei mehr als 19 000 Unternehmen berichtet immerhin jeder neunte Betrieb, dass sich die Fußball-WM auch auf die eigenen Geschäfte positiv ausgewirkt hat. In den Spielstättenregionen steigt dieser Wert auf fast jedes siebte Unternehmen.

Die wichtigste Konjunkturstimulanz kam dabei von der gestiegenen Ausgabefreudigkeit der Inländer und der ausländischen Fußballfans. Fast 50 Prozent der Betriebe, für die sich die WM eigenen Angaben zufolge positiv ausgewirkt hat, berichten von diesbezüglich gestiegenen Umsätzen. Im Vergleich der Wirtschaftsbranchen sind es nach Angaben des DIHK die Tourismuswirtschaft und das Gastgewerbe (29 Prozent), die Luftfahrtbranche (52 Prozent), die Sicherheitswirtschaft (29 Prozent), die Ernährungsindustrie (24 Prozent), die Medien- und Filmwirtschaft (25 Prozent) sowie die Werbedienstleister (18 Prozent), die besonders von der Austragung des Großevents in Deutschland profitiert haben. Dass die WM aber auch über ihre Dauer hinaus positiv nachwirkt, zeigt folgendes Ergebnis: Ebenfalls für rund der Hälfte der Unternehmen, die in der WM positive Geschäftsimpulse sehen, ist der Imagegewinn für Deutschland und seine Produkte das Argument für den wirtschaftlichen Erfolg des Mega-Events. Dabei diente die WM für viele deutsche Unternehmen als Werbeplattform. Unter dem Strich bleibt nach DIHK-Schätzung ein Wachstumseffekt auf das Bruttoinlandsprodukt von 0,3 Prozentpunkten und ein Plus von etwas mehr als 50 000 Arbeitsplätzen – von denen viele allerdings nur temporären Bestand hatten.

Besteuerung der Spielerprämien im Rahmen der WM 2006

Die Besteuerung von Prämien, die Spieler und Trainer während der WM 2006 in Deutschland vereinnahmt haben, ist in § 50a Abs. 4 EStG geregelt.

Der betreffende Fußball-Verband als Vergütungsschuldner hat den Steuerabzug für Rechnung der jeweiligen Mannschaftsmitglieder vorzunehmen. Diese einbehaltene Steuer beträgt 20 Prozent der Einnahmen zuzüglich 5,5 Prozent Solidaritäts-

zuschlag auf die Abzugssteuer; insgesamt damit 21,1 Prozent.

Der DFB tritt in diesem Zusammenhang als Mittler auf und meldet die von den teilnehmenden Verbänden gezahlten Prämien im Namen dieser Vergütungsschuldner als Gesamtbetrag an die deutschen Steuerbehörden. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass zum einen einzelne Verbände keine Prämien ausgeschüttet haben sowie andererseits bei einzelnen Spielern anderer Nationen aufgrund von Doppelbesteuerungsabkommen entsprechende Freistellungen beantragt und auch gewährt wurden.

Die Einnahmen aus dieser Abzugssteuer werden voraussichtlich ca. 7,2 Mio. Euro betragen und werden nach erfolgter Anmeldung durch den DFB von Seiten der FIFA direkt an die deutsche Finanzverwaltung abgeführt. Durch dieses zwischen der Finanzverwaltung, FIFA und dem DFB abgestimmte Verfahren wird sichergestellt, dass die fällige Abzugssteuer auch tatsächlich von den jeweiligen Verbänden entrichtet wird.

Zu den Hinweisen und Informationen zu den zoll- und steuerrechtlichen Regelungen zur WM 2006 vgl. Anhang IV.



7. Auswertung des Auswärtigen Amtes zum Deutschland-Bild im Ausland



Das Auswärtige Amt und die deutschen Auslandsvertretungen nutzten die Fußball-Weltmeisterschaft zur Image-Werbung für Deutschland als modernes, weltoffenes und gastfreundliches Land. In den Bereichen auswärtige Kulturpolitik sowie Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wurde eine Vielzahl von Projekten durchgeführt. Die Auslandsvertretungen haben nach Abschluss der WM die Auswirkung dieser Aktivitäten und der WM 2006 selbst auf das Deutschlandbild in ihren Gastländern ausführlich dokumentiert.

Außenminister Frank-Walter Steinmeier hat in einem Beitrag für das DFL-Magazin (Deutsche Fußball-Liga) festgestellt, dass die WM 2006 einen ganz erheblichen Anteil an der Überwindung von Stereotypen zugunsten eines positiven Deutschland-Bildes hatte. Die Berichte der Auslandsvertretungen bestätigen dies: In Ländern, in denen Deutschland bereits großes Ansehen genoss, festigte sich diese Einstellung und wurde um neue Aspekte erweitert. In Ländern mit traditionell eher kritischer Sicht führte die WM 2006 vielfach zu einer Infragestellung von alten Stereotypen. Deutschland und seinen Menschen wurde eine neue Entspanntheit, Freundlichkeit und Emotionalität bestätigt; zu den bekannten, „typisch deut-

schen“, Tugenden wie Ordnung, Gründlichkeit, Sauberkeit, Pünktlichkeit und Sicherheitsbewusstsein traten die Attribute Herzlichkeit, Offenheit, Gastfreundschaft, Lebensfreude und Fairness hinzu; alte Vorurteile (Sturheit, Humorlosigkeit, Fremdenhass, emotionale Kälte) wurden fallen gelassen. Die erfolgreichen Bemühungen, ein guter Gastgeber zu sein, das mitreißende Spiel der deutschen Nationalmannschaft, die Begeisterung der vielen, zumeist jugendlichen Zuschauer auf den Fan-Meilen und der „unverkrampfte“ Patriotismus haben Deutschland weltweit Sympathien eingebracht.

Auszüge aus Berichten der Deutschen Auslandsvertretungen:

Botschaft Abu Dhabi:

„Die Fußball-WM in Deutschland war ohne Zweifel die beste PR-Maßnahme für die Bundesrepublik Deutschland seit Bestehen.“

Botschaft Stockholm:

„Die WM hat die Marke Deutschland mehr verbessert als es eine Million politischer Presse-kampagnen bewirkt hätte.“

Botschaft London:

„Kein Ereignis dürfte seit dem Mauerfall das Deutschland-Image so intensiv und so positiv beeinflusst haben. Immer wieder wurden wir hierzu aus der britischen Öffentlichkeit beglückwünscht ... Das Deutschlandbild hat sich zu einer fast überschwänglichen Wahrnehmung entwickelt.“

Botschaft Wellington:

„Die Fußball-WM war für das Deutschlandbild von unschätzbarem Wert. Es kann kein besseres Ergebnis geben.“





Botschaft Peking:

„Deutschland hat uns als wahre Freunde willkommen geheißen. Jetzt ist es an der Zeit zu sagen: Danke Deutschland!“ (aus Pressestimmen)

Botschaft Washington:

„Auch mit einer Niederlage der Nationalmannschaft ist Deutschland der eigentliche Gewinner.“ (aus Pressestimmen)

Positiv wahrgenommen wurde in vielen Ländern auch ein „neuer deutscher Patriotismus“:

Botschaft Ankara:

„Die Deutschen versöhnten sich mit ihrer Nationalflagge.“

Botschaft Washington:

„Nach einer erfolgreichen WM bringt Patriotismus das Land nach vorne“.

Deutschland erlebe nicht einen ausgrenzenden Nationalismus (Generalkonsulat New York) sondern einen „patriotisme bon-enfant“ (Botschaft Paris).

Insgesamt hat Deutschland einen erheblichen Imagegewinn erfahren. Die farbenfrohen und friedlichen Bilder der WM sind um die Welt gegangen. Das Image eines Landes ist im internationalen Wettbewerb ein wichtiger Standortfaktor. Am stärksten zum Positiven gewandelt hat sich das Deutschlandbild dabei offenbar in Großbritannien. Einzig Berichte aus Polen und Italien deuten darauf hin, dass bestehende Vorurteile dort nicht entkräftet werden konnten. Dies bildet die Ausnahme in einer ansonsten einhellig positiven Wahrnehmung Deutschlands während der WM 2006.



8. Bilanz zum Kunst und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006

Das Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006 unter künstlerischer Leitung von André Heller wurde im Jahre 2003 mit der Zusage einer Finanzierung über 30 Mio. Euro gestartet.

Die Nationale DFB Kulturstiftung gGmbH als Trägerin des Programms hat davon bisher insgesamt 23,85 Mio. Euro in Anspruch genommen und weitere 7,3 Mio. Euro aus Eigeneinnahmen aufgebracht. Damit ist das Kunst- und Kulturprogramm wie vorgesehen in einem Umfang von gerundet 31 Mio. Euro realisiert worden.

Das Programm setzte sich aus rund 50 Projekten über alle Sparten der Kunst- und Kulturszene zusammen. Das größte und bekannteste Vorhaben war die Tournee des Fußballglobus durch alle zwölf WM-Städte. Alle Projekte zusammen hatten 3,5 Mio. Besucherinnen und Besucher. Das

Medienecho im Inland wurde mit 4,2 Mrd. Kontakten berechnet – ein hoher Wert. Hinzu kommt eine breit gestreute Berichterstattung über einzelne Projekte und die Existenz eines solchen Programms überhaupt in sehr vielen weiteren Ländern rund um die Welt.

Das Medienecho war insgesamt sehr positiv, was Kritik im Einzelfall nicht ausschließt. Die verschiedentlich sehr starren Grenzen zwischen Fußball auf der einen Seite und Kunst und Kultur auf der anderen wurden durchlässiger. Dieses in jeder Hinsicht einmalige Kunst- und Kulturprogramm hat viele Anstöße gegeben.

Vgl. ausführlicher zum Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006 in Kapitel 1.3 in Teil B. Es steht zudem eine ausführliche Dokumentation der DFB Kulturstiftung unter www.dfb-kulturstiftung.de zum Download bereit.



© 2004 FIFA. © Participant Credit.



2006 FIFA World Cup Germany™
June 9 – July 9



9. Ausblick zur Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“

Deutschland Land der Ideen



„Deutschland – Land der Ideen“ ist die anlässlich der WM 2006 angelegte gemeinsame Standortinitiative von Bundesregierung und der deutschen Wirtschaft, vertreten durch den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI). Ziel der Kampagne war und ist es, im In- und Ausland ein Bild von Deutschland als innovatives, weltoffenes und begeisterungsfähiges Land zu vermitteln. Schirmherr ist Bundespräsident Horst Köhler. „Deutschland – Land der Ideen“ wird von zahlreichen deutschen Unternehmen sowie Kooperationspartnern aus Wissenschaft, Kultur und Gesellschaft unterstützt und setzte bisher folgende Kernprojekte um: den Skulpturenpark „Walk of Ideas“, die Veranstaltungsreihe „365 Orte im Land der Ideen“, den FanClub, den internationalen Medienservice,

die Begrüßungsinitiative „Welcome to Germany – Land of Ideas“ und gemeinsame Maßnahmen mit der Standortmarketingagentur des Bundes Invest in Germany unter dem Titel „Invest in Germany – Land of Ideas“.

Basierend auf den Erfolgen der Arbeit im WM-Jahr hat sich die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ zu einer nachhaltigen Kommunikationsplattform für Deutschland entwickelt. Im Jahr 2007 wird die Organisation der Standortinitiative auf ein noch breiteres Fundament gestellt. Dies beschloss der Beirat, dem u. a. Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble und BDI-Präsident Jürgen Thumann angehören. Im Trägerverein „Deutschland – Land der Ideen e. V.“, der Anfang November gegründet wurde, können sich Interessenten aus Wirtschaft und Politik, allen weiteren gesellschaftlichen Bereichen und Privatpersonen durch eine Mitgliedschaft für die Standortinitiative engagieren. Gesteuert und realisiert wird die internationale Standortkampagne von der „Deutschland – Land der Ideen GmbH“, die aus der FC Deutschland GmbH hervorgeht. Weitere Informationen dazu unter www.land-der-ideen.de.





Die Initiative 2007

Basiskommunikation durch Sockelfinanzierung (Mitgliedsbeiträge),
Projektkommunikation durch Projekte und Partner





B

Dokumentation des WM 2006-Gastgeberkonzeptes und weitere Themen



1. Das Gastgeberkonzept der Bundesregierung zur WM 2006

1.1 Regierungsgarantien/Projekte der Ressorts

Visumerteilung durch die deutschen Auslandsvertretungen

Die Bundesregierung hatte im Rahmen der Regierungsgarantien für die Ausrichtung der WM 2006 gegenüber der FIFA zugesichert, den Gästen aus aller Welt, die zum Zweck der Einreise ein Visum benötigen, ein zügiges und serviceorientiertes Visumverfahren zu ermöglichen. Die elf visumspflichtigen Teilnehmerländer waren: Angola, Cote d'Ivoire (Elfenbeinküste), Ecuador, Ghana, Iran, Saudi-Arabien, Serbien und Montenegro, Togo, Trinidad und Tobago, Tunesien sowie Ukraine.

Das Auswärtige Amt hatte in Abstimmung mit dem BMI, dem OK und unter Einbeziehung der zuständigen Datenschutzbehörden ein Konzept für die Visumerteilung zur WM 2006 erarbeitet, das die Regierungsgarantie umsetzte (vgl. Anhang III). Die einschlägigen europäischen und deutschen ausländerrechtlichen Bestimmungen mussten auch für die Erteilung von Visa zum Zwecke des Besuchs oder der Teilnahme an der WM 2006 zugrunde gelegt werden.

Das Auswärtige Amt und seine Auslandsvertretungen haben im Vorfeld und während der WM 2006 alle Vorkehrungen getroffen, um entsprechend der abgegebenen Regierungsgarantie ein zügiges und serviceorientiertes Visumverfahren für die Besucher der WM 2006 zu gewährleisten.

Im Frühjahr 2006 wurden die Auslandsvertretungen, bei denen sich im Hinblick auf die WM ein erhöhtes Visumantragsvolumen abzeichnete, von Beratungsteams des Auswärtigen Amts besucht. Diese entwickelten in Zusammenarbeit mit den Beschäftigten vor Ort Konzepte zur Optimierung des Personaleinsatzes und zur Verbesserung organisatorischer Abläufe in den Visastellen. An

einigen wurde durch bauliche Veränderungen oder die Aufstellung von Bürocontainern die erforderliche räumliche Kapazität zur Bewältigung des im Vorfeld der WM erhöhten Besucherverkehrs geschaffen.

Organisatorische Umstrukturierungen durch Einführung von Terminvergabesystemen, die Ausweitung der Schalteröffnungszeiten und die Einrichtung einer rund um die Uhr besetzten IT-Servicestelle haben die erforderlichen technischen Kapazitäten geschaffen.



In personeller Hinsicht wurde die fachgerechte Bearbeitung des erhöhten Visumantragsvolumens durch den Einsatz des gesamten lokal verfügbaren Visafachpersonals, sowie durch gezielte Personalverstärkungen für besonders betroffene Auslandsvertretungen seitens der Zentrale des Auswärtigen Amts, des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge sowie der Bundespolizei ermöglicht. Zusätzlich zu der vorgenommenen Personalverstärkung einzelner Auslandsvertretungen wurde im Stellenpool des Auswärtigen Amts eine Reserve flexibel verfügbarer Visafachkräfte gebildet, die jeweils an Dienstorte mit kurzfristig erhöhtem Personalbedarf entsandt wurden. Einige Auslandsvertretungen haben das Personal der Visastellen durch die Einstellung lokal rekrutierter Mitarbeiter verstärkt, die unter Beaufsichtigung



entsandter Visafachkräfte unterstützende Tätigkeiten ausübten. Das Personal der Visastellen an den besonders betroffenen Auslandsvertretungen unterlag bedarfsnotwendig in den Monaten vor der WM einer Urlaubssperre. In vielen Auslandsvertretungen musste der Dienstbetrieb in diesem Zeitraum auch an Wochenenden und Feiertagen aufrechterhalten werden.

Allein die Auslandsvertretungen in den elf visumpflichtigen Teilnehmerstaaten der WM 2006 haben in den Wochen vor und während der WM 2006 insgesamt rund 40 000 Visa erteilt, bei denen der Besuch der WM als Reisezweck angegeben wurde. Einige Auslandsvertretungen hatten aufgrund der WM eine um ein vielfaches höhere Zahl an Visumanträgen als in einem vergleichbaren Zeitraum zu bearbeiten.

Dank des Einsatzes vor allem der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Visastellen an den deutschen Auslandsvertretungen konnte einerseits die Regierungsgarantie erfüllt werden, andererseits eine sorgfältige Prüfung jedes einzelnen Antrags vorgenommen werden, um Visummissbrauch zu vermeiden.

Arbeitsbewilligungen

Im Juni 1999 hatte das damalige Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung in einer Garantieerklärung gegenüber der FIFA zugesichert, den genehmigungsfreien Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt für FIFA-Offizielle (inklusive Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten), Spieler und bezahltes Personal der teilnehmenden Mannschaften, Vertreter der Official FIFA Partners, Official LOC Suppliers und Official Licensing Partners, Vertreter der Medien, einschließlich technisches Personal, sowie für Mitarbeiter der TV- und Marketingpartner der FIFA zu gewährleisten.

Die Erteilung von Aufenthaltstiteln an Personen, die nach Akkreditierung durch das OK zur Vorbereitung, Teilnahme, Durchführung und Nachbereitung der WM tätig wurden, wurde von einer Zustimmung durch die Agenturen für Arbeit befreit. Die Regelung vom 22. November 2004 (§ 12 Beschäftigungsverordnung) trat zum



1. Januar 2005 in Kraft und wurde sowohl beim FIFA Confederations Cup Germany 2005 (im folgenden Confederations Cup 2005) als auch bei der WM 2006 erfolgreich angewandt.

Im Rahmen der WM 2006 hat das zuständige OK ca. 170 000 Akkreditierungen vorgenommen. Soweit es sich nicht um Akkreditierungen von Staatsangehörigen aus den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union handelte, führten sie zur Erteilung von Aufenthaltstiteln mit Berechtigung zur Ausübung einer Beschäftigung ohne dass die Bundesagentur für Arbeit beteiligt werden musste.

Die Regierungsgarantien zur Arbeitszeit der bei der FIFA akkreditierten Personen wurden von den Ländern eingelöst, die für die Durchführung des Arbeitszeitgesetzes zuständig sind. Zur Durchführung sowie Vor- und Nachbereitung des WM-Endrundenturniers wurde für die Zeit vom 1. Mai bis 20. Juli 2006 ermöglicht, ohne besondere behördliche Genehmigungen oder Anzeige die tägliche Arbeitszeit für den Personenkreis bei Bedarf zu verlängern sowie Arbeitnehmer an Sonn- und Feiertagen zu beschäftigen.



Die meisten Bundesländer erließen Allgemeinverfügungen auf Basis des Arbeitszeitgesetzes, in denen generelle Ausnahmen von den gesetzlichen Arbeitszeitregelungen zugelassen wurden. Damit wurde sichergestellt, dass die gesetzliche Höchstarbeitszeit für den von der Regierungsgarantie erfassten Personenkreis über die gesetzlichen Grenzen von grundsätzlich acht Stunden je Werktag hinaus verlängert werden durfte. Die Arbeitszeit sollte möglichst 60 Stunden in der Woche nicht überschreiten, konnte jedoch auch darüber hinaus verlängert werden. Die Betroffenen hatten weder besondere behördliche Genehmigungen einzuholen, noch mussten sie beabsichtigte Verlängerungen der Arbeitszeit anzeigen. Das Baden-Württembergische Ministerium für Arbeit und Soziales hatte in einem Erlass für die Vollzugsbehörden auf einheitlich anzuwendende Regelungen von Ausnahmemöglichkeiten des Arbeitszeitgesetzes hingewiesen. Einige Länder (Bremen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland, Schleswig-Holstein), in denen keine WM-Spiele ausgetragen wurden, verzichteten auf eine Allgemeinverfügung.

Für die bei der FIFA akkreditierten Personen ist in allen Bundesländern das Arbeitszeitgesetz problemlos angewendet worden.

Zoll- und steuerrechtliche Behandlung/Bank- und Devisenverkehr

Mit Schreiben vom 13. Juli 1999 hat der damalige Bundesfinanzminister Eichel gegenüber dem damaligen Präsidenten des Deutschen Fußball-Bundes Egidius Braun die folgenden Garantien abgegeben:

- Die zeitweise Ein- und Wiederausfuhr der Güter, die für die Organisation der WM 2006 erforderlich sind, wird ohne Einschränkung (auf ungehinderten und schnellen Transportwegen und ohne die Erhebung von Zollgebühren, Mehrwertsteuer oder sonstigen staatlichen Steuern und Abgaben) gestattet.
- Die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste und die an der WM 2006 teilnehmenden Nationalverbände und deren

Mannschaften mit Ausnahme der Spieler und Trainer unterliegen vor, während oder nach der WM 2006 weder direkten noch indirekten Steuern – mit Ausnahme der Umsatzsteuer – und Abgaben in Verbindung oder als Folge der WM 2006.

- Die FIFA wird nicht als Organisation mit einer festen Geschäftseinrichtung im Sinne des deutschen Einkommensteuergesetzes eingestuft. Außerdem unterliegen direkte Zahlungen und Einkünfte an bzw. der FIFA, oder Zahlungen der FIFA an die Kontinentalverbände, die Nationalverbände oder Mannschaften mit Ausnahme der Spieler und Trainer keiner Steuerpflicht in Bezug auf Einkommensteuer, Abzugssteuer, Quellensteuer oder anderen Steuerarten mit Ausnahme der Umsatzsteuer.
- Zusätzlich wurde garantiert, dass die Ein- und Ausfuhr von Fremdwährungen nach und aus Deutschland in Verbindung mit der WM 2006 ohne jeden Vorbehalt gestattet wird, wie auch das Wechseln dieser Währungen in eine frei konvertierbare Währung (US-Dollars oder Schweizer Franken) und zurück. Das Wechseln der verschiedenen Währungen wird auch innerhalb des Landes zu den auf dem internationalen Währungsmarkt üblichen Regeln und Gepflogenheiten möglich sein.
- Mit einem korrespondierenden Schreiben des Hessischen Finanzministeriums vom 21. Juni 1999 ist der FIFA und den Mitgliedern der FIFA-Delegation im Einvernehmen mit den obersten Finanzbehörden der Bundesländer und mit Zustimmung des Bundesministeriums der Finanzen (BMF) eine umfassende Steuerbefreiung nach § 50 Abs. 7 EStG für Einkünfte und Erträge im Zusammenhang mit der WM 2006 zugesichert worden.

Im September 2002 hat das BMF in Abstimmung mit den obersten Finanzbehörden der Länder und dem OK zugesagt, eine Infobroschüre/Handlungsleitfaden zu erarbeiten, in der die komplizierten einkommensteuer- und körperschaftsteuerrechtlichen Regelungen aktuell und verständlich



dargestellt werden. Diese Informationen sind insbesondere für die teilnehmenden ausländischen Fußballverbände und deren Personal sowie deren offiziell gemeldeten Teamchefs, Trainer und jeweils 23 Spieler (Mannschaftsmitglieder) bestimmt. Im Oktober 2003 wurde ein erster Entwurf vorgelegt, der folgende Inhalte vorsah:

- Einzelheiten zu den zollrechtlichen Bestimmungen, insbesondere zu den Einfuhrabgabenbefreiungen,
- Allgemeine Hinweise und Regelungen zu den einkommens- und körperschaftssteuerrechtlichen Aspekten sowie
- Regelungen zu umsatzsteuerrechtlichen Fragen.

Darüber hinaus waren mit den Finanzministerien der Länder eine Reihe von organisatorischen Maßnahmen (z. B. Bestimmung eines zentralen Finanzamtes; Verpflichtung der teilnehmenden Fußball-Nationalverbände, Bevollmächtigte bestimmen; Sicherungseinbehalt) zu klären, um die einheitliche, den zugesagten Garantien entsprechende Besteuerung der an der WM 2006 teilnehmenden Spieler und Trainer der ausländischen Fußballverbände sicherzustellen.

Man einigte sich im Juni 2004 darauf, das Finanzamt Frankfurt am Main I als zentrales Finanzamt festzulegen. Dies hatte im Ergebnis zur Folge, dass die weiteren Einzelheiten (z. B. Steuererhebung analog der Regelungen bei der Fußball-WM in Korea/Japan 2002) zwischen dem Hessischen Finanzministerium und dem OK erörtert und geklärt werden konnten.

Im Juni 2004 beantragte der Deutsche Fußball-Bund als Ausrichter für die FIFA beim Hessischen Finanzministerium, die für die WM 2006 zugesagten Regierungsgarantien auch auf den Confederations Cup 2005 (Durchführung im Juni 2005) anzuwenden. Für die FIFA bestand zwischen der WM 2006 und dem Confederations Cup 2005 ein untrennbarer Zusammenhang, weil die FIFA den Confederations Cup 2005 als integralen Bestandteil der WM 2006 sah, der im Wesentlichen dazu diente, die organisatorische Umsetzung der Planungen für die WM 2006 zu testen. Die obersten Finanzbehörden der Länder haben im

August 2004 diesem Antrag mit Zustimmung des BMF-Vertreters entsprochen und den Deutschen Fußball-Bund entsprechend unterrichtet.

Nachdem sich alle Beteiligten (insbesondere FIFA, OK, Hessisches Finanzministerium und BMF) darauf verständigt hatten, die Erhebung der Einkommensteuer analog zur WM 2002 in Korea/Japan zu regeln, wurde im Oktober 2004 zwischen dem BMF, dem Hess. Finanzministerium und dem OK die endgültige Fassung der Broschüre „Hinweise und Informationen zu den zoll- und steuerrechtlichen Regelungen zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006“, die auch in den übrigen FIFA-Sprachen englisch, französisch und spanisch aufgelegt werden sollte, festgelegt. Wegen der Zusage, dass die abgegebenen Regierungsgarantien auch schon bei der Durchführung des Confederations Cup 2005 anzuwenden sind, wurde zusätzlich vereinbart, für den Confederations Cup 2005 eine entsprechende Broschüre – auch in den vier FIFA-Sprachfassungen – aufzulegen. Ende April 2005 wurde diese Sonder-Broschüre des BMF der FIFA in allen vier Sprachfassungen zur Verfügung gestellt.

Ende März 2005 hat das BMF in Vorbereitung auf den Confederations Cup 2005 für Vertreter und Mitarbeiter der FIFA, offizielle Gäste der FIFA, Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten sowie die teilnehmenden ausländischen Mannschaften delegationen eine Grenzempfehlung als formelle Erleichterung bei der Zollabfertigung erteilt. Anfang April 2005 wurden bei den Flughafenzollstellen der Spielorte des Confederations Cup 2005 Ansprechpartner sowohl in der Reisenden- als auch in der Frachtabfertigung bestimmt, an die sich das OK in Zweifelsfällen bei der Zollabfertigung wenden konnte.

Die Sonderbroschüre des BMF zu den zoll- und steuerrechtlichen Regelungen zur WM 2006 wurde fristgerecht Mitte Januar 2006 in den vier FIFA-Sprachfassungen deutsch, englisch, französisch und spanisch dem OK zur Verfügung gestellt (vgl. Anhang IV). Ebenfalls im Januar 2006 wurden bei zahlreichen Flughafenzollstellen Ansprechpartner in der Reisenden- und Frachtabfertigung bestimmt, an die sich das OK in Zweifelsfällen bei





der Zollabfertigung wenden kann. Die entsprechende Vorgehensweise beim Confederations Cup 2005 stieß bei allen Beteiligten auf ein positives Echo.

Im April 2006 wurde für bestimmte Personengruppen – wie schon anlässlich des Confederations Cup 2005 – eine Grenzempfehlung als formelle Erleichterung bei der Zollabfertigung erteilt.

Über die Einlösung der zoll- und steuerrechtlich gegebenen Regierungsgarantien hinaus hat sich das BMF an verschiedenen Stellen für eine erfolgreiche Umsetzung der Vorhaben zur WM 2006 eingesetzt: So förderte die Bundesregierung in den Jahren 2000 ff. die Modernisierung des Berliner Olympiastadions mit 195,8 Mio. Euro und den Umbau des Leipziger Zentralstadions mit 51,1 Mio. Euro. Die Förderung dieser beiden Stadien berücksichtigte die besondere Situation der betreffenden Arenen und stellt eine Ausnahme dar, weil der Bund Fußballstadion grundsätzlich nicht fördert. Der Bund als ehemaliger Eigentümer des Berliner Olympiastadions war wegen des Reparaturstaus der letzten Jahre in der Pflicht. Darüber hinaus sollte im Hinblick auf die Außenwirkung der WM 2006 in der Bundeshauptstadt ein angemessenes

Stadion zur Verfügung gestellt werden. Die Förderung des Leipziger Zentralstadions diente dem Ziel, WM-Spiele auch in den neuen Bundesländern auszutragen. Zudem sollte mit dieser Maßnahme die Sportinfrastruktur in Ostdeutschland verbessert werden.

Das BMF hat im November 2002 dem OK bis zu 30 Mio. Euro zur Realisierung eines Kulturrahmenprogramms (Sicherstellung einer angemessenen gesamtstaatlichen Repräsentation einschließlich kultureller Veranstaltungen) in den Jahren 2003 bis 2006 zugesagt. Die tatsächliche Bereitstellung der Mittel erfolgte auf Basis der jährlichen Haushaltspläne durch das BMI und soweit das OK bzw. die für die Umsetzung gegründete Nationale DFB Kulturstiftung WM 2006 gemeinnützige GmbH (DFB Kulturstiftung) etatreife Projekte zur Finanzierung nachwies.

Sicherheit

Eine wesentliche Voraussetzung für das Gelingen der WM 2006 als „völkerverbindendes Ereignis“ lag in der Gewährleistung der Sicherheit. Im Rahmen des Bewerbungsverfahrens hat die Bundesregierung auch die Regierungsgarantie „Sicherheit“ übernommen. Bund und Länder, der private Veranstalter und Ausrichter und alle übrigen an den umfangreichen Sicherheitsvorbereitungen und Maßnahmen während der WM 2006 beteiligten Organisationen haben während der gesamten Vorbereitungszeit und während der WM effizient zusammengearbeitet. Im Bereich der Sicherheit ist etwas gelungen, was manche im Vorfeld kaum für realisierbar hielten. Es konnte auf wunderbare Weise erlebt werden, dass Fröhlichkeit und Sicherheit keine Gegensätze sind. Die Zuschauer in den Stadien und die Fans aus aller Welt im ganzen Land konnten unbeschwert feiern und fröhlich sein, weil sie sich jederzeit genauso willkommen wie sicher fühlten. Das ist auch ein Ergebnis der vor der WM 2006 erarbeiteten nationalen und internationalen Sicherheitsstrategie, die vor allem auf Prävention und auf umfassende Kommunikation angelegt war.

Bereits in der Phase der Vorbereitung der Sicherheitsmaßnahmen des Bundes zur WM 2006



wurden die notwendigen strukturellen und konzeptionellen Grundlagen für eine erfolgreiche Umsetzung der Regierungsgarantie „Sicherheit“ gemeinsam mit allen Sicherheitspartnern gelegt. Dem Bund-Länder-Ausschuss (BLA) als durch die Ständige Konferenz der Innenminister und -senatoren (IMK) eingesetztem zentralen Koordinierungsgremium kam insoweit eine besondere Rolle für die Erstellung und Fortschreibung des Nationalen Sicherheitskonzeptes FIFA WM 2006 sowie die Koordinierung der Internationalen Zusammenarbeit mit insgesamt 36 Teilnehmer-, Anrainer- und Transitstaaten zu. In diesem Gremium unter Vorsitz BMI waren Vertreter der Sicherheitsbehörden aus Bund und Ländern, des Veranstalters und Ausrichters sowie weiterer Sicherheitspartner eingebunden.



Der im Jahr 2005 veranstaltete Confederations Cup stellte einen wesentlichen Fixpunkt der konzeptionellen Vorbereitungen und eine praktische Erprobungsmöglichkeit wesentlicher Teile des Nationalen Sicherheitskonzeptes für die WM 2006 dar. Aufgrund dieses Testlaufs konnte durch ein von der IMK in Auftrag gegebenes Evaluationsverfahren der Fortschreibungsbedarf für das Nationale Sicherheitskonzept im Hinblick auf die WM 2006 ermittelt werden. Eine fortgeschriebene Version des Nationalen Sicherheitskonzeptes wurde durch den BLA in seiner 9. Sitzung am 14. Februar 2006 verabschiedet. Die IMK stimmte dem insoweit fortgeschriebenen „Nationalen Sicherheitskonzept FIFA WM 2006“ zu und bestätigte, dass es als Rahmenkonzeption insbesondere neben dem

Rahmenkonzept der Polizeien der Länder und des Bundes die Grundlage für die zu treffenden Sicherheitsmaßnahmen bildet (vgl. Zusammenfassung als Anhang V).

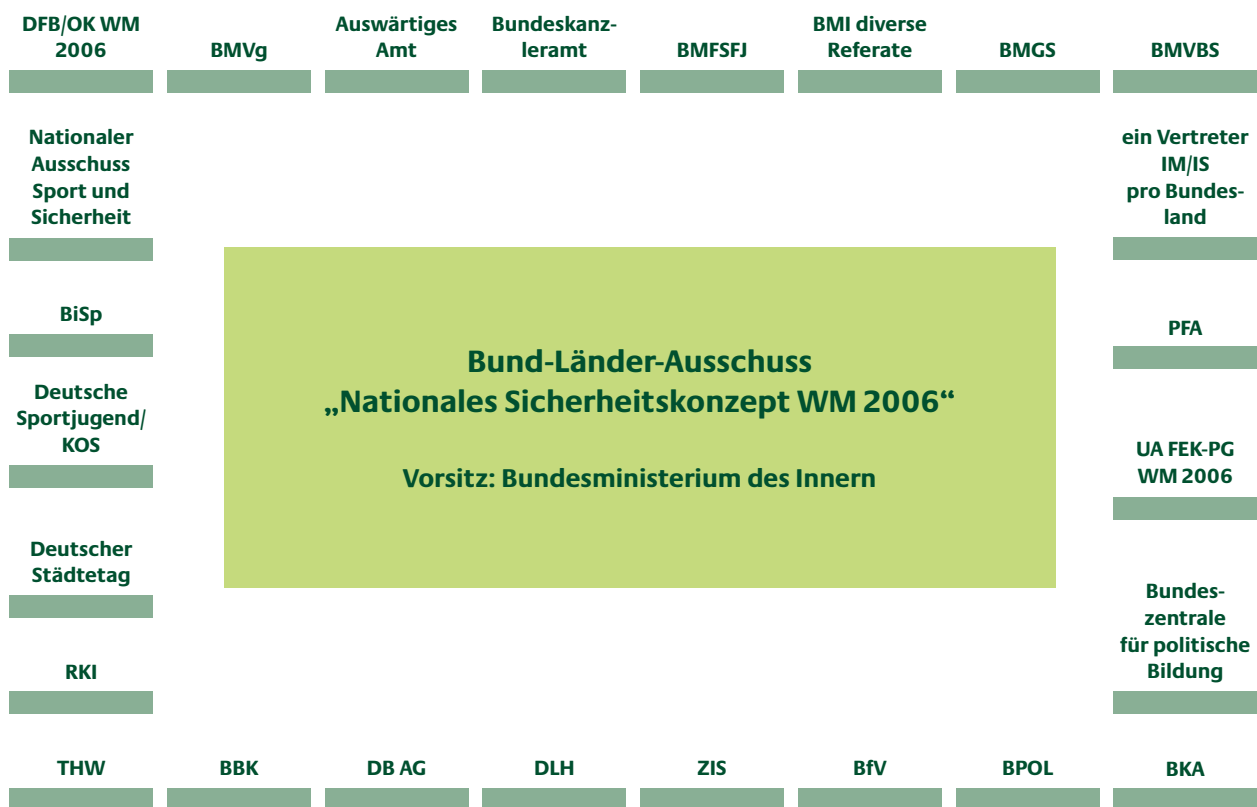
Die Projektgruppe Unterausschuss Führung, Einsatz und Kriminalitätsbekämpfung (PG UA FEK) Fußball-WM 2006 folgte mit der Erstellung der „Rahmenkonzeption zur Bewältigung von polizeilichen Einsätzen anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland“ ebenfalls einem von der IMK gefassten Beschluss. Die Rahmenkonzeption berücksichtigt die Erfahrungen aus vergangenen internationalen Turnieren, insbesondere der EURO 2004 in Portugal und enthält darauf basierend eine detaillierte Beschreibung aller polizeilichen Maßnahmen zur WM 2006 in Deutschland auf operativer Ebene.

Im Lagefeld Hooliganismus operierten die deutschen Polizeibehörden besonders erfolgreich mit präventivpolizeilichen Maßnahmen gegenüber den Personen, von denen im Vorfeld der WM 2006 Gewalttätigkeiten drohten. Es wurden gezielte Gefährderansprachen durchgeführt und Meldeauflagen sowie Betretungsverbote, die die Innenstädte und Stadionbereiche betrafen, erteilt. Durch dieses frühzeitige Handeln konnten nennenswerte Auseinandersetzungen zwischen deutschen und ausländischen Problemfans überwiegend verhindert werden.



Der Bereich der Politisch Motivierten Kriminalität war vor allem auf eine aktuelle Gefährdungsbewertung angewiesen, die von den beteiligten nationalen und internationalen Stellen unter





Federführung des BKA jederzeit gewährleistet wurde und die Durchführung der insoweit angemessenen Sicherheitsmaßnahmen ermöglichte. Insgesamt war das Straftatenaufkommen im Bereich der politisch motivierten und der allgemeinen und organisierten Kriminalität im Zusammenhang mit der WM 2006 durchgängig gering.

Während der WM war die Sicherheit in den Stadien trotz kleinerer Störungen (drei so genannte „Flitzer“ und vereinzelt Zünden von pyrotechnischen Gegenständen) überall gewährleistet. Die annähernd 2000 Public-Viewing Veranstaltungen während der WM 2006 in Deutschland haben das Bild dieser WM in der Welt entscheidend geprägt. Von den Besuchern dieser Veranstaltungen gingen keine Störungen größeren Ausmaßes aus. Hierfür waren die von der PG UA FEK entwickelten und durch die IMK beschlossenen Sicherheitsstandards, die in Form von Auflagenbescheiden gegenüber den Veranstaltern einheitlich umgesetzt wurden, wesentliche Grundlage für den Erfolg. Aufgrund des großen Andrangs von Fans aus dem In- und Ausland wurden in zahlreichen Städten die Flächen sogar ausgeweitet. Im Zuständigkeitsbereich der Bundespolizei

wurden temporäre und lageangepasste Schengen-Binnengrenzkontrollen durchgeführt. Dabei wurden Zurückweisungen von Personen fremder Staatsangehörigkeiten, die eine Gefahr für die Sicherheit und Ordnung in Deutschland darstellten, im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten geprüft und durchgesetzt.

Zum Erfolg der Fußball-Weltmeisterschaft hat auch die umfassende internationale Zusammenarbeit mit den ausländischen Teilnehmerstaaten und für die Sicherheitsvorbereitungen wesentlichen Anrainer- und Transitstaaten beigetragen. Die vielfältigen Formen der internationalen Zusammenarbeit während der WM 2006 entsprachen nicht nur der globalen Bedeutung dieses Sportereignisses. Sie machten auch deutlich, dass trotz eindeutiger Sicherheitsverantwortlichkeit des Ausrichterstaates die anlassbezogene Vorbereitung und Durchführung von Sicherheitsmaßnahmen für ein derartiges Großereignis international abgestimmt und gemeinsam umgesetzt werden muss, um erfolgreich zu sein. Neben den bestehenden internationalen Zusammenarbeitsstrukturen und -formen bildeten die in dieser Weise erstmalig konzipierten „Gemeinsamen



Erklärungen“ über die anlassbezogene internationale Kooperation mit den Partnerstaaten eine wichtige Grundlage und einen zusätzlichen Sicherheitsgewinn bei den internationalen Sicherheitsvorbereitungen für die WM 2006. Die Polizeien des Bundes und der Länder haben eng mit den nach Deutschland entsandten Verbindungsbeamten zusammengearbeitet, vor allem die szenekundigen Beamten haben entscheidende Tipps über die Anhänger ihrer jeweiligen Nationalmannschaften an die deutsche Polizei gegeben. Innovativ wurde von der Übertragung hoheitlicher Befugnisse an ausländische Polizeivollzugskräfte im Aufgabenbereich der Bundespolizei sowie von dem Einsatz ausländischer Verbindungsstaatsanwälte aus zwei Teilnehmernationen der WM 2006 Gebrauch gemacht. Die Einsatzkräfte aus 13 europäischen Staaten, die in den originären Aufgaben der Bundespolizei eingesetzt waren, haben hervorragende Arbeit geleistet und waren kompetente Ansprechpartner für ihre Landsleute. Insgesamt haben die über 570 ausländischen Beamten in beratender und unterstützender Funktion einen erheblichen Beitrag zum friedlichen und sicheren Verlauf des Fußballfestes in Deutschland geleistet.

Die Polizei hat mit ihrem Rollenverständnis zur WM 2006 auf Seiten der Sicherheitsbehörden zur positiven Gesamtstimmung entscheidend beigetragen. Priorität besaß der Servicegedanke, die dennoch angemessenen umfassenden Sicherheitsmaßnahmen wurden nicht als belastend empfunden. Das besonnene Verhalten der Polizei hat im In- und Ausland eine positive Resonanz und Anerkennung gefunden.

Das mit insgesamt 22 Kooperationspartnern gemeinsam errichtete Nationale Informations- und Kooperationszentrum (NICC) hat seine Aufgaben der Informationssammlung, -bündelung und -steuerung erfolgreich wahrgenommen. Hierdurch wurde eine jederzeitige „Sprechfähigkeit“ der Bundesregierung im Rahmen der übernommenen Regierungsgarantie „Sicherheit“ gewährleistet. Das NICC, angesiedelt im Bundesministerium des Innern, hat ca. 50 Nationale Lagebilder erstellt und rund 80 Fachbesuche (Einzelpersonen sowie Gruppen) empfangen.

Aufgaben vom Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) sowie der Bundesanstalt Technisches Hilfswerk (THW)

Der Bereich der nichtpolizeilichen Gefahrenabwehr ist umfassend vorbereitet und in vielfältigen Übungen in allen WM-Städten erprobt worden. Während der WM 2006 kam es erfreulicherweise zu keinem Großschadensereignis. Die Leistungsfähigkeit der beteiligten Behörden bewies sich eindrucksvoll in veranstaltungstypischen Anlässen. Hierzu trug in erheblichem Maße das



Musterkonzept Katastrophenschutz bei, welches als Teilkonzept in das Nationale Sicherheitskonzept einfließt. Zielvorgabe war hier, die bestmögliche Versorgung aller betroffenen Besucher und Gäste der WM im Falle einer Katastrophe sicherzustellen. Die für die Feuerwehr, den Rettungsdienst und den Katastrophenschutz vorrangig zuständigen Länder bereiteten sich mit Unterstützung des Bundes, hier insbesondere des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) sowie der Bundesanstalt Technisches Hilfswerk (THW), damit auf wesentlich größere Lagen vor, als es der tägliche Rettungsdienst und die Einsätze der Feuerwehr zur Brandbekämpfung und technischen Hilfe erfordern. Dies galt insbesondere an allen Spielorten und Public-Viewing-Orten, um im größeren Schadensfall schnelle und umfassende Hilfe zu gewährleisten und bei einem Massenansturm von Verletzten die bestmögliche ärztliche und anderweitig notwendige Versorgung sicherzustellen. Weiterer wichtiger Inhalt der Fortschreibung dieses Teilkonzeptes war es sicherzustellen, dass jedes Land in eigener Verantwortung die Personenauskunft im Falle eines Großschadensereignisses gewährleistet.





Das Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) war im Rahmen der WM 2006 mit unterschiedlichen Aufgaben betraut: So unterstützte das BBK die WM-Städte und die Länder bei der umfangreichen Vorbereitung im Bereich der nicht-polizeilichen Gefahrenabwehr. Dazu gehörten insbesondere das Training von Spezialisten und Stäben sowie die Durchführung von Veranstaltungen zu Schwerpunktthemen. Zusätzlich wurden den WM-Städten vorrangig Ausrüstungsgegenstände (Sanitätsmittelbasispakete/ABC-Schutzausrüstung) zur Verfügung gestellt. Während der WM 2006 war das Gemeinsame Melde- und Lagezentrum von Bund und Ländern (GMLZ) über den normalen personellen Ansatz hinaus besetzt, um bei Bedarf u. a. als Vermittler von Engpassressourcen aus dem nationalen sowie aus dem internationalen Bereich zur Verfügung zu stehen.

Das Nationale Sicherheitskonzept sah für das THW in erster Linie die Unterstützung der zuständigen Gefahrenabwehrbehörden bei einem Massenanfall von Verletzten vor. Neben den flächendeckend vorhandenen Einheiten des THW standen hierfür vor allem die Einsatzoptionen Führungsunterstützung, Beleuchtung, Einrichten und Betreiben von Bereitstellungsräumen, Lotsen-/Absperrdienste und Logistik sowie Spezialkräfte verschiedener Ausrichtung zur Verfügung. Einsatzkräfte des THW übernahmen die Versorgung von Behandlungsplätzen mit Strom und Licht, die Unterstützung von Rettungsmaßnahmen, das Einrichten und Betreiben von Bereitstellungsräumen sowie die Verpflegung der Einsatzkräfte. Ortsbezogen

leistete das THW Führungsunterstützung, nahm zum Teil die Sachgebietsleitung in örtlichen Stäben wahr und entsandte Fachberater. An den Spieltagen waren durchschnittlich 700 ehrenamtliche Helfer eingesetzt, die den Großteil der 210 000 geleisteten Einsatzstunden in Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der WM erbracht haben.

Darüber hinaus stellte das THW Spezialkräfte, um im Notfall die Kommunikationsverbindungen aufrechtzuerhalten und unter komplexen Gefährdungslagen Ortung und Gebäudesicherungen durchzuführen. Abseits der Stadien waren ehrenamtliche THW-Kräfte bei Fanfesten und Public-Viewing Veranstaltungen sowie zur Unterstützung der Bundespolizei im Einsatz.

Unterstützung durch die Bundeswehr



Die logistisch-technische Unterstützung durch die Bundeswehr bzw. NATO hat den friedlichen Verlauf der WM 2006 erheblich gefördert: Mehr als 100 Unterstützungsanträge im Bereich der Technischen Amtshilfe verdeutlichen die Notwendigkeit dieser Leistungen. Die Mehrzahl dieser Anträge betraf die sanitätsdienstliche Unterstützung. Weitere Anträge beinhalteten vor allem die Bereitstellung von Unterkünften und Verpflegung für Polizeikräfte des Bundes und der Länder sowie Beratung und technische Unterstützung durch Experten und Kräfte der ABC-Abwehr.

In diesem Zusammenhang kamen circa 1 700 Soldaten aus über 50 Standorten zum Einsatz. Zusätzlich setzte die Bundeswehr weitere



5 300 Soldaten und zivile Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Bereitschaft, um auf mögliche Großschadensereignisse während der WM 2006 vorbereitet zu sein. Aufgrund des unproblematischen Verlaufs der WM 2006 kamen diese zusätzlichen Kräfte nicht zum Einsatz.

Für die vorgesehenen Unterstützungsmöglichkeiten standen grundsätzlich alle nicht durch einen Auslandseinsatz gebundenen Kräfte der Bundeswehr mit ihren Fähigkeiten zur Verfügung.

Auch die Vorbereitungen der Beiträge der Luftwaffe zur Gewährleistung der Sicherheit im Luftraum liefen in Abstimmung mit den weiteren am Nationalen Sicherheitskonzept beteiligten Ressorts zur Unterstützung der zuständigen Polizeidienststellen planmäßig.

Dazu hatte der Bundesminister des Innern die Zustimmung zum Einsatz von AWACS-Luftfahrzeugen im Rahmen der WM 2006 erbeten. Durch ihren Einsatz und den Kräften der fliegenden Luftverteidigung der Luftwaffe konnte der erbetenen Unterstützung bei der Sicherheitsvorsorge im Luftraum für die WM 2006 in ausgewiesenen Gefährdungszeiträumen angemessen Rechnung getragen werden.

Evaluation bestätigt Sicherheitskonzept

Die Sicherheit der WM 2006 setzte eine enge Zusammenarbeit mit dem Veranstalter und dem Ausrichter voraus. Zwischen polizeilicher Sicherheit und organisatorischer Sicherheit bzw. den auf Privatrecht beruhenden Sicherheitsmaßnahmen gab es viele Schnittstellen und wechselseitige Verzahnungen. Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem (privaten) Ausrichter OK FIFA WM 2006 war entscheidend für den friedlichen und sicheren Verlauf der Veranstaltung.

Das Akkreditierungs- und das Ticketingverfahren, welches im Verantwortungsbereich des OK lag, haben sich auch in der Nachbetrachtung der Sicherheitsmaßnahmen als wichtige und wirksame Bausteine innerhalb des Nationalen Sicherheitskonzeptes zur WM 2006 bestätigt.

Auch das Verkehrsmanagement Deutschlands zur WM 2006 besaß stark sicherheitspräventiven Charakter. Durch die zügige und sichere An- und Abreise der Besucher in den Stadien und Public-Viewing-Veranstaltungen konnte eine stressfreie Mobilität erreicht werden, die die Gesamtatmosphäre entscheidend förderte.

Die kontinuierliche Zusammenarbeit mit den Organisationen der Fanbetreuung und den Fanvertretungen im In- und Ausland bereits ab der Konzeptionsphase verbesserte nicht nur das Verständnis und die Akzeptanz der Sicherheitsmaßnahmen. Hierdurch konnte vor allem das gemeinsame Ziel der Sicherheitsarbeit in vielfältiger Weise umgesetzt werden, das Motto der WM „Die Welt zu Gast bei Freunden“ mit Leben zu erfüllen.

Das Nationale Sicherheitskonzept als fortschreibungsfähige Rahmenkonzeption, die durch zahlreiche Teilkonzepte näher ausgestaltet und konkretisiert wurde, hat sich während der WM 2006 hervorragend bewährt. Sämtliche relevanten Handlungsfelder wurden darin erfasst, auch in der Nachbetrachtung ergibt sich keine Regelungslücke. Dies erkennen auch die Partner Deutschlands im Ausland an: Österreich will sich zur Fußball-Europameisterschaft 2008 gemeinsam mit der Schweiz eng an das deutsche WM-Sicherheitskonzept orientieren.

Der Stab Sicherheit WM 2006 im BMI hat die wesentlichen Erkenntnisse aus den Vorbereitungen und der Durchführung der Sicherheitsmaß-





nahmen zur WM 2006 in einem umfassenden Evaluationsbericht zum Nationalen Sicherheitskonzept FIFA WM 2006 niedergelegt. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen nicht nur in die alltägliche Aufgabenwahrnehmung der beteiligten Partner einfließen. Aus den Erfahrungen können auch Folgerungen für die nationalen und internationalen Sicherheitsvorbereitungen von vergleichbaren Großereignissen gewonnen werden.

Verkehrsinfrastruktur, Wegweisung und Verkehrsinformation

Die Einhaltung der Garantie und die intensive Vorbereitung des Bundes gemeinsam mit den Ländern und den Städten waren wesentliche Voraussetzungen dafür, dass trotz hoher Grundlast der WM-Verkehr ohne größere Störungen abgewickelt werden konnte. Wesentlich dafür waren die in allen WM-Städten einheitliche Wegweisung für den öffentlichen Verkehr und den Individualverkehr und die damit erzielte Lenkung der Zuschauerströme auf unterschiedlichen Routen im Straßennetz und deren Verteilung entsprechend den Kapazitäten auf die Verkehrsmittel und Linien des öffentlichen Verkehrs.

Zudem wurden auf Initiative des Bundes Reise- und Verkehrsinformationen für den öffentlichen Verkehr und den Individualverkehr auf der Website der FIFA eingestellt. Aufgrund dieser Informationen, die in deutscher, englischer, französischer und spanischer Sprache zur Verfügung standen, konnten Besucher, von wo auch immer sie anreisten, sich schon vor Beginn ihrer Reise über ihre Reisewege, die Verkehrsmittel und die Verkehrslage in Deutschland informieren und ihren Weg in die Stadien, zu ihren Unterkünften und zu allen denkbaren weiteren Zielen detailliert planen.

Über die FIFA-Website wurden für den öffentlichen Verkehr etwa 300 000 Auskünfte erteilt. Auf die Auskunft für den Individualverkehr wurde etwa 600 000 Mal zugegriffen. Der Verkehrsfunk der ARD hatte sein Angebot auf die WM eingestellt und informierte in verschiedenen Sprachen über die Verkehrslage rund um die Stadien.

Die An- und Abreise zu und von den WM-Spielen lief weitestgehend störungsfrei ab, obwohl bedeutend mehr Besucher in die WM-Städte kamen, als erwartet worden waren. Nicht nur die Stadien waren ausverkauft und nahezu bis auf den letzten



Platz gefüllt. Von Woche zu Woche wuchs zudem der Andrang auf die Public Viewing-Flächen, vor allem bei Spielen mit deutscher Beteiligung. In Berlin waren nach der Erweiterung fast eine Million Besucher auf der Fanmeile, so während der Begegnung Deutschland gegen Italien am 4. Juli in Dortmund und während des Endspiels am 9. Juli in Berlin. Auf den Public Viewing-Plätzen der WM-Städte haben insgesamt etwa 18 Millionen Besucher die Spiele gesehen. Die Public Viewing-Plätze wurden außer in Berlin auch in Hamburg und Gelsenkirchen erweitert. In Leipzig und Frankfurt wurden die WM-Stadien für die öffentliche Übertragung der Spiele in anderen Städten geöffnet. Es war mit einer Million Besucher aus dem Ausland gerechnet worden, tatsächlich sind etwa zwei Millionen aus dem Ausland zur WM nach Deutschland gekommen.

Im Rahmen des planmäßigen Ausbaus und der planmäßigen Erweiterung des Bundesfernstraßennetzes sowie durch das Vorziehen von geplanten Maßnahmen wurden in den Jahren vor der WM insgesamt über 3,7 Milliarden Euro in Maßnahmen investiert, die dem besseren Verkehrsfluss im Bereich der Zufahrten zu den WM-Städten und den Stadien zugute kamen. Für die Zufahrt zu den WM-Städten und die Erschließung der Stadien hatten besondere Bedeutung:

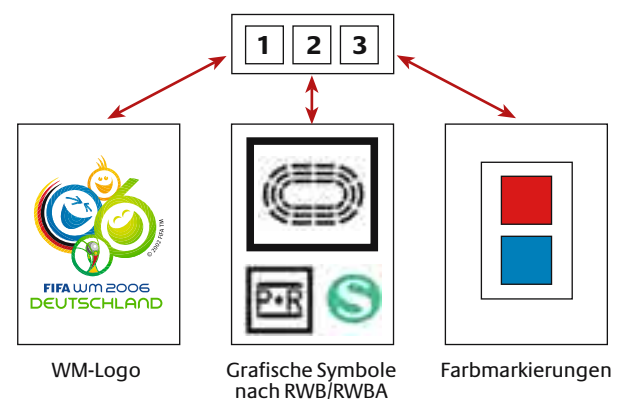
- die Erweiterung der A 9 vom Autobahnkreuz München-Neufahrn bis zum Autobahnkreuz München-Nord sowie vom Autobahnkreuz München-Nord bis zum Frankfurter Ring auf acht bzw. sechs Streifen;
- der Lückenschluss zwischen der A 6 und der A 63 durch den vierstreifigen Neubau der A 63 von der Anschlussstelle Kaiserslautern-Ost bis zur Anschlussstelle Sembach;
- die Erweiterung der A 2 auf sechs Streifen von der Anschlussstelle Essen-Gladbeck bis zur Anschlussstelle Herten.

Das Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen hatte die Obersten Straßenbaubehörden der Länder gebeten, vom 4. Juni 2006 bis zum 16. Juli 2006 in einem Radius von 50 km um die Austragungsorte der WM 2006 keine länger



andauernden Bauarbeiten im Bundesautobahnnetz durchzuführen. Ausnahmen sollten nur möglich sein, wenn Arbeiten für die Wahrung der Verkehrssicherheit unbedingt nötig waren oder wenn der Bauablauf eine Unterbrechung nicht zuließ.

Die Beschilderung im Bundesfernstraßennetz und in den städtischen Straßennetzen hat die Zuschauer – orientiert an den Sitzplätzen – gezielt in die für sie vorgesehenen Sektoren der Stadien gelenkt. Für die farblich unterschiedenen Sitzplatzbereiche wurden unterschiedliche Routen vorgegeben. Dadurch wurde der zu- und abfließende Verkehr entzerrt. Neben den Ausbau- und Erweiterungsmaßnahmen hat dieses Beschilderungssystem wesentlich dazu beigetragen, dass Anreise- und Abreiseverkehre in den städtischen und den überörtlichen Straßennetzen flüssig abgewickelt werden konnten und vereinzelte Staus nur bei der Abreise und auch dort nur in der engeren Umgebung der Stadien aufgetreten sind.



Erhebliche Investitionen in das Bundesschienenwegenetz haben die Reisezeiten der Deutschen Bahn AG (DB AG) in den letzten Jahren deutlich verkürzt. Auf den Strecken zwischen den WM-Städten waren die Reisezeitangebote der DB AG weitgehend konkurrenzlos, z. B.:

Strecke	Fahrzeit
Köln – Frankfurt:	70 Minuten
Leipzig – Berlin:	66 Minuten
München – Nürnberg:	78 Minuten
Hannover – Berlin:	96 Minuten
Hamburg – Berlin:	93 Minuten

Die Hauptbahnhöfe in Leipzig, Nürnberg, Köln, Hannover, Kaiserslautern, Gelsenkirchen und der Berliner Ostbahnhof wurden modernisiert. Kurz vor der WM 2006 wurden die Nord-Süd-Verbindung mit dem Berliner Hauptbahnhof, als größtem europäischen Kreuzungsbahnhof, und die Berliner Bahnhöfe Südkreuz, Potsdamer Platz und Gesundbrunnen in Betrieb genommen. Die Fahrzeit zwischen München und Nürnberg konnte wesentlich verkürzt werden, weil die Neubaustrecke von Ingolstadt nach Nürnberg rechtzeitig vor der WM in Betrieb genommen wurde.

Die DB AG beförderte während der WM etwa 15 Millionen zusätzliche Reisende. Sie setzte dazu 370 zusätzliche Züge im Fernverkehr und etwa 10 000 zusätzliche Züge im Nahverkehr ein. Die DB AG hat mit diesem Serviceangebot wesentlich dazu beigetragen, dass Staus in den Städten und auf Bundesautobahnen weitgehend vermieden werden konnten. In den WM-Bahnhöfen und in den Zügen, die ausländische WM-Besucher

beförderten, wurden die Reisenden mehrsprachig begrüßt. Die Ansagen wurden abgestimmt auf die Spielpaarungen in den jeweiligen Landessprachen Japanisch, Koreanisch, Portugiesisch, Spanisch, Arabisch und Farsi durchgegeben. Für die Lenkung der Reisenden war ein besonderes Wegeleitsystem zu den Stadien eingerichtet. An speziellen Welcome Desks standen rund um die Uhr Servicekräfte zur Verfügung, die den WM-Gästen mit Rat und Tat halfen. Insgesamt waren bei der DB AG rund 30 000 Kräfte unmittelbar im WM-Einsatz.

Das Organisationskomitee der FIFA und die Bundesregierung hatten das Ziel, mindestens die Hälfte der Zuschauer mit dem öffentlichen Verkehr zu den Stadien zu befördern. Die Verkehrsverbünde und Verkehrsunternehmen der Städte stellten im öffentlichen Personennahverkehr nicht nur die dafür erforderlichen Kapazitäten zur Verfügung; der Anteil von 50 Prozent am Stadionverkehr wurde vielmehr in fast allen WM-Städten deutlich übertroffen.

In allen Austragungsorten haben Investitionen in die kommunale Verkehrsinfrastruktur dazu beigetragen, dass die Anbindung des Stadions durch den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) wesentlich verbessert wurde. Der Bund trug einen maßgeblichen Anteil an der Finanzierung dieser Baumaßnahmen, die mit Mitteln des Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetzes (GVFG) und mit Mitteln nach dem Bundesschienenwegeausbaugesetz gefördert wurden. Mit Mitteln aus dem GVFG-Bundesprogramm wurden Baumaßnahmen in Hannover, Leipzig, Köln und



Kaiserslautern finanziert. Durch die baulichen Verbesserungen wurden die Kapazitäten erhöht und der Reisekomfort gesteigert. Sie waren eine Voraussetzung dafür, dass in vielen Städten 70 Prozent der Zuschauer und sogar noch mehr mit S-Bahnen, U-Bahnen oder Straßenbahnen in die Stadien gefahren sind.

Bundesligaspielen – in geringerem Umfang in Anspruch genommen. Nicht zuletzt führte weniger Kraftfahrzeugverkehr in Stadionnähe auch dazu, dass die Sicherheitssituation besser beherrscht werden konnte. Insgesamt sind von den circa drei Millionen Zuschauern etwa zwei Millionen mit Bahnen und Bussen in die Stadien gefahren.



Diese Baumaßnahmen dienten aber nicht nur dem WM-Verkehr, sondern führen zu einer nachhaltigen Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs in den Städten. Ebenso sind die Ausbau- und Erweiterungsmaßnahmen im Bundesfernstraßennetz und im Schienennetz sowie die Modernisierung und der Neubau von Bahnhöfen der DB AG nachhaltig wirksam.

Um allen Zuschauern einen stressfreien, komfortablen, schnellen und umweltfreundlichen Weg zum Stadion anzubieten, konnte die Eintrittskarte zum Stadion zugleich als Fahrkarte für den öffentlichen Personennahverkehr genutzt werden (Kombiticket). Zum ersten Mal wurde ein solches Angebot bei einem sportlichen Großereignis dieser Art zur Verfügung gestellt. Das Kombiticket war ein Anreiz, S-Bahnen, U-Bahnen, Straßenbahnen und Busse für den Weg in das Stadion zu nutzen. Es ermutigte vor allem die aus dem Stadtzentrum anreisenden Zuschauer, den ÖPNV zu nutzen, führte zu einem deutlich höheren Anteil des ÖPNV am Stadionverkehr und trug damit zum Umweltschutz bei. Die Straßen und die Parkplätze im Umfeld der Stadien wurden – etwa im Vergleich zu

Die Fahrberechtigung mit dem Kombiticket galt nicht nur für die Fahrt zum Stadion sondern für alle Fahrten im Gebiet des betroffenen Verkehrsverbundes (in Kaiserslautern galt sie sogar für das gesamte Gebiet von Rheinland Pfalz/Saarland; in Berlin allerdings nur für die Tarifbereiche A, B, und C). Sie erlaubte die Nutzung des ÖPNV am Spieltag vom Betriebsbeginn des Spieletages bis zum Betriebsbeginn des Folgetages und schloss die Nutzung aller Nachtverkehrsangebote ein. Die Zuschauer konnten also am Spieltag die Angebote des öffentlichen Nahverkehrs nutzen, ohne ein Beförderungsentgelt zahlen zu müssen, und so die Stadt und deren Umgebung kennen lernen.

Um den Zuschauern auf dem Weg in das Stadion die Orientierung zu erleichtern, wurde von der DB AG und den Unternehmen des öffentlichen Personennahverkehrs die für den Individualverkehr entwickelte wegweisende Beschilderung übernommen. Damit konnten die Zuschauer das für sie vorgesehene Verkehrsmittel oder die für sie vorgesehene Linie für die Fahrt vom Hauptbahnhof oder dem Stadtzentrum aus zu den Stadien wählen. So konnten die eingesetzten Beförde-





rungsmittel ihren Kapazitäten entsprechend ausgelastet werden.

Bis zu 90 Prozent der Besucher der Fanmeilen und Public Viewing-Plätze reisten mit Bussen und Bahnen an. Das galt selbst dann, wenn diese Ziele nicht in der Innenstadt lagen, wo Parkflächen fehlen, sondern sich am Stadtrand befanden, wie etwa in Gelsenkirchen. Wegen der starken Nachfrage nach Beförderungen haben die Unternehmen des ÖPNV die Takte verdichtet, den Verkehr bis in die Nachstunden verlängert und zusätzliche Busse und Bahnen eingesetzt.

Für die WM wurden zusätzliche Starts und Landungen in größerem Umfang abgewickelt. Wesentliche Probleme sind dabei nicht aufgetreten. Aufgrund der WM hat der Frankfurter Flughafen im Juni 360 000 Passagiere zusätzlich abgefertigt. Der Flughafen München verzeichnete während der WM 1 400 Sonderflüge, der Flughafen Dortmund 1 100.

Nach dem Endspiel in der Nacht vom 9. Juli auf den 10. Juli und am 10. Juli war der Berliner Luftraum überlastet. Auf dem Flughafen Tempelhof wurden in der Nacht vom 9. Juli auf den 10. Juli zwischen 22:00 Uhr und 6:00 Uhr 125 Flugbewegungen gezählt. Wegen der Verlängerung der Spielzeit verzögerten sich die Starts bis 5:00 Uhr. Am 10. Juli wurden zwischen 6:00 Uhr und 22:00 Uhr 525 Flugbewegungen gezählt. Der Flughafen Tegel verzeichnete am Montag nach dem Endspiel 546 Flugbewegungen; das sind etwa 25 Prozent mehr als an sonstigen Montagen.



Das zunächst vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), dann vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) betreute Verkehrsforschungsprojekt SOCCER, bei dem während der WM in den Städten Berlin, Stuttgart und Köln zusätzliche Verkehrsdaten über neue luftgestützte Datenerhebungsverfahren des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR) gewonnen und mit terrestrischen Datenquellen verschmolzen wurden, hat seine Ziele voll erreicht. In Köln sollten durch den Einsatz der DLR-Technologie in einem Zeppelin die An- und Abreisezeiten zum und vom Stadion deutlich reduziert worden sein (sonst 2–3 Stunden; jetzt ca. 1 Stunde). Ebenso in Berlin (Erhebung per Flugzeug) und Stuttgart (per Hubschrauber) wurde das Projekt als erfolgreich bezeichnet; auch hier soll mit der neuen Technologie bei künftigen Großveranstaltungen der Verkehrsablauf optimiert werden.

Der Deutsche Wetterdienst (DWD) hat die WM im Auftrag des Organisationskomitees meteorologisch betreut. Alle teilnehmenden Mannschaften erhielten detaillierte Wettervorhersagen, die ständig aktualisiert wurden.

Protokollarische Wahrnehmung

Die Durchführung internationaler Sportgroßveranstaltungen ist immer auch mit der Präsenz des Gastgeberlandes durch seine politischen Repräsentanten und einer angemessenen protokollarischen Wahrnehmung internationaler Staatsgäste verbunden. Vor diesem Hintergrund bestand die Notwendigkeit zur Entwicklung eines Konzeptes zur protokollarischen Wahrnehmung von aus-



ländischen Staatsgästen und hohen staatlichen Repräsentanten aus dem Inland.

Unter Beteiligung der Verfassungsorgane des Bundes und unter Federführung des Bundesministeriums des Innern (Protokoll Inland in Kooperation mit Stab Fußball-WM 2006) wurde bereits im Jahre 2004 das Protokollkonzept des Bundes erarbeitet (vgl. Anhang VI). Es definierte den protokollarisch wahrzunehmenden Personenkreis, es beschrieb die zu treffenden Maßnahmen, legte die Verantwortlichkeiten fest und sollte als Arbeitsgrundlage für alle Beteiligten gelten. Es stellte Empfehlungen an das OK dar, das unter anderem für die Ausgestaltung des Protokolls in den WM-Stadien verantwortlich war.

Das Protokollkonzept wurde zwischen dem Bund, dem OK und den mit WM-Städten vertretenen Ländern abgestimmt. Es fand bereits zum Confederations Cup 2005 Anwendung.

Im November 2005 fand im Auswärtigen Amt eine Informationsveranstaltung für die diplomatischen Vertretungen in Deutschland statt, in der die Kernpunkte des Protokollkonzepts erläutert wurden. Die deutschen Auslandsvertretungen

wurden im Januar 2006 über das anzuwendende Verfahren durch einen Erlass des Auswärtigen Amtes informiert.

Nach einer Auswertung der während des Confederations Cup 2005 gemachten Erfahrungen wurde das Konzept in einigen Bereichen angepasst und im März 2006 gemeinsam mit dem OK den Protokollen des Bundes und der Länder sowie Vertretern der WM-Städte abschließend vorgestellt.

Das Protokollkonzept des Bundes hat sich erfolgreich bewährt. Das OK hat die darin zum Ausdruck gebrachten protokollarischen Erfordernisse des Bundes entsprechend umgesetzt. Bei nahezu jedem der 64 WM-Spiele waren hochrangige politische Vertreter aus dem Ausland anwesend, teils auf eigene Veranlassung, teils auf Einladung des Bundes. Das Ziel, bei jedem WM-Spiel die Präsenz des Gastgeberlandes durch die Anwesenheit eines Mitglieds der Bundesregierung zu gewährleisten, konnte nahezu erreicht werden. Von den 64 Spielen war die Bundesregierung lediglich bei drei Spielen nicht präsent, bei elf Spielen beschränkte sich die Präsenz auf die Ebene der Staatsminister bzw. Staatssekretäre. Auch der Bundespräsident



und die anderen Verfassungsorgane des Bundes waren bei diversen WM-Spielen zugegen.

Das Protokoll des Auswärtigen Amtes koordinierte die Kartenanfragen von und die Kartenvergabe an ausländische Regierungsvertreter und betreute darüber hinaus die ausländischen Staats- und Regierungschefs, Außenminister sowie Repräsentanten Internationaler Organisationen im Rahmen des Protokollkonzepts der Bundesregierung.

Einlösung der Regierungsgarantien durch das Organisationskomitee:

Internationales Fernsehzentrum (IBC)

Nachdem sich fünf Städte (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Leipzig, München) als Standort des Internationalen Fernsehzentrums (IBC) beworben hatten, fiel die Entscheidung pro München schon am 15. April 2002. Auf dem Gelände der neuen Messe wurde eine Fläche von 40 000 Quadratmetern zur Verfügung gestellt. Dieser Passus aus dem FIFA-Pflichtenheft musste mit erheblichem



Vorlauf bereits zum 1. Dezember 2005 erfüllt werden. Ein Vertrag zwischen dem OK und der Messe München regelte die Modalitäten, besonders die komplette technische Aufrüstung des gesamten Komplexes. Die TV-Bilder aus den zwölf Stadien wurden zunächst nach München und von dort in die ganze Welt geschickt. Hinzu kam, dass viele Fernsehanstalten dort ihre Studios einrichteten, des weiteren fand vor dem Eröffnungsspiel der FIFA-Kongress auf dem Messegelände statt.

Insgesamt entstand, auf drei Hallen verteilt, ein Ambiente, wie es die Vertreter der elektronischen Medien noch bei keiner Welt- und Europameisterschaft oder Olympischen Spielen erlebt hatten – ebenso funktional wie weiträumig, dazu hell und freundlich mit (leicht) bayerischem Einschlag. Es gab in den zwei Monaten des Kernbetriebs nicht eine einzige Panne größeren Ausmaßes, was für die gute Vorbereitung und technische Ausstattung spricht. Zentral betreut wurde das IBC durch die Produktionsfirma Hostbroadcast-Services (HBS), einer hundertprozentigen Tochter der Infront AG, in deren Besitz die TV-Rechte der WM 2006 lagen.

Medienzentren

An jedem Spielort, so die klare Vorgabe der FIFA, war ein eigenes Medienzentrum mit einer Fläche von mindestens 3 000 Quadratmetern einzurichten. Die Umsetzung gelang sehr unterschiedlich. In Frankfurt, Hamburg, Kaiserslautern und München war die Integration in die jeweiligen Stadien möglich, Zelte wurden gebaut in Berlin, Gelsenkirchen, Köln und Stuttgart, während in Dortmund (Westfalenhalle), Hannover (Schwimmhalle), Leipzig (Sportforum) und Nürnberg (Eisstadion) angrenzende Gebäude gemietet und umfunktionierte werden konnten. Entscheidend für die Lage der Stadion-Media-Center (SMC) war, dass die Berichtersteller schnell und unkompliziert ihre Plätze auf der Tribüne erreichen konnten. In den Zentren waren Hunderte von Arbeitsplätzen eingerichtet, die an den Spieltagen auch zu 100 Prozent genutzt wurden, an den spielfreien Tagen allerdings nur spärlich. Die Services gehörten zum Standard: Reisebüro, Zeitungskiosk, Bankschalter, Telekom-Angebote sowie verschiedene Help-Desks. Die Büros der Medienverantwortlichen von FIFA und OK waren integriert. Die Fotografen hatten zusätzliche Arbeitsräume, die durchweg nahe am Zugang zum Spielfeld lagen.





Telekommunikation

Die Deutsche Telekom (DTAG) erfüllte während der WM eine ganz zentrale Rolle. Zum einen als exklusiver Partner im TV-Bereich mit der Bereitstellung aller Glasfaserkabel von den Stadion ins Fernsehzentrum München, von dort aus dann über bereits ständig eingerichtete Kabelwege in alle Welt. Zum anderen für die technische Ausstattung der Stadien (vgl. dazu auch Kap. 1.1.3 Einlösung der Regierungsgarantie durch die Deutsche Telekom AG). Im Vergleich zu normalen Bundesligaspielen mussten die Medientribünen erheblich erweitert werden, was in der Praxis bedeutete, dass bis zu 300 Kommentatoren-Positionen und bis zu 2000 Plätze für die schreibende Presse mit Telefonleitungen und Internet-Anschlüssen auszustatten waren. Geregelt wurde dies über einen Generalvertrag zwischen der DTAG und dem OK, was die Stadionbetreiber von der Pflicht befreite, eine Ausschreibung durchzuführen, und für das OK den Vorteil brachte, nur einen einzigen Dienstleister in diesem wichtigen Bereich zu haben. Leichte Kritik gab es wegen der Tarife für die temporären Telefonanschlüsse und Internet-Zugänge, obwohl

diese deutlich unter dem Niveau der EURO 2004 in Portugal und den letzten Olympischen Spielen in Athen lagen. Herauszuheben ist der gute Service der DTAG durch Personal vor Ort.

Ticketing

Das komplexe Thema des Kartenverkaufs kann zusammenfassend eindeutig als Erfolgsgeschichte bilanziert werden. Das OK hatte von Beginn an die feste Absicht, federführend für das Ticketing Verantwortung zu tragen und sämtliche Abläufe unter Berücksichtigung der FIFA-Reglemente und -vorgaben gestalten zu können. Nachdem eine entsprechende Vereinbarung mit der FIFA im August 2003 geschlossen werden konnte, erfolgte im nächsten großen Schritt die Auswahl eines Dienstleisters, der in der Lage sein musste, den extrem hohen technologischen und organisatorischen Anforderungen zu entsprechen. Mit CTS Eventim, dem führenden Ticketing-Provider Deutschlands und Europas, konnte dieser Partner schließlich unter Vertrag genommen werden.





In einem langwierigen, schwierigen Arbeitsprozess in einem äußerst komplexen Umfeld gelang es schließlich, die Voraussetzungen zu schaffen, um allen Zielsetzungen gerecht zu werden.

Dazu zählte ein Verkauf sämtlicher Tickets, aber auch zu gewährleisten, die verkauften Plätze vollständig zu füllen, eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen, ein faires Preisgefüge zu schaffen und möglichst wenige technische Pannen zuzulassen.

Auch Innovation gehörte zu den hochgesteckten Zielen: die Ausstattung aller Stadien mit elektronischen Zutrittskontrollsystemen und die Produktion von Tickets mit implementierten RFID-Chips, um die Datenerfassung und somit auch die Umsetzung der geforderten Sicherheitsgarantien zu ermöglichen. Und organisatorisch innovativ gab es erstmals die sogenannten „Optionstickets“, die eine flexible Handhabung des Kartenverkaufs ermöglichten.

Trotz diverser Kritik von Konsumenten- und Datenschützern kann in der Gesamtbetrachtung das Ticketing aus Sicht des OK mit großer Zufriedenheit in die Geschichtsbücher der WM 2006 eingehen.

Preispolitik

Eine faire, transparente Preispolitik zählte nicht nur zu den zu erfüllenden Regierungsgarantien sondern auch zu den Bestrebungen des OK. Auch hier wurden in größten Teilen Erfolge verbucht und ein positiver Image-Beitrag erzielt. An dieser Stelle ist auch der Unterbringungsbereich zu erwähnen, der angestrebte Durchschnittspreis pro Zimmer von 190 Euro konnte bis zum Turnierende gehalten werden.

Als weiteres wichtiges Element ist die schon erwähnte Preispolitik beim Ticketing anzuführen, wo das OK die FIFA in intensiven Gesprächen davon überzeugen konnte, dass ein moderates Preisgefüge und die Einführung einer Fan-Kategorie vier (ab 35 Euro) unabdingbar sind, um Kundenzufriedenheit zu erzielen.

Aber auch durch ein vernünftiges Preisgefüge im Public Catering in den Stadien hat das OK Sorge getragen, wie insgesamt über das gesamte Bundesgebiet kein Bild von Preistreiberei entstanden ist.

Hymnen und Fahnen

Die Verwendung der offiziellen Hymnen der Teilnehmerländer sind ein besonders strittiger Punkt für die Organisation. Die ursprünglichen Überlegungen des OK, die Hymnen über Musikkapellen abspielen zu lassen, um den offiziellen



Charakter und die feierliche Stimmung zusätzlich zu erhöhen und zu dokumentieren, wurden allerdings von der FIFA aus organisatorischen Gründen nicht unterstützt. Somit erfolgte das Abspielen der Hymnen ausschließlich vom Band, was wiederum das Risiko fehlerhafter Melodien oder ungenauer Organisationsabläufe nahezu ausschloss.

Ähnliche Sorgfalt ist bei den offiziellen Fahnen geboten. Hauptbereiche für den Einsatz waren die protokollarische Beflaggung der Stadien, die Dekoration der offiziellen Teambusse sowie die unterschiedlichen Printprodukte.

Medizinische Versorgung und Doping

Zur Umsetzung der Regierungsgarantien in diesem Bereich wurden einige Schwerpunkte in personeller und organisatorischer Hinsicht gebildet. Mit der frühzeitigen Verpflichtung von Prof. Wilfried Kindermann konnte das entsprechende Know-how aus Großveranstaltungen gesichert werden, um eine geeignete Aufbauorganisation mit lokalen medizinischen Verantwortlichen (LOC Medical Officers) zu schaffen.

Die Einrichtung von medizinischen Räumen in den Stadien (Behandlungsräume) und offiziellen Hotels sowie die Festlegung von Kliniken für 24-Stunden-Notfalldienst in allen Spielorten für die zu versorgenden Zielgruppen (Spieler/Betreuer, Schiedsrichter, Offizielle, Ehrengäste, Medien, Zuschauer) bildeten weitere Elemente.

Speziell für die Versorgung der Zuschauer in den Stadien wurde mit dem Deutschen Roten Kreuz (DRK) ein Generalvertrag abgeschlossen. Vom DRK sowie deren Kooperationspartnern kamen bei den 64 Spielen ca. 8 000 Sanitäter zum Einsatz. Für das OK waren für die Versorgung in den zwölf Stadien sowie der Team Base Camps insgesamt 200 Ärzte tätig.

Die Durchführung der Dopingkontrollen ist gemäß der FIFA Bestimmungen alleinige Aufgabe der FIFA-Ärzte. Für den Transport der Dopingproben in die Institute Kreischa und Köln wurde ein detaillierter Plan für alle 64 Spiele erstellt. Der Transport selbst wurde durch die Firma TNT durchgeführt.

Einlösung der Regierungsgarantie durch die Deutschen Telekom (DTAG)

Auftrag der DTAG war die Bereitstellung der Kommunikationskernfunktionen rund um die WM 2006. Daraus resultierte eine Ausnahmestellung: Drei Viertel aller ICT-Leistungen wurden von der Deutschen Telekom erbracht, um die WM einerseits auf medial höchstem Niveau nach außen zu transportieren und andererseits Organisation und Sicherheit des Turniers zu gewährleisten. Parallel nutzte die DTAG das Marktumfeld, um sich als attraktiver Partner für Club-, Arena- und Event-Management zu präsentieren.

Die DTAG und ihre Geschäftsfelder Breitband/Festnetz (T-Com/T-Online), Mobilfunk (T-Mobile) und Geschäftskunden (T-Systems) erfüllten dabei ihre drei Hauptziele in vollem Umfang: Steigerung der Wertschöpfung durch ein deutlich positives Ergebnis (350 Millionen Euro WM-Umsatz), Steigerung von Image und Bekanntheit durch erfolgreiche Penetration der Markenattribute sowie Steigerung der Mitarbeitermotivation durch neue Wege in der internen Kommunikation. In der öffentlichen Wahrnehmung gelang es der Deutschen Telekom als einzigem Newcomer, sich in der Spitze der arrierten Fußball- und FIFA-Partner zu etablieren.

Der Fokus der DTAG bei der WM 2006 lag auf folgenden Schwerpunkten:

- Alle zwölf WM-Arenen sowie die außerhalb der Stadien liegenden Organisationsbereiche (Internationales Broadcastzentrum, Internationales Pressezentrum, FIFA HQ, Hotels etc.) wurden an die Glasfaserhochgeschwindigkeits-



netze der DTAG angeschlossen. Damit wurden zugleich eine hohe Ausfallsicherheit und die Bereitstellung von hohen Bandbreiten in allen Organisationsbereichen garantiert. Alle Stadien waren doppelt gegen Störfälle abgesichert. Während der WM gab es keinen einzigen Krisenfall.

- In den Rechenzentren der DTAG wurden die für die Durchführung und Organisation des Turniers benötigten Softwareapplikationen (Transport, Logistik, Volunteers, Results, Unterbringung) auf einer hochverfügbaren und gedoppelten Hardwareplattform betrieben. Die Bewährungsprobe hatte bei der Akquisition der freiwilligen Helfer zum Confederations Cup 2005 stattgefunden. Bis Mitte November 2004 ließen sich ca. 9 000 freiwillige Helfer zum Confederations Cup 2005 auf dieser Hardwareplattform registrieren.
- Um den gesicherten und schnellen Datentransport dieser FIFA-Applikationen zu garantieren, erarbeitete die DTAG ein innovatives Netzwerkkonzept und setzte es bereits zum Confederations Cup 2005 um. Der FIFA stand auf Basis aktueller Sicherheitsstandards ein dediziertes Netz in jeder Zugangsgeschwindigkeit (64 kBit/s – 622 MBit/s) mit jeder Zugangstechnologie (analog, IDSN, DSL, X.25, UMTS, GPRS, STM1-4) an jedem Ort der Welt zur Verfügung.
- Im Bereich der Rundfunk- und Fernsehübertragung erstellte die DTAG (T-Systems, Media & Broadcast) das komplette Netzwerk für die Übertragung der TV-Signale aus den Stadien zum internationalen Broadcastzentrum (IBC) in München mit jeweils drei voneinander unabhängigen Leitungen. Das Novum dieser WM: alle 64 Spiele wurden sowohl in der Standardnorm SD als auch in der hochauflösenden Zukunftsnorm HDTV übertragen. Darüber hinaus transportierte die DTAG diese TV-Signale über ein weltweit umspannendes Satelliten- und Glasfasernetz im Auftrag der Sendeanstalten in 206 Länder. Kumuliert verfolgte die Rekordzahl von 35 Milliarden Menschen die WM per TV. Allein das Finale verfolgten 1,5 Milliarden Menschen weltweit live am TV mit.
- Weitere Premieren: Erstmals war eine Fußball-WM in der neuen terrestrischen Übertragungstechnik DVB-T („Überall-Fernsehen“) zugänglich. Erstmals gab es komplette TV-Liveübertragungen von 20 WM-Spielen aufs Handy („MobileTV“), darunter alle deutschen Spiele und alle Spiele ab den Viertelfinals.
- Um die zu erwartenden Besucherströme zur WM gezielt und schnell an die jeweiligen Austragungsorte zu führen, wurde von der DTAG in enger Kooperation mit einigen Kommunen, der FIFA und dem OK ein leistungsfähiges und modernes Verkehrsleitsystem entwickelt und installiert. Es leitete die aufkommenden Verkehrsströme zu den jeweiligen Veranstaltungsorten proaktiv und vorausschauend.
- Im Bereich des Mobilfunks hat die DTAG einen wichtigen Infrastrukturbeitrag für den angestrebten, möglichst reibungslosen Ablauf der Veranstaltungen geleistet. Sie versorgte die Zuschauer, die öffentlichen und privaten Sicherheitskräfte, die Gesundheitsdienste, die Medien, die FIFA und andere an der WM Beteiligte basierend auf den Techniken GSM, GPRS und UMTS mit Bandbreiten von 9,6 kbit/s





bis 1,5 Mbit/s sowie teilweise auch mit WLAN qualitativ hochwertig und lückenlos. Das betraf die zwölf Stadien mit der direkten Umgebung und den Zufahrts- und Zugangsbereichen, die Trainingsstätten und die Mannschaftsunterkünfte. Bis zum Ende des 1. Quartals 2006 waren Anpassungen der Kapazität, sowie auch teilweise der Austausch vorhandener Technik gegen Einrichtungen der neuesten Generation erfolgt.

- Im Außenauftritt sorgte die Telekom mit 1,6 Millionen „Welcome-Trikots“, dem „größten Nationalteam aller Zeiten“ und dem FIFA WM-Wahrzeichen in Berlin für die aufmerksamkeitsstärksten Aktionen der WM 2006. 368 Millionen Bruttokontakte brachte allein der Kampagnenstart zum „größten Nationalteam aller Zeiten“ am 8. Dezember 2005 in Leipzig. Über 300 Millionen Kontakte generierte die Umgestaltung der Besucherkuppel des Berliner Fernsehturms in einen überdimensionalen magenta-silberfarbenen Ball. Diese Aktion wurde von der Fachzeitschrift HORIZONT zur „Innovationskampagne des Jahres 2006“ gekürt.

Projekte der Ressorts

Die Ressorts der Bundesregierung wirkten in verschiedenen Handlungsfeldern wie Akkreditierung, Journalistenbetreuung, Umweltschutz, Protokoll, Sonderaktionen (z. B. Münzen und Briefmarken), Gesundheit, Tourismus, Verbraucherschutz, Markenschutz, Logistische Unterstützung, Sportpolitik/Sportwissenschaft, Kunst und Kultur sowie Schul- und Jugendkampagnen mit. Die Bilanz fällt positiv aus:

Ökologische Nachhaltigkeit mit Green Goal erreicht



Mit Green Goal, dem Umweltprogramm der WM 2006 ist es erstmals gelungen, ein Konzept für eine Sportgroßveranstaltung im Fußballbereich

umzusetzen. Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) hat das Projekt des Organisationskomitees in beratender Funktion bei der Entwicklung und Umsetzung begleitet.



Zur WM in Deutschland wurden erstmals in der WM-Geschichte mit Green Goal für die Bereiche Energie, Wasser, Abfall und Mobilität und zusätzlich dem Klimaschutz messbare Umweltschutzziele vereinbart. Gleichwohl die Stadionplanungen bei Start des Projekts schon weit fortgeschritten waren, konnten zusätzlich zu den bereits bestehenden Maßnahmen noch viele weitere Umweltschutzprojekte realisiert werden. Das reicht vom Bau und Planung von Solaranlagen über weitergehende Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz bis hin zu dem Bau von Regenwasserzisternen und der Installation von wasserfreien bzw. wassersparenden Armaturen und Anlagen. Darüber hinaus konnte die generelle Umweltmanagementkompetenz in den Stadien gestärkt werden. München und Nürnberg sind europaweit die ersten Stadien, die nach dem Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) zertifiziert sind.

Eines der wichtigsten Ziele war die Klimaneutralität. Die WM in Deutschland wurde erstmalig in der Geschichte der Fußball-Weltmeisterschaften klimaneutral realisiert. Es ist weltweit erstmalig gelungen, die nicht zu vermeidenden Kohlendioxidemissionen in Deutschland in der Höhe von ca. 100 000 Tonnen, die durch die WM 2006 verursacht wurden, über Gold Standard Projekte in Indien und Südafrika zu kompensieren. Die Finanzierung dieser Klimaschutzprojekte in Höhe von 1,2 Mio. Euro wurde durch das finanzielle Engagement des Organisationskomitees, der FIFA und von Sponsoren gesichert.

Weiterhin konnten im Rahmen von Green Goal die drei größten Solaranlagen zur Stromerzeugung im Fußballbereich in Deutschland installiert werden. Bis Juni 2006 sind mit Green Goal in den WM-Stadien und WM-Städten Photovoltaik-Anlagen mit einer Leistung von in der Summe über 2 800 Kilowatt-Peak (Spitzenleistung) errichtet worden. Das entspricht einer Fläche in der Größenordnung von über 20 000 m² und reicht aus, um rechnerisch den kompletten jährlichen Strombedarf eines Stadions zu decken.

Die Stadien, Medienzentren und Hospitality-Bereiche hatten während der vierwöchigen WM einen Strombedarf von annähernd 13 Mio. Kilowattstunden,

was etwa dem Jahresverbrauch von 4 000 Einfamilienhäusern entspricht. Mit einer für die WM entwickelten „Substitutionslösung“ wurden 13 Mio. Kilowattstunden zertifizierter Ökostrom aus Wasserkraftwerken in der Schweiz ins deutsche Netz eingespeist und dem Stromverbrauch für die WM zugeordnet. Damit wurde das Ziel zur Nutzung



regenerativer Energien erfolgreich umgesetzt. Schon der erste Eindruck während der WM zeigte: Für Fußballspiele und eine derartige Großveranstaltung haben sich die Stadien ausgesprochen sauber und mit vergleichsweise wenig Littering präsentiert. Garant dafür war der Mehrwegbecher, der erstmals im Rahmen von Green Goal bei einer Fußball-Weltmeisterschaft beim Getränkeauschank eingesetzt wurde. Der Mehrwegbecher war auch die wichtigste Maßnahme zur Abfallvermeidung – vor allem auch im Hinblick auf den Vorbildcharakter für den Bundesligabetrieb und andere Sportgroßveranstaltungen.



Mit dem Kombiticket konnten alle WM-Besucher am jeweiligen Spieltag kostenlos die öffentlichen Verkehrsmittel am Spielort benutzen. Ein Novum bei Fußball-Welt- und Europameisterschaften, das von weit mehr Besuchern angenommen wurde als erwartet. Nur ein Viertel der Zuschauer ist überhaupt noch mit dem eigenen Auto zu den Stadien gereist. Alle anderen kamen mit Bus und Bahn oder beispielsweise auch zu Fuß und haben damit zur Erreichung des Ziels – 50 Prozent ÖPNV-Nutzung – beigetragen.

In vier WM-Stadien wurden Regenwasserzisternen gebaut. Darunter in Berlin mit einem Volumen von ca. 1.700 m³ die größte Zisterne in der europäischen Fußballwelt. Zusammen mit der Oberflächenwasser- und Brunnenwassernutzung konnte so in der Hälfte aller WM-Stadien auf die Verwendung von Trinkwasser für die Spielfeldberegnung, auf die der größte Wasserbedarf der Stadien entfällt, verzichtet werden. Weiterhin haben Trockenurinale zum Wasser sparen beigetragen. Durch die jährlichen Einsparungen von ca. 42.000 m³ Trinkwasser in der Bundesliga kann der Mehrverbrauch durch die WM während der kommenden zwei Jahre ausgeglichen werden. Ab 2008 also werden die mit Green Goal umgesetzten Sparmaßnahmen den Trinkwasserverbrauch in den Stadien nachhaltig senken.

Auch über das Engagement in den WM-Städten und dortiger Green Goal Arbeitskreise konnten in den WM-Städten weitere Umweltprojekte realisiert werden. Hier reichte das Spektrum vom Bau von Solaranlagen bis hin zu Abfallvermeidungsmaßnahmen und öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten.

Um für eine möglichst weite Verbreitung des Umweltgedankens zu sorgen, wurde Green Goal in die WM-Kampagne Klub 2006 eingebunden. „Klub 2006 – Die FIFA WM im Verein“ war eine breit angelegte Kampagne, bei der die ungefähr 27.000 Fußballvereine in Deutschland aufgerufen waren, an der Vorfriede der Fußball-WM in Form eines Wettbewerbs teilzuhaben. Ein Teil der Kampagne, der vom Bundesumweltministerium unterstützt wurde, beinhaltete die Möglichkeit unter

dem Motto Green Goal sich selbst mit Umwelt- und Naturschutz zu befassen.

Das Interesse an Green Goal war speziell auch aus dem Ausland groß. Presseberichte erschienen in allen Teilen der Welt. Ein wichtiger Teil der Kommunikation und Information war die Green Goal Website (<http://greengoal.fifaworldcup.yahoo.net>). Seit Bestehen hat die Website über 120.000 Besucher und über 730.000 abgerufene Seiten zu verzeichnen. Auch in den Stadien war Green Goal während der WM präsent. Vor den Spielen wurde ein eigens für Green Goal gedrehter Kurzfilm gezeigt.

Schon jetzt hat Green Goal Signalwirkung und Vorbildcharakter. Organisatoren künftiger Sportgroßveranstaltungen wie z. B. der EURO 2008 in Österreich und der Schweiz haben ihr Interesse angemeldet, vergleichbare Lösungen zu entwickeln.

Eine wissenschaftliche Dokumentation des gesamten Projekts („Legacy Report“) ist über das BMU zu beziehen.

„Talente 2006 – Die FIFA WM in der Schule“/ „Klub 2006 – Die FIFA WM im Verein“



Die Bundesregierung unterstützte mit „Green Goal“ und „Kinder stark machen“ aktiv die vom OK verantworteten Schul- und Vereinskampagnen „Talente 2006 – Die FIFA WM in der Schule“ und „Klub 2006 – Die FIFA WM im Verein“.

Insgesamt wurden 10.824 „Talente-Boxen“ angefordert, davon 9.930 aus Deutschland und 894 aus insgesamt 58 Ländern. Daraus folgten 1.700 Anmeldungen aus 49 Ländern mit kreativen Ideen zum Motto der WM „Die Welt zu Gast bei Freunden“. Bereits zur Endrundenauslosung der WM-Teilnehmer in Deutschland am 9. Dezember 2005 waren vier Teilnehmerschulen live dabei und präsentierten in den Leipziger Messehallen die ersten kreativen Ideen auf der Bühne.



Über 27 000 Schülerinnen und Schülern hatten sich zum Festival „Talente 2006 – Die FIFA WM in der Schule“ am 10. und 11. Mai 2006 rund um das Berliner Olympiastadion angemeldet. Eine Fachjury hat weltweit 100 Schulen für ihre Projekte beim Kreativwettbewerb prämiert. Unter der Schirmherrschaft von Rudi Völler erarbeiteten die Schüler in den vergangenen zwei Jahren kreative Gedichte, Bilder und Collagen zum WM-Leitthema „Die Welt zu Gast bei Freunden“. Diese 100 besten Projektgruppen stellten in Berlin ihre Arbeiten vor.

Die Kampagne „Klub 2006“ ist abgeschlossen. Insgesamt haben sich mehr als 4 250 Fußballvereine angemeldet. Höhepunkte des Jahres 2005 waren die Freundschaftsspiele der Profivereine gegen Gewinnerklubs sowie fünf Regionalfinals der Mini-WM und „Ballzauberer 2006“.



Am 1. März 2006 wurde in der Halbzeit des Länderspiels Italien – Deutschland live der Hauptgewinn in der Klubkampagne gezogen. Der FSV Luckenwalde aus Brandenburg spielte als Gewinnerverein am 16. Mai 2006 in Mannheim gegen die Deutsche Nationalmannschaft. Bereits vom 28. bis 30. April 2006 fand das Bundesfinale der Vereinskampagne „Klub 2006“ in der Sportschule Duisburg-Wedau statt. Es nahmen 32 Mannschaften teil, die sich bundesweit in Regionalturnieren qualifiziert hatten. Am Rande des Turniers haben 130 Personen am Bundesfinale der Ballzauberer für das Fußball-Abzeichen teilgenommen. Beide Veranstaltungen wurden mit einem attraktiven Programm aus der Kampagne „Kinder stark machen“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklä-

rung (BZgA) begleitet. Die Schlussprämierung mit weiteren Preisen für die teilnehmenden Vereine zur Klubkampagne fand Anfang Juni 2006 statt.

streetfootballworld vernetzt weltweit über 80 lokale Straßenfußballprojekte

Das Projekt streetfootballworld wurde seit dem



Jahre 2002 durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert. Inzwischen vernetzt es über 80 lokale Straßenfußballprojekte weltweit zu einem globalen Netzwerk, die allesamt beispielhaft den Fußball für soziale Entwicklungsziele im lokalen oder regionalen Kontext einsetzen.

Auf dieser Grundlage konnte ein Know-how-Pool im Bereich „Fußball im Dienste von Entwicklung und Frieden“ entstehen, der nun eingesetzt, abgefragt und natürlich weiterentwickelt werden kann. Diese personellen und methodischen Ressourcen konzentrieren sich auf die Handlungsfelder Integration, Bildung, Gesundheit sowie Friedensbildung bzw. Konfliktprävention. Wichtiger Aspekt dabei ist, dass die Kompetenz vor Ort entwickelt wird.

Trotz der bemerkenswert schnellen Entwicklung der letzten Jahre stehen große Aufgaben für die nächsten Jahre an, um das immense Potential, das der Fußball bietet, auch angemessen zu nutzen. Sei es die angestrebte Integrationsoffensive der Bundesregierung, Ziele in der Bildungspolitik, der weltweite Kampf gegen Aids oder die anderen großen Herausforderungen im Rahmen der UN-Millennium Goals, der Fußball hat einige Lösungsansätze zu bieten.

streetfootballworld wurde dabei übergreifend vom BMFSFJ und vom BMZ unterstützt. Hinzu kommen die Vereinten Nationen, die FIFA, die Swiss Working Group on Sport & Development, die englische Football Foundation, die Stiftung Jugendfußball





und einige Spender und Sponsoren. Medienpartner sind die Deutsche Welle und die BBC.

streetfootballworld wurde 2006 mit dem Laureus Sport for Good Award (Sport-Oskar) ausgezeichnet.

„streetfootballworld festival 06“ soll 2010 auch in Südafrika stattfinden

Das streetfootballworld festival 06 hat einen aktiven Beitrag zum Gastgeberkonzept der Bundesregierung geleistet, indem sehr glaubwürdig über angesehene und verwurzelte Projektpartner in der ganzen Welt Werbung für ein gastfreundliches und weltoffenes Deutschland gemacht wurde. Natürlich wurde auch Fußball als Element im Kunst- und Kulturprogramm in originaler Form im Rahmen des festival 06 gespielt. Film, Foto und andere Ausdrucksformen haben dem Zuschauer die Möglichkeit gegeben, über den Fußball auch die Lebenswelt der jeweiligen Menschen kennen zu lernen.

24 Projekte nahmen am festival 06 teil – es haben 22 Teams anreisen können; die Delegationen aus Ghana und Nigeria erhielten keine Einreiseerlaubnis.

192 Jugendliche und 48 Koordinatoren waren direkt in das festival 06 involviert, sie aktivierten und sensibilisierten jedoch tausende weitere Projektteilnehmer, wie auch die lokalen und regionalen Medien und die Förderer, die für die Reisekosten aufgekommen sind.

Ein Foto-Projekt veranschaulicht die unterschiedlichen Straßenfußball-Kulturen – es wurde ein „Visuals Program“ entwickelt, bei dem alle



teilnehmenden Jugendlichen mitgewirkt haben, indem sie im „Shootback Projekt“ ihre Straßenfußball-Welten mit Einwegkameras fotografierten. Hinzu haben 24 professionelle, lokale Fotografen Elemente aus dem Projektleben festgehalten.

Der Filmemacher Ciro Cappellari produzierte und drehte den Dokumentarfilm „The Street and the Ball“, indem er Momente und Ereignisse aus sechs Straßenfußball-Projekten festhielt. Es wurden dafür Netzwerkpartner in England, Mazedonien, dem gemischten Team aus Israel und Palästina, Kenia, Argentinien und Kolumbien besucht. Die Premiere erfolgte am 2. Juli 2006 anlässlich der festival 06-Eröffnung. Danach wurde der Film in Deutsche Welle TV ausgestrahlt.

Projekte präsentierten ihre Arbeit rund um den Straßenfußball – alle angereisten Delegationen nahmen am festival 06-Turnier teil (erster Straßenfußball-Weltmeister ist Mathare Youth Sports Association (MYSA) aus Kenia) und veranschaulichten ihre Arbeit auf den Aktionsflächen rund um das eigens hergerichtete, 2 000 Plätze umfassende streetfootballworld Bolzplatzstadion am Mariannenplatz in Berlin-Kreuzberg.

Besucher gewannen Einsicht in die unterschiedlichen (Straßen)Fußballkulturen – im Stadion, auf dem Festival-Gelände, in den Medien wurde das Thema komplex aufgegriffen. Durch das Spielen, Bälle flechten, Tricks einüben, wie auch über den Geschmack der unterschiedlichen Stadion-Essen oder die spezifischen lokalen Soccer-Sounds wurde ein Stück von 22 unterschiedlichen Kulturen für eine Woche nach Berlin transferiert.





Rund 35 000 Zuschauer besuchten die Spiele im streetfootballworld-Stadion zwischen dem 2. und 8. Juli 2006, rund 800 akkreditierte Journalisten von 142 nationalen und 172 internationalen Medien berichteten von dem Festival.

Das streetfootballworld festival 06 wurde sowohl auf www.festival06.org als auch auf www.streetfootballworld.org präsentiert. Dazu waren die Seiten mit den Webseiten aller teilnehmenden Organisationen sowie mit allen relevanten Webseiten im WM 2006-Kontext (FIFA, Bundesregierung, DFB-Kulturstiftung etc.) verlinkt.

Für das festival 06 wurde ein Stadionheft mit allen interessanten und notwendigen Informationen in einer Auflage von 110 000 Exemplaren gedruckt. Davon wurden Mitte Juni 70 000 Hefte als Beilage des Stadtmagazins „Zitty“ in Berlin und Umgebung verteilt.

Allein die Medienpartner Deutsche Welle und BBC World Service, sowie BBC World Football waren mit insgesamt über zehn Teams vor Ort. Die BBC erreicht mit ihren Radio-Sendungen rd. 200 Mio. Zuhörer weltweit, vor allem in Europa und Afrika. Die BBC wird darüber hinaus eine wesentliche Rolle bei der Umsetzung des Europafestivals 2008 in London spielen. Es ist beabsichtigt, die BBC-Initiative „Your Game“ in die Veranstaltung direkt einzubinden.

Das streetfootballworld festival erhielt von der FIFA den FIFA Fair Play Award 2006.

Zitate einiger Besucher:

Frank-Walter Steinmeier, Bundesaußenminister:

„Dem Weltstraßenfußball gebührt das größte Lob. Es gibt zahlreiche Dokumente für Frieden und Versöhnungsbereitschaft, die von Kreuzberg ausgehen mögen.“

Joseph S. Blatter, FIFA-Präsident:

„Es war – und ist – auf der Straße, wo das Spiel begonnen hat. Fußball ist Hoffnung, eine Schule des Lebens und der beste Weg zur Integration. Die FIFA unterstützt nachhaltig den street football worldwide. Als Aufgabe und gesellschaftliche Verantwortung.“

Boris Becker, dreifacher Wimbledon-Sieger:

„Sport hat seine eigenen Regeln, er kennt keine Hautfarbe und keine Religion, wie wir hier sehen können, das ist sein Geheimnis.“

Wladimir Klitschko, Box-Weltmeister:

„Fußball ist perfekt für die Völkerverständigung. Es ist ein tolles Projekt, es ist eine tolle Atmosphäre und es ist toll, wie die Jugendlichen hier zusammenspielen.“

Gerd Hoofe, Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend:

„Das streetfootballworld festival 06 holt Jugendliche aus dem Abseits“.

Die kulturelle und soziale Dimension des Fußballs ist in Form des festival 06 langfristig bei der Fußball-Weltmeisterschaft angekommen. Auf der Grundlage einer strategischen Allianz mit der FIFA, die im Dezember 2005 gezeichnet wurde, soll das festival auch bei den kommenden Fußball-Weltmeisterschaften fester Bestandteil sein. Im Jahre 2010 wird die 2. Straßenfußball-Weltmeisterschaft in Südafrika stattfinden. Damit konnte auch ein nachvollziehbares Vermächtnis im Rahmen des Kunst- und Kulturprogramms geschaffen werden. Das Bundesjugendministerium wird die Basisförderung des international viel beachteten Projektes fortsetzen.



Das BMZ und das BMFSFJ förderten das Projekt „WM Schulen – Fair Play for Fair Life“

Das vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) geförderte Projekt „WM Schulen – Fair Play for Fair Life“ fand unter der Leitung von streetfootballworld und in Zusammenarbeit von Stiftung Jugendfußball, Brot für die Welt, Brandenburgische Sportjugend und Institut für Friedenspädagogik Tübingen statt. Das Projekt hatte zum Ziel, Kinder und Jugendliche in ganz Deutschland im Rahmen der WM zu aktivieren und den Aspekt der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit in den Schulen zu stärken. Die Schirmherrschaft des Projektes „WM-Schulen“ hatten Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul und Jürgen Klinsmann (Mitbegründer der Stiftung Jugendfußball) übernommen.

Für das Projekt haben 205 deutschen Schulen mit jeweils ca. 250 Schülerinnen und Schüler die Botschafterrolle für je ein FIFA-Patenland übernommen und sich inhaltlich wie fußballerisch damit auseinandergesetzt. Sie sollten für ihre FIFA-Nation eine Botschafterrolle wahrnehmen und sich als interkulturell lernende und spielende Partner in der Schule, im Internet und auf dem Fußballplatz begegnen. Den teilnehmenden Schulen sollte damit ein Anlass für nachhaltige Kontakte mit Schulen und Projekten im Ausland, insbesondere auch in Entwicklungsländern geboten werden. Globales Lernen sollte mit der fußballerischen Spielform „Straßenfußball für Toleranz“ verknüpft werden und eine breite Öffentlichkeit erreichen. Schülerinnen und Schüler sollten zu Weltoffen-

heit, interkultureller Vielfalt, länderübergreifender Verständigung in Hinblick auf die WM 2006 und darüber hinaus beitragen.

So haben sich rund 34 000 Schülerinnen und Schüler zwei Jahre lang mit den Herausforderungen der Entwicklungszusammenarbeit in den jeweiligen Ländern intensiv beschäftigt. Die Begeisterung gerade der jungen Generation für die Weltmeisterschaft wurde genutzt, um Fußball als Lernanlass im Handlungsfeld Schule zu etablieren.

Die im Rahmen von „WM Schulen – Fair Play for Fair Life“ zu übernehmende Botschafterrolle, die Auseinandersetzung mit einer auf „Fair Play“ und gemischten Mannschaften ausgerichteten Fußballmethode und die Auseinandersetzung mit entwicklungspolitischen Bildungsinhalten hat für mehr als anderthalb Jahre den Schulalltag und die fortlaufende Projektarbeit der über 200 Schulen in Deutschland geprägt. Alle teilnehmenden Schulen haben Nachbarschulen zu einem eigenen Straßenfußball-Turnier eingeladen. Jede Schule hat einen Projekttag organisiert, an dem für alle innerhalb und außerhalb der Schule über ihre vielfältige Projektarbeit berichtet wurde.

Der Projektauftritt fand im November 2004 in Berlin gemeinsam mit den beiden Schirmleuten Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul und Jürgen Klinsmann statt. Im Nachgang dazu waren die „WM Schulen“ zu einem Empfang der jeweiligen Landesregierung eingeladen worden. Dort haben u. a. die Ministerpräsidenten Peter Müller (Saarland), Kurt Beck



(Rheinland-Pfalz), Peer Steinbrück (NRW), Harald Ringstorff (Mecklenburg-Vorpommern) die Schulen herzlich begrüßt.

Im August 2005 fand ein Turnier anlässlich der Tage der offenen Tür im Bundeskanzleramt mit Berliner und Brandenburger WM Schulen sowie eine Projektvorstellung im BMZ statt.

Im Herbst 2005 haben alle „WM Schulen“ mit knapp 2 000 Teilnehmern an vier überregionalen Fußballturnieren in Wittenberge, Halle/Saale, Ostfildern bei Stuttgart und Hamburg teilgenommen.

Das Finale in Potsdam war zugleich der Abschluss des über anderthalb Schuljahre laufenden Projektes. Über 1 000 Schüler und Betreuer aus ganz Deutschland sowie das Deutschland vertretende Schülerteam aus Südafrika wurden von Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wiecek-Zeul und dem gastgebenden Ministerpräsident Matthias Platzeck begrüßt und haben sich vom 7. bis zum 10. Juni 2006 spielerisch wie inhaltlich an der Veranstaltung auf dem Potsdamer Lustgarten beteiligt. In einem spannenden Turnier wurde Angola (die Bertold-Brecht-Schule aus Nürnberg) Weltmeister.

Neben den über 200 unmittelbar beteiligten „WM Schulen“ haben im Zuge der zahlreichen Schulturniere und Projektstage mehr als 1 000 Schulen an Projektinhalten partizipiert. Die lokalen, aber auch die überregionalen Aktivitäten sind auf eine hohe Resonanz bei Schülern, Lehrern und Eltern gestoßen. Alle „WM Schulen“ haben ihre Projektarbeit ausführlich dokumentiert, in Potsdam präsentiert und der Projektleitung zur Verfügung gestellt.

Eine umfassende Evaluation der gesellschaftlichen und pädagogischen Wirkungen wird derzeit vom Institut für Friedenspädagogik Tübingen durchgeführt. Die voraussichtlich zum Jahresende erscheinende Dokumentation des Projektes gibt im Sinne von Good Practice einzelne Beispiele für eine erfolgreiche Projektarbeit mit den Themenschwerpunkten globales Lernen und Fair Play. Dabei handelt es sich um



eine anwendungsorientierte Sammlung von Erfahrungen der beteiligten Schulen wie auch der Projektträger selbst.

Entwicklungspolitischer Jugendaustausch

Im Auftrag des Bundesentwicklungsministeriums (BMZ) organisierte die entwicklungspolitische Austauschorganisation „ASA-Programm“ der InWEnt gmbH in Kooperation mit dem Straßenfußballnetzwerk „streetfootballworld“ ein Pilotprojekt zum Jugendaustausch im Vorfeld der WM: 30 Schülerinnen und Schüler sowie zehn Lehrkräfte aus fünf deutschen WM Schulen unterschiedlicher Schulformen sollten für zwei Wochen Straßenfußballprojekte in Entwicklungsländern besuchen. Projektziele waren:

- Der Aufbau von Partnerschaften zwischen Schulen in Deutschland und Straßenfußballprojekten in Entwicklungsländern, die über den Fußball Entwicklungsthemen in ihrem lokalen Umfeld bearbeiten.
- Der Erwerb bzw. die Vertiefung von Gestaltungskompetenz als Bildungsziel einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (Ziel der aktuellen UN-Dekade).
- Die Stärkung eines langfristigen Engagements der Schülerinnen und Schüler als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für Globales Lernen in Deutschland.

Die 30 Schülerinnen und Schüler sowie zehn Lehrkräfte aus den fünf WM-Schulen führten im Januar 2006 14-tägige Projektreisen zu Straßenfußballprojekten in Peru, Brasilien, Kenia, Südafrika und Senegal durch. Der Besuch ermöglichte den 15–18-jährigen Schülerinnen und Schülern der





Gymnasien, Haupt-, Real- und Gesamtschulen einen tiefen Einblick in die Arbeit sozialer Projekte im Globalen Süden, die über den Fußball Entwicklungsthemen in ihrem lokalen Umfeld bearbeiten. Ende Februar 2006 fand schließlich die Abschlussveranstaltung in Bonn mit der Parlamentarischen Staatssekretärin des BMZ, Karin Kortmann, statt. Das Pilotprojekt wurde mit 100 000 Euro vom BMZ finanziert.

Eine externe Evaluation untersuchte mit Hilfe von Fragebögen, Interviews und teilnehmender Beobachtung, was das Projekt bei den Teilnehmenden bewirkt hat und welche Empfehlungen sich daraus für die Zukunft ergeben. Der Evaluationsbericht, der über asa@inwent.org angefordert werden kann, kommt zu positiven Ergebnissen: Die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerinnen und Lehrer konnten durch die spezifische Kombination aus Vorbereitung, Reise und Nachbereitung Gestaltungskompetenz vertiefen und eine starke Motivation für entwicklungspolitisches Engagement entwickeln. Mit diesem Projekt konnte die soziale Dimension des Fußballs und sein Potential zu Entwicklung und Völkerverständigung erfolgreich Jugendlichen unterschiedlicher Bildungsniveaus nahe gebracht werden. Die Empfehlung des Evaluationsberichts, entwicklungspolitischen Jugendaustausch in dieser Form fortzusetzen, bestärkten das Bundesentwicklungsministerium in seiner Entscheidung, im Jahr 2006 erneut Jugendaustausch finanziell und qualitativ zu fördern.

„One World Tage“ des BMZ auf dem Berliner Fan-Fest

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) nutzte mit den One World Tagen auf dem Berliner Fan-Fest die kommunikative Chance der WM, um einem breiten und internationalen Publikum sein entwicklungspolitisches Engagement auf erlebnisorientierte Weise nahe zu bringen. Es ging weniger um Vermittlung von inhaltlich anspruchsvollen politischen Botschaften, sondern darum, mit einem Künstlerprogramm ein positives Image für die Menschen aus den Kontinenten Afrika, Lateinamerika und Asien zu schaffen und damit zugleich den Bogen für das Engagement Deutschlands in der Welt zu schlagen.



Das internationale Künstlerprogramm wurde am 1. Juli 2006 nachmittags und am 2. Juli 2006 halbtägig auf der Hauptbühne des Fanfestes vor dem Brandenburger Tor präsentiert. Alle Künstlerinnen und Künstler, die auftraten, sind selbst sozial engagiert und gaben auf der Bühne Einblicke in ihr Engagement. Ihre Auftritte sowie eine Dia-Show mit Impressionen aus Entwicklungsländern wurden auf allen Bildschirmen der Fanmeile übertragen.

Am 1. Juli 2006 kamen rund 200 000 Besucherinnen und Besucher zum Fußballgucken zum Fanfest und sahen im Vorfeld des Fußballspiels die Show des One World Tages. Am 2. Juli 2006 besuchten ca. 50 000 Menschen das Fan-Fest und den One World-Tag, obwohl ein spielfreier Tag war. Im Vergleich zu einzelnen entwicklungspoli-



tischen Veranstaltungen konnte hier wie angestrebt ein sehr breites und großes Publikum mit entwicklungspolitischen Inhalten angesprochen werden. Die Kosten der One World Tage betragen ca. 90 000 Euro.

Die BZgA unterstützte mit „Kinder stark machen“ OK-Kampagne



Unter dem Motto „Klub 2006 – Die FIFA WM im Verein“ wurde vom Organisationskomitee der Vereinswettbewerb ins Leben gerufen. Vereine konnten sich u. a. mit einem WM-Tag zu den The-

men „Die Welt zu Gast bei Freunden“, Green Goal oder Kinder stark machen/rauchfrei bewerben. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) war an dem Vereinswettbewerb mit der Kampagne „Kinder stark machen“ und dem Thema „rauchfrei“ beteiligt. Ziel war es, die breite Aufmerksamkeit an der WM für die Kommunikation suchtpräventiver Botschaften zu nutzen. Fußballvereine wurden unterstützt, Suchtvorbeugung zum festen Bestandteil ihrer Kinder- und Jugendarbeit zu machen.

Insgesamt haben knapp 900 Vereine einen WM-Tag ausgerichtet. Davon entschieden sich mit 477 Vereinen mehr als die Hälfte für eines der BZgA-Themen: 310 führten ihren WM-Tag unter dem Motto „Kinder stark machen“, 167 unter dem Motto „rauchfrei“ durch. Sie erhielten ein Unterstützerpaket mit Materialien zu beiden Kampagnen sowie einen Fragebogen zu Umfang und Intensität des Einsatzes sowie zur Akzeptanz des Themas Suchtprävention. Die Rücksendung geschah auf freiwilliger Basis. Sie lieferte der BZgA Informationen über erste Wirkungen im Verein. Die vorläufige Auswertung der zurückgesendeten Fragebögen zeigt insgesamt positive Ergebnisse. Für eine große Zahl der Vereine ist das Thema Suchtprävention relevant. Auf der Grundlage der bisherigen Erfahrungen wollen zahlreiche Vereine Regeln im Verein zum Umgang mit Alkohol und Tabak entwickeln. Die Zwischenauswertung zeigt, dass durch die Einbindung der BZgA in die

Vereinskampagne über das Jahr 2006 hinaus die Themen „Kinder stark machen“ und „rauchfrei“ in vielen Vereinen nachhaltig verankert werden können.

Nach dem formellen Abschluss des Wettbewerbes „Klub 2006“ im Juli 2006 verschickte das OK im August eine „Dankeschön-Broschüre“ an alle Vereine, die sich beteiligt haben: „Best of Klub 2006“. Den Vereinen wurde dadurch angeboten, sich weiterhin für „Kinder stark machen“ oder „rauchfrei – unser Verein macht mit“ zu engagieren und dafür die BZgA-Serviceleistungen (Beratung und Unterstützerpakete) in Anspruch nehmen zu können.



Nichtraucherschutzkampagne

„No Smoking, please“

Die FIFA und die World Health Organization (WHO) haben sich 2002 im „Memorandum of Cooperation“ für die Unvereinbarkeit von Sport und Rauchen ausgesprochen. Der Schutz der Zuschauer in den WM-Stadien vor den Gefahren durch Passivrauchen sollte auch bei der WM in Deutschland gefördert werden. Aus diesem Grund hat die BZgA im Auftrag des Bundesgesundheitsministeriums (BMG) zusammen mit dem OK Maßnahmen zum Nichtraucherschutz in den WM Stadien entwickelt.

Kernstück der Maßnahmen war ein WM-TV-Spot der BZgA (Länge: 20 Sekunden), der während der gesamten Weltmeisterschaft zu jedem Spiel mehrmals vor Beginn und in der Halbzeitpause im Infotainment-Programm zu sehen war. In dem Spot setzten sich namhafte internationale Fußballstars wie der Kapitän der deutschen Nationalmann-





schaft, Michael Ballack, sowie die Nationalspieler Lucio (Brasilien), Roque Santa Cruz (Paraguay) und Owen Hargreaves (England) für das Nichtrauchen ein. Hinzu kamen Stadionsdurchsagen, die Plakatierung des Slogans „No Smoking, please“ in den Tribünenzugängen sowie die Schaltung von Anzeigenmotiven der BZgA im offiziellen WM-Turnierprogramm. Zusätzlich wurden TV-Sender, die redaktionelle Beiträge bei der Veranstaltung geplant hatten, angeschrieben und um Einsatz des Spots gebeten. Der Spot wurde bei den TV-Sendern im Juni 2006 mehr als 140 Mal gezeigt.

Erfolgreiches Fan- und Besucherbetreuungsprogramm der Koordinationsstelle Fan-Projekte (KOS)

Die zu gleichen Teilen durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und den DFB geförderte KOS hatte den Auftrag, ein Fan- und Besucherbetreuungsprogramm zur WM 2006 zu entwickeln und umzusetzen. Mit dem Programm sollten folgende Ziele erreicht werden:

- Gastfreundschaft schaffen durch Freundlichkeit, Offenheit, Vertrauen und Anerkennung der kulturellen Eigenheiten der Gäste.
- Positiver Beitrag zur Sicherheit durch Einbindung von Fans, Fangruppen bzw. durch bedürfnisgerechte Programme für Fußballfans.

- Abbau von Vorurteilen im Wissen, dass unabhängig von Land, Herkunft und Religion allen Fans und Gästen Respekt und Toleranz entgegenzubringen sind.
- Schaffung von Verhaltenssicherheit durch gezielte auf die Bedürfnisse von Fußballfans zugeschnittene Informationen.

Die erfolgreiche Umsetzung des Konzeptes beruhte auf folgenden inhaltlichen Säulen:

- Stationäre Fanbotschaften in allen Spielorten, an fünf ausgewählten (Frankfurt, Berlin, München, Gelsenkirchen und Nürnberg) sogar je zwei – insgesamt 17 Fanbotschaften als Anlaufstellen für Fußballfans bis spät in die Nacht. Information, Beratung und Service für in- und ausländische Fußballfans. Effekte: spürbare Gastfreundschaft durch direkte Kontaktaufnahme, Unterstützung bei Problemlagen, Schaffung von Verhaltenssicherheit und Orientierungshilfe. Verantwortlich geleitet wurden die stationären Fanbotschaften von Experten der Fan-Projekte und der Fanbeauftragten der Vereine. Personelle Unterstützung erfuhren sie durch das Volunteer-Programm des OK, so dass insgesamt mehr als 800 Menschen den Fußballfans als geschulte Ansprechpartner zur Verfügung standen. In der Hauptsache wurden Fragen zu Unterkünften, zum Ticketsystem und zur fußballspezifischen Orientierung in den Städten gestellt. Aber auch viele individuelle Hilfsleistungen wurden gewährt. Insgesamt erreichten die Fanbotschaften mehr als eine halbe Million Fans mit ihrem Service. Sie waren sicher das spürbarste Element der Fanbetreuung, das auf großen Widerhall in den Fanszenen stieß. Viele Fans kamen nach Beendigung der Spiele nochmals an den Fanbotschaften vorbei, um sich persönlich zu bedanken.
- Viersprachiger Internetauftritt <http://fanguide2006.fifaworldcup.com/de>, der auf der offiziellen Seite der FIFA eingestellt war. Täglich aktualisiert und interaktiv mit allen relevanten und aktuellen Informationen. Effekte: Hilfe zur Orientierung, Schaffung von Verhaltenssicherheit, Gastfreundschaft, tagesaktuelle Hilfe zur Selbsthilfe. Regen Zuspruch fand auch die



viersprachige Webseite <http://fanguide2006.fifaworldcup.com/de> mit 1,5 Mio. Seitenaufrufen und durchschnittlich 3 500 Besuchern pro Tag. Fans, die z. B. ihre Reise vorbereiteten, konnten ihre Fragen über das interaktive Element des Pinboards beantworten lassen. Die (ca. 1000) Fragen verteilten sich: 23,8 Prozent zu Ticketing, 17,5 Prozent zu Stadionordnung und Stadioninfos/Sicherheitsbestimmungen, 8,2 Prozent zu Trainingszeiten/-quartiere der Mannschaften, 8 Prozent zu Unterkünfte sowie 8 Prozent zu Public Viewing/Fan Feste.



- Herstellung eines 132-seitigen Fan-Guides (deutsch und englisch) in einer Auflage von knapp einer halben Million Exemplaren zur kostenlosen Verteilung an die Fußballfans mit allen relevanten fanspezifischen Informationen für den Aufenthalt in Deutschland. Effekte: Hilfe zur Orientierung, Schaffung von Verhaltenssicherheit, Gastfreundschaft. Der Fan-Guide wurde auf Deutsch und Englisch herausgegeben, vorwiegend durch die Fanbotschaften verteilt und gerne angenommen.
- Internationale Zusammenarbeit mit Fanexperten aus elf teilnehmenden Nationen. Die Organisation Football Supporters International (FSI) unterstützte mit Expertenteams aus elf Nationen das Fan- und Besucherbetreuungsprogramm. England, Tschechien, Schweiz und Italien arbeiteten mit eigenen mobilen Fanbotschaften, die flexibel einsetzbar, an allen jeweiligen Spielorten anzutreffen waren. Diese Fanbotschaften boten einen flexiblen Service für „ihre“ Fans in

den jeweiligen Spielorten an, der in den jeweiligen Fanszenen auf große Resonanz und Anerkennung stieß. Die Niederlande, Ukraine, Brasilien, Ghana, Spanien, Polen, Frankreich „dockten“ sich an das hierzulande in den Spielorten aufgebaute Fanbetreuungssystem an. Durch eine ausgeprägte Kenntnis der jeweiligen Fanszenen und ihre spezifischen Eigenheiten sowie die sprachlichen Kenntnisse eine unverzichtbare Komponente im gesamten System der Fanbetreuung. Extrafinanzierung durch BMI, BMFSFJ und WM-OK. Effekte: Direkte Ansprache der internationalen Fans, Information, Service und Gastfreundschaft, Betonung der Internationalität des Turniers, Schaffung von Verhaltenssicherheit.

Die internationale Zusammenarbeit auf dieser Ebene hat sich als ein unverzichtbarer Bestandteil für das Gelingen eines solchen Turniers erwiesen.

Umrahmt wurden die inhaltlichen Säulen durch ein vom WM-Organisationskomitee finanziertes Programm „Football Unites – Gemeinsam gegen Rassismus“ in Zusammenarbeit mit der europaweiten Fanorganisation FARE (Football Against Racism in Europe), welches in das Fan- und Besucherbetreuungsprogramm zu integrieren war. Der KOS kam hier die zentrale koordinierende Aufgabe zwischen FARE und der lokalen Fanbetreuung der Fanbotschaften an den Spielorten zu.

Für den Erfolg des Fan- und Besucherbetreuungsprogramms der WM 2006 waren vor allem folgende Faktoren ausschlaggebend:

- Den Fußballfans wurde auf allen Ebenen mit Respekt begegnet, sie wurden als ein elementarer Bestandteil – und nicht als Sicherheitsrisiko – der WM betrachtet. Diese Anerkennung zahlten sie mit einer tollen Stimmung, nicht nur in den Stadien, sondern auch auf den öffentlichen Plätzen, zurück.
- Nicht nur das OK mit der Verantwortung für das von der KOS umgesetzte Fan- und Besucherbetreuungsprogramm, sondern auch die Städte mit dem beeindruckenden Angebot zum Public Viewing füllten das Motto der WM mit Leben.
- Dadurch wurde eine Atmosphäre geschaffen, die dazu beitrug, dass die WM von der Gesamtbevölkerung akzeptiert und getragen wurde.



Professor Gunter A. Pilz von der Universität Hannover führt in Kooperation mit der Camino gGmbH die Evaluation des Fan- und Besucherbetreuungsprogramms durch, um die Ergebnisse für kommende Veranstalter nachhaltig nutzbar zu machen. Allgemein dominiert die Auffassung, dass nach dem großen Erfolg der Fanbetreuung im Rahmen der WM 2006 zukünftige Veranstalter nicht hinter den Standard der WM 2006 werden zurückfallen können.

Es wurden – einmal mehr – bereits vorhandene Erfahrungen bei internationalen Turnieren bestätigt, die zeigen, dass eine gastfreundliche, die Fans respektierende Atmosphäre der beste Garant für eine sichere Durchführung ist. Potentiellen Störern wird auf diese Weise jegliches Betätigungsfeld entzogen – sie laufen mit ihren Aktionen ins Leere. Die Kooperation zwischen den verschiedenen Säulen der Fanbetreuung und deren Verflechtung ist Grundlage einer erfolgreichen und fanorientierten Betreuung der Besucherinnen und Besucher. Die WM in Deutschland hat in diesem Bereich Maßstäbe gesetzt. Inzwischen gibt es Überlegungen, ein eigenes Fan- und Besucherbetreuungsprogramm auch für die EURO 2008 in Österreich und der Schweiz zu installieren.

Deutscher Jugendfotopreis 2006: „Fußballfieber“
Das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) führte im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) den Wettbewerb Deutscher Jugendfotopreis 2006 durch, der unter dem Motto „Fußballfieber“ stand. Der Aufruf zum Deutschen Jugendfotopreis lautete: „Ob streetfootball oder Stadion-Action, echte Fans oder Fußballmuffel: Deutschland im Fußballfieber hat viele Gesichter. Gefragt sind ungewöhnliche Bildideen, die als klassische Reportage, originelle Inszenierung oder kreative Fotomontage umgesetzt werden können.“

Im März 2006 fand die Ausschreibung statt. Flyer wurden bundesweit verteilt, die Kommunikation auf allen relevanten Websites betrieben. Einsendeschluss war der 15. Juli 2006, es konnten also auch Fotos während der WM gefertigt oder mon-

tiert werden. Vom 26. September bis 1. Oktober 2006 fand die Ausstellung auf der Photokina und Preisverleihung durch das BMFSFJ statt.



Mit 360 Teilnehmerinnen und Teilnehmern und ca. 900 Fotos gab es eine gute Beteiligung. Die von der Jury ermittelten Preisträger (ca. 15 Arbeiten) können als originell bezeichnet werden und unterscheiden sich von den üblichen in den Medien veröffentlichten Fotos. Die Bandbreite der Fotos reicht, ganz „jugendfotopreis-typisch“, von Reportagefotos über Inszenierungen bis zu experimentellen Umsetzungen. Zusätzlich geplant ist für 2007 eine Wanderausstellung zum Thema „Fußballfieber/Fotofieber“.

Mädchenfußball unter der Lupe

Derzeit sind im Deutschen Fußball-Bund 902 494 weibliche Mitglieder registriert, das entspricht ca. 14,2 Prozent aller Mitglieder. Davon haben sich 31 861 Mädchen und Frauen in der Saison 2005/2006 neu in den Vereinen angemeldet. Auffällig ist außerdem eine deutliche Steigerung bei den Mädchen-Mannschaften unter 16 Jahren. Dies ist zweifellos eine Folge der beachtlichen Erfolgsserie der Frauen-Nationalmannschaft (Weltmeisterinnen 2003, Europa-





meisterinnen 2005). Im Vergleich zum Vorjahr wurden mit 5 140 Teams rund 20 Prozent mehr Mädchen-Mannschaften zum Spielbetrieb in den 21 Landesverbänden gemeldet – eine beeindruckende Zahl. Zahlreiche Mädchen folgen ihren männlichen Idolen der WM 2006 in Deutschland. In der nachhaltigen Begeisterung über dieses Ereignis muss berücksichtigt werden, dass 2007 eine Frauenfußballweltmeisterschaft in China und zum anderen die Frauenfußball WM 2011 voraussichtlich in Deutschland stattfinden werden. Im Hinblick auf diese beiden Großereignisse ist es für den deutschen Mädchen- und Frauenfußball besonders wichtig, die Talentförderung für Spielerinnen „unter die Lupe zu nehmen“, zu analysieren und möglicherweise zu optimieren. Dem dient das vom BMFSFJ geförderte gleichnamige Projekt.

Der „DAAD Akademische Fußball-Cup“ – Austausch einmal anders

Für die vielen sportbegeisterten ausländischen Studierenden war die WM ein markantes Ereignis während ihres Aufenthalts in Deutschland. Daher hatte der Deutsche Akademische Auslandsdienst (DAAD) im Dezember 2005 die ausländischen Studierenden in Deutschland dazu aufgerufen, sich

an ihren Hochschulen oder überregional zu National- oder Regionalmannschaften zusammenschließen und sich um die Teilnahme am DAAD Fußball-Turnier zu bewerben. Es gab ein überwältigendes Echo: Rund 120 Teams aus dem gesamten Bundesgebiet wollten dabei sein, insgesamt 16 wählte die DAAD-Auswahlkommission aus.



Die Projektpartner des DAAD: Förderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Partnerschaft mit der WM-Stadt Köln, Unterstützung durch die Sporthochschule Köln, Zuwendung durch die Stiftung der Post AG, Sachspenden vom Langenscheidt-Verlag und der Deutschen Bank.



Im Rahmen der Standort-Initiative der Bundesregierung und der deutschen Wirtschaft „Deutschland – Land der Ideen“ wurde der DAAD mit dem Cup als einer von „365 Orten im Land der Ideen“ ausgewählt.

Am Ende der dreitägigen DAAD-Weltmeisterschaft hieß es 1:0 für den neuen DAAD Weltmeister, die „Löwen aus Westafrika“, die in Darmstadt, Mannheim und Germersheim studieren, und die damit über den „1. FC Sajones – Brasil y Amigos“ von der TU Dresden triumphierten.

Schirmherr des DAAD Akademischen Fußball-Cups war Bundestagspräsident Dr. Norbert Lammert. Auch Stargast Anthony Baffoe, in den achtziger Jahren u. a. Spieler beim 1. FC Köln sowie Nationalspieler und aktueller Teammanager des WM-Teilnehmers Ghana, freute sich mit seinen afrikanischen Landsleuten.

Der sportliche Wettkampf vom 27. bis 29. April 2006 war in ein großes Stipendiatentreffen eingebunden: Rund tausend internationale Studierende und ihre Familien kamen in einem fröhlichen, sportlichen und zugleich akademischen Rahmen zu einem internationalen Fest der Kulturen zusammen. Weitere Informationen unter www.daad.de/fussball.

Das BMBF förderte die Roboter-Fußballweltmeisterschaft „RoboCup 2006“ in Bremen

Vom 14.–18. Juni 2006 fand in Bremen eine weitere WM statt – die Weltmeisterschaft im Roboter-Fußball. Der RoboCup ist eine seriöse, weltweit betriebene Forschungsinitiative im Bereich Robotik. Ziel dieser Aktivitäten ist es, bis zum Jahr 2050 eine Fußballmannschaft von humanoiden Robotern zu entwickeln, die gegen den dann amtierenden Fußball-Weltmeister der FIFA spielen und gewinnen kann.

Über 2 600 Wettkämpferinnen und Wettkämpfer in 440 Teams aus 36 Ländern beteiligten sich an diesem größten Ereignis der internationalen Robotik. An vier Wettkampftagen wurden Ausscheidungsspiele in elf Ligen ausgetragen. Bei den Meisterschaften in Bremen holten die deutschen Teams elf von 33 Weltmeistertiteln und Spezialwettbewerben. Das rein deutsche Endspiel der

mittelgroßen Fußballroboter gewann Osnabrück gegen Stuttgart. Zum RoboCup zählen neben den Fußball-Ligen auch Wettkämpfe für Rettungsroboter, in denen autonome maschinelle Katastrophenhelfer in nachgebildeten Szenarien nach Verletzten suchen. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert den Nachwuchswettbewerb RoboCup Junior.



Die Wettkampfstätten verzeichneten über 15 000 Besucher. Über den RoboCup 2006 gab es 1 600 Beiträge in den Medien.

Multimediale Informationen mit SmartWeb

Die WM 2006 war eine der Anwendungsfelder des Demonstrators der vom BMBF geförderten Leitinnovation SmartWeb. Kerngedanke ist der Zugang zu Internetinhalten im Sprachdialog. Dazu müssen gesprochene Anfragen in Abfragen für Internet-Suchmaschinen übersetzt und die Ergebnisse der Suche nach den gewünschten Inhalten durchsucht werden. Im letzten Schritt wird die Antwort auf die Anfrage wieder – als Sprachausgabe generiert – ausgegeben. Auf eine in Alltagssprache eingesprochene Frage liefert SmartWeb eine präzise Antwort. Es kann dabei im Prinzip alle Fragen bearbeiten, deren Antworten in Dokumenten des Internet zu finden sind.

Ein Anwendungsfeld von SmartWeb sind multimediale Informationen (Text, Fotos, Videos) rund um die WM 2006. Auf die mündlich gestellte Frage: „Wann war Deutschland das letzte Mal Weltmeister?“ liefert SmartWeb die Antwort „1990“. Zusätzlich wird ein Mannschaftsbild auf dem Handy-Display gezeigt.





Das System wurde als Prototyp auf einem Smart-Phone MDA Pro von T-Mobile demonstriert. Das System kann auch in einem PKW vom Fahrer per Sprachsteuerung aufgerufen werden, wobei es dann aktuelle Internet-Information über einen DMB-Empfänger auswertet. SmartWeb wurde während der Fußball-WM in Bremen anlässlich des RoboCup 2006 der Öffentlichkeit und Presse vorgeführt.

Die Gesamtleitung des Vorhabens hat das Deutsche Zentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI), Partner sind BMW, DaimlerChrysler, die Deutsche Telekom AG, Siemens, die Universitäten Erlangen-Nürnberg, Stuttgart, Saarbrücken, Karlsruhe und München, die Fraunhofer Gesellschaft sowie die Firmen EML, Ontoprise und Sympalog.

Servingo und Cinevision

Am 14. Juni 2006 fand im CinemaxX-Filmtheater am Potsdamer Platz in Berlin der „Tag der Neuen Medien statt“, der gemeinsam vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMW), der Initiative „Deutschland - Land der Ideen“ und der Standortmarketingagentur des Bundes „Invest in Germany“ getragen wurde. Im Zusammenhang mit der Fußball-Weltmeisterschaft wurden Spitzenleistungen aus Forschung und Entwicklung „Made in Germany“ präsentiert. Im Vordergrund standen die vom BMW geförderten Multimedia-Entwicklungen Servingo, eine internetbasierte mobile Informations- und Kommunikationsplattform zur WM, und Cinevision 2006, bei der als Weltpremiere eine hoch auflösende Kintotechnik der Zukunft demonstriert wurde, z. B. zur Live-Übertragung von Großereignissen. Als zusätzlicher Höhepunkt wurde das WM-Vorrun-

denspiel Deutschland-Polen in bester digitaler Kinoqualität gezeigt. Ca. 400 in- und ausländische Gäste, darunter viele VIPs und über 50 akkreditierte Pressevertreter, nahmen an der Veranstaltung teil. Neben einem äußerst positiven Echo deutet eine erste Bilanz auf die Anbahnung konkreter Geschäftskontakte bis hin zu möglichen Investitionsentscheidungen.

Internationale Grüne Woche 2006 – Einstimmung auf ein buntes (Fußball-) Deutschland

Der Auftritt des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) auf der Internationalen Grünen Woche 2006 stand ganz im Zeichen der WM. Mit dem Motto „Fair Play auf allen Feldern“ wurden die Themen des Ministeriums auf der ersten großen internationalen Verbrauchermesse des Jahres in



Verbindung mit dem anstehenden Fußballfest gebracht. Es wurde der „erste Besuch der Welt bei Freunden“ genutzt, um Deutschland als farbenfrohes, touristisch attraktives, innovatives und Fußball begeistertes Land zu präsentieren. Die Themenhalle des BMELV war einem Fußballfeld nachempfunden. Das Thema Fußball wurde spielerisch aufgenommen und in verschiedene Ausstellungsmodule und in das Bühnenprogramm integriert.



Kinderleicht – on tour

Auch in laufende Kampagnen des BMELV wurde das Thema Fußball integriert. So zum Beispiel bei der Städtetour „KINDERLEICHT – on tour“ im Rahmen der Initiative „Deutschland bewegt sich“. Die Aktion „KINDERLEICHT on tour“ ist ein Teil der BMELV-Kampagne „Besser essen. Mehr bewegen. KINDERLEICHT“. Zielsetzung der Kampagne ist es, Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen wirksam zu bekämpfen. Über gezielte Maßnahmen der Kampagne lernen Kinder/Jugendliche, Eltern und Multiplikatoren, dass nur das ausgewogene Zusammenspiel von gesunder Ernährung und angemessener Bewegung die für die individuelle Alltagsbewältigung notwendige körperliche und geistige Leistungsfähigkeit hervorbringt und den Erhalt der Gesundheit langfristig sichert.

Als Partner der bundesweiten Aktion „Deutschland bewegt sich“ vertritt die Kampagne „KINDERLEICHT on tour“ den zentralen Themenbereich der Ernährung. KINDERLEICHT on tour realisiert als Partner der Kampagne „Deutschland bewegt sich“ eine zweijährige Städtetour. Am und im Pavillon gab es die unterschiedlichsten Aktionen zu den zentralen Inhalten der Kampagne, wobei sich die einzelnen Aktionen an den spezifischen Bedürfnissen der einzelnen Altersgruppen orientierten. So gab es das KINDERLEICHT-Kinderrätsel, -Kreuzworträtsel, -Schulranzenrätsel, -Pyramidenspiel, -Geschicklichkeitsspiel, -Glücksrad, die KINDERLEICHT-Maxi-Möhre, den KINDERLEICHT-Querpass (Fußballmodul) und den KINDERLEICHT-Aktionspass.

Die regelmäßige Begleitung und Unterstützung der Gesundheitsinitiative „Deutschland bewegt sich“ durch prominente Sportler pro Tourort unterstrich noch einmal die Wertigkeit des Themas für die Öffentlichkeit. Die Besucher bekamen so auch die Chance, von Fachleuten zu hören, wie wichtig das Thema Ernährung und Bewegung für eine gute Leistungsfähigkeit ist.

„ECHT GERECHT. Clever kaufen“

Mit der Informationskampagne „ECHT GERECHT. Clever kaufen“ informierte das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucher-

schutz Verbraucherinnen und Verbraucher über Möglichkeiten des nachhaltigen Einkaufs und Konsums. Auch in diese Kampagne wurde das Fußballthema einbezogen. So wurden anhand eines „fair-trade“ Fußballbes nachhaltige Herstellungsbedingungen thematisiert und erklärt.

Am 16. März startete der ECHT GERECHT-Infobus in Berlin seine Deutschland-Tour. In über 70 Städten macht er an zentralen Plätzen Halt. Der Bus ist mit einer mobilen Ausstellung ausgestattet, die Verbraucherinnen und Verbrauchern informativ, spielerisch und interaktiv an das Thema Nachhaltiger Konsum heranführt. Ob Spielwaren, Energie, Lebensmittel oder Reisen und Geldanlagen: Die Ausstellung informiert im und am Bus über die verschiedenen Möglichkeiten nachhaltiger Konsumentscheidungen. „Sprechende“ Kühlschränke, Kuscheltiere, die von ihren Produktionsbedingungen berichten oder ein Angelspiel für Kinder machen die Themen lebendig.

Geschichtsort Olympiagelände

Das Berliner Olympiagelände ist nicht erst seit der WM 2006 im Blickpunkt des öffentlichen Interesses. Das ehemalige Reichssportfeld – erbaut anlässlich der Olympischen Spiele 1936 – gehört zu den herausragenden Baudenkmälern aus der Zeit der nationalsozialistischen Diktatur. Im Zuge der Vor-



bereitungen für die WM wurde das Olympiagelände durch eine historische Kommentierung neu erschlossen. Im westlich an das Stadion angrenzenden Tribüengelände mit Glockenturm und ehemaliger Langemarckhalle informiert nun eine vom Deutschen Historischen Museum konzipierte und vom Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien mit 3,3 Millionen Euro finanzierte Dauerausstellung über den „Geschichts-ort Olympiagelände“. Ein „Historischer Pfad“ erschließt den Besuchern zudem die historische Bedeutung des weiteren Areals. Die Eröffnung der Dauerausstellung erfolgte im März 2006 durch Bundesinnenminister Dr. Schäuble.

41. CISM Fußball-Militärweltmeisterschaft im Juni 2005 in Deutschland

Als Beitrag zum Gastgeberkonzept der Bundesregierung zur WM 2006 wurden durch die Bundeswehr verschiedene Aktivitäten initiiert, um die Vorfreude auf dieses Großereignis zu steigern. Zeitlich parallel zum Confederations Cup 2005 – die 41. CISM Fußball-Militärweltmeisterschaft vom 13. bis 27. Juni 2005, die nach 30 Jahren erstmals wieder und insgesamt zum dritten Mal in Deutschland unter der Schirmherrschaft des Bundesministers der Verteidigung in Warendorf ausgetragen wurde.

Über 13 000 begeisterte Zuschauer hatten dieses regionale Großereignis unter dem Motto „Freundschaft durch Sport“ begleitet. Insgesamt elf Nationen aus fünf Kontinenten waren zu dieser Endrunde angetreten, die fußballerisch von den afrikanischen Nationen eindeutig dominiert wurde. Nachdem sich bereits im kleinen Finale

die Mannschaft aus Katar mit einem 3:1 Sieg gegen die Deutsche Auswahl den 3. Platz sichern konnte, standen sich im Finale zwei Vertreter Afrikas gegenüber. Ein gut gefülltes Stadion in der Sportschule der Bundeswehr bildete den perfekten Rahmen für ein sehenswertes Finalspiel dieser 41. Fußballweltmeisterschaften des CISM. In einer kampfbetonten aber fairen Partie besiegte dabei das Ägyptische Team die gut spielenden Algerier verdient mit 1:0 und sicherte sich damit bereits zum vierten Mal den Titel des Fußball-Militärweltmeisters.

BM-Cup des Bundesministeriums der Verteidigung 2005 und 2006

Weiterhin wurde erstmals 2005 der Pokal des Bundesministers der Verteidigung (BM-Cup) in Form eines Fußballturniers mit sechs teilnehmenden Mannschaften der verschiedenen Organisationsbereiche der Bundeswehr mit dem Endspiel in Berlin ausgespielt. Den Abschluss der unterstützenden Maßnahmen der Bundeswehr im Rahmen des Gastgeberkonzeptes der Bundesregierung zur WM 2006 bildete die erneute Durchführung des „BM-Cups 2006“, der in der ersten Septemberhälfte ausgespielt wurde. Das Endspiel fand am 14. September 2006 in Berlin statt.

Höhepunkt war in Ergänzung zu diesem Wettbewerb eine Benefizveranstaltung am 23. Mai 2006, bei der eine aus allen teilnehmenden Mannschaften gebildete Bundeswehrauswahl gegen den Aufsteiger in die 1. Fußballbundesliga Alemannia Aachen antrat. Diese Benefizveranstaltung zugunsten der Hospizinitiativen von Aachen und Eschweiler erbrachte einen Erlös von knapp 10 000 Euro.





Ausländerrechtliches Begleitkonzept des BMI

Das Bundesministerium des Innern hat als Teil der Vorbereitungen für die WM 2006 und in Ergänzung des Visumkonzepts des Auswärtigen Amtes sowie zum Nationalen Sicherheitskonzept ein ausländerrechtliches Begleitkonzept erstellt. Dieses richtete sich sowohl an die mit der Ausführung des Ausländerrechts zuständigen Stellen – vor allem die Grenz- und Ausländerbehörden – als auch an das Nationale Organisationskomitee.

Das ausländerrechtliche Begleitkonzept hat die erforderlichen Informationen und Leitlinien für die rechtliche und organisatorische Begleitung der WM 2006 transparent und kompakt vermittelt und damit einen reibungslosen Ablauf ermöglicht. Durch die Umsetzung konnten positive Effekte in der Zusammenarbeit der für die Ausführung des Ausländerrechts zuständigen Stellen erzielt werden sowie schnelle und effektive Lösungen im Einzelfall gefunden werden. Dies gilt insbesondere für die Verlängerung der Visa für Mitglieder ausländischer Delegationen sowie von Besuchern durch die Ausländerbehörden.

Aufgrund der Erfahrungsberichte der für die Durchführung des Aufenthaltsrechts zuständigen Länder ist festzuhalten, dass ein Anstieg ausländerrechtlicher Probleme im Zusammenhang mit der WM 2006 nicht zu verzeichnen war. Es wurde keine überhöhte Anzahl von illegalen Aufenthalten festgestellt.

Bereits im Vorfeld der WM ist das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) gebeten worden, entsprechende Entwicklungen der Zugangs-

zahlen sorgfältig zu beobachten. Um dies mit statistischen Mitteln abfragen zu können, wurde im IT-System MARiS am 3. Mai 2006 der Sachstand „FIFA-WM 2006“ eingepflegt und die Außenstellen wurden angewiesen, diesen bei Besuchern der Fußball-WM mit Visum zu erfassen. Das BAMF teilte mit, dass drei entsprechende Asylanträge zu verzeichnen waren.

Im Ergebnis ist festzustellen, dass sich das ausländerrechtliche Begleitkonzept bewährt hat und als sinnvolle und nützliche Unterstützung der Arbeit der Ausländer- und Grenzbehörden diente.

Beschäftigungsoffensive WM 2006

Bundesagentur für Arbeit

Die Bundesagentur für Arbeit (BA) und der Deutsche Fußball-Bund (DFB) vereinbarten im Juni 2005 das gemeinsame Projekt „Beschäftigungsoffensive WM 2006“, um die im Zusammenhang mit der WM temporär und langfristig entstehenden Arbeitsplätze gezielt zu akquirieren und deren Besetzung zu forcieren. Die Zielsetzung des Projekts wurde erreicht.

Insgesamt konnten fast 25 000 Stellen akquiriert werden. Die Akquise erfolgte über die WM-Hotline, das Internet (Virtueller Arbeitsmarkt der BA), schriftlich oder durch persönliche Absprachen zwischen Agentur für Arbeit und Arbeitgeber.

Besondere Serviceangebote für Arbeitgeber stellten dabei die eigens eingerichtete WM-Hotline und eine neue Funktionalität des Virtuellen Arbeitsmarkts der BA dar. Dort wurde Arbeitgebern die Möglichkeit eingeräumt, ohne direkte Einschaltung der Agentur für Arbeit, selbständig Stellenangebote mit spezifischem WM-Bezug zu veröffentlichen. Diese Stellenangebote waren für Interessierte über eine prominente Suchfunktionalität leicht zu finden. Der auf Eigeninitiative abgestellte Virtuelle Arbeitsmarkt der BA ermöglichte damit ein unbürokratisches und kostengünstiges Zusammenführen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern.



So wurden von den nahezu 25 000 WM-Stellen über 7 500 durch den Virtuellen Arbeitsmarkt der BA veröffentlicht, wovon fast 5 000 Stellen sozialversicherungspflichtig waren. Den Agenturen für Arbeit direkt gemeldet und auch von diesen betreut wurden über 17 000 Stellen. Hiervon waren über 50 Prozent sozialversicherungspflichtig.

Branchenschwerpunkte waren das Sicherheitsgewerbe mit 6 500 Stellen, das Hotel- und Gaststättengewerbe mit über 4 500 Stellen, der Künstlerbereich mit über 1 100 Stellen und der Einzelhandel mit fast 800 Stellen.



Da normalerweise auf jede Stelle, die der BA angezeigt wird, mindestens eine Stelle kommt, die ohne ihre Beteiligung besetzt wird, geht die BA davon aus, dass zumindest kurzfristig durch die WM 2006 insgesamt etwa 50 000 zusätzliche Arbeitsplätze entstanden sind und viele davon auch nach der WM noch bestehen bleiben. Begleitend unterstützt wurde das Projekt durch umfangreiche Marketing- und Presseaktivitäten.

Aufgrund der positiven Gesamtbeurteilung des Projekts „Beschäftigungsoffensive WM 2006“ strebt die BA an, die Kooperation mit dem DFB fortzusetzen und die Projektkonzeption als übertragbares Gesamtkonzept für zukünftige Projekte zur Verfügung zu stellen.

Die Bundeszentrale für politische Bildung: „Fußball – mehr als ein Spiel“

Sport ist nicht unpolitisch, obwohl dies immer gerne betont wird. Ob öffentliche Sportförderung, Doping oder die Austragung großer internationa-

ler Events: Sport, Politik und Gesellschaft stehen in vielfältigen Wechselbeziehungen. Und durch den Sport können spezifische Werte wie Teamgeist, Fairness und Toleranz vermittelt werden. Sie sind grundlegend für eine funktionierende solidarische Zivilgesellschaft.

Das Großereignis WM 2006 war für die Bundeszentrale für politische Bildung Anlass, unter dem Motto „Fußball – mehr als ein Spiel“ mit neuen Publikationen und Veranstaltungen den gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Kontext dieses Sports in Deutschland und der globalen Welt aufzuzeigen. Die Chancen, die ein solches Großereignis für die politische Bildung in schulischen und außerschulischen Kontexten und für die Förderung zivilgesellschaftlicher Entwicklungen bietet, wurden diskutiert und in Arbeits- und Lehrmaterialien umgesetzt. Aber auch Fehlentwicklungen wie Gewalt, Fremdenfeindlichkeit und politische Instrumentalisierung wurden thematisiert. Die folgenden Ansätze zogen sich als roter Faden durch sämtliche Angebote vor und während der WM 2006 in Deutschland:



- Förderung der Wertediskussion
- Auf Teilnehmerstaaten bezogener landeskundlicher Ansatz (Sachinformationen, Interkulturelle Kommunikation, Begegnung)
- Kritische Analyse der Rolle des Sports in Geschichte, Gesellschaft und Wirtschaft

Der „Spielplan“ umfasste u. a. Ausstellungen und Diskussionen, ein Online-Special auf www.bpb.de, ein Computer-Lernspiel, Sonderausgaben der Printmedien fluter, Informationen zur politischen Bildung, Thema im Unterricht und des Computerprogramms GrafStat. Im Rahmen von Veranstaltungen des Afrikaschwerpunktes „Africome 2004 – 2006“ wurde auch der Stellenwert von Fußball in afrikanischen Gesellschaften beleuchtet.

Besonders erfolgreich war der mobile „Fanshop der Globalisierung“, eine Ausstellung der Bundeszentrale für politische Bildung, die in einem zwölf Meter langen Seecontainer untergebracht war und durch neun von zwölf WM-Austragungsorte vom 4. Mai bis 14. Juli 2006 tourte. Mehrere Tausend Menschen – unter ihnen Kanzlerin Angela Merkel – besuchten die Ausstellung, die an Beispielen aus der Welt des Fußballs Prozesse und Strukturen der Globalisierung aufzeigte. Der Katalog zur Ausstellung mit Texten und Bildern zum Thema „Fußball und Globalisierung“ ist bei der Bundeszentrale für politische Bildung erhältlich.

Sondermünzen



Das Bundeskabinett hatte im November 2002 die Ausgabe einer Serie von insgesamt vier 10 Euro-Silbergedenkmünzen anlässlich der WM 2006 in den Jahren 2003 bis 2006 beschlossen.

Die Münzmotive wurden im November 2002 durch den damaligen Bundesfinanzminister Eichel und den OK-Präsidenten Beckenbauer der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Absatz der Münzen, deren Auflage (jeweils rund 4,4 Mio. Stück) gegenüber den sonstigen Emissionen von Silbergedenkmünzen fast verdoppelt wurde, erfolgte unter aktiver Beteiligung des Organisationskomitees.

Die erste Münze der Serie wurde im Juni 2003, die zweite Münze im Februar 2004 und die dritte Münze im Februar 2005 herausgegeben. Die vierte und letzte 10-Euro-Silbermünze wurde im Februar 2006 durch Bundeskanzlerin Merkel, Bundesfinanzminister Steinbrück, Bundesinnenminister Schäuble und OK-Präsident Beckenbauer präsentiert und anschließend in den Verkehr gebracht. Mit diesen Silbergedenkmünzen hat die Bundesregierung schon früh für die WM 2006 geworben, d. h. das OK in seiner Öffentlichkeitsarbeit unterstützt und das Interesse der Bevölkerung geweckt.

Die Serie (Auflage insgesamt 17,1 Mio. Stück) sind noch nicht gänzlich abgesetzt worden. Den Einnahmen von rd. 130 Mio. Euro stehen ein reiner Materialwert des Silbers von rd. 50 Mio. Euro sowie weitere Kostenpositionen gegenüber. Die endgültige Höhe der

Einnahmen ist insbesondere wegen der Zahlungsmitteligenschaft (zeitlich unbefristete Umtauschmöglichkeit) dieser Münzen schwer zu prognostizieren.



Zusätzlich und erstmals anlässlich eines sportlichen Großereignisses wurde im Oktober 2005 eine 100-Euro-Goldmünze herausgegeben, deren Auflage 350 000 Stück betrug und

mittlerweile praktisch ausverkauft ist. Bei einem Verkaufspreis von 222 Euro wurden Einnahmen in Höhe von 77,7 Mio. Euro realisiert. Dem steht ein reiner Materialwert des Goldes von rd. 69 Mio. Euro gegenüber. Hinzu kommen weitere Ausgaben, etwa für Prägebühren und Transportkosten sowie nicht bezifferbare Gemeinkosten.

Die Einnahmen aus dem Verkauf der Münzen fließen dem allgemeinen Haushalt zu und unterliegen keiner haushaltsmäßigen Zweckbindung.



Sonderpostwertzeichen



Die vom Bundesministerium der Finanzen ausgegebenen Sonderpostwertzeichen aus der Serie „Für den Sport“ haben nicht nur Sammler oder Postkunden auf die WM 2006 aufmerksam gemacht, sondern waren auch Souvenir für Gäste der WM. Die Zuschlagerlöse aus dem Verkauf der Zuschlagsmarken erhält die Stiftung Deutsche Sporthilfe. Sie tragen dazu bei, die sozialen Belange und Aufgaben der Stiftung in allen Bereichen des Sports zu unterstützen. In den Jahren 2003 bis 2006 wurden insgesamt elf Sonderpostwertzeichen mit Motiven zur WM 2006 herausgegeben. Darüber hinaus erschien jährlich ein Numisblatt der Deutschen Post, das beide Sammelobjekte (Briefmarken und Münze) verbindet.

Im Januar 2003 sind erstmals fünf Marken der Sonderpostwertzeichen-Serie „Für den Sport“ mit Motiven der WM 2006 für den Druck freigegeben worden. Die offizielle Vorstellung der Marken durch das Bundesministerium der Finanzen gemeinsam mit dem Bundesministerium des Innern, der Stiftung Deutsche Sporthilfe und dem OK WM 2006 fand im März 2003 statt.

Die Sportmarken für das Jahr 2004 wurden im Februar 2004 zusammen mit der zweiten 10-Euro-Silbergedenkmünze von Bundeskanzler Schröder, von Bundesfinanzminister Eichel, von Bundesinnenminister Schily und dem OK-Präsidenten Beckenbauer vorgestellt. Außerdem wurde festgelegt, dass auch in den Jahren 2005 und 2006 die Sonderpostwertzeichen sowie die 10-Euro-Silbergedenkmünzen zeitgleich herausgegeben werden sollen.

Im Februar 2005 stellten Bundesfinanzminister Hans Eichel, Bundesinnenminister Otto Schily und OK-Vizepräsident Dr. Theo Zwanziger die Sonderpostwertzeichen-Serie „Für den Sport“ 2005 vor. Zwei der fünf Briefmarken sind Motiven zur WM 2006 gewidmet. Sie zeigen das Maskottchen „Goleo VI“ und den Fußball-Globus von André Heller.

Die Sonderpostwertzeichenserie „Für den Sport“ 2006 wurde im Februar 2006 von Bundeskanzlerin Merkel, Bundesfinanzminister Steinbrück, Bundesinnenminister Schäuble und OK-Präsident Beckenbauer präsentiert und steht ganz im



Zeichen der WM 2006. Vier der insgesamt fünf Zuschlagsmarken nehmen auf dieses Ereignis Bezug. Die Marken zeigen u. a. die WM-Stadien Berlin und München. Die Serie trägt als Leitthema das Motto der WM 2006: „Die Welt zu Gast bei Freunden“.



1.2 Standort-Marketing für Deutschland



Wir sind dabei.

www.land-der-ideen.de

**Deutschland
Land der Ideen**



Die Standortinitiative

„Deutschland – Land der Ideen“

Die WM bot die große Chance, Deutschland als weltoffenes, sympathisches und zukunftsfähiges Land zu zeigen und die Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit sowie nachhaltige Innovationskraft des Wirtschaftsstandortes zu vermitteln. Dazu wurde die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Horst Köhler ins Leben gerufen. „Deutschland – Land der Ideen“ ist eine gemeinsame und überparteiliche Standortinitiative von Bundesregierung und deutscher Wirtschaft, vertreten durch den Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI). Ziel der Initiative ist es, im In- und Ausland das aktuelle Deutschland-Bild zu vermitteln und damit das Image Deutschlands positiv zu beeinflussen. Die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ hat eine Multiplikatorenfunktion eingenommen. Dazu haben Personen und Institutionen wie das Auswärtige Amt, das Goethe-Institut, das Bundespresseamt und das BMI als federführendes WM-Ressort innerhalb der Bundesregierung mit ihren Netzwerken und durch fachliche Projektbegleitung beigetragen.

23 Unternehmen engagieren sich für die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“, hinzu kommen Kooperationspartner aus Wissenschaft, Politik, Kultur und Gesellschaft. Die zentrale Botschaft der Initiative lautet: Deutschland ist weltoffen, innovativ, leistungs- und zukunftsfähig. Um diese Botschaft sowohl im Inland als auch im Ausland zu verbreiten und das große Medieninteresse an Deutschland zur Fußball WM 2006 zu nutzen, hat die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ sechs Kernprojekte realisiert:

- Der bundesweite Wettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“ ist ein Projekt der Initiative, das – aufgrund seines großen Erfolges – auch im Jahr 2007 gemeinsam mit der Deutschen Bank als exklusivem Projektpartner fortgesetzt wird. Öffentliche oder private Einrichtungen, Institutionen, Unternehmen oder Forschungsinstitute, die sich Innovation und Ideenreichtum auf ihre Fahnen geschrieben haben, sind aufgerufen, sich zu bewerben. Aus allen Einsendungen – im Jahr 2006 waren es 1200 – wählt eine prominente Jury 365 Sieger aus. An jedem Tag des Jahres 2007 wird jeweils einer dieser





Orte offiziell ausgezeichnet und präsentiert sich mit einer Veranstaltung der Öffentlichkeit. Zusätzlich stellt eine begleitende Publikation jeden der „Ausgewählten Orte 2007“ mit ihren Veranstaltungen vor.

- Der „Medienservice“ ist ein Online-Angebot, das sich an in- und ausländische Journalisten wendet, die über Deutschland berichten wollen. Die weltweit 4500 registrierten Journalisten nutzen den Themen- und Bilderdienst als Recherche-Tool für die Berichterstattung über Deutschland: Das Portal bietet exklusive und professionell aufbereitete Inhalte – erstellt von Journalisten für Journalisten. Mit Unterstüt-

zung der Nachrichtenagentur dpa sind rund 1000 Beiträge und hunderte frei verwertbarer Bilder abrufbar. Erweitert wurde das Angebot um einen Wirtschaftsschwerpunkt, der von der Standortmarketing-Agentur des Bundes „Invest in Germany“ gemeinsam mit dpa betreut wird.

- Die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ arbeitet eng mit der Standort-Marketing-agentur des Bundes, Invest in Germany GmbH, zusammen. Unter Federführung der FC Deutschland GmbH realisieren sie im Rahmen der Kampagne „Invest in Germany – Land of Ideas“ eine Vielzahl von Projekten, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und



Technologie (BMW) finanziert werden. Ziel dieser Maßnahmen ist es, international für den Investitionsstandort Deutschland zu werben. Für besonders hohe Aufmerksamkeit hat im In- und Ausland eine großformatige Plakatserie mit dem Top-Model Claudia Schiffer in London, Tokio und New York gesorgt. Publikationen zum Wirtschaftsstandort Deutschland und internationale Investoren-Workshops ergänzen das Angebot.



- Jeder, der Mitglied im „FanClub Deutschland – Land der Ideen“ wird, hat die Möglichkeit im Internet zu begründen, warum er ein Fan von Deutschland ist und kann an Gewinnspielen teilnehmen. Die Registrierung ist ganz einfach unter www.land-der-ideen.de möglich. Das Projekt startete am 3. Oktober 2005 im Rahmen eines Bürgerfestes zum Tag der Deutschen Einheit in Potsdam und hat seitdem großen Zuspruch erhalten. Im Verlauf des Jahres 2006 hat sich der FanClub u. a. während der Fußball-WM auf der Fanmeile in Berlin, bei den Weltreiserspielen in Aachen und am Tag der Deutschen Einheit in Kiel präsentiert.
- Der „Walk of Ideas“ gehörte zu den Projekten, die speziell auf das zeitliche Umfeld der Fußball-WM fokussiert waren. Er lud vom 10. März bis Mitte September 2006 zu einem Spaziergang durch die Mitte Berlins ein, vorbei an sechs überdimensionalen Skulpturen, die Erfindergeist und Ideenreichtum in Deutschland symbolisierten. Vor touristisch attraktiver Kulisse wurde an den ersten Einsatz des „modernen Fußballschuhs“, die „Meilensteine der Medizin“, das „Automobil“, den „modernen Buchdruck“,

die „Meisterwerke der Musik“ und die „Relativitätstheorie“ erinnert. Der „Walk of Ideas“ entwickelte sich zu einem großen Publikumsmagnet und attraktiven Anziehungspunkt für die Berliner und ihre Gäste. Die Skulptur „Das Automobil“ fand zwischenzeitlich ihren Standort als Blickfang im Flughafen München, während „Der moderne Fußballschuh“ zukünftig in Südafrika auf die Fußball WM 2010 einstimmen wird. Ausgangspunkt des „Walk of Ideas“ war das Deutsche Historische Museum, Unter den Linden, in dem die Ausstellung „100 Köpfe von morgen“ die Kreativen der Zukunft präsentierte. Als Wanderausstellung sind die „100 Köpfe“ in verschiedenen Städten zu besichtigen. Den Anfang macht die österreichische Hauptstadt Wien.

- Begrüßungsinitiative „Welcome to Germany – Land of Ideas“: Um auf das Gastgeberland der Fußball-WM 2006 einzustimmen, erhielten im Vorfeld des Turniers in Kooperation mit dem Auswärtigen Amt die über 220 deutschen Botschaften und Generalkonsulate im Ausland kontinuierlich Informations- und Werbematerialien über das Land der Ideen. Im Ausland prä-



sentierte sich die Initiative in Kooperation mit z. B. den Goethe-Instituten und den Außenhandelskammern auf Messen und Informationsveranstaltungen. Das gleiche Ziel verfolgt der Film „Welcome to Germany“, in dem Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens für Deutschland als ein modernes und aufgeschlossenes Land werben.

„Deutschland – Land der Ideen“ ist nach Angaben der FC Deutschland GmbH die bislang erfolgreichste Imagekampagne in der Geschichte der



Bundesrepublik Deutschland. Seit Beginn der Kampagne wurden insgesamt 3,5 Milliarden Kontakte weltweit erreicht. Die Mechanismen der Kampagne haben funktioniert und in der Verbindung der komplementär angelegten Projekte konnten die Ziele der Initiative national und international erfolgreich umgesetzt werden. Die weit über 16 000 redaktionellen Beiträgen zur Initiative und mehr als sechs Stunden Sendezeit in deutschen TV-Sendern haben 1,3 Milliarden Kontakte bundesweit erreicht. Es ist gelungen, die positiv besetzten Inhalte medial zu transportieren und nachhaltig zu vermitteln. Die Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ hat entscheidend dazu beigetragen, das aktuelle Deutschlandbild zu prägen und die Wahrnehmung im Ausland in diese Richtung zu beeinflussen. Mit der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ wurde im Jahr der WM der Boden bereitet für ein nachhaltiges Nation Branding. Eine Weiterführung der Gesamtkampagne mit neuer Struktur ist vorgesehen (vgl. dazu auch Kapitel 9 in Teil A).



Die Standortmarketing-Agentur des Bundes „Invest in Germany“

Invest in Germany, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) finanzierte Standortwerbeagentur des Bundes, nutzte seit Herbst 2004 die weltweite Vorfremde und damit die enorme Werbewirksamkeit der WM auch für die Standort- und Investorenwerbung. Zielgruppe sind dabei an erster Stelle potenzielle Investoren sowie wichtige Direktinvestoren aus den jeweils beteiligten Ländern. Das strategische Konzept der in Verbindung mit den Fußballspielen von Invest in Germany organisierten Investorenseminare ist es, die Emotionen des Sports mit Fakten des Wirtschaftsstandortes Deutschland, bzw. der gastgebenden Region, zu verbinden, um damit einem ausgewählten Publikum Deutschland als wichtigen Produktionsstandort für Hochtechnologien zu präsentieren.



Die Veranstaltungen anlässlich von Fußball-Spielen haben gezeigt, dass ausländische Unternehmen interessiert sind, das Potenzial Deutschlands als Investitionsstandort nicht nur über die Vermittlung rein ökonomischer Fakten, sondern auch über die Betonung von Kreativität, Lebensfreude und Gastfreundschaft vorgestellt zu bekommen.

Der „Fußballsommer 2005“ von Invest in Germany begann Ende Mai 2005 mit dem Finale um den DFB-Pokal im Berliner Olympiastadion, gefolgt



von der Eröffnung des neuen WM-Stadions am 31. Mai 2005 in München und dem Länderspiel zwischen Deutschland und Russland am 8. Juni 2005 in Mönchengladbach. Auch zum Confederations Cup 2005 gab es Investorenseminare in Köln und Hannover, ebenso zu den Gastspielen der deutschen Mannschaft im August 2005 in Rotterdam (Niederlande), im Oktober 2005 in Istanbul (Türkei) und im November 2005 in Paris (Frankreich).



Auch im Umfeld von drei WM-Spielen (Hannover, München, Dortmund) fanden zielgruppenorientierte Veranstaltungen der Invest in Germany GmbH statt. Zur Fußball-WM hat sie unter anderem über 100 Unternehmer und potenzielle Investoren aus der ganzen Welt nach Deutschland eingeladen, vor allem aus modernen Branchen wie Life Science, Automotive, Logistik, IT/Medien und Forschung. Sie besuchten neben WM-Spielen auch Hightech-Unternehmen, lernten wissenschaftliche Einrichtungen kennen und trafen mit Politikern und hiesigen Wirtschaftsförderungsgesellschaften zusammen.

Insgesamt konnten bis zum Ende der WM 27 Veranstaltungen mit über 2 500 Teilnehmern durchgeführt sowie über 20 000 potentielle Investoren und Multiplikatoren direkt mit neuen Informationen zum Wirtschafts- und Technologiestandort Deutschland versorgt werden.

Zur medialen Unterstützung seiner Standortwerbeaktivitäten im Zusammenhang mit der WM 2006 hatte Invest in Germany einen Imagefilm produzieren lassen, der eine Verbindung zwischen Fußball und Hochtechnologie in Deutschland anhand von Analogien wie Kreativität und Spielfreude, Präzision und Spontaneität herstellt.



Werbung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) für die WM 2006 und ein gastfreundliches, weltoffenes Deutschland

Bereits vor zwölf Jahren startete die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) ihre Kooperation mit dem Deutschen Fußball-Bund (DFB). Seitdem hat Deutschlands „Tourist Board“ die WM 2006 auf 1 000 Messen, bei 5 000 Studienreisen und mit 25 Millionen Printprodukten beworben. Über das Internetportal www.deutschland-tourismus.de haben sich seitdem 75 Millionen Nutzer über das Reiseziel Deutschland informiert.



Die WM 2006 war nach Angaben der DZT ein großer Erfolg für den Deutschland-Tourismus: Mit 12,5 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland schlugen die Monate Juni und Juli 2006 für das Deutschland-Incoming zu Buche und erreichten ein Plus von 19,3 Prozent. Die Bilanz für die ersten sieben Monate dieses Jahres verzeichnet somit insgesamt rund 30 Millionen internationale Übernachtungen, ein Plus von 11,5 Prozent und insgesamt 3,1 Millionen mehr Übernachtungen als im Vorjahr.

Der Juli 2006, auf den die letzten Spieltage der WM fielen, bescherte dem Deutschland-Incoming zum Finale eine starke Bilanz: Die Übernachtungen internationaler Gäste stiegen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 9,5 Prozent auf rund 6,7 Millionen.

Für das deutsche Beherbergungsgewerbe nimmt auch nach Angaben des Statistischen Bundesamtes die Bedeutung von Gästen aus dem Ausland zu: Rund 15 Prozent aller Übernachtungen gingen im Zeitraum Januar bis Juli 2006 auf Gäste aus dem Ausland zurück.



Aus den zehn wichtigsten Quellmärkten für den Deutschland-Tourismus kamen im Juni und Juli 2006 verstärkt Reisende aus den fußballaffinen Ländern in das Gastgeberland der WM 2006 und bescherten dem Deutschland-Tourismus äußerst positive Zuwachsraten: 35,9 Prozent Übernachtungen mehr wurden aus dem Vereinigten Königreich gezählt, aus den USA waren es 21,2 Prozent, aus Schweden 19,2 Prozent. Aus Nordwest-Europa sticht in den WM-Monaten Irland hervor: Die Fußballbegeisterten von der grünen Insel erbrachten im Juni und Juli ein Plus von 44,9 Prozent.

Auch zahlreiche italienische Fans kamen nach Deutschland, um ihrer Nationalelf vor allem im Finale beizustehen. So wurden während der WM-Monate 15,3 Prozent mehr Übernachtungen aus dem Land des neuen Fußball-Weltmeisters registriert. Spitzenreiter im Regionalmanagement Südwesteuropa, das neben Italien auch Frankreich umfasst, war im Ranking der Wachstumsraten Portugal mit plus 110,3 Prozent in den beiden WM-Monaten Juni und Juli 2006.

Riesige Fußball-Begeisterung in Mittel- und Südamerika verhalf dem DZT-Regionalmanagement Amerika/Israel im Juni und Juli 2006 zu einem herausragenden Wachstum: 405,1 Prozent mehr Übernachtungen wurden aus dem Quellmarkt Mittelamerika/Karibik – mit dem WM-Neuling Trinidad-Tobago – gezählt. Brasilien, Heimat des ehemaligen Weltmeisters, erbrachte in den WM-Wochen ein Wachstum von 255,8 Prozent. Auch Südafrika, Ausrichter des nächsten Wettkampfs um den Weltmeisterpokal, verzeichnete mit 40,2 Prozent im Juni und Juli 2006 ein sehr erfreuliches Plus.

Ungleich wichtiger als diese Bilanz ist Deutschlands nachhaltige Imageaufwertung, die Besucher vor Ort und Fernsehzuschauer und Zeitungsleser in aller Welt erfahren haben. Über 90 Prozent der WM-Touristen gaben in einer Befragung an, dass sie Deutschland als Reiseland weiterempfehlen wollen. Der Tourismusstandort wird von dem freundlich-fröhlichen Deutschlandbild, das in alle Welt getragen wurde, in den kommenden Jahren besonders profitieren können.



Eine kleine Auswahl aus dem internationalen Medienecho spricht für sich:

Internationales Medienecho:

La Gazzetta dello Sport, Rom:

„Deutschland als Nation hat diese Weltmeisterschaft in punkto Heiterkeit und Organisation gewonnen.“

The Independent, London:

„Weniger erwartet hatte man die entspannte und große Gastfreundschaft, mit der Deutschland seine Besucher aufnahm.“

Der Standard, Wien:

„... Sommerwochen, in denen sich die Deutschen als gute, fröhliche Gastgeber präsentiert haben.“

Iswestija, Moskau:

„In nur einem Monat hat Deutschland das Vorurteil widerlegt, dass seine Bewohner langweilig, verschlossen und wenig gastfreundlich sind.“

El País, Madrid:

„[Deutschland] war der beste Gastgeber ...“

Während der WM wurde zwischen dem 9. Juni und 9. Juli 2006 in allen zwölf WM-Städten eine empirische Studie (Dissertation an der Alpen-Adria Universität Klagenfurt) durchgeführt, um zu überprüfen, inwiefern die WM die Einstellung internationaler Besucher zum Gastgeberland und zur deutschen Bevölkerung verändert hat. Der Fragebogen, der von 2113 internationalen Gästen ausgefüllt wurde,



beinhaltete in erster Linie Fragen zur Einstellung der Besucher gegenüber Deutschland und seiner Bevölkerung. Sie wurden zum einen über ihre Einstellung in der Vergangenheit (also bevor sie wussten, dass sie zur WM reisen werden) befragt, zum anderen über ihre aktualisierte Einstellung zum Zeitpunkt der Befragung (nachdem sie schon einige Zeit in Deutschland verbracht hatten).

Fast 50 Prozent der Befragten waren noch nie zuvor in Deutschland. Knapp 50 Prozent hatten vor ihrem Besuch zudem wenig oder sehr wenig Deutschland-Kenntnisse. Alle Nationalitäten beurteilten das Gastgeberland und die Gastgeber vor dem WM-Besuch positiv.

Durch den WM-Besuch veränderte sich die Einstellung gegenüber Deutschland und seiner Bevölkerung. Das WM-Konzept „Die Welt zu Gast bei Freunden™“ ist aufgegangen: Das Urteil der WM-Besucher aller Nationen ist viel positiver. Die Einstellung hat sich bei nichteuropäischen Ländern am deutlichsten verändert, während die europäischen Länder am wenigsten Veränderung aufweisen (Ausnahme sind Besucher aus Großbritannien, die eine sehr starke positive Veränderung verzeichnen).

Die Befragten rühmten Deutschland insbesondere als gut organisiert, modern und reich. Weniger erwarteten die Besucher gutes Essen, Ausländerfreundlichkeit und Gastfreundschaft. Vor dem WM-Besuch wurden die Deutschen insbesondere als gut organisiert, fleißig und selbstbewusst eingeschätzt. Weniger lobten die Besucher die Eigenschaften humorvoll, spontan und ausländerfreundlich. Von 17 gefragten Eigenschaften veränderten sich durch den Aufenthalt in Deutschland 15 Eigenschaften höchst signifikant positiv und 13 Eigenschaften weisen zumindest eine schwache Effektstärke auf. Am deutlichsten ist die positive Veränderung zu sehen bei den Eigenschaften freundlich, tolerant und ausländerfreundlich.

Zwar verbessert sich die Beurteilung von „humorvoll“ auch erheblich, jedoch wird diese Eigenschaft weiterhin am wenigsten positiv beurteilt. Die Einstellung der WM-Besucher wurde am positivsten beeinflusst durch die Qualität öffentlicher

Transportmittel, durch das Sicherheitskonzept/ Qualität der Sicherheit und durch die Kommunikation mit WM-Besuchern aus anderen Ländern.

Aufgrund ihrer positiven Erfahrungen während der Fußball-WM in Deutschland werden ca. 80 Prozent der Umfrageteilnehmer ihren Freunden oder ihrer Familie positiv über Deutschland berichten (davon die Hälfte sogar sehr positiv). Nur ca. vier Prozent der Befragten werden negativ oder sehr negativ über Deutschland berichten. 67,5 Prozent der Befragten möchten gerne nochmals privat nach Deutschland reisen. 40 Prozent der Teilnehmer wollen mehr über Deutschland wissen und 31,5 Prozent möchten gerne Deutsch lernen. 25 Prozent der Besucher können sich intensivere bzw. neue Geschäftskontakte vorstellen. Eine weitere Zuschauerbefragung – durchgeführt von der Universität Mainz – setzte sich mit den



Reise- und Konsummustern der Besucher von sportlichen Mega-Events auseinander. Ausgangspunkt der Überlegungen: Besucher von Sportgroßveranstaltungen konsumieren anders als normale Städtetouristen. Außerdem unterscheiden sich die Eventtouristen von verschiedenen Sportveranstaltungen hinsichtlich ihres Sozial- und Reiseprofiles. Daher basieren alle bisher durchgeführten Vorhersagen und Berechnungen zu den wirtschaftlichen Auswirkungen der WM 2006 auf Schätzungen. Ziel der Bochumer Studie war es, die gesamtwirtschaftliche Wirkung der WM 2006 im Nachhinein auf der Grundlage von Zuschauerbefragungen genauer zu berechnen. Darüber hinaus wurden die Konsummuster, das Reiseverhalten und Sozialprofil der WM-Besucher erhoben, um daraus letztlich allgemeine Aussagen zu Besuchern von Mega-Events in Deutschland ableiten zu können.



Die forschungsleitenden Fragen waren unter anderem:

1. Welches Sozialprofil hatten die Besucher der WM 2006 (in den Stadien und auf den Fan Festen)?
2. Wie viele Tage, mit wem und wie lange reisten die WM 2006 Besucher innerhalb Deutschlands?
3. Welche Konsummuster hatten die Besucher (Inländer und Ausländer) der WM 2006, also wofür gaben sie wie viel Geld aus?
4. Welche gesamtwirtschaftlichen Impulse (Bruttoinlandsprodukt, Beschäftigungswirkung, Steuerrückflüsse) hat eine Region (ein Spielort) bzw. Deutschland durch die WM 2006 erfahren?

Die Datenerhebung erfolgte während der gesamten WM an allen Standorten (mit Ausnahme von Hannover). Die Auswahl der Befragungsorte und Zeitpunkte erfolgte nach einem komplexen theoretisch geleitetem System, welches die Attraktivität der Spiele, deren Zeitpunkt, den Standort, die spielenden Mannschaften etc. berücksichtigte.

Insgesamt wurden in 23 Befragungseinheiten 9 456 Besucher interviewt, darunter 59,4 Prozent inländische Besucher (25,1 Prozent Fan Feste/ 34,4 Prozent Stadion) und 40,6 Prozent ausländische Besucher (15,8 Prozent Fan Feste/24,7 Prozent Stadion). Der Fragebogen lag auf Deutsch, Englisch, Portugiesisch, Spanisch und Französisch vor. Er umfasste 18 Fragen, aus denen ca. 150 auszuwertende Variablen hervorgingen. Das Projekt wurde vom Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BISp) finanziert, nachdem es ein anspruchsvolles Gutachterverfahren erfolgreich bestanden hatte. Es liegen erste interessante Ergebnisse vor:



Bundesinstitut
für Sportwissenschaft

1. Ausländische Besucher mit hohem Einkommen: Das Einkommensniveau der Inländer auf den Fan Festen war signifikant niedriger, als das der Stadionbesucher. Das Einkommen der ausländischen Besucher ist wiederum signifikant höher als das der Inländer.
2. Fan Feste attraktiv für Frauen: Auf den Fan Festen waren im Vergleich zu den Stadien doppelt so viele inländische Frauen (44 Prozent) anwesend.
3. WM-Spiele werden gern mit den Freunden und der Familie besucht: Die Besucher sind zu 34 Prozent mit Familienmitgliedern ins Stadion gekommen und 63 Prozent mit Freunden.
4. WM für junge Menschen: Im Stadion lag das Durchschnittsalter der Besucher (34 Jahre) signifikant höher als bei den Fan Festen (31 Jahre). Das Durchschnittsalter in Industrieländern liegt bei über 37 Jahren.
5. Hohes Bildungsniveau der Besucher im Stadion: 71 Prozent der Besucher der Stadien hatten wenigstens Abitur, 47 Prozent sogar einen universitären Abschluss.
6. Fan Feste attraktiv für Ausländer: Auf den Fan Festen war ein erheblicher Anteil ausländischer Besucher, die für ihren gesamten Aufenthalt bei der WM keine Eintrittskarten hatten.
7. Auch Inländer reisten anlässlich der WM durch Deutschland: Im Durchschnitt besaßen die Besucher 2,9 Eintrittskarten, wobei es keinen Unterschied zwischen inländischen und ausländischen Besuchern gab. Die Inländer waren zudem durchschnittlich 6,4 Tage „außer Haus“, während denen sie Fan Feste besuchten und dabei z. T. beträchtlich durch Deutschland reisten. Karteninhaber waren sogar im Mittel 8,8 Tage unterwegs. Ausländische Besucher hielten sich durchschnittlich ca. elf Tage in Deutschland auf.
8. WM beeinflusst Urlaubsplanungen: 6,5 Prozent der inländischen Besucher der WM verzichteten auf ihren Urlaub und 8,2 Prozent verlegten ihren Urlaub auf einen anderen Zeitpunkt.
9. Konsummuster unterschiedlich: Der Konsum von Besuchern der Fan Feste und der Stadien ist unterschiedlich. Ebenfalls der der inländischen im Vergleich zu den ausländischen Besuchern, die erheblich mehr ausgaben.
10. Nicht alle ausländischen Besucher bringen ökonomischen Nutzen: zehn Prozent der gesamten WM-Besucher sind Touristen, die angaben, dass sie auch ohne die WM in diesem oder im nächsten Jahr nach Deutschland gekommen wären.



1.3 Das Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung

Im Zuge der Vorbereitung der WM 2006 in Deutschland war für die Bundesregierung, den DFB und das OK neben der eigentlichen Durchführung dieses internationalen sportlichen Großereignisses von besonderer Bedeutung, dass auch ein Forum zur positiven Darstellung der kulturellen Vielfalt Deutschlands und deren Verknüpfung mit dem Fußballsport geboten werden sollte. Dieses Anliegen sollte unter anderem durch ein nationales Kunst- und Kulturprogramm verwirklicht werden, für dessen Durchführung die Bundesregierung Zuwendungen in Höhe von insgesamt 30 Millionen Euro aus Haushaltsmitteln in Aussicht gestellt hatte. Dabei waren die Bundesregierung, der DFB und das OK FIFA WM 2006 sich darin einig, dass dieses Kunst- und Kulturprogramm von einer vom DFB gegründeten gemeinnützigen GmbH (Nationale DFB Kulturstiftung WM 2006 gemeinnützige GmbH-DFB Kulturstiftung) mit André Heller als künstlerischem Leiter umgesetzt werden soll, deren Tätigkeit von einem Aufsichtsrat, in dem die Bundesregierung und Mitglieder des Bundestages vertreten sind, beaufsichtigt wird. Die DFB Kulturstiftung hatte zum



Zweck, Kunst- und Kulturprojekte im Rahmen der WM 2006 in Deutschland zu ermöglichen, zu unterstützen und zu konzipieren. Die Entscheidung über die Aufnahme eines Projekts in das offizielle Kunst- und Kulturprogramm zur WM 2006 traf der Aufsichtsrat der DFB Kulturstiftung. Dieser Entscheidung war ein Abstimmungsverfahren zwischen der Geschäftsführung und den weiteren Beteiligten vorgeschaltet, zu denen neben André Heller sowie dem OK 2006 auch – insbesondere im Hinblick auf die Wahrung von Marken- und Sponsorenrechten – die FIFA gehörte.

Deutschland war das erste Land, das im Rahmen einer WM ein so vielfältiges und hochkarätiges Kunst- und Kulturprogramm durchgeführt hat. Fußball erhielt somit nicht nur Beachtung als sportliches Ereignis, sondern vielmehr auch als kulturelles Massenphänomen, das sowohl in sozialer, wie auch geografischer und politischer Hinsicht grenzüberschreitend wirken kann.

Die DFB Kulturstiftung förderte Kunst- und Kulturprojekte mit einem Fußballbezug, die durch ein Gütesiegel offiziell anerkannt wurden. Das Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006 trug dazu bei, Deutschland seinen Gästen in seiner kulturellen Vielfalt zu präsentieren und zugleich die Bevölkerung des Gastgeberlandes wie auch die Weltöffentlichkeit auf die WM 2006 einzustimmen.

Mehr als 350 Projektbewerbungen wurden bis Ende 2004 eingereicht, aus denen der Aufsichtsrat der DFB Kulturstiftung in Abstimmung mit dem OK, der FIFA und André Heller 48 als offizielle Beiträge in das Repertoire aufgenommen hat





(vgl. Anhang VII). In diesem Rahmen entstanden Projekte aus den Bereichen Literatur, Tanz, Theater und Performance, Musik, Events und Festivals, Film, Fernsehen und Video und Ausstellungen, die die Themen Fußball und Kultur auf unterschiedlichste Weise verknüpften.

Das seit 2005 sechsköpfige Team der DFB Kulturstiftung hatte die Aufgabe, ein Controllingssystem für die verschiedenen Projekte zu entwerfen und somit zu gewährleisten, dass die Projekte inhaltlich antragsgemäß und qualitativ hochwertig durchgeführt wurden. Das finanzielle Controlling sowie die Projektdurchführung wurden von Projektbetreuern in der Stiftung in enger Abstimmung mit den Projektverantwortlichen durchgeführt.

Im Vorfeld des Kunst- und Kulturprogramms entwickelte die DFB Kulturstiftung einen Fragebogen für einen Handicap-Check. Dieser sollte Aufschluss über den Umfang und die Art und Weise geben, in der Menschen mit einer Behinderung bei der Konzeption und Umsetzung der verschiedenen Projekte sowohl praktisch als auch inhaltlich berücksichtigt und einbezogen wurden. So wurden auch Projekte, die noch in Planung waren, sensibilisiert und angeregt, Ideen für die Auseinandersetzung mit dieser Thematik zu entwickeln. Der Fragebogen deckt in erster Linie grundsätzliche Begebenheiten der Barrierefreiheit ab, wie u. a. die Frage nach rollstuhlgerechtem Zugang und Toiletten, die bei rund 90 Prozent der Projekte mit festem Veranstaltungsort positiv beantwortet wurde. Ähnlich ist es bei den Eintrittsvergünstigungen für Menschen mit Behinderung bzw. deren Begleitpersonen, die in über 80 Prozent der Fälle

gewährleistet wurden. Auch bei der Gestaltung ihrer Internetseite achtete fast die Hälfte aller Projekte auf eine barrierefreie Programmierung. Zahlreiche Projekte stellten weitere Hilfsmittel wie Audioguides und Untertitel zur Verfügung, die die Zugänglichkeit für bestimmte Personenkreise verbesserten bzw. ermöglichten, auch wenn sie ursprünglich nicht unbedingt eigens für Personen mit Hör- oder Sehbehinderung konzipiert wurden. In immerhin ca. zehn Prozent der relevanten Fälle wurden gezielt Auskünfte in Blindenschrift bzw. durch einen Gebärdendolmetscher angeboten. Darüber hinaus beschäftigt sich die Umfrage mit Aspekten der Projektkonzeption, wie etwa der inhaltlichen Ausrichtung und Einbindung sowie der unmittelbaren Mitwirkung von behinderten Menschen, was auf ein gutes Viertel der befragten Projekte zutraf.

Bei den jeweiligen Aufführungen an den Projektauführungsorten war regelmäßig der Geschäftsführer und/oder der Projektbetreuer der DFB Kulturstiftung anwesend um Öffentlichkeitsarbeit für das Kunst- und Kulturprogramm zu leisten. Der optische Auftritt des Kunst- und Kulturprogramms wurde mit Aufstellern, Pressemappen, Informationsmaterial etc. bei den Veranstaltungen gewahrt.

Das Medienecho im Inland wurde mit 4,2 Milliarden Kontakten berechnet. Hinzu kommt eine breit gestreute Berichterstattung über einzelne Projekte und die Existenz eines solchen Programms überhaupt in sehr vielen weiteren Ländern rund um die Welt. Das Medienecho war insgesamt sehr positiv, was Kritik im Einzelfall nicht ausschließt. Die verschiedentlich sehr starren Grenzen zwischen Fußball auf der einen Seite und Kunst und Kultur auf der anderen wurden mit Sicherheit durchlässiger. Dieses in jeder Hinsicht einmalige Kunst und Kulturprogramm hat viele Anstöße gegeben.

Weitere Öffentlichkeitsarbeit betrieb die DFB Kulturstiftung z. B. mit Auftritten auf der Frankfurter Buchmesse, bei mehreren Terminen im Goethe Institut Berlin mit verschiedenen ausländischen Journalisten sowie auf einer Konferenz des Tourismusverbandes.





Anfangen von Filmproduktionen, über verschiedene Ausstellungen bis hin zu Theater-, Tanz- und Performance-Projekten, Literaturprojekten und -veranstaltungen sowie populärkulturellen Events, repräsentierten die Beiträge des offiziellen Kunst- und Kulturprogramms der Bundesregierung eine große Bandbreite künstlerischer Aktivitäten.

Bis Ende August 2006 gab es in 45 deutschen Städten 194 Mal eine Aufführung, ein Konzert, eine Ausstellung, Hörspiel, Oper, Tanz, etc. aus dem Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur WM 2006 zu sehen. Außerhalb Deutschlands wurden in insgesamt 40 verschiedenen Ländern und 87 verschiedenen internationalen Städten Projekte des Kunst- und Kulturprogramms gezeigt. Allein der Fußballglobus, der durch alle zwölf WM-Städte getourt ist, konnte eine Million Besucher verzeichnen. Eine Hochrechnung belegt, dass insgesamt rund 3,5 Mio. Menschen die verschiedenen Projekte live erlebt haben.

Nach der WM soll der von André Heller geschaffene Fußball Globus in Hamburg aufgestellt werden. Zu Spielen des Hamburger SV soll er dann blau leuchten, zu den Spielen des FC St. Pauli braun.

Der genaue Standort ist noch offen. Der Globus soll Wahrzeichen des geplanten Hamburger Sportmuseums werden und wurde dafür von einer Hamburger Firma über die Verwertungsgesellschaft des Bundes VEBEG käuflich erworben.

Der Football Globe Germany wurde ebenfalls über VEBEG zum Kauf angeboten. Der DFB hat mit seinem Gebot das Höchstgebot abgegeben und wird damit zum neuen Besitzer. Der Football Globe Germany soll bei der DFB-Zentrale in Frankfurt/Main aufgestellt werden.

Die neue historische Beschilderung des Reichsparteitagsgeländes in Nürnberg und des Olympiastadions in Berlin werden dauerhaft erhalten bleiben. Die produzierten Filme werden weitere Auswertungen erfahren und einige der Theaterproduktionen sind auch nach der WM noch in den Spielplänen (Vespero, Rambazamba, Panoptikum). Auch die Auftragskomposition „Fußballoratorium“ dürfte bei Gelegenheit wieder aufgeführt werden.



Franz Beckenbauer sagte Mitte Juni 2006 der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, dass auch das kulturelle Rahmenprogramm seinen Beitrag zur guten Stimmung während der WM geleistet habe. Es ist davon auszugehen, dass Südafrika für die nächste WM und Österreich/Schweiz für die nächste EM ein vergleichbares Programm auflegen werden.

Es liegt eine ausführliche Dokumentation der DFB Kulturstiftung (www.dfb-kulturstiftung.de) vor.



Zitate zum WM-Kunst- und Kulturprogramm:

André Heller

(Kurator des Kunst- und Kulturprogramms):

„Wann gab es je ein Kulturprogramm, das diesen Zuspruch erreicht hat? Das ist wirklich einzigartig.“

Franz Beckenbauer (OK-Präsident):

„Das kulturelle Rahmenprogramm hat seinen Beitrag zur guten Stimmung während der WM geleistet.“

Wolfgang Schäuble (Bundesminister des Innern):

„Für Sport kann man sich interessieren, für Kultur sollte man sich interessieren, weil man hier noch viel tiefer gehende Erfahrungen mit sich und unserer Welt machen kann.“

Bernd Neumann (Kulturstaatsminister):

„Das Kulturprogramm hat durchaus Vorbildcharakter: Es hat gezeigt, dass es zwischen der vermeintlich rein geistigen Sphäre der Kunst und dem vermeintlich rein körperlichen Bereich des Sports mehr gegenseitige Befruchtungen gibt, als man allgemein annimmt“.

Göttrik Wewer (Aufsichtsratsvorsitzender DFB-Kulturstiftung):

„Das Kulturprogramm ist ein elektrisierendes Projekt“.

Thomas D. (Musiker):

„Das WM-Kulturprogramm steht für Toleranz und Weltoffenheit – beides Dinge, ohne die man weder im Fußball noch in der Kunst auskommt“.

Werner Hansch (Fußballreporter):

„So ein Doppelpass aus Fußball und Kultur war schon gewagt, aber gelungen ist er dann doch. Für mich ein Riesenerlebnis!“

Die Goethe-Institute nutzten weltweit die zur Verfügung gestellten Filmpakete (Auswahl an internationalen Fußballfilmen, Ergänzung zum Berliner Talent Campus, künstlerische Präsentation der zwölf WM Städte und Regionen in 44 Kurzfilmen) sowie die Ausstellung „Weltsprache Fußball“ mit sehr großem Erfolg und verknüpften diese mit eigenen Aktivitäten der Auslandsvertretungen, Schulen und anderer Partner. Die Präsentation Deutschlands im Rahmen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik, die vom Auswärtigen Amt (AA) zur WM 2006 mit 609 000 Euro für Projekte unterstützt wurde, hat die Zusammenarbeit der Kulturmittler gestärkt und für den Kulturstandort Deutschland erfolgreich geworben.





1.4 Die Nationale Service und Freundlichkeitskampagne

Die Menschen in Deutschland haben sich als tolle Gastgeber präsentiert, die Fußball-Welt fühlte sich wirklich zu Gast bei Freunden. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage von TNS Infratest, die im Auftrag der vom Bundeswirtschaftsministerium finanzierten Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) realisiert wurde. Die Freundlichkeit der Gastgeber und die freudig-friedliche Stimmung in Deutschland wurden von den Fans gelobt: 90 Prozent der Befragten gaben an, auch ohne WM wiederkommen zu wollen.

Ziel der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne war, das offizielle WM-Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden™“ für die Besucher der WM erlebbar zu machen und somit das positive Image des Reiselandes Deutschland vor, während und nach der WM 2006 auf allen Dienstleistungsebenen und in der Bevölkerung nachhaltig zu stärken und dies als Grundlage für eine Steigerung des zukünftigen Incomings zu nutzen.

Die DZT koordinierte die Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne, die durch das Bundesministerium des Innern (BMI) und das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

(BMWi) finanziert wurde. Partner der Kampagne waren das OK FIFA WM 2006, der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), der Bundestagsausschuss für Tourismus, der DEHOGA, Die Deutsche Bahn AG, der ADAC e. V., Vertreter der FIFA WM-Städte sowie die touristischen Landesmarketingorganisationen der 16 Bundesländer und Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen e. V.

In verschiedenen Maßnahmen und Projekten signalisierte die Kampagne der breiten Öffentlichkeit und den internationalen Gästen, dass ganz Deutschland für seine Besucher den roten Teppich ausrollt.

Erstmalig erlebbar wurden konkrete Maßnahmen der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne in der Woche der Endrundenauslosung der WM 2006 in Leipzig. Spezielle Aktivitäten der Hotellerie, der Messe, des Bahnhofsmanagements, der Taxiunternehmen sowie der Leipziger Volkszeitung machten das offizielle Motto der WM „Die Welt zu Gast bei Freunden“ für die Gäste aus dem In- und Ausland in der Zeit vom 4. bis zum 10. Dezember 2005 erlebbar. Zudem wurde für über 500 Journalisten im Leipziger Zentralstadion symbolisch der längste rote Teppich der Welt ausgerollt.



Der extra für die Organisationen und Unternehmen der Tourismusbranche eingerichtete Webshop der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne erfreute sich sehr großer Resonanz: Insgesamt hatten sich bis zum Eröffnungsspiel am 9. Juni 2006 rund 50 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der gesamten touristischen Leistungskette mit dem Schulungshandbuch „Album der Gastfreundschaft“ und knapp 3 000 darüber hinausgehend mit dem eLearning Tool auf www.germany-extranet.net fit für die WM 2006 im eigenen Land gemacht.



Vor allem aus der Hotellerie beteiligten sich zahlreiche führende Unternehmen an der Kampagne: So orderten die größten Hotelketten Deutschlands wie zum Beispiel alle Accor-Betriebe (12 000 Mitarbeiter in Deutschland), die InterContinental Hotels Group (über 4 500 Mitarbeiter), alle Maritim-Hotels (6 000 Mitarbeiter), zahlreiche NH Hotels (2 000 Mitarbeiter) sowie alle Lindner Hotels (1 000 Mitarbeiter) über den Webshop branchenspezifische Baukästen, um ihre Angestellten auf die Gäste während der WM 2006 optimal vorzubereiten und ihre Betriebe visuell zu kennzeichnen. Hinzu kamen viele Einzelhotels.

Der Erfolg der Kampagne zeigt sich auch durch die Beteiligung großer namhafter Unternehmen wie zum Beispiel der Deutschen Bahn AG (240 000 Mitarbeiter). Hier ergänzte die Kampagne eigene Maßnahmen im Rahmen der Nationalen Förderschaft. Auch der ADAC (8 000 Mitarbeiter) sowie die zwei größten Hubs in Deutschland, der Flughafen München (24 000 Mitarbeiter) und der Flughafen Frankfurt (18 000 Mitarbeiter) sind Partner der Kampagne geworden. Deutschlands größter Warenhauskonzern Karstadt war mit

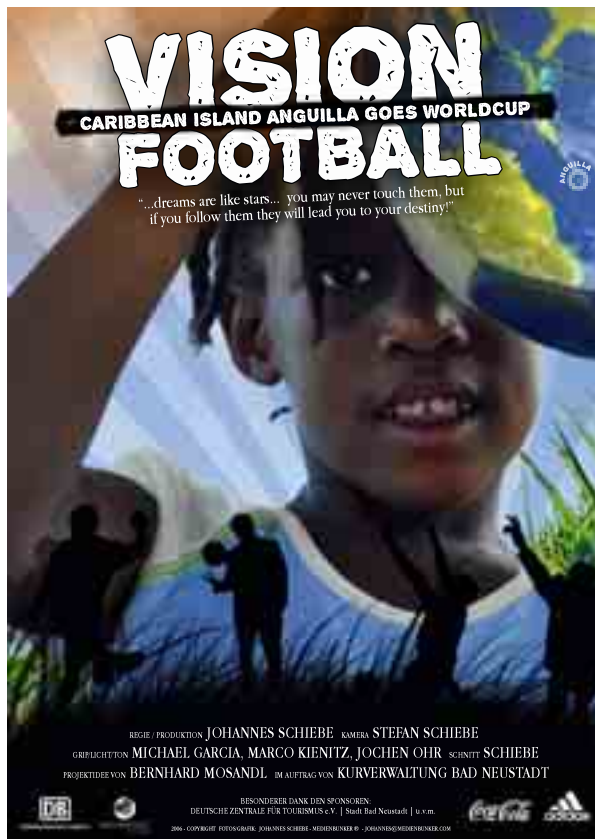
100 seiner offiziellen WM 2006-Shops genauso beteiligt wie die WM-Stadt Stuttgart oder Bad Neustadt an der Saale – weder Austragungsort noch WM-Quartier.

Im Rahmen des Kommunikations-Konzeptes wurden zudem die Plakatkampagne „Deutschlands Aufstellung für 2006“ sowie der gleichnamige Spot produziert, die die deutsche Bevölkerung für ihre Rolle als Gastgeber sensibilisierten. Im Wettbewerb „Deutschlands Service Champion 2006“ traten die Besten der Besten in einem spannenden Final-Wettbewerb im Europa-Park Rust an und kämpften um diesen erstmalig vergebenen Titel. In Wissen, Freundlichkeit und Service am meisten überzeugen konnte die Gewinnerin Claudia Kraft, die im Anschluss von Franz Beckenbauer zu „Deutschlands Service Champion 2006“ gekürt wurde.

Als wichtige Multiplikatoren der Kampagne galten nationale und internationale Medienvertreter. Das PR-Konzept sah auch ihre Einbindung in die Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne vor. Bei insgesamt drei Pressekonferenzen konnten über 500 internationale Journalisten begrüßt werden. Städte-Talks sowie die Teilnahme am Talente 2006-Festival in Berlin erhöhten zusätzlich die Aufmerksamkeit für die Kampagne und ihre Ziele.

Ein weiterer Akzent wurde durch die Maßnahme „Bad Neustadt rollt Anguilla den roten Teppich aus“ gesetzt. Sportlich hatte der karibische Inselstaat keine Chance zur Qualifikation, aber als besonderes Zeichen der Gastfreundschaft lud die Gemeinde Bad Neustadt (Bayern) im Rahmen





der Service- und Freundlichkeitskampagne den 196. der FIFA Weltrangliste zu einem Besuch in das Land des WM-Gastgebers ein. Ein Höhepunkt war der Besuch der WM-Pressekonferenz der Mannschaft zusammen mit OK-Präsident Franz Beckenbauer und Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble. Der Deutschland-Aufenthalt wurde inzwischen in einem Film dokumentiert: „Vision Football – Caribbean Island Anguilla goes Worldcup“.

Zur Vorbereitung auf die Gastgeberrolle wurden zudem im WM-Vorfeld vielfältige Maßnahmen ergriffen, die sich offensichtlich ausgezahlt haben. „Die Service-Botschafter – weltoffen und tolerant“ lautete der Titel eines XENOS-Projekts, das von der Deutschen Bahn AG/DB Training von März 2006 bis zum Start der WM im Juni 2006 durchgeführt und vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Nationale Koordinierungsstelle XENOS, inhaltlich und finanztechnisch betreut wurde.

Ziel des Projekts war es, Beschäftigte im Dienstleistungsbereich mit direktem Kontakt zu WM-Besucherinnen und -Besuchern zu befähigen, sich auf Gäste aus anderen Kulturkreisen einzustellen und

Gastfreundschaft auszustrahlen sowie internationale Servicestandards unter Einbeziehung der regionalen und lokalen Besonderheiten der WM-Städte umzusetzen.

Zentrale Aufgabenstellung der Schulungen war es, die Themenbereiche Serviceorientierung und interkulturelle Kompetenzen miteinander zu verknüpfen, das Thema Gastfreundlichkeit mit Toleranz und Achtung gegenüber Fremden zu kombinieren und mit diesem Konzept eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Als erste Anlaufstation für viele Gäste aus dem Ausland waren die Dienstleister Botschafter Deutschlands, die das von den Gästen wahrgenommene Deutschlandbild prägten. Durch das XENOS-Projekt und die Ausbildung zu Service-Botschaftern sollten sie auf diese Rolle vorbereitet werden.

Gefördert wurde das Projekt durch das BMAS aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds. Das Programm XENOS zielt darauf ab, Fremdenfeindlichkeit in der Gesellschaft nachhaltig entgegenzuwirken und das friedliche Zusammenleben innerhalb der Gesellschaft zu fördern. Zielgruppen von XENOS sind insbesondere Jugendliche und junge Erwachsene, denen der Zugang zu Ausbildungs- und Arbeitsplätzen und zur schulischen und beruflichen Bildung erschwert ist und die deshalb zu ausländerfeindlichen Einstellungen und Handlungen tendieren. In diesem Kontext verknüpft das Programm arbeitsmarktpolitische Maßnahmen für Jugendliche und junge Erwachsene mit Aktivitäten gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit. Informationskampagnen zu den Themen Gastfreundlichkeit, Toleranz und interkulturelle Kompetenzen, zu denen auch das Projekt „Die Service-Botschafter“ zählte, sollen eine breite Öffentlichkeit ansprechen und eine vertiefte Präsenz der XENOS-Thematik in Wirtschaft, Politik und im (Aus-)Bildungsbereich bewirken. Im Rahmen der XENOS-Förderung konnten die Schulungen für alle Dienstleister kostenlos angeboten werden.

Zur Umsetzung des Projekts entwickelte DB Training, einer der größten Qualifizierungsdienstleister Deutschlands, ein Schulungskonzept, das Dienstleister in den zwölf WM-Städten zu „Service-



Botschaftern“ ausbilden sollte. Im Mittelpunkt der Schulungen standen die Vermittlung von interkulturellen Kompetenzen und die Sensibilisierung für Gastfreundlichkeit, Toleranz und Achtung gegenüber Fremden zur Prävention von fremdenfeindlichen Tendenzen und Einstellungen. Der Lehrinhalt wurde so konzipiert, dass er sofort im betrieblichen Alltag, bzw. im Kundenkontakt umgesetzt werden konnte.

Im März 2006 starteten die Schulungen in allen zwölf WM-Städten. Die Bandbreite der Zielgruppe „Dienstleister“ umfasste Beschäftigte des Taxigewerbes, des ÖPNV, Hostessen, Zugbegleitungspersonal, City-Guides, Rezeptionisten, Beschäftigte der Hotellerie und Gastronomie, Sicherheitspersonal und Servicepersonal in Flughäfen, Beschäftigte öffentlicher Einrichtungen, von Schifffahrtsgesellschaften, Arztpraxen, Kaufhausketten, Mobilitätsanbietern und Sanitätsdiensten.

Interessierte Dienstleistungsunternehmen konnten über die Website <http://www.wm-servicebotschafter.de/> die Termine der Schulungen abrufen und Schulungsplätze online buchen. DB Training bildete für die Schulungen erfahrene

Trainerinnen und Trainer aus, die bundesweit die Schulungen durchführten. Die Vorbereitung erfolgte in zwei Train-The-Trainer-Veranstaltungen. Die Schulungen wurden zum größten Teil in DB-eigenen Räumlichkeiten durchgeführt.

Um die Öffentlichkeit über das Projekt zu informieren, wurden an allen WM-Standorten in Kooperation mit den kommunalen Stellen Pressekonferenzen durchgeführt. Zudem wurden über das BMAS Pressemitteilungen zu dem Projekt veröffentlicht.

Insgesamt nahmen 6 287 Dienstleister an bundesweit 437 Schulungen teil. 60 Trainerinnen und Trainer waren für die Schulungen im Einsatz, die im Verlauf der Trainings die Inhalte an die jeweiligen Bedürfnisse der Teilnehmenden anpassten.

Nach jedem Training wurden Beurteilungsbögen an die Schulungsteilnehmerinnen und -teilnehmer verteilt, um die Inhalte der Schulung und die Anwendbarkeit im jeweiligen Berufsfeld zu beurteilen. Die Resonanz war sehr positiv, 80 Prozent der Dienstleister gaben den Schulungen gute Noten für Inhalt und Anwendbarkeit – ein Wert, der angesichts der sehr heterogenen Teilnehmergruppe unerwartet gut war.



Die Welt zu Gast bei Freunden™

Deutschlands Aufstellung für 2006



Unterstützt vom Fachverband Aussenwerbung e. V.



www.FIFAworldcup.com · www.deutschland-tourismus.de

Auch die Medienresonanz war enorm. Alle großen Tageszeitungen sowie zahlreiche regionale Tageszeitungen, Radio- und Fernsehsender berichteten über die Trainings. Somit wurden sowohl die Inhalte der Service-Botschafter-Schulungen im speziellen als auch die Ergebnisse des Bundesprogramms XENOS und der anderen 250 XENOS-Projekte, die bis 2007 bundesweit durchgeführt werden, in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt.

Mit den Schulungen wurden zum ersten Mal die Themenbereiche Serviceorientierung und interkulturelle Kompetenzen miteinander verknüpft und das Thema Gastfreundschaft mit Toleranz und Achtung gegenüber Fremden kombiniert.

Auch die freiwilligen Helfer des Organisationskomitees – insgesamt 15 000 Volunteers – wurden geschult und haben die Gäste in und außerhalb der Stadien positiv angesprochen: Charmant, hilfsbereit und sehr gut informiert repräsentier(t)en sie Deutschlands freundliches Gesicht.

1281 Personen aus aller Welt wurden im Rahmen einer repräsentativen Umfrage von TNS Infratest

zum Reise- und WM-Land Deutschland, die im Auftrag der DZT realisiert wurde, in den WM-Städten Berlin, Dortmund, Hamburg, Köln und München zu ihren Deutschland-Erfahrungen während der WM-Vorrunde befragt: Demnach sind die internationalen Gäste der WM 2006 Deutschland-Fans geworden. Ein für die DZT besonders wichtiges Ergebnis der Befragung: Mit der WM 2006 konnten neue Kundengruppen erschlossen werden. Drei Viertel der Befragten sind eigens für die WM nach Deutschland gekommen und fast die Hälfte (43 Prozent) der Umfrageteilnehmer reiste zum ersten Mal nach Deutschland. 16 Prozent kombinierten das WM-Erlebnis mit einem Deutschland-Urlaub, zehn Prozent besuchten bei der Gelegenheit Verwandte oder Freunde zwischen Hamburg und München. Für den Erfolg und das Erreichen des ausgegebenen Ziels der Nationalen Service- und Freundlichkeitskampagne spricht, dass bereits heute über 90 Prozent der Befragten Deutschland als Reiseland weiterempfehlen wollen. Langzeitwirkung und Nachhaltigkeit des sportlichen Großereignisses sind gegeben.





Grund für diese positive Einstellung: die guten Erfahrungen, die die befragten Gäste im Gastgeberland der WM 2006 gemacht haben. Mehr als 91 Prozent fühlten sich in Deutschland willkommen, mindestens 93 Prozent bestätigten, die WM in Deutschland sei ein tolles Ereignis. Durchschnittswerte zwischen 1,3 und 1,8 belegen die tolle Stimmung der ausländischen Gäste in Deutschland. Auch über die weltweit 30 DZT-Vertretungen gibt es zudem ausschließlich begeisterte Rückmeldungen. Touristisches Potenzial für deutsche Destinationen erschließt sich auch durch die WM selbst: Rund zwei Drittel (63 Prozent) der Befragten besuchten neben WM-Ereignissen auch Sehenswürdigkeiten in Deutschland, mehr als die Hälfte (54 Prozent) nutzten ihren Aufenthalt für Shopping-Ausflüge. Vor allem bei den Amerikanern und Australiern wurde der WM-Besuch mit 31 Prozent bzw. 43 Prozent mit einer Urlaubsreise verbunden.

Natürlich stand der Deutschland-Besuch fest im Zeichen des Fußballs: 76 Prozent der ausländischen Gäste sind wegen der Public Viewing-Veranstaltungen angereist und 75 Prozent, um sich ein oder mehrere Spiele live in den zwölf WM-Stadien anzusehen. Damit wurden alle Erwartungen übertroffen.



2. WM-Kommunikation durch die Bundesregierung im In- und Ausland



Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) hat die Öffentlichkeit im Rahmen seines Kommunikationsauftrages über die Leistungen und Aktivitäten der Bundesregierung zur WM 2006 unterrichtet. Wesentlichster Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit war die Einrichtung und Gestaltung der zentralen Website der Bundesregierung. Sie informierte aktuell und umfassend unter www.wm2006.deutschland.de und www.fifawm2006.deutschland.de in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch, Japanisch und Arabisch über die Leistungen der Bundesregierung zur WM 2006 (vgl. Anhang X). Tagesaktuelle Nachrichten als Newsticker, umfangreiche Informationen zu den Aktivitäten der Bundesregierung, Veranstaltungshinweise und aktuelle Interviews standen im Vordergrund dieses Webauftritts der Bundesregierung, der von einem Redaktionsteam BPA/Stab WM 2006 inhaltlich betreut wurde. Interaktive Elemente, Spielangebote und ein ständig erneuertes Quizangebot mit attraktiven Preisen rundeten dieses Angebot im Internet ab. Ein Gästebuch mit rund 4 300 Einträgen in 20 Sprachen aus 30 Ländern und Tausende von E-Mails aus aller Welt spiegeln das Interesse der Nutzer eindrucksvoll wider. Insgesamt erzielte die Website seit März 2005 knapp 19 Millionen Seitenaufrufe, im WM-Monat Juni 2006 waren es über 6 Millionen. Ergänzend

wies ab Anfang 2006 ein wöchentlich erscheinender Newsletter auf aktuelle Veranstaltungen hin.

Als weiteres, komplementäres Online-Informationsangebot stand der Internetauftritt des Sportressorts BMI zur WM 2006 allen Interessierten zur Verfügung. Spezielle Informationen z. B. aus dem Sicherheitsbereich wurden hier noch einmal gebündelt aufbereitet. Zusätzlich wurden tagesaktuelle Statements der Hausleitung, insbesondere des Bundesinnenministers als Sportminister im WM-Medienspiegel veröffentlicht. Das Angebot wurde ebenfalls in einer englischsprachigen Version zur Verfügung gestellt. Aufgrund des hohen Interesses seitens der Ausrichter der EURO 2008 und der WM 2010 wird das Angebot auch nach Beendigung der WM in komprimierter Form zur Verfügung stehen.

Weiterhin informierte das BPA über die Leistungen der Bundesregierung zur WM durch mehrere Auflagen von Flyern in verschiedenen Sprachen, einer Beilage im offiziellen FIFA-Magazin zum Confederations Cup 2005, CD-ROMs, Plakate, USB-Sticks und einem Spielplan in unterschiedlichen Formaten, der sich großer Beliebtheit erfreute.

In Eigenregie und in Kooperation mit Partnern führte das BPA im Presse- und Besucherzentrum



des Hauses und im Bundeskanzleramt Informationsveranstaltungen mit hochrangigen Gästen aus Politik, Kultur, Wirtschaft, Medien und Sport durch. Journalisten aus aller Welt nahmen das Angebot des BPA – in Zusammenarbeit mit der FC Deutschland GmbH und weiteren Partnern – an, sich im Vorfeld der WM in den Spielorten und deren Umfeld zu informieren. Neben Berlin standen die Städte Hamburg, München, Dortmund, Gelsenkirchen, Leipzig, Nürnberg, Frankfurt und Stuttgart auf dem Reiseplan.

Im Vorfeld der WM informierte das BPA in München, Kaiserslautern, Cottbus, Berlin, Hamburg und Leipzig über den Beitrag der Bundesregierung zur WM und bot entsprechendes Informationsmaterial an. Hauptattraktion war ein Infoquiz über die Aktivitäten des Gastgebers zur WM, bei dem es Berlin-Reisen zu gewinnen gab.

Weiterhin beteiligte sich das BPA während der WM mit einem Infostand am Internationalen Medienclub im Haus der Bundespressekonferenz. Zahlreiche Anfragen von Journalisten und Bürgerinnen und Bürgern konnten so unverzüglich beantwortet werden.



Im Zusammenhang mit der WM hatte die Abteilung Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Medien des Auswärtigen Amtes eine „Scharnierfunktion“ übernommen und die – oft sehr kreativen – öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen der deutschen Botschaften und Generalkonsulate koordiniert und finanziert. Im Intranet des Auswärtigen Amtes war hierzu eine Ideenbörse eingerichtet worden.

Alle Auslandsvertretungen begleiteten die WM mit einer Vielzahl von Maßnahmen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wie Beiträgen und Interviews in Zeitungen und Fernsehsendungen, Informationen auf der eigenen Website, Plakat-, Anzeigen- und Kinowerbung, Pressekonferenzen, Informationsständen auf Messen und Großveranstaltungen, Verteilung von Printprodukten der Bundesregierung, des OK, der Deutschen Zentrale für Tourismus, des Goethe-Instituts usw. Darüber hinaus richteten die Auslandsvertretungen aber auch ihre eigenen, vielgestaltigen WM-Veranstaltungen aus: Konzerte, Ausstellungen, Filmvorführungen, (Journalisten-)Wettbewerbe, Preisverleihungen, Sportwettkämpfe, Empfänge, Gala-Abende und vor allem public viewings der Fußballspiele, in der Regel verbunden mit Standortwerbung im Beiprogramm. Wie auf den Fan-Meilen der WM-Städte in Deutschland war das public viewing-Angebot im Ausland außerordentlich erfolgreich. Die Botschaft Bamako (Mali) ließ die Fernsehübertragungen z. B. durch zwei mobile Teams auch in den nicht der Stromversorgung angeschlossenen Außenbezirken der Stadt vorführen.

Einige Auslandsvertretungen veranstalteten Fußballturniere von Schülern oder Botschaftsmannschaften in Nationaltrikots (Mini-Mundial, „Fußball-well-meisterschaft“ der Botschaft Wellington, „Sauerkraut-Cup“ der Botschaft London, German Embassy Cup der Botschaft Peking, Damen-Fußballturnier des Generalkonsulats Izmir mit deutsch-türkischen Mannschaften).

Die Botschaft Kairo kreierte ein eigenes Logo für Plakate, Banner, Print- und Onlineprodukte im arabischen Raum, das in einer hebräischen Version von der Botschaft Tel Aviv übernommen wurde. Auch die Botschaften Mexiko und Peking verwendeten eigene Logos zur Werbung für ihre vielfältigen Veranstaltungen und PR-Materialien.

Insgesamt 168 883 mit WM-Logos versehene Kontaktpflegegeschenke wie Fußbälle, T-Shirts, Baseball-Caps, WM-Plakate, Wimpel, Pins etc. wurden von den Auslandsvertretungen in den Gastländern verteilt.



Die Abteilung für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Medien des AA hatte die Auslandsvertretungen schon im Vorfeld der WM mit Sprachregelungen für Frequently Asked Questions (FAQ) versehen zu Themen wie Fremdenfeindlichkeit, Rassismus, Rechtsextremismus, No Go Areas, Antisemitismus, Stadionsicherheit, Hooliganismus, Zwangsprostitution und Menschenhandel etc.

Über sein Besucherprogramm lud das Auswärtige Amt im Frühjahr 2006 rd. 60 ausländische Journalisten aus verschiedenen Ländern zu vier Themenreisen ein, um die Vorberichterstattung über die WM zu fördern. Die Programme umfassten Besuche der WM-Städte, Kontakte zu Verantwortlichen der Fußballszene und den planenden und vorbereitenden Institutionen (z. B. BMI, OK).

Mit demselben Ziel realisierte das AA im Vorfeld der WM fünf Film-Drehreisen für auswärtige Fernsichtteams aus dem englischen, französischen, spanischen und portugiesischen Sprachraum (Beteiligung von insgesamt 35 ausländischen Fernsehsendern). In Zusammenarbeit mit der Deutschen Welle TV entstand zu diesem Anlass eine umfangreiche Sammlung von filmischem Rohmaterial über die zwölf WM-Städte, das allen Teilnehmern der Drehreisen zur Verfügung gestellt und intensiv für die Berichterstattung genutzt wurde.

Ein vorwiegend jüngeres Publikum wurde ab August 2004 mit der neunsprachigen Website www.socceringermany.info über Deutschland als Ausrichter der WM 2006 informiert. Die Nutzer-



zahlen stiegen bis zur WM kontinuierlich an und erreichten mit 350 000 Besuchern im Monat Juni einen hohen Stand. Mehrere Auslandsvertretungen waren an der Pflege der Website beteiligt.

Weitere Produkte, die die Abteilung Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Medien des AA den Auslandsvertretungen zur Imagewerbung zur Verfügung stellte, waren:



- ein gemeinsam mit Stab WM 2006 erstellter Flyer „Deutschland freut sich auf die FIFA-WM 2006“. Die englischen, französischen und spanischen Ausgaben erhielten ein Vorwort des Bundesministers des Auswärtigen, die deutsche eines des Bundesinnenministers. Insgesamt 260 000 Exemplare des Faltblatts wurden an die deutschen Auslandsvertretungen verteilt. Der Text wies insbesondere auf die Leistungen der Bundesregierung zur WM hin („Regierungsgarantien“, „Gastgeberkonzept“) sowie auf die Webseiten der Bundesregierung, der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“, der Deutschen Zentrale für Tourismus und auf „socceringermany“.



- der gemeinsam mit der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ in zehn Sprachversionen produzierte Imagefilm „Willkommen in Deutschland – Land der Ideen“, der zur Eröffnung des WM-Jahres in der Silvesternacht am Brandenburger Tor uraufgeführt und danach in zahlreichen in- und ausländischen Fernsehprogrammen, im Bordprogramm der Lufthansa, bei der Berlinale, der CeBit, von den deutschen Auslandshandelskammern, Goethe-Instituten, im internationalen Medienclub usw. ausgestrahlt wurde.
- ein „Fußballspot“ in zwei verschiedenen Längen (30 und 60 Sekunden) im Format eines TV-Clips.
- zwei Fotosammlungen/DVD-Bilddatenbanken „Deutschlandimpressionen“ und „Fußballmotive“ zur Befriedigung der starken Nachfrage nach rechtfreiem Fotomaterial zu den Themen „Deutschland“ und „Fußball-Weltmeisterschaft“.



- die Sonderausgabe der Zeitschrift „Deutschland“ in zehn Sprachfassungen und einer Auflage von über 500 000 Exemplaren, begleitet von einem Online-Auftritt mit Medienservice unter www.magazine-deutschland.de, in dem ausländischen Journalisten kostenlos Artikel und Bilder zum Thema Fußball-WM zur Veröffentlichung zur Verfügung gestellt wurden.



- das Handbuch „Tatsachen über Deutschland“ mit WM-Beilage in 14 Sprachen und einer Online-Ausgabe www.tatsachen-ueber-deutschland.de
- der Tischkalender 2006 in zwölf Sprachfassungen mit Themenschwerpunkt Fußball-Weltmeisterschaft.

Zu weiteren ausgewählten Publikationen und Multimediaprodukten der Ressorts der Bundesregierung zur WM 2006 vgl. Anhang IX.



3. Weitere Themen



3.1 Barrierefreier Zugang zur WM war gewährleistet

Die WM 2006 war rundum barrierefrei. Fußballfans mit Behinderung haben das Geschehen in den Stadien ebenso hautnah miterleben können wie hunderttausende andere Begeisterte aus Deutschland und aller Welt. Das ist das Ergebnis der Bemühungen aller an der Vorbereitung der Endrunde beteiligten Partner. Wichtige Anstöße kamen von den Behindertenfanbeauftragten und den organisierten Fan-Clubs für Rollstuhlfahrer in Deutschland.

Barrierefreie Fußball-WM bedeutete für Menschen mit Behinderung: Sie kamen ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe ins Stadion, sie fanden geeignete Plätze, um das Spiel zu verfolgen, sie konnten mit öffentlichen Verkehrsmitteln das Stadion erreichen und ihren Aufenthalt in den WM-Städten in behindertengerechten Unterkünften verbringen. Die Planung

und Organisation der WM 2006 in Deutschland entsprach damit der Behindertenpolitik der Bundesregierung, die das Ziel verfolgt, eine möglichst vollständige Teilhabe behinderter Menschen am Leben in der Gesellschaft zu erreichen.

Für die 64 WM-Spiele wurden rund 4500 Tickets – durchschnittlich 70 je Spiel – für Rollstuhlfahrer angeboten. Die WM-Stadien boten jeweils zwischen 60 und 200 Plätze für Rollstuhlfahrer und eine gleiche Anzahl Plätze für deren Begleiter. Die Preise inklusive einer Begleitperson entsprachen denen der preiswertesten sonst erhältlichen Ticket-Kategorie. Der Zugang zu diesen Plätzen war barrierefrei und erfolgte meist über Rampen oder Aufzüge. Für blinde oder sehbehinderte Fußballfans gab es zusätzlich für jedes Spiel zehn Plätze, die mit einem Kopfhörer ausgestattet waren. Speziell geschulte Kommentatoren berichteten jeweils live vom Spielgeschehen auf dem Rasen. Vorhanden waren ebenso ausreichend barrierefreie Toiletten.



Eine barrierefreie An- und Abreise war über Flughäfen oder über die Fernbahnhöfe der WM-Austragungsorte möglich. In allen WM-Städten stand für die Fahrt von den Flughäfen und Fernbahnhöfen zum Stadion mindestens ein behindertengerechtes öffentliches Verkehrsmittel zur Verfügung. Viele Fluggesellschaften stellten in Zusammenarbeit mit den Flughäfen einen zusätzlichen Betreuungsservice für den Weg vom und zum Flugzeug zur Verfügung. Die Mobilitätszentrale der Deutschen Bahn AG bot per Telefon, Fax und Internet Beratung an. Wer als behinderter Mensch mit dem PKW angereist war, erhielt mit der Eintrittskarte einen Parkschein und hatte freie Fahrt zu gesonderten Parkplätzen. Speziell für behinderte Menschen bot die Internetseite www.fifaworldcup.com in der Rubrik „Unterwegs in Deutschland“ Informationen rund um die barrierefreie Anreise zu den WM-Stadien.

Auch bei den Fernsehübertragungen und bei der Beherbergung in den WM-Städten wurde Barrierefreiheit groß geschrieben: ARD und ZDF haben für hörbehinderte Menschen alle Fußballspiele live mit Videotext untertitelt. Die überwiegende Mehrzahl der 500 vertraglich an das Organisationskomitee gebundenen Hotels boten Zimmer und Einrichtungen speziell für behinderte Menschen an, die unter Angabe individueller Wünsche über ein zentrales Servicecenter telefonisch oder per Internet gebucht werden konnten.

Barrierefreiheit ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine gleichberechtigte Teilhabe behinderter Menschen am gesellschaftlichen Leben. Im Rahmen der WM wurde die Barrierefreiheit von öffentlichen Spielstätten deutlich voran gebracht: Beim Um- und Ausbau der Stadien war ihre barrierefreie Gestaltung und verkehrsmäßige Anbindung ein wichtiger und auch nachhaltig wirkender Aspekt. Auch über die WM hinaus bleiben die Plätze für Rollstühle und die besonderen Einrichtungen für blinde und sehbehinderte Fans in den Stadien erhalten.

3.2 Kampf gegen Rassismus: „Say no to racism“

Erklärtes Ziel der FIFA war es, anlässlich der WM 2006 ein deutliches und weltweites Zeichen gegen Rassismus zu setzen. Bereits im Vorfeld der WM wurde die FIFA in diesem Anliegen sowohl von den Vereinten Nationen, dem Europaparlament, der Europäischen Stelle zur Beobachtung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (EUMC) und der Bundesregierung unterstützt.

Bei allen 64 WM-Spielen wurde vor Spielbeginn im Mittelkreis des Spielfeldes ein Banner ausgelegt, welches das offizielle WM-Motto „A time to make friends“ mit der Antirassismusbotschaft der WM „Say no to racism“ verband.





Den Höhepunkt der Antirassismusaktivitäten im Rahmen der WM 2006 bildete die Durchführung der Antirassismustage der FIFA im Rahmen der vier Viertelfinals Spiele am 30. Juni und 1. Juli 2006 in Berlin, Hamburg, Gelsenkirchen und Frankfurt. Unmittelbar vor dem Abspielen der Nationalhymnen verlasen die Mannschaftskapitäne eine Deklaration, die sich gegen jede Form von Diskriminierung im Fußball und in der Gesellschaft richtete und die Zuschauer in den Stadien und an den Bildschirmen aufforderte, sich gegen Rassismus und Diskriminierung einzusetzen. Teams und Offizielle stellten sich für das Mannschaftsfoto hinter ein Banner mit dem Aufruf „Say no to racism“. Als Bestandteil des offiziellen Pre-Match-Protocol wurde die Aktion weltweit übertragen und erreichte ein Milliardenpublikum.

Alle 736 an der WM teilnehmenden Spieler und alle Delegationsmitglieder der 32 Mannschaften unterschrieben vor der WM eine Erklärung gegen Rassismus und Diskriminierung.

WM-Ordnungskräfte und Volunteers erfuhren in Zusammenarbeit zwischen der europäischen Antirassismusinitiative FARE, dem OK und der von der Bundesregierung geförderten Koordinierungsstelle Fanprojekte (KOS) ein spezielles Antirassismustraining. In allen zwölf WM-Stadien erfolgte ein Rassismus-Monitoring.

Die von der FIFA ergriffenen Maßnahmen zur Bekämpfung von Rassismus im Weltfußball und insbesondere die Durchführung der Antirassismuskampagne zur WM 2006 in Deutschland wurde internationalen Medienvertretern auf

einer Pressekonferenz am 28. Juni 2006 in Berlin gemeinsam von FIFA-Präsident Blatter, Bundesinnenminister Dr. Schäuble, OK-Präsident Franz Beckenbauer, UNICEF-Direktorin Ann Veneman, dem Präsidenten der Spielergewerkschaft FIFPro, Philippe Piat und dem südafrikanischen Menschenrechtsaktivisten Tokyo Sexwale vorgestellt.

3.3 Menschenhandel und Zwangsprostitution im Zusammenhang mit der WM 2006 kein Thema

Die im Nationalen Sicherheitskonzept anlässlich der WM 2006 von Bund und Ländern getroffenen Vorkehrungen zur Bekämpfung der veranstaltungsbezogenen Schleusungskriminalität und des Menschenhandels haben sich bewährt. Nach Erkenntnissen der Sicherheitsbehörden von Bund und Ländern sind keine Fälle von Menschenhandel und Zwangsprostitution während der WM bekannt geworden. Die im Vorfeld der WM auch in internationalen Medienberichten kolportierte Zahl von angeblich 40 000 Zwangsprostituierten, die zur WM nach Deutschland gebracht werden sollten, hat sich in keiner Weise bestätigt. Experten des BKA und verschiedener Nicht-Regierungsorganisationen hatten diese Zahl bereits vor der WM als frei erfunden bezeichnet.



Insbesondere die internationale Kooperation der Sicherheitsbehörden mit dem BKA als nationaler Zentralstelle der Polizei, nationalem Zentralbüro von Interpol und nationaler Stelle von Europol als auch die in Ergänzung zum Nationalen Sicherheitskonzept WM 2006 und der Polizeilichen Rahmenkonzeption von den Polizeien des Bundes und der Länder erarbeitete „Konzeption zur Kriminalitätsbekämpfung aus Anlass der Fußball-WM 2006“, die die Berücksichtigung lokaler Besonderheiten, das Nutzen von Erfahrungen der örtlichen Fachberatungsstellen und auf die Bekämpfung des Menschenhandels spezialisierter polizeilicher





Dienststellen vorsah, waren wichtige Ansätze, die dem möglichen anlassbezogenen Menschenhandel und der Zwangsprostitution entgegenwirkten.

Die unter der Schirmherrschaft des DFB stehende und von der Bundesregierung geförderte Kampagne des Deutschen Frauenrats „abpiff – Schluss mit Zwangsprostitution“ leistete einen wichtigen Beitrag bei der Sensibilisierung der Öffentlichkeit für dieses Thema. Es wurden ca. 50 000 Unterschriften für die Kampagne während der WM gesammelt.

3.4 Ticketing: Gewinner waren die Fans

Eigentlich sollte der Sport im Mittelpunkt stehen, aber wie so oft bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen gab es auch hier zwischen dem Veranstalter und Verbraucherschützern erhebliche Auffassungsunterschiede, was fair gegenüber Kartenerwerbern sei. Kurz vor einer erstinstanzlichen Entscheidung gelang es durch Vermittlung des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), eine außergerichtliche Einigung herbeizuführen, die beiden Seiten Klarheit über die Ticketbedingun-

gen brachte und den Fans erhebliche Vorteile, z. B. bei den Gebühren. Die durchweg positive und erhebliche öffentliche Resonanz in den Medien bestätigte diesen Lösungsweg. Auch bei der späteren Übertragung von Tickets – schließlich waren bei der Kartenbestellung viele Dinge noch gar nicht abzusehen, z. B. Krankheiten, berufliche Veränderungen – konnte das BMELV seine moderierende Funktion erfolgreich einbringen. Auch die Einrichtung einer Ombudsstelle – gemeinsam getragen von OK, Verbraucherschutzverband und BMELV – führte dazu, dass tausende von Tickets sicher, unbürokratisch und rasch übertragen werden konnten. Die Plätze in den Stadien waren bei fast allen Spielen komplett ausgelastet.

3.5 Lärmschutz

Das Bundesumweltministerium – in dieser Funktion auch für den Lärm aus Sportstätten verantwortlich – hatte eigens für die WM eine Rechtsgrundlage geschaffen, damit die WM-Spiele auch nach 22.00 Uhr ungehindert stattfinden konnten. Ohne eine Ausnahmeregelung in der Sportanlagenlärmschutzverordnung – der Bundeskabinett und Bundesrat zugestimmt hatten – wären in jedem



der zwölf WM-Stadien ein bis vier Spiele, die erst um 21.00 Uhr beginnen, von Einschränkungen bedroht gewesen. Mit der Ausnahmeregelung wurde die Durchführung internationaler und nationaler Sportveranstaltungen von herausragender Bedeutung auch bis in die ersten Nachtstunden nach 22.00 Uhr gewährleistet. In Einzelfällen konnten demnach die Behörden erhöhten Lärm in der unmittelbaren Umgebung des Sportstadions zulassen. Das betraf nicht nur die WM, sondern ist künftig auch für Leichtathletik-Weltmeisterschaften oder Olympische Spiele wichtig. Doch nicht nur die Schiedsrichter hätten um 22.00 Uhr zur Pfeife greifen müssen, auch die vielen Video-Leinwände waren vom Aus bedroht. Schließlich fehlte bislang für diese neue Kommunikationsform eine Regelung im Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG). Nun konnten die Länder in Absprache mit den Kommunen ortsnah entscheiden, ob und wie lange in den Innenstädten gefeiert werden durfte.

3.6 Markenschutz

Der für Markenrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes (BGH) hat am 27. April 2006 über die Rechtsbeständigkeit der für die FIFA eingetragenen deutschen Marken „FUSSBALL WM 2006“ und „WM 2006“ entschieden. Die Marken waren vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) Mitte 2002 bzw. Anfang 2003 für über 850 Waren oder Dienstleistungen eingetragen worden. Dagegen waren mehrere Anträge auf Löschung der Eintragung wegen des Bestehens absoluter Schutzhindernisse gestellt worden.

Der BGH entschied, dass die Marke „FUSSBALL WM 2006“ wegen fehlender Unterscheidungskraft für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu löschen ist. Über die Marke „WM 2006“ hat der BGH nicht abschließend entschieden, sondern lediglich die durch das Bundespatentgericht (BPatG) vorgenommene teilweise Löschung für Waren und Dienstleistungen mit einem Bezug zur Fußballweltmeisterschaft bestätigt und gleichzeitig zur erneuten Prüfung an das BPatG zurückverwiesen.

Die Bezeichnung „WM 2006“ ist für die FIFA auch als Gemeinschaftsmarke beim europäischen Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt in Alicante eingetragen, wodurch für diese Bezeichnung in allen EU-Mitgliedstaaten, auch in Deutschland, Markenschutz besteht. Die Gemeinschaftsmarke „WM 2006“ ist zwar auch mit Löschanträgen angegriffen worden, jedoch wurden diese im Oktober 2005 von der Lösungsabteilung des HABM zurückgewiesen. Dagegen hatte der Lösungsverfahrensgegner der FIFA Beschwerde eingelegt, über die bisher jedoch noch nicht entschieden worden ist.

3.7 Ladenschluss

Die für die Durchführung des Ladenschlussgesetzes zuständigen Länder haben sich im Vorfeld der WM 2006 auf einen Orientierungsrahmen für erweiterte Ladenöffnungszeiten für die Dauer des Turniers an den Spielorten und in deren Einzugsbereichen verständigt. Zahlreiche Bundesländer erließen Allgemeinverfügungen, in denen längere Ladenöffnungszeiten landesweit zugelassen wurden, oder gaben entsprechende Empfehlungen an die Kommunen, sofern diese für die Genehmigung solcher Ausnahmen zuständig waren.

In Bayern, Berlin, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen konnten per Allgemeinverfügung die Geschäfte werktags bis 24.00 Uhr und sonntags von 14.00 bis 20.00 Uhr geöffnet sein, wobei in den meisten Fällen der Ladenschluss an Werktagen ganz aufgehoben wurde. Entsprechende Empfehlungen gaben die Länder Baden-Württemberg und Brandenburg an die zuständigen kommunalen Behörden. In Niedersachsen wurde in der Stadt Hameln der gesetzliche Ladenschluss vom 9. Juni bis 9. Juli 2006 ganz aufgehoben, in Rotenburg/Wümme, Celle und Hannover gab es die Möglichkeit, an einem Sonntag zu öffnen. In der Stadt Leipzig (Sachsen) konnten die Geschäfte an Werktagen bis 24.00 Uhr geöffnet halten, an den Sonntagen 11. und 18. Juni auch von 13.00 bis 20.00 Uhr. In Rheinland-Pfalz wurden auf Antrag der Gemeinden elf Ausnahmen von den allgemeinen Ladenschlusszeiten für einzelne Tage oder längere





Zeiträume genehmigt. In Halle (Sachsen-Anhalt) hatten sich die Geschäftsinhaber verständigt, eine Allgemeinverfügung der Stadt Halle nur an drei Samstagen bis 23 Uhr zu nutzen. In Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern wurden in Einzelfällen bei Veranstaltungen mit Bezug zur WM Ausnahmen bewilligt. Keine Ausnahmen zur Verlängerung der Ladenöffnungszeiten gab es in Bremen und im Saarland. Dabei handelt es sich um Länder, in denen keine WM-Spiele ausgetragen wurden.

Der Einzelhandel trug durch die verlängerte Öffnung der Geschäfte dazu bei, Deutschland als ein weltoffenes und besucherfreundliches Land zu präsentieren. Insbesondere in den Spielorten und den umliegenden Regionen entsprach das zusätzliche Angebot dem Versorgungs- und Kaufbedürfnis der in- und ausländischen Besucher.

Die Geschäftsinhaber haben von den Öffnungsmöglichkeiten in unterschiedlicher Weise Gebrauch gemacht. Insbesondere in den Innenstadtbereichen größerer Städte seien die verlängerten Ladenöffnungszeiten von den Kunden angenommen worden, berichtet der Hauptver-

band des Deutschen Einzelhandels und zieht eine insgesamt positive Bilanz.

3.8 Ertragssteuerliche Behandlung von Aufwendungen für VIP-Logen

Mit einem Schreiben des Bundesfinanzministeriums (BMF) vom 22. August 2005 und vom 30. März 2006 wurden mehrere Vereinfachungsregelungen für die ertragssteuerliche Behandlung von Aufwendungen für VIP-Logen in Sportstätten sowie für Hospitality-Leistungen im Rahmen der WM 2006 geschaffen, die u. a. die Übernahme der Besteuerung einer Zuwendung durch den Unternehmer mit abgeltender Wirkung für den Empfänger zuließ. Damit wurde ein wesentliches Anliegen der Wirtschaft im Vorfeld der Fußball-WM 2006 erfüllt. Das BMF-Schreiben vom 30. März 2006 wurde im Bundessteuerblatt Teil I veröffentlicht.



4. WM 2010 in Südafrika – Keep the ball rolling!



Erstmals findet 2010 eine Fußball-WM auf dem afrikanischen Kontinent statt. Zahlreiche südafrikanische Delegationen haben das WM-Gastgeberland Deutschland in den vergangenen Jahren besucht und wichtige Erfahrungen in der Vorbereitung einer Sportgroßveranstaltung auf allen Ebenen (Politik, Sport) gewinnen können.

Die Bundesregierung hat gegenüber der südafrikanischen Regierung ihre Unterstützung signalisiert und intensiven Erfahrungs- und Wissensaustausch zugesagt.



Am 23. und 24. Oktober 2006 hat im Auswärtigen Amt die fünfte Tagung der deutsch-südafrikanischen Binationalen Kommission stattgefunden. Unter Vorsitz von Bundesaußenminister Dr. Frank-Walter Steinmeier und der südafrikanischen Außenministerin Dr. Nkosazana Clarice Dlamini-Zuma tagten sechs Fachkommissionen in den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Umwelt, Wissenschaft und Forschung, Verteidigung und Entwicklung.

Unter dem Motto „Keep the ball rolling!“ einigten sich die Delegationsteilnehmer auf der Binationalen Kommission auf zukünftige Felder der Zusam-

menarbeit und vereinbarten konkrete Projekte. Wichtiges Element der bilateralen Zusammenarbeit bildet die Kooperation im Vorfeld der Fußball-WM 2010.

Deutschland und Südafrika sind sich der Chancen bewusst, die eine WM für das weltweite Ansehen des Gastgeber-Landes bietet. Gemeinsam soll alles dafür getan werden, die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika zu einem großen Erfolg für den gesamten afrikanischen Kontinent zu machen.

Die Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfai) hat in Zusammenarbeit mit der Deutschen Industrie- und Handelskammer für das südliche Afrika, dem



Afrika-Verein, dem Bundesverband der Deutschen Industrie und der Südliches Afrika Initiative der Deutschen Wirtschaft SAFRI die Broschüre „Fußball-WM 2010: Impulse für die Wirtschaft in Südafrika – Chancen für Exporteure und Investoren“ herausgegeben.

Das streetfootballworld festival 06 wird auch in Südafrika 2010 veranstaltet. Im Rahmen einer 2005 gezeichneten strategischen Allianz mit dem Welt-Fußballverband FIFA und als ein zentrales Element der gemeinsamen Bewegung „Football for Hope“ wird das „festival“ ab 2010 offizielles





Element der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft. In Form des „festivals“ wird damit als Vermächtnis der WM 2006 in Deutschland die soziale Dimension des Fußballs als WM-Bestandteil etabliert. Darüber hinaus wird die Arbeit in Deutschland in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung in den Bereichen „Integration durch Fußball“ und „Fußball und Globales Lernen“ weitergeführt.

Die FIFA hat Horst R. Schmidt, Generalsekretär des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und 1. Vizepräsident des deutschen Organisationskomitees, als Berater für die WM 2010 verpflichtet.

Stab WM 2006

Das für die Spitzensportförderung zuständige Bundesministerium des Innern (BMI) war per Kabinettsbeschluss federführendes WM-Ressort innerhalb der Bundesregierung.

Für weitere Informationen zu Stab WM 2006, kooptierten Abteilungen im BMI, Ansprechpartnern der Ressorts (Interministerieller Arbeitskreis, IMAK) sowie Partnern der Bundesregierung vgl. Anhang XIV.

Kontakt

Telefon: 01888 681-0

E-Mail: poststelle@bmi.bund.de

Internet: www.bmi.bund.de



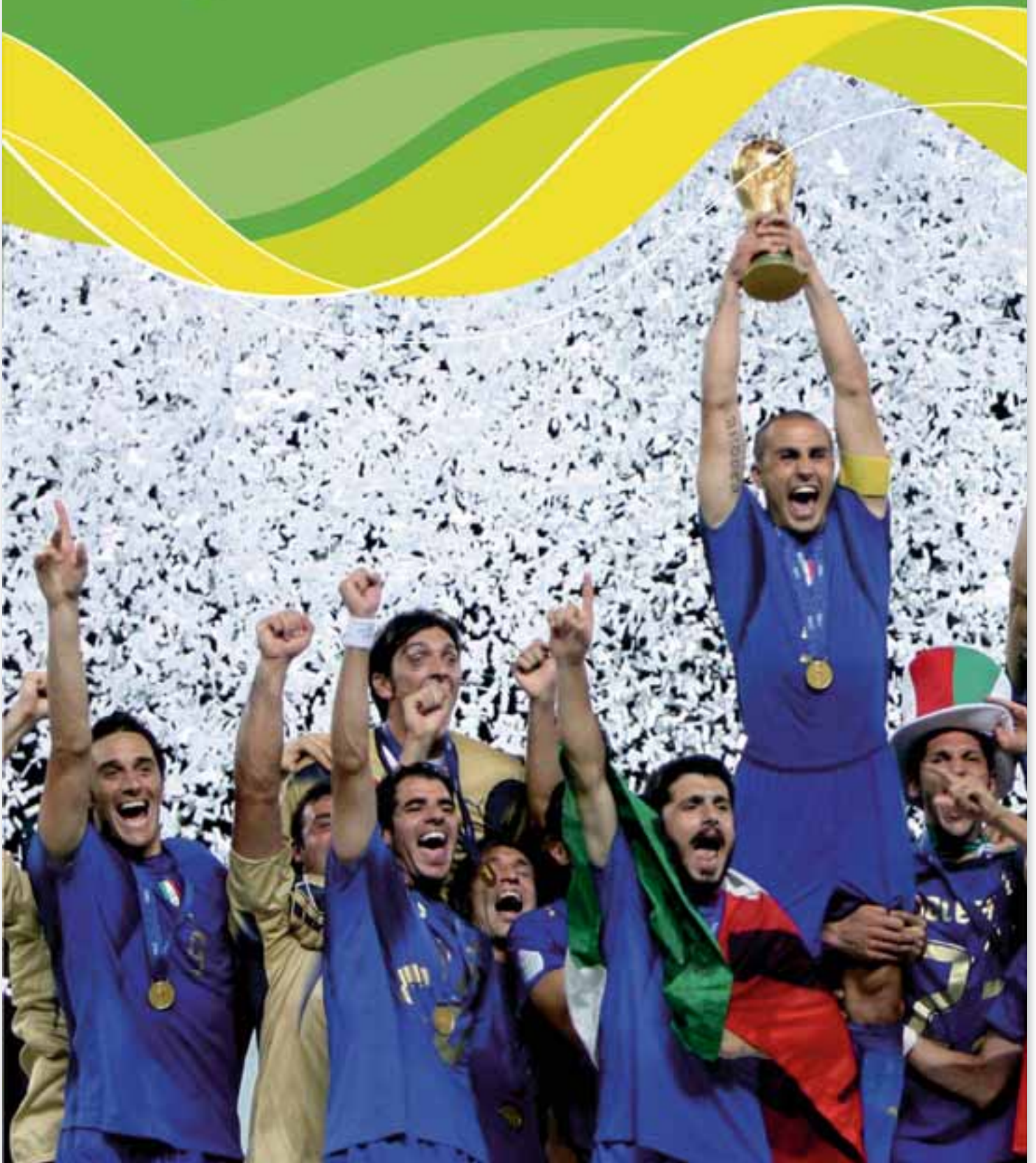
C

Anhänge









FIFA FUSSBALL-WELTMEISTERSCHAFT
DEUTSCHLAND
2006



GRUPPE A

	Deutschland	3	3	0	0	8:2	9
	Ecuador	3	2	0	1	5:3	6
	Polen	3	1	0	2	2:4	3
	Costa Rica	3	0	0	3	3:9	0

1 9. Juni München 18.00
Deutschland – Costa Rica 4:2 (2:1)

2 9. Juni Gelsenkirchen 21.00
Polen – Ecuador 0:2 (0:1)





17 14. Juni Dortmund 21.00
Deutschland – Polen 1:0 (0:0)

18 15. Juni Hamburg 15.00
Ecuador – Costa Rica 3:0 (1:0)

23 20. Juni Berlin 16.00
Ecuador – Deutschland 0:3 (0:2)

24 20. Juni Hannover 16.00
Costa Rica – Polen 1:2 (1:1)

GRUPPE B

	England	3	2	1	0	5:2	7
	Schweden	3	1	2	0	3:2	5
	Paraguay	3	1	0	2	2:2	3
	Trinidad&Tobago	3	0	1	2	0:4	1

3 10. Juni Frankfurt 15.00
England – Paraguay 1:0 (1:0)

4 10. Juni Dortmund 18.00
Trinidad&Tobago – Schweden 0:0





19 15. Juni Nürnberg 18.00
England – Trinidad&Tobago 2:0 (0:0)

20 15. Juni Berlin 21.00
Schweden – Paraguay 1:0 (0:0)

28 20. Juni Köln 21.00
Schweden – England 2:2 (0:1)

14 20. Juni Kaiserslautern 21.00
Paraguay – Trinidad&Tobago 2:0 (1:0)

GRUPPE C

	Argentinien	3	2	1	0	8:1	7
	Niederlande	3	2	1	0	3:1	7
	Elfenbeinküste	3	1	0	2	5:6	3
	Serb.&Monten.	3	0	0	3	2:10	0

5 10. Juni Hamburg 21.00
Argentinien – Elfenbeinküste 2:1 (2:0)

6 11. Juni Leipzig 15.00 0:1 (0:1)
Serbien&Montenegro – Niederlande





21 16. Juni Gelsenkirchen 15.00 6:0 (3:0)
Argentinien – Serbien&Montenegro

22 16. Juni Stuttgart 18.00
Niederlande – Elfenbeinküste 2:1 (2:1)

27 21. Juni Frankfurt 21.00
Niederlande – Argentinien 0:0

18 21. Juni München 21.00 3:2 (1:2)
Elfenbeinküste – Serbien&Montenegro

GRUPPE D

	Portugal	3	3	0	0	5:1	9
	Mexiko	3	1	1	1	4:3	4
	Angola	3	0	2	1	1:2	2
	Iran	3	0	1	2	2:6	1

7 11. Juni Nürnberg 18.00
Mexiko – Iran 3:1 (1:1)

8 11. Juni Köln 21.00
Angola – Portugal 0:1 (0:1)

23 16. Juni Hannover 21.00
Mexiko – Angola 0:0

24 17. Juni Frankfurt 15.00
Portugal – Iran 2:0 (0:0)

19 21. Juni Gelsenkirchen 16.00
Portugal – Mexiko 2:1 (2:1)

40 21. Juni Leipzig 16.00
Iran – Angola 1:1 (0:0)

ACHTELFINALE

49 München	24.06.	17.00	SA – ZB	Deutschland – Schweden	2:0 (2:0)
50 Leipzig	24.06.	21.00	SC – ZD	Argentinien – Mexiko	2:1 n.V. (1:1,1:1))
51 Stuttgart	25.06.	17.00	SB – ZA	England – Ecuador	1:0 (0:0)
52 Nürnberg	25.06.	21.00	SD – ZC	Portugal – Niederlande	1:0 (1:0)
53 Kaiserslautern	26.06.	17.00	SE – ZF	Italien – Australien	1:0 (0:0)
54 Köln	26.06.	21.00	SG – ZH	Schweiz – Ukraine	0:0 n.V. 0:3 i.E.
55 Dortmund	27.06.	17.00	SF – ZE	Brasilien – Ghana	3:0 (2:0)
56 Hannover	27.06.	21.00	SH – ZG	Spanien – Frankreich	1:3 (1:1)





VIERTELFINALE

57 Berlin	30.06.	17.00	549 – 550	Deutschland – Argentinien	1:1 n.V. (1:1,0:0) 4:2 i.E.
58 Hamburg	30.06.	21.00	553 – 554	Italien – Ukraine	3:0 (1:0)
59 Gelsenkirchen	01.07.	17.00	551 – 552	England – Portugal	0:0 n.V. 1:3 i.E.
60 Frankfurt	01.07.	21.00	555 – 556	Brasilien – Frankreich	0:1 (0:0)



FIFA FUSSBALL WELTMEISTERSCHAFT
DEUTSCHLAND
2006

GRUPPE E

	Italien	3	2	1	0	5:1	7
	Ghana	3	2	0	1	4:3	6
	Tschech. Rep.	3	1	0	2	3:4	3
	USA	3	0	1	2	2:6	1

12. Juni Hannover 21.00
Italien – Ghana 2:0 (1:0)

12. Juni Gelsenkirchen 18.00 0:3 (0:2)
USA – Tschechische Republik





17. Juni Kaiserslautern 21.00
Italien – USA 1:1 (1:1)

17. Juni Köln 18.00 0:2 (0:1)
Tschechische Republik – Ghana

22. Juni Hamburg 16.00 0:2 (0:1)
Tschechische Republik – Italien

22. Juni Nürnberg 16.00
Ghana – USA 2:1 (2:1)

GRUPPE F

	Brasilien	3	3	0	0	7:1	9
	Australien	3	1	1	1	5:5	4
	Kroatien	3	0	2	1	2:3	2
	Japan	3	0	1	2	2:7	1

13. Juni Berlin 21.00
Brasilien – Kroatien 1:0 (1:0)

12. Juni Kaiserslautern 15.00
Australien – Japan 3:1 (0:1)





18. Juni München 18.00
Brasilien – Australien 2:0 (0:0)

18. Juni Nürnberg 15.00
Japan – Kroatien 0:0

22. Juni Dortmund 21.00
Japan – Brasilien 1:4 (1:1)

22. Juni Stuttgart 21.00
Kroatien – Australien 2:2 (1:1)

GRUPPE G

	Schweiz	3	2	1	0	4:0	7
	Frankreich	3	1	2	0	3:1	5
	Rep. Korea	3	1	1	1	3:4	4
	Togo	3	0	0	3	1:6	0

13. Juni Stuttgart 18.00
Frankreich – Schweiz 0:0

13. Juni Frankfurt 15.00
Republik Korea – Togo 2:1 (0:1)

18. Juni Leipzig 21.00
Frankreich – Republik Korea 1:1 (1:0)

19. Juni Dortmund 15.00
Togo – Schweiz 0:2 (0:1)

23. Juni Köln 21.00
Togo – Frankreich 0:2 (0:0)

23. Juni Hannover 21.00
Schweiz – Republik Korea 2:0 (1:0)

HALBFINALE

61 Dortmund 04.07. 21.00 G57 – G58 Deutschland – Italien 0:2 n.V. (0:0)
62 München 05.07. 21.00 G59 – G60 Portugal – Frankreich 0:1 (0:1)





SPIEL UM PLATZ 3

63 Stuttgart 08.07. 21.00 V61 – V62 Deutschland – Portugal 3:1 (0:0)

FINALE

64 Berlin 09.07.2006 20.00 S61 – S62
Italien – Frankreich 1:1n.V. 5:3 n.E.

GRUPPE H

	Spanien	3	3	0	0	8:1	9
	Ukraine	3	2	0	1	5:4	6
	Tunesien	3	0	1	2	3:6	1
	Saudi-Arabien	3	0	1	2	2:7	1

14. Juni Leipzig 15.00
Spanien – Ukraine 4:0 (2:0)

14. Juni München 18.00
Tunesien – Saudi-Arabien 2:2 (1:0)

19. Juni Stuttgart 21.00
Spanien – Tunesien 3:1 (1:0)

19. Juni Hamburg 18.00
Saudi-Arabien – Ukraine 0:4 (0:2)

23. Juni Kaiserslautern 16.00
Saudi-Arabien – Spanien 0:1 (0:1)

23. Juni Berlin 16.00
Ukraine – Tunesien 1:0 (0:0)



Offizielle Auszeichnungen der FIFA WM 2006

Beste Spieler (gesponsert von adidas):

Goldener Ball: Zinedine Zidane (Frankreich)

Silberner Ball: Fabio Cannavaro (Italien)

Bronzener Ball: Andrea Pirlo (Italien)

Erfolgreichste Torschützen (adidas):

Goldener Schuh: Miroslav Klose (Deutschland, 5 Tore)

Silberner Schuh: Hernan Crespo (Argentinien, 3 Tore)

Bronzener Schuh: Ronaldo (Brasilien, 3 Tore)

Bester Junger Spieler (Gillette):

Lukas Podolski (Deutschland)

Lev Yashin Award (Bester Torhüter):

Gianluigi Buffon (Italien)

Unterhaltsamste Mannschaft (Yahoo!):

Portugal

FIFA Fair Play Award:

Brasilien und Spanien



Regierungsgarantien zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006 - Zusammenfassung -

Gemäß **FIFA-Pflichtenheft** verpflichtet sich das ausrichtende Land bei der Bewerbung, einen Katalog staatlicher Garantien einzuhalten. Der damalige **Bundeskanzler** hat mit Schreiben vom 06.07.1999 die Garantie-Erklärung gegenüber der **FIFA** abgegeben.

Im Bewerbungsdokument des DFB vom Juli 1999 sind folgende Bereiche staatlicher Unterstützung aufgeführt:

1. Einreisebewilligungen (Visa)
2. Arbeitsbewilligungen
3. Zoll- und steuerrechtliche Regelungen
4. Sicherheit
5. Bank- und Devisenverkehr
6. Telekommunikation
7. Internationales Radio- und Fernsehzentrum
8. Medienzentrum
9. Verkehrswesen
10. Preispolitik
11. Staatliche Abgaben/Steuern
12. Kommission auf Eintrittskarten
13. Hymnen und Fahnen
14. Medizinische Versorgung

Im Bewerbungsdokument heißt es dazu:

„Der DFB wird mit voller Unterstützung aller beteiligten staatlichen Organe – sowohl auf Bundes- als auch, sofern erforderlich, auf Länder-Ebene – sämtliche Garantien erbringen, um die Grundlagen für die Organisation und Durchführung des FIFA-Weltpokals 2006 zu schaffen. Garantien, die aufgrund der rechtlichen Regelungen in der Bundesrepublik Deutschland nicht durch den Bund und/oder die Länder erbracht werden, wird der DFB in Zusammenarbeit mit den zuständigen Stellen vorlegen.“

Zu den Garantien im Einzelnen:

1. Einreisebewilligungen (Visa)

Wenn Teilnehmer und Besucher für die Einreise visumpflichtig sind, ist garantiert, dass die deutschen Auslandsvertretungen in Übereinstimmung mit den allgemeinen Regeln des Völkerrechts und den Vereinbarungen der EU-Partner Visa zügig und serviceorientiert erteilen werden.

Bei Vertretern der offiziellen Delegationen laut FIFA-Pflichtenheft (zum Beispiel FIFA-Delegation, Delegationen der qualifizierten Nationalverbände, Lizenz- und TV-Partner, Official FIFA-Partners, Official Suppliers) und bei Medienvertretern werden die Visa gebührenfrei erteilt. Das deutsche Ausländerrecht unterscheidet bei visapflichtigen Personen selbstverständlich nicht nach Nationalität, Rasse oder Religion der Antragsteller (Schriftliche Garantieerklärung des Bundesministers des Auswärtigen gegenüber dem DFB am 15.06.1999).

2. Arbeitsbewilligungen

Genehmigungsfreier Zugang zum Arbeitsmarkt für FIFA-Offizielle (inklusive Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten), Spieler und bezahltes Personal der teilnehmenden Mannschaften, Vertreter der Official FIFA-Partners, Official LOK-Suppliers und Official Licensing Partners, Vertreter der Medien einschließlich technisches Personal, Mitarbeiter der TV- und Marketingpartner der FIFA.

Soweit dies nicht bereits nach geltendem Recht, wie beispielsweise für die Berufsfußballer, gesichert ist, wird eine Rechtsverordnung erlassen werden, die den genehmigungsfreien Arbeitsmarktzugang der genannten Personengruppen regelt. Es wird sichergestellt sein, dass diese Personengruppen nicht durch arbeitsrechtliche Vorschriften in der Ausübung ihrer Tätigkeit behindert werden (Schriftliche Garantieerklärung des Bundesministers für Arbeit und Sozialordnung an DFB am 08.06.1999).

3. Zoll- und steuerrechtliche Regelungen

Das Bundesministerium der Finanzen garantiert (Schreiben vom 13.07.1999), dass die im FIFA-Pflichtenheft genannten Güter bei der Einfuhr in das Zollgebiet der Europäischen Gemeinschaft von Zoll und Einfuhrumsatzsteuer befreit sind.

Für die offiziellen Delegationen, wie die der FIFA mit ihren Mitarbeitern, der teilnehmenden Nationalverbände und der FIFA-Partner, sowie für die Medienvertreter wird bevorzugte Zollabfertigung zugesichert.

Darüber hinaus haben das Bundesministerium der Finanzen und die Obersten Finanzbehörden der Länder erklärt, die FIFA, die FIFA-Delegation, die Offiziellen und Gäste der FIFA, die Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten und auch die FIFA-

Kongress-Teilnehmer von der Einkommenssteuer/Körperschaftssteuer zu befreien, die auf Einkünfte entfällt, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der WM 2006 in Deutschland erzielt werden und der beschränkten Steuerpflicht unterliegen.

4. Sicherheit

Der Bundesminister des Innern sagt zu (Schreiben vom 30.06.1999 an den DFB), dass er den internationalen Fußball-Verband FIFA, den DFB und alle betroffenen Stellen nachhaltig unterstützen wird, damit bei den Spielen, für die Delegationen der FIFA und teilnehmenden Mannschaften, für die Medienvertreter und Zuschauer ein größtmöglicher Sicherheitsstandard geschaffen wird.

5. Bank- und Devisenverkehr

In der Bundesrepublik Deutschland besteht im grenzüberschreitenden Bank- und Devisenverkehr keine Beschränkung. Vor diesem Hintergrund garantiert das Bundesministerium der Finanzen die freie Ein- und Ausfuhr von Devisen, den Um- und Rücktausch zu international anerkannten Bedingungen auf dem Devisenmarkt sowie Zahlungen ins Ausland (Schreiben vom 13.07.1999 an den DFB).

6. Telekommunikation

Da in der Bundesrepublik der Bereich der Telekommunikation privatisiert ist und somit nicht in den Verantwortungsbereich des Staates fällt, kann die Regierung oder eine andere staatliche Stelle hier keine Regierungsgarantie vorlegen.

Stattdessen garantiert die Deutsche Telekom AG als eines der größten Kommunikationsunternehmen der Welt optimale Bedingungen. Es ist gewährleistet, dass ein leistungsfähiges Telekommunikationsnetzwerk bereitsteht, das alle Telekommunikationsformen einschließlich der nationalen und internationalen Datenübertragungen durch computergestützte Einrichtungen ermöglicht (Schreiben der Deutschen Telekom an den DFB vom 10.05.1999).

7. Internationales Radio- und Fernsehzentrum

Die Bereitstellung der Räumlichkeiten für die Einrichtung des internationalen Radio- und Fernsehzentrums liegt in der Verantwortung des LOK.

Der Deutsche Fußball-Bund garantiert, dass mit dem erforderlichen zeitlichen Vorlauf von mindestens acht Monaten vor Beginn des FIFA-Weltpokals ein auf höchstem Ausstattungsniveau stehendes Internationales Radio- und Fernsehzentrum (IBC) eingerichtet wird, das alle technischen Anforderungen des Pflichtenhefts der FIFA erfüllt.

Es ist sichergestellt, dass die Bundesregierung und die zuständige Landesregierung im Rahmen ihrer Unterstützung der offiziellen Bewerbung des Deutschen Fußball-Bundes in Kenntnis auch dieser Anforderungen der FIFA den DFB nach Kräften bei der Einrichtung des IBC unterstützen.

Die Einrichtung des Haupt-Medienzentrums sowie der Sub-Pressenzentren in den einzelnen Stadien der Spielorte obliegt ebenfalls der Verantwortung des LOK (Schriftliche Garantie-Erklärung des DFB an die FIFA vom Juli 1999).

8. Medienzentrum

Der Deutsche Fußball-Bund garantiert, dass ein auf höchstem Ausstattungsniveau stehendes Medienzentrum eingerichtet wird. Insgesamt gewährleistet der DFB den Vertretern aller Mediensparten optimale Arbeitsbedingungen.

Es ist sichergestellt, dass die Bundesregierung und die zuständige Landesregierung in Kenntnis auch dieser Anforderungen der FIFA und den DFB nach Kräften unterstützen (Schriftliche Garantie-Erklärung des DFB an die FIFA vom Juli 1999).

9. Verkehrswesen

Der Bundesminister für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen erklärt, dass Deutschland über eine hervorragende Verkehrsinfrastruktur (Straße, Schiene, Luftverkehr) verfügt, die zur schnellen und reibungslosen Abwicklung der erforderlichen Personen- und Gütertransporte im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung des FIFA-Weltpokals nötig ist;

er dafür einsteht, dass die Deutsche Bahn AG sowie die Luftverkehr betreibenden Gesellschaften (Lufthansa) sich angebotsmäßig auf das Großereignis einstellen werden. Im Rahmen der planmäßigen Straßenbauprojekte wird im Jahr 2006 zudem ein punktuell auf sechs Fahrstreifen erweitertes Autobahnnetz zur Verfügung stehen. Die Strecken der Hochgeschwindigkeitszüge (ICE) befinden sich in kontinuierlichem Ausbau.

10. Preispolitik

Der Deutsche Fußball-Bund wird sicherstellen, dass die Preise für die Hotels der FIFA-Delegation mit den Offiziellen und Gästen der FIFA, den Mannschaften mit Spielern und Offiziellen, den Schiedsrichtern und Schiedsrichterassistenten, den FIFA-Kongress-Teilnehmern und sonstigen von der FIFA offiziell akkreditierten Personen nach den Vorgaben des Abschnitts 4 des Vertrags der FIFA mit dem ausrichtenden Verband in der durch die FIFA angepassten Fassung vom 09. Juni 1999 festgelegt werden. Dies gilt auch für die Hotels der Vertreter der kommerziellen Partner und der akkreditierten Medien. Die genannten Garantien werden in den Hotelverträgen sichergestellt (Schreiben des DFB an die FIFA vom Juli 1999).

11. Staatliche Abgaben, Steuern

Es wird versichert (Schreiben des BMF vom 13.07.1999), dass die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste und die an der WM teilnehmenden Nationalverbände und deren Mannschaften - mit Ausnahme der Spieler und Trainer - weder direkten noch indirekten deutschen Steuern - mit Ausnahme der Umsatzsteuer - und Abgaben in Verbindung mit oder als Folge der WM 2006 unterliegen.

12. Kommission auf Eintrittskarten

Der DFB garantiert, dass beim Verkauf der Eintrittskarten vom LOK oder anderen Organisationen bei jeder Verkaufsart nicht mehr als 10 Prozent Verkaufskommission auf den normalen Kartenpreis geschlagen werden (Schreiben des DFB vom Juli 1999 an die FIFA).

13. Hymnen und Fahnen

Das Bundesministerium des Innern garantiert, dass bei jedem Spiel die Nationalhymnen der teilnehmenden Mannschaften vor Spielbeginn gespielt sowie ihre Landesfahnen gehisst werden können (Schreiben des BMI an den DFB vom 08.06.1999).

14. Medizinische Versorgung

Es liegt nicht in der Zuständigkeit einer staatlichen Institution, die medizinische Versorgung zu garantieren. Vielmehr ist das auf staatlicher Grundlage beruhende ausgefeilte Gesundheitswesen in der Bundesrepublik Deutschland Garant für eine optimale medizinische Versorgung.

Vor diesem Hintergrund gewährleistet der DFB, dass die im Pflichtenheft der FIFA verlangte umfangreiche medizinische Versorgung aller am Turnier teilnehmenden und akkreditierten Personen in allen Spielorten rund um die Uhr zur Verfügung steht. Damit ist auch an den Spieltagen die notfallmäßige medizinische Versorgung und Betreuung sämtlicher sich im Stadionbereich befindenden Personen sichergestellt (Schreiben des DFB an die FIFA vom Juli 1999).

Die Originalschreiben zur Abgabe der Regierungsgarantien sind nachfolgend abgebildet.



BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND
DER BUNDESKANZLER

Bonn, den 6. Juli 1999

An den
Präsidenten der FIFA
Herrn Joseph Blatter
P.O. Box 85

CH-8030 Zürich

Sehr geehrter, lieber Herr Blatter,

die Regierung der Bundesrepublik Deutschland heißt den FIFA-Weltpokal 2006 sehr herzlich willkommen.

Für die Bundesrepublik Deutschland erkläre ich, daß die im Pflichtenheft geforderten staatlichen Garantien für die erfolgreiche Austragung des FIFA-Weltpokals 2006 eingehalten werden.

Für die Regierung der Bundesrepublik Deutschland

Gerhard Schröder

DER BUNDESMINISTER
DES AUSWÄRTIGEN

Bonn, den 15. Juni 1999

An den
Präsidenten des
Deutschen Fußballbundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

60528 Frankfurt am Main

Sehr geehrter Herr Präsident, lieber Herr Braun,

der Deutsche Fußballbund hat bei seiner Bewerbung zur Ausrichtung der Fußballweltmeisterschaft 2006 die volle Unterstützung des Auswärtigen Amtes. Die von der FIFA erbetenen Garantien (Ziffer 3.1. des Pflichtenheftes) gebe ich deshalb sehr gerne.

Soweit Teilnehmer und Besucher für die Einreise visumpflichtig sind, werden die deutschen Auslandsvertretungen in Übereinstimmung mit den allgemeinen Regeln des Völkerrechts und den Vereinbarungen der EU-Partner Visa zügig und serviceorientiert erteilen. Den Mitgliedern offizieller Delegationen (z. B. FIFA-Delegation, Delegationen der qualifizierten Nationalverbände, Official FIFA Partners, Official LOC Suppliers) und Medienvertretern werden die Visa gebührenfrei erteilt. Selbstverständlich unterscheidet das deutsche Visumrecht bei visumpflichtigen Personen nicht nach Nationalität, Rasse und Religion der Antragsteller.

Das Auswärtige Amt und die deutschen Auslandsvertretungen weltweit werben für die Austragung der Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland. Sie können sicher sein, daß meine Mitarbeiter und ich nach Kräften dazu beitragen, zuerst die Bewerbung und dann das große internationale Fußballfest zu einem vollen Erfolg zu machen.

Mit freundlichen Grüßen





Dr. Werner Tegtmeier
Staatssekretär
im Bundesministerium für Arbeit
und Sozialordnung

Bonn, den 8. Juni 1999

llc 2 - 20034/2

An den
Präsidenten des
Deutschen Fußball-Bundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

60580 Frankfurt / Main

Sehr geehrter Herr Präsident,
lieber Herr Braun,

das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung freut sich über die Bewerbung des Deutschen Fußball-Bundes zur Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft im Jahre 2006 in Deutschland.

Die im Pflichtenheft des Weltfußballverbandes - FIFA - geforderten Regierungsgarantien zu Punkt 3.2 Arbeitsbewilligungen, die in den Verantwortungsbereich des Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung fallen, sage ich Ihnen gerne zu.

Schon jetzt benötigt ein Teil der dort genannten Personengruppen, z.B. EU-Staatsangehörige, keine Arbeitsgenehmigung. Das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung wird eine Rechtsverordnung erlassen, die auch in allen übrigen Fällen eine Freistellung von jeglicher Arbeitsgenehmigung vorsieht.

Ebenso wird sichergestellt sein, daß arbeitsrechtliche Vorschriften der Tätigkeit dieser Personengruppen nicht entgegenstehen.

Ich hoffe und wünsche mir, daß die Bewerbung um die Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 auch mit dem Beitrag, den das Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung dabei leisten kann, Erfolg hat.

Mit freundlichen Grüßen


Bundesministerium der Finanzen

53003 Bonn,

13. Juli 1999

Der Bundesminister

II C 4 - I 0252 - 21/99

(Geschäftszeichen bei Antwort bitte angeben)

Postfach 13 08
Telefon: (02 28) 6 82 - 43 14

Telefax: (02 28) 6 82 44 20

Telex: 886645

oder über Vernetzung 6 82-0

Mr. Joseph S. Blatter
Präsident
Fédération International de Football Association
P.O. Box 85
8030 Zürich
Schweiz

Steuerentscheid betreffend den FIFA-Weltpokal 2006

Sehr geehrter Herr Präsident,

Deutschland hat seine Kandidatur als Gastgeberland des FIFA Weltpokals 2006 (nachstehend: "WM 2006") vorgelegt.

Für die Zwecke der Durchführung der WM 2006 garantieren wir hiermit, daß die zeitweise Einfuhr und Wiederausfuhr der folgenden, für die Organisation der WM erforderlichen Güter gestattet wird, und zwar ohne Einschränkung, auf ungehinderten und schnellen Transportweg und ohne die Erhebung von Zollgebühren, Mehrwertsteuer oder sonstigen staatlichen Steuern und Abgaben:

- persönlicher Besitz,
- die technische Ausrüstung für Spieler und Offizielle,
- die gesamte technische Ausrüstung (Film- und -abspiegelgerät, Filme, Beleuchtungskörper etc.) für ausländische TV-Gesellschaften,
- die technische Ausrüstung für andere Medienvertreter (Telekommunikations- und fotografische Ausrüstung, kleinere Computer etc.),
- das gesamte technische Material, das für die Produktion des offiziellen WM-Films benötigt wird,
- medizinisches Gerät und Pharmaprodukte für die Mannschaften,
- Nahrungsmittel (mit einigen Ausnahmen),
- alles weitere, für die Organisation des Wettbewerbs notwendige technische Gerät (Kopierer, Schreibmaschinen, Faxgeräte, Telekommunikationsanlagen, Mobiltelefone etc.),
- vom ausrichtenden Verband benötigte und von Lieferanten stammende Ware wie Fußballbälle, Tornetze, für die Mannschaften vorgesehene Ausrüstungen etc.
- zur Unterstützung des ausrichtenden Verbands und/oder für Werbezwecke von Sponsoren gestelltes Material und Gerät,
- offizielle Preise, Trophäen, Medaillen, Geschenke und Flaggen,
- sämtliche Büroustattung des FIFA-Generalsekretariats,
- sämtliche Ausrüstung und Lieferungen seitens des FIFA-Vermarktungspartners, seitens der offiziellen FIFA-Partner und offiziellen Lieferanten und deren Partner, die (i) diese selbst für die Verwertung der ihnen gewährten Vermarktungsrechte benötigen, und die (ii) der FIFA-Vermarktungspartner benötigt, um seinen Verpflichtungen gegenüber der FIFA und ihren Partnern nachzukommen,
- die technische Ausrüstung, die für die Produktion der TV- und Radioübertragung der WM 2006 benötigt wird,
- sämtliches weitere Material oder Gerät, das im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung der WM 2006 verwendet wird.

Wir können Ihnen versichern, daß die FIFA, ihre Vermeister und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste und die an der WM 2006 teilnehmenden Nationalverbände und deren Mannschaften mit Ausnahme der Spieler und Trainer weder vor, während oder nach der WM 2006 weder direkten noch indirekten deutschen Steuern mit Ausnahme der Umsatzsteuer und Abgaben in Verbindung mit oder als Folge der WM 2006 unterliegen.

Insbesondere garantieren wir, daß die FIFA nicht als Organisation mit einer festen Geschäftseinrichtung i.S. des deutschen Einkommensteuergesetzes eingestuft wird. Außerdem unterliegen direkte Zahlungen und Einbuße an bzw. der FIFA, oder Zahlungen der FIFA an die Körnerverbände, die Nationalverbände oder Mannschaften (einschließlich Spieler, Trainer und Betreuer) keiner Grunderpflicht in Bezug auf Einkommensteuer, Abzugsteuer, Quellensteuer oder anderen Steuerarten mit Ausnahme der Mehrwertsteuer. Der Einkommensteuer-Status des ausrichtenden Verbandes kann jedoch von diesem Entscheid nicht berührt sein.

Zusätzlich garantieren wir, daß die Einfuhr und Ausfuhr von Fremdwährungen nach und aus Deutschland in Verbindung mit der WM 2006 ohne jeden Vorbehalt gestattet wird, wie auch das Wechseln dieser Währungen in eine harte Währung (US-Dollars oder Schweizer Franken) und zurück. Das Wechseln der verschiedenen Währungen wird auch innerhalb des Landes zu den auf dem internationalen Währungsmarkt üblichen Regeln und Gepflogenheiten möglich sein. Wir garantieren, daß es im Jahr 2006, das heißt dem Jahr, in dem die WM 2006 stattfindet, keine Beschränkungen für die Ein- oder Ausfuhr ausländischer Währungen geben wird.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Eichel



OTTO SCHILY

Bundesminister des Innern

An den Präsidenten des
Deutschen Fußball-Bundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

60528 Frankfurt/Main

30. Juni 1999

Sehr geehrter Herr Präsident,

für die Organisation des FIFA-Weltpokals 2006 spielt die Sicherheit - wie generell bei jeder Großveranstaltung - eine wichtige Rolle. In allen Phasen der Vorbereitung, von der Bewerbung bis zum Ereignis, gebührt den Sicherheitsfragen besondere Aufmerksamkeit.

Ich begrüße es deshalb, daß der Deutsche Fußball-Bund für die Bewerbung eine umfassende „Sicherheitsorganisation beim FIFA-Weltpokal 2006“ erarbeitet hat. Gern hat das Bundesministerium des Innern die Abstimmung mit dem zuständigen Arbeitskreis der Innenministerkonferenz und dem Nationalen Ausschuß Sport und Sicherheit übernommen. Die Innenministerkonferenz hat bereits für den Fall des Zuschlags zur Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 einen Bund-Länder-Ausschuß unter Beteiligung des Deutschen Fußball-Bundes und der im Nationalen Ausschuß Sport und Sicherheit vertretenen Stellen mit der Erarbeitung eines „Sicherheitskonzeptes WM 2006“ beauftragt.

Die bei Spielen der Fußball-Bundesliga und den Heimspielen der Fußball-Nationalmannschaft angewendeten Sicherheitskonzepte mit intensiven Abstimmungen zwischen dem Deutschen Fußball-Bund, den Veranstaltern, den staatlichen Stellen, dem Nationalen Ausschuß Sport und Sicherheit sowie der Zentralen Informationsstelle Sporteinsätze haben sich bewährt. Ich sage Ihnen zu, daß der Bundesminister des Innern den internationalen Fußball-Verband FIFA, den DFB und alle betroffenen Stellen nachhaltig unterstützen wird, damit bei den Spielen für die Delegationen der FIFA und teilnehmenden Mannschaften, für die Medienvertreter und Zuschauer ein größtmöglicher Sicherheitsstandard geschaffen wird. Für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in unserem fußballbegeisterten Land werden sichere, heitere Spiele garantiert.

Sowohl der Bundesminister des Innern als auch die betroffenen Bundesländer und die leistungsfähigen privatwirtschaftlichen Unternehmen, beispielsweise auf den Gebieten Telekommunikation, Personenverkehr und medizinische Versorgung, werden mit größtem Engagement dafür eintreten, daß die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 - wie schon die Weltmeisterschaft 1974 und die Europameisterschaft 1988 - ein großartiges, unvergeßliches Erlebnis für alle Beteiligten wird.

Mit freundlichen Grüßen

Bundesministerium des Innern
Graurheindorfer Straße 198
D-53117 Bonn
Tel.: (02 28) 681-52 53
Fax: (02 28) 681-42 35


Bundesministerium der Finanzen

53003 Bonn,

13. Juli 1999

Der Bundesminister

II C 4 - I 0252 - 21/99

(Geschäftszeichen bei Antwort bitte angeben)

 Postfach 13 08
 Telefon: (02 28) 6 82 - 43 14

oder über Vermittlung 4 82-0

 Telefax: (02 28) 6 82 44 20
 Telex: 886645

Mr. Joseph S. Blatter
 Präsident
 Fédération International de Football Association
 P.O. Box 85
 8030 Zürich
 Schweiz

Steuerentscheid betreffend den FIFA-Weltpokal 2006
Sehr geehrter Herr Präsident,

Deutschland hat seine Kandidatur als Gastgeberland des FIFA-Weltpokals 2006 (nachstehend: "WM 2006") vorgelegt.

Für die Zwecke der Durchführung der WM 2006 garantieren wir hiermit, daß die zeitweise Einfuhr und Wiederausfuhr der folgenden, für die Organisation der WM erforderlichen Güter gestattet wird, und zwar ohne Einschränkung, auf ungehinderten und schnellen Transportweg und ohne die Erhebung von Zollgebühren, Mehrwertsteuer oder sonstigen staatlichen Steuern und Abgaben:

- persönlicher Besitz,
- die technische Ausrüstung für Spieler und Offizielle,
- die gesamte technische Ausrüstung (Film- und -abspielgerät, Filme, Beleuchtungskörper etc.) für ausländische TV-Gesellschaften,
- die technische Ausrüstung für andere Medienvertreter (Telekommunikations- und fotografische Ausrüstung, kleinere Computer etc.),
- das gesamte technische Material, das für die Produktion des offiziellen WM-Films benötigt wird,
- medizinisches Gerät und Pharmaprodukte für die Mannschaften,
- Nahrungsmittel (mit einigen Ausnahmen),
- alles weitere, für die Organisation des Wettbewerbs notwendige technische Gerät (Kopierer, Schreibmaschinen, Faxgeräte, Telekommunikationsanlagen, Mobiltelefone etc.),
- vom ausrichtenden Verband benötigte und von Lieferanten stammende Ware wie Fußbälle, Tormetze, für die Mannschaften vorgesehene Ausrüstungen etc.,
- zur Unterstützung des ausrichtenden Verbands und/oder für Werbezwecke von Sponsoren gestattetes Material und Gerät,
- offizielle Presse, Trophäen, Medaillen, Geschenke und Flaggen,
- sämtliche Büroausstattung des FIFA-Generalsekretariats,
- sämtliche Ausrüstung und Lieferungen seitens des FIFA-Vermarktungspartners, seitens der offiziellen FIFA-Partner und offiziellen Lieferanten und deren Partner, die (i) diese selbst für die Verwirklichung der ihnen gewährten Vermarktungsrechte benötigen, und die (ii) der FIFA-Vermarktungspartner benötigt, um seinen Verpflichtungen gegenüber der FIFA und ihren Partnern nachzukommen,
- die technische Ausrüstung, die für die Produktion der TV- und Radioübertragung der WM 2006 benötigt wird,
- sämtliches weiteres Material oder Gerät, das im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung der WM 2006 verwendet wird.

Wir können Ihnen versichern, daß die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste und die an der WM 2006 teilnehmenden Nationalverbände und deren Mannschaften mit Ausnahme der Spieler und Trainer weder vor, während oder nach der WM 2006 weder direkten noch indirekten deutschen Steuern mit Ausnahme der Umsatzsteuer und Abgaben in Verbindung mit oder als Folge der WM 2006 unterliegen.

Insbesondere garantieren wir, daß die FIFA nicht als Organisation mit einer festen Geschäftseinrichtung i.S. des deutschen Einkommensteuergesetzes eingestuft wird. Außerdem unterliegen direkte Zahlungen und Einkünfte an bzw. der FIFA, oder Zahlungen der FIFA an die Kontinentalverbände, die Nationalverbände oder Mannschaften (einschließlich Spieler, Trainer und Betreuer) keiner Steuerpflicht in Bezug auf Einkommensteuer, Abzugssteuer, Quellensteuer oder anderen Steuerarten mit Ausnahme der Mehrwertsteuer. Der Einkommensteuer-Status des ausrichtenden Verbandes kann jedoch von diesem Entscheid nicht berührt sein.

Zusätzlich garantieren wir, daß die Einfuhr und Ausfuhr von Fremdwährungen nach und aus Deutschland in Verbindung mit der WM 2006 ohne jeden Vorbehalt gestattet wird, wie auch das Wechseln dieser Währungen in eine harte Währung (US-Dollars oder Schweizer Franken) und zurück. Das Wechseln der verschiedenen Währungen wird auch innerhalb des Landes zu den auf dem internationalen Währungsmarkt üblichen Regeln und Gepflogenheiten möglich sein. Wir garantieren, daß es im Jahr 2006, das heißt dem Jahr, in dem die WM 2006 stattfindet, keine Beschränkungen für die Ein- oder Ausfuhr ausländischer Währungen geben wird.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Eichel

Deutsche Telekom



Dr. Ron Sommer
Vorsitzender des Vorstands
Deutsche Telekom AG

Herrn
Egidius Braun
Präsident des
Deutschen Fußball-Bundes
Hermann-Neuberger-Haus
Otto-Fleck-Schneise 6

60528 Frankfurt/Main

Bonn, 10. Mai 1999

für die Präsentation der Bewerbung um die Austragung der Fußball-Weltmeisterschaft wünsche ich Ihnen von Herzen Glück und Erfolg. Wir würden uns über den Zuschlag der FIFA freuen und sind schon heute für dieses sportliche Weltereignis vorbereitet.

Die Deutsche Telekom AG hat in den vergangenen zehn Jahren über 165 Milliarden DM in den Auf- und Ausbau der Telekommunikationsinfrastruktur investiert und verfügt damit über die modernsten und leistungsfähigsten Netze der Welt.

Journalisten aus aller Welt finden in unserem Land optimale Arbeitsbedingungen vor.

Unser Unternehmen verfügt über langjährige Erfahrungen in der Betreuung internationaler sportlicher oder auch politischer Großveranstaltungen.

Die Deutsche Telekom ist auch Worldpartner der EXPO.

- Zur Weltausstellung werden wir das komplette neue Ausstellungsgelände der EXPO in Hannover mit zukunftsweisender Multimediainfrastruktur ausstatten. Das Gelände erhält dazu ein Glasfasernetz in modernster Technologie, das den Anschluß an die internationalen Datenbahnen sicherstellen wird. Viele der multimedialen Anwendungen auf der EXPO 2000 werden erst hierdurch ermöglicht.
- Das Call Center der EXPO, über das der Bürger Informationen zur EXPO bekommt und Eintrittskarten bestellen kann, wurde von der Telekom errichtet und wird von unserem Unternehmen betrieben.
- Neben einer deutlichen Präsenz auf dem Gelände werden wir selbstverständlich auch im Internet innovativ vertreten sein.
- Mit Terravision unterstützen wir die EXPO GmbH in der Durchführung ihrer Planungen.
- Ebenso werden wir im Broadcast Center und im Pressezentrum im Rahmen unserer Kernkompetenz aktiv.

Sehr geehrter Herr Braun, schon heute ist sichergestellt, daß die Telekommunikationsinfrastruktur auch im Jahre 2006 zu den besten der Welt gehören wird, und selbstverständlich tragen wir gerne - wie bei der EXPO 2000 in Hannover - maßgeblich dazu bei, die Technik an den Austragungsorten der Spiele den aktuellen Anforderungen entsprechend zusätzlich auszustatten.

Mit freundlichen Grüßen

Hausanschrift: Deutsche Telekom AG
Zentrale, Friedrich-Ebert-Allee 140, 53113 Bonn
Postanschrift: Postfach 20 00, 53105 Bonn
Telekontakte: Telefon (02 28) 1 81-90 00, Telefax (02 28) 1 81-89 70



Fédération Internationale
de Football Association
Herrn Präsident
Joseph S. Blatter
FIFA House, Hitzigweg 11

8032 Zürich
SWITZERLAND

Frankfurt am Main, im Juli 1999

Garantieerklärung des DFB

3.7 Internationales Radio- und Fernsehzentrum

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Bereitstellung der Räumlichkeiten für die Einrichtung des internationalen Radio- und Fernsehentrums wird in der Verantwortung des LOK liegen

Der Deutsche Fußball-Bund garantiert, daß mit dem erforderlichen zeitlichen Vorlauf von mindestens acht Monaten vor Beginn des FIFA-Weltpokals 2006 ein auf höchstem Ausstattungsniveau stehendes Internationales Radio- und Fernsehzentrum (IBC) eingerichtet wird, das alle technischen Anforderungen des Pflichtenhefts der FIFA erfüllt.

Dabei ist sichergestellt, daß die Bundesregierung und die zuständige Landesregierung in Kenntnis auch dieser Anforderung der FIFA den DFB nach Kräften unterstützen.

Egidius Braun
Präsident

Horst R. Schmidt
Generalsekretär



WELTMEISTER 1954 · 1974 · 1990

HERMANN-NEUBERGER-HAUS · OTTO-FLECK-SCHNEISE 6 · 60528 FRANKFURT/MAIN
TELEFON 0 69 - 67 88 0 · TELEFAX 0 69 - 6 78 82 66 · <http://www.dfb.t-online.de>





Fédération Internationale
de Football Association
Herrn Präsident
Joseph S. Blatter
FIFA House, Hitzigweg 11

8032 Zürich
SWITZERLAND

Frankfurt am Main, im Juli 1999

Garantieerklärung des DFB

3.8 Medienzentrum

Sehr geehrter Herr Präsident,

der Deutsche Fußball-Bund garantiert, daß zum FIFA-Weltpokal 2006 ein auf höchstem Ausstattungsniveau stehendes Medienzentrum eingerichtet wird. Insgesamt wird das LOK den Vertretern aller Mediensparten optimale Arbeitsbedingungen gewährleisten.

Dabei ist sichergestellt, daß die Bundesregierung und die zuständige Landesregierung in Kenntnis auch dieser Anforderungen der FIFA den DFB nach Kräften unterstützen.

Egidius Braun
Präsident

Horst R. Schmidt
Generalsekretär



WELTMEISTER 1954 · 1974 · 1990



HERMANN-NEUBERGER-HAUS · OTTO-RECK-SCHNEISE 6 · 60528 FRANKFURT/MAIN
TELEFON 0 69 - 67 88 0 · TELEFAX 0 69 - 6 78 82 66 · <http://www.dfb.t-online.de>

**BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR,
BAU- UND WOHNUNGSWESEN****Der Staatssekretär**

An den Präsidenten des
Deutschen Fußball-Bundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

60528 Frankfurt/Main

Bewerbung des Deutschen Fußball-Bundes zur Ausrichtung der Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Sehr geehrter Herr Präsident,

das Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen erhebt keine Bedenken bezüglich der Abgabe einer Erklärung der Bundesregierung entsprechend dem Pflichtenheft des Fußball Weltverbandes FIFA. Für den Verkehrsbereich werden hiermit die geforderten Garantien zur Abwicklung der erforderlichen zusätzlichen Personen- und Gütertransporte für die Durchführung der Fußball-Weltmeisterschaft abgegeben. Der qualitative Standard der Verkehrswege des Bundes sowie der Verkehrsverbindungen auf der Schiene und die Lage der Verkehrsflughäfen sind in den als Anlagen (je zweifach) beigegeführten Karten dargestellt:

- Für den Bereich Straße:
Bundesfernstraßen (Autobahnen und Bundesstraßen) in Deutschland
(Stand: 01.01.1999)
- Für den Bereich Schiene:
EC/ICE/IC-Netz 1998/99-Winterabschnitt
IR-Netz 1998/99-Winterabschnitt
- Für den Bereich Luftverkehr:
Flugplätze in Deutschland (Stand:01.01.1997)

Für den Zeithorizont 2006 ist weiterhin von Bedeutung, daß

- die Neubaustrecke der Deutschen Bahn AG Köln - Rhein/Main (Fahrzeit Köln - Frankfurt/M. ca. 1 Std.) in Betrieb genommen sein wird,
- das Autobahnnetz bereits derzeit - im Rahmen der planmäßigen Baudurchführungen - komplettiert und punktuell auf 6 Fahrstreifen erweitert wird.

Ob und inwieweit darüber hinaus weitere einzelne Verkehrsmaßnahmen zur Verbesserung der Verkehrsabläufe notwendig sind und durchgeführt werden müssen, muß noch - auch im Hinblick auf die Finanzierung - zu gegebener Zeit geprüft werden.

Es kann weiter davon ausgegangen werden, daß die Deutsche Bahn AG sowie die Luftverkehr betreibenden Gesellschaften sich angebotsmäßig auf das Großereignis einstellen werden.

Mit freundlichen Grüßen

Matthias Machnig


Bundesministerium der Finanzen
Der Bundesminister

53003 Bonn,

13. Juli 1999

II C 4 - I 0252 - 21/99

(Geschäftszeichen bei Antwort bitte angeben)

 Postfach 13 08
 Telefon: (02 28) 6 82 - 43 14

oder über Vermittlung 4 82-0

 Telefax: (02 28) 6 82 44 20
 Telex: 886645

Mr. Joseph S. Blatter
 Präsident
 Fédération International de Football Association
 P.O. Box 85
 8030 Zürich
 Schweiz

Steuerentscheid betreffend den FIFA-Weltpokal 2006
Sehr geehrter Herr Präsident,

Deutschland hat seine Kandidatur als Gastgeberland des FIFA Weltpokals 2006 (nachstehend: "WM 2006") vorgelegt.

Für die Zwecke der Durchführung der WM 2006 garantieren wir hiermit, daß die zeitweise Einfuhr und Wiederausfuhr der folgenden, für die Organisation der WM erforderlichen Güter gestattet wird, und zwar ohne Einschränkung, auf ungehindertem und schnellem Transportweg und ohne die Erhebung von Zollgebühren, Mehrwertsteuer oder sonstigen staatlichen Steuern und Abgaben:

- persönlicher Besitz,
- die technische Ausrüstung für Spieler und Offizielle,
- die gesamte technische Ausrüstung (Film- und -abspielgerät, Filme, Beleuchtungskörper etc.) für ausländische TV-Gesellschaften,
- die technische Ausrüstung für andere Medienverzeiler (Telekommunikations- und fotografische Ausrüstung, kleinere Computer etc.),
- das gesamte technische Material, das für die Produktion des offiziellen WM-Films benötigt wird,
- medizinisches Gerät und Pharmaprodukte für die Mannschaften,
- Nahrungsmittel (mit einigen Ausnahmen),
- alles weitere, für die Organisation des Wettbewerbs notwendige technische Gerät (Kopierer, Schreibmaschinen, Faxgeräte, Telekommunikationsanlagen, Mobiltelefone etc.),
- vom ausrichtenden Verband benötigte und von Lieferanten stammende Ware wie Fußbälle, Tornetze, für die Mannschaften vorgesehene Ausstattungen etc.,
- zur Unterstützung des ausrichtenden Verbands und/oder für Werbezwecke von Sponsoren gestelltes Material und Gerät,
- offizielle Preise, Trophäen, Medaillen, Geschenke und Flaggen,
- sämtliche Büroausrüstung des FIFA-Generalsekretariats,
- sämtliche Ausrüstung und Lieferungen seitens des FIFA-Vermarktungspartners, seitens der offiziellen FIFA-Partner und offiziellen Lieferanten und deren Partner, die (i) diese selbst für die Verwirklichung der ihnen gewährten Vermarktungsrechte benötigen, und die (ii) der FIFA-Vermarktungspartner benötigt, um seinen Verpflichtungen gegenüber der FIFA und ihren Partnern nachzukommen,
- die technische Ausrüstung, die für die Produktion der TV- und Radioübertragung der WM 2006 benötigt wird,
- sämtliches weitere Material oder Gerät, das im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung der WM 2006 verwendet wird.

Wir können Ihnen versichern, daß die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste und die an der WM 2006 teilnehmenden Nationalverbände und deren Mannschaften mit Ausnahme der Spieler und Trainer weder vor, während oder nach der WM 2006 weder direkten noch indirekten deutschen Steuern mit Ausnahme der Umsatzsteuer und Abgaben in Verbindung mit oder als Folge der WM 2006 unterliegen.

Insbesondere garantieren wir, daß die FIFA nicht als Organisation mit einer festen Geschäftseinrichtung i.S. des deutschen Einkommensteuergesetzes eingestuft wird. Außerdem unterliegen direkte Zahlungen und Einnahmen an bzw. der FIFA, oder Zahlungen der FIFA an die Kontinentalverbände, die Nationalverbände oder Mannschaften (einschließlich Spieler, Trainer und Betreuer) keiner Steuerpflicht in Bezug auf Einkommensteuer, Abzugsteuer, Quellensteuer oder anderen Steuerarten mit Ausnahme der Mehrwertsteuer. Der Einkommensteuer-Status des ausrichtenden Verbandes kann jedoch von diesem Entscheid nicht berührt sein.

Zusätzlich garantieren wir, daß die Einfuhr und Ausfuhr von Fremdwährungen nach und aus Deutschland in Verbindung mit der WM 2006 ohne jeden Vorbehalt gestattet wird, wie auch das Wechseln dieser Währungen in eine harte Währung (US-Dollars oder Schweizer Franken) und zurück. Das Wechseln der verschiedenen Währungen wird auch innerhalb des Landes zu den auf dem internationalen Währungsmarkt üblichen Regeln und Gepflogenheiten möglich sein. Wir garantieren, daß es im Jahr 2006, das heißt dem Jahr, in dem die WM 2006 stattfindet, keine Beschränkungen für die Ein- oder Ausfuhr ausländischer Währungen geben wird.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Eichel


**HESSISCHES MINISTERIUM
DER FINANZEN**

Hessisches Ministerium der Finanzen, Postfach 31 80, 65021 Wiesbaden

Deutscher Fußball-Bund
z.Hd. Herrn Präsident Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6
60528 Frankfurt am Main

Geschäftszeichen Ihre Zeichen, Ihre Nachricht vom
S 0171 B - DFBWM - II A 11
S 2303 B - DFBWM - II B 12

Durchwahl Datum
32_2268 21. Juni 1999
Herr Woitschell

Betr.: Bewerbung des DFB um die Ausrichtung der WM 2006;
hier: Antrag auf Erlaß der Abzugsteuern nach § 50 Abs. 7 EStG

Bezug: Ihre Schreiben vom 17. März 1999 und 7. Juni 1999

Sehr geehrter Herr Präsident,

die obersten Finanzbehörden der Länder haben mit Zustimmung des Bundesministeriums der Finanzen beschlossen,

die FIFA,

die FIFA-Delegation, die die

- Offiziellen und Gäste der FIFA
- Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten
- FIFA-Kongress-Teilnehmer
- sonstigen von der FIFA offiziell akkreditierten Personen umfaßt und

die teilnehmenden ausländischen Mannschaftendelegationen

nach § 50 Abs. 7 EStG von der Einkommensteuer/Körperschaftsteuer zu befreien, die auf Einkünfte entfällt, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland erzielt werden.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag


Krebs

Gleitende Arbeitszeit: Bitte Besuche und Anrufe möglichst montags bis donnerstags von 8.30 - 12.00 und 13.30 - 15.30 Uhr,
freitags von 8.30 - 12.00 Uhr oder nach Vereinbarung

Friedrich-Ebert-Allee 8 · 65185 Wiesbaden · Telefon (06 11) 32-0 · Telefax (06 11) 32-24 71 · Bankverbindung (Staatshauptkasse Hessen):
Landesbank Hessen/Thüringen, BLZ 500 500 00, Konto 1 000 009 · Landeszentralbank, BLZ 510 000 00, Konto 510 01506
Nassauische Sparkasse, BLZ 510 500 15, Konto 100 002 590 · Postbank Frankfurt am Main, BLZ 500 100 60, Konto 947 16-608


Bundesministerium der Finanzen

Der Bundesminister

53003 Bonn,

13. Juli 1999

II C 4 - I 0252 - 21/99

(Geschäftszettel bei Antwort bitte angeben)

Postfach 13 08

Telefon: (02 28) 6 82 - 43 14

Telefax: (02 28) 6 82 44 20

Telex: 886645

oder über Vermittlung 4 82-0

Präsident des Deutschen
Fußball-Bundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

60528 Frankfurt/Main

Sehr geehrter Herr Präsident,

als Begründung, warum die von der FIFA geforderte generelle Entlastung von der Umsatzsteuer rechtlich nicht möglich ist, teile ich Ihnen folgendes mit:

Im Zusammenhang mit einer Ausrichtung der WM 2006 in Deutschland steht wohl umsatzsteuerrechtlich die Beurteilung sogenannter Katalogleistungen gemäß § 3a Abs.4 Umsatzsteuergesetz - UStG - wie z.B. die Verwertung von Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechte, Werberechte, im Vordergrund. Diese Leistungen unterliegen regelmäßig nicht der deutschen Umsatzsteuer, wenn der Leistungsempfänger ein im Ausland ansässiger Unternehmer oder ein außerhalb der EU ansässiger Nichtunternehmer ist.

Für im Inland bewirkte Umsätze kennt das geltende deutsche Umsatzsteuerrecht keine generelle Steuerbefreiung, die auf Umsätze von Unternehmen an die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste, die Nationalverbände und deren Mannschaften angewendet werden könnte. Gleiches gilt für Umsätze dieser Personen an Dritte oder untereinander. Eine generelle Umsatzsteuerbefreiung wäre auch aus EG-rechtlichen Gründen nicht zulässig.

Im Inland bewirkte Umsätze können daher nur unter den in § 4 UStG genannten Voraussetzungen von der Umsatzsteuer befreit werden, z.B. Leistungen eines Arztes an einen verletzten Spieler (§ 4 Nr. 14 Satz 1 UStG).

Mit freundlichen Grüßen

Hans Eichel



Fédération Internationale
de Football Association
Herrn Präsident
Joseph S. Blatter
FIFA House, Hitzigweg 11

8032 Zürich
SWITZERLAND

Frankfurt am Main, im Juli 1999

Garantieerklärung des DFB

3.12 Kommission auf Eintrittskarten

Sehr geehrter Herr Präsident,

der DFB garantiert, daß beim Verkauf der Eintrittskarten vom LOK oder anderer Organisationen bei jeder Verkaufsart nicht mehr als zehn Prozent Verkaufskommission auf den normalen Kartenpreis aufgeschlagen werden.

Egidius Braun
Präsident

Horst R. Schmidt
Generalsekretär



WELTMEISTER 1954 · 1974 · 1990

HERMANN-NEUBERGER-HAUS · OTTO-FLECK-SCHNEISE 6 · 60528 FRANKFURT/MAIN
TELEFON 0 69 - 6 7 8 8 0 · TELEFAX 0 69 - 6 7 8 8 2 6 6 · <http://www.dfb.t-online.de>




BRIGITTE ZYPRIES
STAATSEKRETÄRIN
IM BUNDESMINISTERIUM DES INNERN

- SG I 1 - M 373 109 WM -

Graurheindorfer Straße 198
53117 Bonn
Fernruf: (02 28) 681 - 3986
oder 681 - 0 (Vermittlung)
Telefax: (02 28) 681 - 4241

den 08. Juli 1999

An den
Präsidenten des
Deutschen Fußball-Bundes
Herrn Egidius Braun
Otto-Fleck-Schneise 6

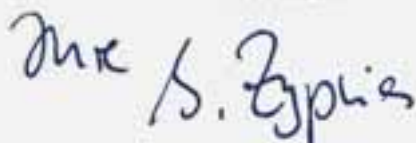
60528 Frankfurt/Main

Sehr geehrter Herr Präsident,

traditionsgemäß werden bei Sportveranstaltungen der Nationalmannschaften die Nationalhymnen der teilnehmenden Mannschaften gespielt und ihre Landesfahnen gehißt. Auch bei den Fußball-Weltmeisterschaften wird diese Tradition gepflegt.

Für die Bundesregierung kann ich Ihnen versichern, daß bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland das Hissen der Landesfahnen und das Spielen der Nationalhymnen der teilnehmenden Mannschaften in den Stadien in würdiger Form gewährleistet sein wird.

Mit freundlichen Grüßen





Fédération Internationale
de Football Association
Herrn Präsident
Joseph S. Blatter
FIFA House, Hitzigweg 11

8032 Zürich
SWITZERLAND

Frankfurt am Main, im Juli 1999

Garantieerklärung des DFB

3.14 Medizinische Versorgung

Sehr geehrter Herr Präsident,

das auf staatlicher Grundlage beruhende Gesundheitswesen in der Bundesrepublik Deutschland ist Garant für eine optimale medizinische Versorgung.

Auf der Basis dieses Systems gewährleistet der DFB, daß die im Pflichtenheft der FIFA verlangte umfangreiche medizinische Versorgung aller am Turnier akkreditierten Personen in allen Spielorten jederzeit zur Verfügung steht. Damit wird auch an den Spieltagen die notfallmäßige medizinische Versorgung und Betreuung sämtlicher sich im Stadionbereich befindenden Personen sichergestellt sein.

Egidius Braun
Präsident

Horst R. Schmidt
Generalsekretär



WELTMEISTER 1954 · 1974 · 1990

HERMANN-NEUBERGER-HAUS · OTTO-FLECK-SCHNEISE 6 · 60528 FRANKFURT/MAIN
TELEFON 0 69 - 67 88 0 · TELEFAX 0 69 - 6 78 82 66 · <http://www.dfb.f-online.de>



Anhang III



Grundkonzept für die Visumerteilung zur Fußball-WM 2006

1. Im Rahmen des Mottos der Fußball-WM 2006 „Die Welt zu Gast bei Freunden“ werden das Auswärtige Amt und die deutschen Auslandsvertretungen den Gästen aus aller Welt, die zum Zweck der Einreise ein Visum benötigen, ein zügiges und serviceorientiertes Visumverfahren ermöglichen.

Die Erfahrungen vieler Großveranstaltungen zeigen jedoch leider immer wieder, dass gerade Menschen ohne entsprechende Verwurzelung in ihren Heimatländern die Gelegenheit nutzen, um dauerhaft im Gastland zu verbleiben, anstatt in ihr Heimatland zurückzukehren.

Es gibt Länder, in denen die Missbrauchsanfälligkeit als hoch eingeschätzt werden muss. Ein erheblicher Anteil der Unterlagen stellt sich dort als gefälscht heraus bzw. ist käuflich erwerbbar.

Ziel der Bundesregierung ist es, ein guter und weltoffener Gastgeber für die Fußball-WM 2006 zu sein, gleichzeitig aber sicherzustellen, dass die WM nicht als Vorwand für Visa-Missbrauch genutzt wird. Hieran haben alle ein gemeinsames Interesse.

2. Die nachfolgenden Informationen zum Visumverfahren dürften für die nationalen Fußballverbände **aller** Fifa-Mitgliedstaaten, nicht nur der für die Endrunde qualifizierten Teilnehmerstaaten, von Interesse sein. Das Fifa-WM-Organisationskomitee wird daher gebeten, diese entsprechend zu unterrichten.

Das Auswärtige Amt wird seinerseits die deutschen Auslandsvertretungen anweisen, Informationen zum Visumverfahren für akkreditierte Personengruppen, und dort insbesondere für Mitglieder der offiziellen Delegationen, an die entsprechenden Nationalverbände im Gastland zu übermitteln und gleichzeitig einen Ansprechpartner in der Auslandsvertretung zu benennen.

Hierbei können die nationalen Fußballverbände und die deutschen Auslandsvertretungen vielfach auf ohnehin schon bestehende bilaterale Kontakte zurückgreifen.

3. Deutschland ist Mitgliedstaat des Schengener Durchführungsübereinkommens. Reisende aus den anderen „Schengen-Staaten“ Belgien, Dänemark, Frankreich, Finnland, Griechenland, Italien, Island, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Portugal, Schweden und Spanien werden bei der Einreise nach Deutschland grundsätzlich nicht kontrolliert.
4. Staatsangehörige von weiteren 45 Staaten (unter ihnen viele traditionelle Fußballnationen) können für einen Aufenthalt von bis zu drei Monaten innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten bei Vorlage eines anerkannten Reisepasses oder Passersatzes **visumfrei** in die Schengen-Staaten (einschließlich Deutschland) einreisen.
5. Eine Übersicht, welche Staatsangehörige der **Visumpflicht** für Kurzaufenthalte unterliegen, befindet sich unter
http://www.auswaertiges-amt.de/www/de/willkommen/einreisebestimmungen/liste_html

Der Webseite des Auswärtigen Amtes sowie den Webseiten der deutschen Auslandsvertretungen können weitere allgemeine Hinweise zum Visumverfahren entnommen werden. Insbesondere die für das Antragsverfahren im einzelnen vorzulegenden Unterlagen sollten unbedingt **direkt** bei der für den Wohnsitz des Antragstellers zuständigen deutschen Auslandsvertretung erfragt werden.

Eine Übersicht der Internet-Adressen der deutschen Auslandsvertretungen ist unter http://www.auswaertiges-amt.de/www/de/adressen_html aufgeführt.

6. Das deutsche Ausländerrecht, das Schengener Durchführungsübereinkommen (SDÜ) und die Gemeinsame Konsularische Instruktion (GKI) der an den Schengen-Acquis gebundenen EU-Partner sind der rechtliche Rahmen für die Erteilung von Visa durch die Auslandsvertretungen.
Diese einschlägigen Bestimmungen müssen auch für die Erteilung von Visa zum Zwecke des Besuchs oder der Teilnahme an der Fußball-WM zugrunde gelegt werden. Danach muss jeder Antragsteller zur Beantragung seines Visums persönlich bei der Auslandsvertretung vorsprechen (Ausnahmen hiervon siehe unten). Auf die individuelle Prüfung jedes Visumantrags kann nicht verzichtet werden.

Das Visum kann nur dann erteilt werden, wenn Sicherheitsinteressen der Bundesrepublik Deutschland bzw. der anderen Schengen-Staaten nicht beeinträchtigt werden. In diesem Zusammenhang muss neben der Überprüfung des Reisezwecks und der Finanzierung des Aufenthalts auch eine positive Prognose zur Rückkehrbereitschaft des Reisenden abgegeben werden können. Nur wer all diese Voraussetzungen erfüllt, kann ein Visum erhalten.

Die **Vorlage einer Eintrittskarte oder eines Nachweises über den Erwerb einer Eintrittskarte zu einem WM-Spiel allein** wird als ein Mittel zur Glaubhaftmachung des Reisezwecks Berücksichtigung finden, sie begründet jedoch **keinen Anspruch auf die Erteilung** eines Visums.

7. Insgesamt lassen sich drei Personengruppen unterscheiden, die ein Visum benötigen könnten:

7.1. Allgemeine Besucher der Fußball-WM:

Für diese Personengruppe sind keine besonderen Verfahrenserleichterungen bei der Bearbeitung von Visumanträgen vorgesehen. Antragsteller sollten sich möglichst frühzeitig mit der zuständigen Auslandsvertretung im Amtsbezirk ihres ständigen Aufenthaltsortes in Verbindung setzen.

7.2. Personengruppen, die zur Vorbereitung, Teilnahme, Durchführung und Nachbereitung der Fußball-WM **durch das WM- Organisationskomitee akkreditiert** werden.

Zu diesem Personenkreis gehören:

- die Repräsentanten, Mitarbeiter und Beauftragten von Verbänden oder Organisationen einschließlich Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten
- die Spieler und bezahltes Personal der teilnehmenden Mannschaften
- die Vertreter der offiziellen Verbandspartner und offiziellen Lizenzpartner
- Vertreter der Medien einschließlich des technischen Personals, die Mitarbeiter der Fernseh- und Medienpartner.

Die Akkreditierung für die Fußball-WM wird dabei i.d.R. als Nachweis des Reisezwecks ausreichen, muss allerdings **zweifelsfrei** nachgewiesen werden. Um dies in Zweifelsfällen überprüfen zu können, sind die deutschen Auslandsvertretungen darauf angewiesen, dass sie entsprechende Informationen vom Fifa-WM-Organisationskomitee und den nationalen Fußballverbänden zu

Akkreditierungen bzw. Akkreditierungsanträgen erhalten. Nur so kann eine zügige Antragsbearbeitung sichergestellt werden.

Als Verfahrenserleichterung kommt der Verzicht auf die persönliche Vorsprache des Antragstellers in Betracht. Dies gilt für:

- die Repräsentanten, Mitarbeiter und Beauftragten von Verbänden oder Organisationen einschließlich Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten
 - die Spieler und bezahltes Personal der teilnehmenden Mannschaften
- sowie für renommierte, den Auslandsvertretungen bereits persönlich bekannte **Medienvertreter**.

Im übrigen finden ausländische Medienvertreter ihre ersten Ansprechpartner wie üblich in den Pressereferenten der Botschaften.

Grundsätzlich muss im Visumverfahren die **Finanzierung** des Aufenthalts durch den Antragsteller nachgewiesen werden. Für die Repräsentanten, Mitarbeiter und Beauftragten von Verbänden oder Organisationen einschließlich Schiedsrichter und Schiedsrichterassistenten sowie für die Spieler und bezahltes Personal der teilnehmenden Mannschaften ist es in der Regel ausreichend, wenn der jeweilige nationale Fußballverband die Übernahme der Aufenthaltskosten inkl. Abschluss einer den Kriterien des Rates der Europäischen Union genügenden **Reisekrankenversicherung** (u.a. Deckungssumme von mindestens 30.000,- EUR, gültig für alle Mitgliedsstaaten des Schengener Übereinkommens) zusichert. Sonstige akkreditierte Antragsteller müssen den Abschluss einer entsprechenden Reisekrankenversicherung individuell bei Antragstellung nachweisen.

Visa für alle unter Ziffer 7.2 genannten Personengruppen werden **gebührenfrei** erteilt.

7.3. Regierungsvertreter eines Teilnehmerstaates oder eines FIFA-Mitgliedsstaates:

Hierzu existieren eingespielte Verfahren.

So wird der Visumantrag i.d.R. mit einer Begleitnote durch das jeweilige Außenministerium an die zuständige Auslandsvertretung übermittelt, die in aller Regel auf die persönliche Vorsprache des Antragstellers verzichtet.

Visa für diesen Personenkreis werden ebenfalls **gebührenfrei** erteilt.



Hinweise und Informationen zu den zoll- und steuerrechtlichen Regelungen zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™



Inhaltsverzeichnis:

- A. Zollrechtliche Bestimmungen
 - I. Allgemeines
 - II. Einzelheiten zu den Einfuhrabgabenbefreiungen
- B. Einkommen- und körperschaftsteuerrechtliche Aspekte
 - I. Allgemeines
 - 1. Besteuerung der teilnehmenden ausländischen nationalen Fußballverbände
 - 2. Besteuerung der Mannschaftsmitglieder
 - II. Einzelheiten zur Besteuerung der Mannschaftsmitglieder
 - 1. Steuerpflichtige Einkünfte
 - a) Entgelt für sportliche Darbietungen
 - b) Mit Darbietungen oder deren Verwertung zusammenhängende Leistungen
 - c) Sonstige Einkünfte
 - 2. Besteuerungsverfahren und Steuersatz
- C. Umsatzsteuerrechtliche Regelungen
 - I. Umsatzsteuer auf Eintrittskarten
 - II. Umsatzsteuerrechtliche Behandlung der Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechte
 - III. Steuerschuld für Leistungen im Ausland ansässiger Unternehmer
 - IV. Eventuelle Umsatzsteuerbefreiung
 - V. Recht ausländischer Verbände auf Vorsteuerabzug
- D. Auskunft erteilende Stellen

A. Zollrechtliche Bestimmungen

I. Allgemeines

Die Anwendung der nachstehend dargestellten zollrechtlichen Bestimmungen ist nicht davon abhängig, ob die Waren/Gegenstände unmittelbar nach Deutschland oder auf dem Umweg über einen anderen EU-Mitgliedstaat eingeführt werden, weil das Zollrecht als EU-Recht in allen EU-Mitgliedstaaten gleich ist.

II. Einzelheiten zu den Einfuhrabgabenbefreiungen

1. Persönliche Gebrauchsgüter und zu Sportzwecke verwendete Waren (einschließlich der technischen Ausrüstung von Spielern und Offiziellen) von Reisenden, medizinische Geräte sowie Lebensmittel für die Mannschaften werden bei vollständiger Befreiung von den Einfuhrabgaben (Zoll, Einfuhrumsatzsteuer, ggf. besondere Verbrauchsteuern) in die **vorübergehende Verwendung** übergeführt. Alle Waren, die während der WM 2006 (einschließlich der Vorbereitungszeit) nicht verbraucht werden (z. B. Lebensmittel) sind anschließend wieder aus dem Zollgebiet der Gemeinschaft auszuführen. Die Wiederausfuhr in einen anderen EU-Mitgliedstaat reicht dabei nicht aus.
2. Technisches Material der ausländischen TV-Unternehmen (Aufzeichnungs- und Wiedergabegeräte, Filme, Beleuchtungsmaterial usw.), technische Ausrüstung der übrigen Medienvertreter (Übermittlungsgeräte, Kameras, Kleincomputer usw.), technisches Material für die Herstellung des offiziellen WM-Films und andere für die Organisation der WM 2006 notwendige technische Geräte (Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Telefax, Telex, Übermittlungsgeräte, tragbare Telefone usw.) sowie Material der Fernseh- und Marketingpartner, das für die Unterstützung der Veranstalter und/oder für Werbezwecke benötigt wird, werden ebenfalls in die **vorübergehende Verwendung** bei vollständiger Befreiung von den Einfuhrabgaben übergeführt. Voraussetzung für die Inanspruchnahme des Zollverfahrens ist, dass die Waren
 - a) einer außerhalb der Gemeinschaft ansässigen Person gehören,
 - b) entweder von einer außerhalb des Zollgebiets der Gemeinschaft ansässigen Person oder einer in diesem Gebiet ansässigen Person, die Angestellte des Eigentümers ist, eingeführt werden,
 - c) vom Einführer oder unter seiner Aufsicht verwendet werden und
 - d) nach dem Ende der WM 2006 aus dem Zollgebiet der Gemeinschaft wieder ausgeführt werden.

Um die Zollabfertigung beim Grenzübertritt zu erleichtern und zu beschleunigen, empfiehlt es sich, die vorgenannten Waren ggf. unter Verwendung eines **Carnet ATA** in die vorübergehende Verwendung zu überführen. Voraussetzung dafür ist, dass das Ausfuhrland Mitglied des ATA- oder Istanbul-Übereinkommens ist.

Einzelheiten sind bei den Industrie- und Handelskammern der Ausfuhrländer zu erfragen.

3. Technisches Material, das von der FIFA oder dem DFB zur Durchführung der WM 2006 benötigt wird (Bälle, Tornetze, Ausrüstungen für die Mannschaften) sowie Büromaterial für das FIFA-Generalsekretariat können unter der Voraussetzung in die **vorübergehende Verwendung** übergeführt werden, dass während der WM 2006 nicht verbrauchte Waren nach dem Ende des Wettbewerbs aus dem Zollgebiet der Gemeinschaft wieder ausgeführt werden.
4. Offizielle Auszeichnungen, Trophäen, Medaillen und Geschenke, die im Zusammenhang mit der WM 2006 eingeführt werden, sind **einfuhrabgabenfrei**. Das Gleiche gilt für pharmazeutische Produkte für die Mannschaften. Diese Waren sind jedoch nur in den Mengen einfuhrabgabenfrei, wie sie voraussichtlich für den Zeitraum der WM 2006 erforderlich sind.
5. Soweit die in den vorstehenden Nummern 1, 3 und 4 genannten Waren bei der Einreise im persönlichen Gepäck der Reisenden mitgeführt werden, kann die erforderliche Zollanmeldung regelmäßig ohne schriftliche Formalitäten abgegeben werden.

Für die tragbare Berufsausrüstung der Nr. 2 ist eine mündliche Zollanmeldung abzugeben. Auf eine Sicherheitsleistung für die Einfuhrabgaben wird in diesen Fällen grundsätzlich verzichtet.

B. Einkommen- und körperschaftsteuerrechtliche Aspekte

I. Allgemeines

Die nachstehenden Ausführungen gelten für die Teilnehmer der WM 2006. Sie beziehen sich auf die teilnehmenden ausländischen nationalen Fußballverbände (NV) und deren Personal sowie deren offiziell gemeldete Teamchefs, Trainer und jeweils 23 Spieler (Mannschaftsmitglieder). Sie gelten nicht für Personen, die einen Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthalt in der Bundesrepublik Deutschland haben.

Hinsichtlich der deutschen Besteuerung der im Zusammenhang mit der Teilnahme an der WM 2006 erzielten Einkünfte gelten folgende Grundsätze:

1. Besteuerung der NV

Einkünfte, die ein NV im Zusammenhang mit der WM 2006 von der FIFA bezieht, sind in Deutschland von der Steuer befreit. Die Befreiung gilt für alle unmittelbar der FIFA zuzuordnenden Geld- oder Sachleistungen, die aus Anlass der WM 2006 gewährt werden.

2. Besteuerung der Mannschaftsmitglieder

Die Einkünfte der Funktionäre und des hauptamtlichen Personals des NV (Manager, Betreuer, Ärzte, Köche usw.) sind von der Steuer befreit. Die Steuerbefreiung gilt jedoch nicht für die offiziell zur Teilnahme an der WM 2006 gemeldeten 23 Spieler sowie die Trainer, incl. des Cheftrainers bzw. Teamchefs der von einem NV aufgestellten Nationalmannschaft. Sie können, entsprechend der steuerlichen Vorschriften, in Deutschland mit ihren hier im Zusammenhang mit der Teilnahme an der WM 2006 erzielten Einkünften steuerpflichtig sein. Im Übrigen wird auf das in der Anlage beigefügte Merkblatt der FIFA an die NV hingewiesen (Anlage 1).

II. Einzelheiten zur Besteuerung der Mannschaftsmitglieder

Soweit Mannschaftsmitglieder mit ihren in Deutschland erzielten Einkünften steuerpflichtig sind, gehören grundsätzlich alle Vergütungen und Prämien zu den steuerpflichtigen Einkünften, d.h. alle Geld- oder Sachleistungen, unabhängig von ihrer Bezeichnung, die vor, während oder nach dem Aufenthalt in Deutschland für hier ausgeübte Tätigkeiten zugewendet werden, einschließlich der Zuwendungen des eigenen NV.

1. Steuerpflichtige Einkünfte

a) Entgelt für sportliche Darbietungen

Steuerpflichtig sind Einkünfte, die durch in Deutschland ausgeübte oder verwertete sportliche Darbietungen, wie z.B. Fußballspiele, erzielt werden (§ 49 Abs. 1 Nr. 2d Einkommensteuergesetz - EStG -). Zu diesen Einkünften zählen vor allem die Geld- oder Sachleistungen, die ein Spieler, Trainer, Cheftrainer oder Teamchef für seine Teilnahme an der WM 2006 von dem NV erhält. Zu den steuerpflichtigen Einkünften gehören sowohl die für die Teilnahme gewährten erfolgsunabhängigen Zuwendungen (Gehalt bzw. Antrittsentgelt) als auch die Prämien (z.B. für das Erreichen des Achtelfinals, Viertelfinals usw.).

b) Mit Darbietungen oder deren Verwertung zusammenhängende Leistungen

Steuerpflichtig sind auch Einkünfte, die aus Leistungen erzielt werden, die mit der sportlichen Darbietung oder deren Verwertung zusammenhängen (§ 49 Abs. 1 Nr. 2d EStG). Hierzu gehören Einkünfte aus Ausrüstungsverträgen (Sponsoring), Werbeverträgen, Vergütungen für Autogrammstunden, Interviews, Auftritten in Talkshows usw., soweit diese Leistungen in einem sachlichen Zusammenhang mit der sportlichen Darbietung stehen.

c) Sonstige Einkünfte

Auch andere Einkünfte können in Deutschland steuerpflichtig sein, z.B. Entgelte für Werbeauftritte, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit der WM 2006 stehen (§ 49 Abs. 1 Nr. 6 EStG in Verbindung mit § 50a Abs. 4 Nr. 3 EStG).

2. Besteuerungsverfahren und Steuersatz

Von den steuerpflichtigen Einnahmen der Mannschaftsmitglieder, die sie für sportliche Darbietungen, deren Verwertung oder im Zusammenhang mit Darbietungen oder deren Verwertung erhalten, hat der jeweilige Vertragspartner (Vergütungsschuldner) den Steuerabzug für Rechnung des jeweiligen Mannschaftsmitglieds vorzunehmen (§ 50a Abs. 4 EStG).

Der Vergütungsschuldner hat die Steuer einzubehalten, beim Finanzamt Frankfurt/Main I eine Steueranmeldung abzugeben und an dieses Finanzamt die Steuer abzuführen. Er haftet für die Einbehaltung und Abführung der Steuer (§ 50a Abs. 5 Satz 5 EStG).

Dem Steuerabzug unterliegt der volle Betrag der Einnahmen (Geld- oder Sachleistungen), incl. solcher Leistungen, die nur der Erstattung von Aufwendungen des Sportlers dienen.

Der Steuersatz beträgt 20% der gesamten Einnahmen, zuzüglich 5,5% Solidaritätszuschlag auf die Abzugsteuer, insgesamt damit 21,1%.

Die Einzelheiten der vorstehend dargestellten Besteuerung ergeben sich aus §§ 49 bis 50d EStG (Anlage 2).

C. Umsatzsteuerrechtliche Regelungen

I. Umsatzsteuer auf Eintrittskarten

Sportliche Leistungen einschließlich der Leistungen der jeweiligen Veranstalter werden dort ausgeführt, wo der Unternehmer jeweils ausschließlich oder zum wesentlichen Teil tätig wird (§ 3a Abs. 2 Nr. 3 Buchst. a UStG). Da als Organisator der WM 2006 der Deutsche Fußball-Bund e.V. auftritt, sind die Umsätze aus dem Verkauf von Eintrittskarten somit in Deutschland steuerpflichtig und unterliegen nach § 12 Abs. 1 Umsatzsteuergesetz – UStG – dem allgemeinen Steuersatz (derzeit 16 %). Dies gilt auch für den Verkauf der Eintrittskarten im Ausland.

Soweit die Eintrittskarten durch Vermittler in fremdem Namen und für fremde Rechnung verkauft werden und die Vermittler hierfür Provision erhalten, unterliegt die Vermittlungsleistung in Deutschland der Umsatzsteuer (§ 3a Abs. 2 Nr. 4 UStG). Ist der Vermittler ein im Ausland ansässiger Unternehmer und der Auftraggeber Unternehmer, ist dieser als Leistungsempfänger Steuerschuldner (§ 13b UStG).

II. Umsatzsteuerrechtliche Behandlung der Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechte

Bei der Übertragung der einer Person zustehenden Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechte sowie der Werberechte an einer Verwertungsgesellschaft liegt der Ort der Übertragung dieser Rechte dort, wo der Leistungsempfänger seinen Sitz oder eine Betriebsstätte hat, an dem/die die Leistung erbracht wird (§ 3a Abs. 3 und 4 Nr. 1 UStG). Dies gilt auch, wenn der Leistungsempfänger eine juristische Person des öffentlichen Rechts ist, die die Leistung für ihren nichtunternehmerischen Bereich bezieht.

Auch die Veräußerung von Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechten durch eine Verwertungsgesellschaft wäre dort der Besteuerung zu unterwerfen, von wo aus der Empfänger sein Unternehmen betreibt. Denn es handelt sich bei der Übertragung dieser Rechte um „ähnliche Rechte“ im Sinne des § 3a Abs. 4 Nr. 1 UStG. Veräußert die Verwertungsgesellschaft „ähnliche Rechte“ im Sinne des § 3a Abs. 4 Nr. 1 UStG an einen Unternehmer (z.B. einen Filmhändler mit Sitz in Deutschland), wäre diese sonstige Leistung in Deutschland steuerbar und steuerpflichtig. Dies gilt auch für die Übertragung von Werberechten, da es sich ebenfalls um ähnliche Rechte im Sinne des § 3a Abs. 4 Nr. 1 UStG handelt.

Hinsichtlich der Übertragung der Fernseh- und Werberechte kommt eine Umsatzbesteuerung mithin in Deutschland nur in Betracht, soweit der Leistungsempfänger im Inland ansässig ist.

III. Steuerschuld für Leistungen im Ausland ansässiger Unternehmer

Erfolgt die Übertragung von Fernseh- und Hörfunkübertragungsrechten durch einen nicht im Inland ansässigen Unternehmer an einen hier ansässigen Unternehmer oder eine juristische Person des öffentlichen Rechts, ist der Leistungsempfänger Steuerschuldner (§ 13b Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 und Abs. 2 Satz 1 und 3 UStG). Der leistende Unternehmer hat eine Rechnung ohne Umsatzsteuer auszustellen, in der er den Leistungsempfänger darauf hinweist, dass er die Umsatzsteuer für diesen Umsatz schuldet. Der Leistungsempfänger hat den Umsatz in seiner Umsatzsteuer-Voranmeldung anzugeben und die zutreffende Steuer zu berechnen. Soweit er zum Vorsteuerabzug berechtigt ist, kann er die erklärte Steuer als Vorsteuer abziehen (§ 15 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 UStG).

IV. Eventuelle Umsatzsteuerbefreiung

Im Inland bewirkte Umsätze von Unternehmern an die FIFA, ihre Vertreter und Mitarbeiter, Schiedsrichter, Gäste, die Nationalverbände und deren Mannschaften sind grundsätzlich umsatzsteuerpflichtig. Gleiches gilt für Umsätze **dieser Personen** an Dritte oder untereinander. Im Inland bewirkte Umsätze können aber in begrenztem Umfang unter den in § 4 UStG genannten Voraussetzungen von der Umsatzsteuer befreit werden, z.B. Leistung eines Arztes an einen verletzten Spieler (§ 4 Nr. 14 Satz 1 UStG).

V. Recht ausländischer Verbände auf Vorsteuerabzug

Die ausländischen Verbände können die Vergütung der ihnen im Zusammenhang mit ihrem Aufenthalt in Rechnung gestellten Vorsteuerbeträge im Rahmen des Vorsteuer- Vergütungsverfahrens (§ 18 Abs. 9 UStG, §§ 59 bis 61 UStDV) beantragen, sofern sie als Unternehmer im Sinne des § 2 UStG anzusehen sind, die Leistungen für das Unternehmen bezogen wurden und u.a. im Inland keine Umsätze oder nur Umsätze ausgeführt haben, für die der Leistungsempfänger die Steuer schuldet (§ 13b UStG). Einem nicht im Gemeinschaftsgebiet ansässigen Unternehmer werden die Vorsteuerbeträge im Vorsteuer-Vergütungsverfahren erstattet, wenn in dem Land, in dem der Unternehmer seinen Sitz hat, keine Umsatzsteuer oder ähnliche Steuer erhoben oder im Fall der Erhebung im Inland ansässigen Unternehmern vergütet wird (Gegenseitigkeit, § 18 Abs. 9 Satz 6 UStG).

Anträge auf Vorsteuer-Vergütung sind beim Bundeszentralamt für Steuern, Friedhofstr. 1, 53225 Bonn, zu stellen. Dort sind die vorgeschriebenen Erstattungsdrucke (Anlagen 3 und 4) sowie eine Anleitung (Anlage 5) erhältlich, aus denen sich die Einzelheiten des Erstattungsverfahrens ergeben.

D. Auskunft erteilende Stellen

- I. Für ergänzende steuerliche Fragen sind Ansprechpartner beim Organisationskomitee FIFA WM 2006:

Stefan Hans
60528 Frankfurt am Main
Otto-Fleck-Schneise 6a
Tel.: +49 (0)69 2006 2500
Fax: +49 (0)69 2006 2222
E-Mail: stefan.hans@ok2006.de

Dr. Hanno Schmitz-Hüser
52222 Stolberg
Ellermühlenstrasse 5
Tel.: +49 (0)2402 9548 0
Fax: +49 (0)2402 21843
E-Mail: H.Schmitz-hueser@Schmitz-Hueser.de

- II. Zu den zollrechtlichen Bestimmungen sind ergänzende Informationen erhältlich beim:

Zoll-Infocenter

Tel.: (0049) -69/469976 – 0333 oder 0888

(telefonische Anfragen nur Montag bis Freitag von 9.00 Uhr bis 15.00 Uhr)

Fax: (0049) -69/469976 – 99

E-Mail: info@zoll-infocenter.de



Nationales Sicherheitskonzept FIFA - WM 2006

- Zusammenfassung -



**Sonderkonferenz der Innenminister und
-senatoren des Bundes und der Länder (IMK)
Stuttgart, 25. Mai 2005**

Vorbemerkung

Die FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft ist neben den Olympischen Spielen *das* herausragende Sportereignis der Welt. Bei der Bewerbung um das Turnier für das Jahr 2006, das am 7. Juli 2000 von der FIFA an Deutschland vergeben wurde, hat die Bundesregierung Regierungsgarantien abgegeben, die die besondere Verantwortung Deutschlands für dieses globale Sportereignis unterstreichen. Dazu gehören u.a. umfassende Aufgaben zur Gewährleistung der Sicherheit vor und während der WM. Mit dem Motto: „Die Welt zu Gast bei Freunden“ verfolgt Deutschland als Gastgeber der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 neben den sportlichen Aspekten das Ziel, dass sich alle Gäste und Teilnehmer der Fußball-WM wohl fühlen und im ganzen Land Rahmenbedingungen vorfinden, die das sichere und unbeschwerte Erleben dieses Ereignisses gewährleisten.

Um diese Ziele zu erreichen, fasst das Nationale Sicherheitskonzept FIFA WM 2006 die Erfahrungen und fachlichen Kompetenzen aller beteiligten Behörden, Organisationen und Einrichtungen des Bundes und der Länder aber auch der Veranstalter und Ausrichter zusammen. Es ist eine fortschreibungsfähige Rahmenkonzeption und Grundlage für die Sicherheitsvorbereitungen auf die FIFA WM 2006. Es ist vor allem wichtig für die Koordination sowie die nationale und internationale Abstimmung zentraler Sicherheitsangelegenheiten im Vorfeld und während des FIFA-Weltpokals. Das Konzept sowie einzelne Teilkonzepte sollen schon während des Confederations Cup im Juni 2005 zur Anwendung kommen und im Hinblick auf die FIFA-WM 2006 getestet werden. Das Nationale Sicherheitskonzept FIFA WM 2006 wurde durch den beauftragten Bund-Länder-Ausschuss erstellt.

Die Beschreibung der relevanten Kriminalitätsbereiche im Nationalen Sicherheitskonzept verdeutlicht, welche Gefahren in den Vorbereitungen auf die WM berücksichtigt werden müssen: Hooliganismus, politisch motivierte Kriminalität und die Allgemeine und Organisierte Kriminalität mit Veranstaltungsbezug. Ein wesentlicher Teil des Sicherheitskonzepts beinhaltet die Maßnahmen und Vorkehrungen, die Deutschland ergreift, um Gefahren in den einzelnen Kriminalitätsbereichen abzuwehren.

Die Darstellung der Vorbereitungen auf internationaler Ebene unterstreicht den Ansatz, bereits frühzeitig und präventiv in den Partnerstaaten Sicherheit zu erzeugen und nicht erst mit den Maßnahmen in Deutschland anzusetzen. Ein effektiver Ansatz der Kriminalitätsbekämpfung zur Fußball WM 2006 muss international ausgerichtet sein.

Mit den Ausführungen zur Sicherheit in den WM-Stadien und der Sicherheitskooperation mit dem Veranstalter und Ausrichter wird verdeutlicht, dass auch diese nicht staatlichen Bereiche einer besonderen Verpflichtung bei der Gewährleistung der Sicherheit für alle Teilnehmer und Zuschauer unterliegen.

Im Rahmen der Fußball-WM wird das Reiseaufkommen sehr hoch sein, deshalb ist dem sicherheitsrelevanten Verkehrsmanagement ebenfalls ein gesonderter Abschnitt gewidmet.

Anlass und Ausgangslage

Im Auftrag des Weltfußballverbandes FIFA richtet der Deutsche Fußball-Bund (DFB) vom 09.06.2006 (Eröffnungsspiel in München) bis zum 09.07.2006 (Finale in Berlin) die Fußball-Weltmeisterschaft aus. In diesem Zeitraum werden 32 Nationalmannschaften insgesamt 64 Fußballspiele in zwölf deutschen Stadien austragen. Neben den Nationalmannschaften werden sich zahlreiche Vertreter der jeweiligen Nationalen Fußballverbände, der sechs Kontinentalverbände und der FIFA während eines Zeitraumes von bis zu sieben Wochen in Deutschland aufhalten. Spielmodus und FIFA-Reglement bewirken eine erhebliche Reisetätigkeit von Mannschaften, Verbands-Offiziellen, VIP's und Zuschauern zwischen den Spiel-, Quartier- und Trainingsorten. Unter den ca. 3,2 Mio. erwarteten Zuschauern werden sich nach Schätzungen des DFB voraussichtlich bis zu 1 Mio. Anhänger der ausländischen Nationalmannschaften befinden.

Die Anhänger der teilnehmenden 14 europäischen Mannschaften werden dabei überwiegend die Landwege, die Fans außereuropäischer Staaten überwiegend den Luftweg zur Einreise nach Deutschland nutzen.

Bis zu 15.000 zu akkreditierende Medienvertreter aus aller Welt werden aus Deutschland nicht nur über die Fußballspiele und damit zusammenhängende sportliche Aspekte berichten.

Vom 15.06. bis zum 29.06.2005 richtet der DFB außerdem den "FIFA-Confederations Cup 2005" aus. An diesem Turnier nehmen neben Deutschland Fußballmannschaften aus sieben Staaten teil (Brasilien, Argentinien, Griechenland, Tunesien, Mexiko und Australien). Austragungsorte für die insgesamt 16 Spiele sind Hannover, Leipzig, Nürnberg, Frankfurt und Köln.

Der Confederations Cup bietet die Gelegenheit, Teile des Nationalen Sicherheitskonzepts für die WM 2006 zu testen.

Ausgewählte Kriminalitätsbereiche/Lagefelder

Das Nationale Sicherheitskonzept FIFA WM 2006 beinhaltet u. a. folgende Lagefelder, die in Bezug auf die WM 2006 von besonderer Bedeutung sind:

- **Hooliganismus** bzw. vergleichbare Phänomene gruppenspezifischer Gewalt,
- **Politisch motivierte Kriminalität / Terrorismus,**
- **Allgemeine und Organisierte Kriminalität mit Veranstaltungsbezug.**

Hooliganismus

Der Großteil der Millionen Fußballfans aus dem In- und Ausland ist friedlich und freut sich auf ein gelungenes Fußballfest. Von diesen Fans deutlich zu unterscheiden sind **bei Gelegenheit gewaltgeneigte (Kategorie B) und gewalttätige Personen (Kategorie C) als veranstaltungstypische Störer**. Straftaten, die von Personen dieser Problemgruppen begangen werden, können zu einer erheblichen Beeinträchtigung der objektiven Sicherheit und des Sicherheitsgefühls der Stadionbesucher und der Menschen in den Innenstädten und auf Reisewegen führen. Was den Bereich des Hooliganismus angeht, ist den Sicherheitsbehörden bekannt, dass die WM seit geraumer Zeit in einschlägigen Szenen und Publikationen thematisiert wird. Die Sicherheitsbehörden verfolgen die Entwicklungen sehr genau und werden alle rechtlichen Möglichkeiten im Vorfeld und vor Ort ausschöpfen, um Ausschreitungen von Gewaltbereiten aus dem In- und Ausland zu verhindern. Konkrete Erkenntnisse über eine mögliche Mobilisierung der deutschen Problemfanszene zur Fußballweltmeisterschaft 2006 liegen bisher noch nicht vor.

Im Gegensatz zum Confederations-Cup 2005 ist zum jetzigen Zeitpunkt davon auszugehen, dass aus den Teilnehmerstaaten eine Vielzahl an Zuschauern zum Wettbewerb anreisen wird. Unabhängig von den jeweiligen Spielpaarungen sind die Sicherheitsbehörden darauf vorbereitet, dass es zu Störungen unter Beteiligung ausländischer, insbesondere europäischer Problemfans kommen kann.

„Politisch motivierte Kriminalität“ / „Extremismus/Terrorismus“

Unter Gefährdungsgesichtspunkten wird dem Bereich der politisch motivierten Ausländerkriminalität, insbesondere in seiner terroristischen Ausprägung, größte Aufmerksamkeit gewidmet. Bestehende bzw. neu hinzutretende regionale Konflikte können zu Gefährdungen einzelner teilnehmender Mannschaften, der Veranstaltung selbst, aber auch der Bundesrepublik Deutschland als Austragungsland der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 führen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt sind allerdings keine Anhaltspunkte für eine konkrete Gefährdung der Fußball-WM durch terroristische Netzwerke bekannt.

Anlassbezogene Allgemeine und Organisierte Kriminalität

Nach kriminalistischer Erfahrung ist auf Grund des hohen Besucheraufkommens ein Anstieg **verschiedener Kriminalitätsformen** zu erwarten. So sind bei der Diebstahlskriminalität insbesondere in den Bereichen Taschendiebstahl, Trickdiebstahl und Diebstahl aus und von Kraftfahrzeugen erhöhte Fallzahlen einzukalkulieren.

Was unternimmt Deutschland zur Abwehr von Gefahren?

Um die Einreise gewaltbereiter Fußballanhänger, krimineller Personen sowie terroristischer Gewalttäter nach Deutschland zu unterbinden, werden durch den Bundesgrenzschutz (BGS) lageangepasst Aufklärungs-, Überwachungs- und Kontrollmaßnahmen an den Land- und Seegrenzen sowie auf den relevanten deutschen Verkehrsflughäfen durchgeführt. Die Intensität der Kontrollmaßnahmen wird dabei der konkreten Gefährdungseinschätzung angepasst.

Aufgrund der schon jetzt absehbaren Möglichkeit der Anreise von Gewaltbereiten auch aus dem Ausland zur WM 2006 ist die enge Zusammenarbeit der für Hooliganismus zuständigen Dienststellen in Europa - den Nationalen Fußballinformationspunkten (NFIP) - ganz besonders wichtig. So kann zur Erkenntnisgewinnung und zur Erarbeitung eines internationalen Lagebildes Hooliganismus WM 2006 auf Strukturen zurückgegriffen werden, die sich in vielen Staaten Europas seit Jahren bewährt haben.

In Deutschland übernimmt die beim Landeskriminalamt NRW eingerichtete Zentrale Informationsstelle WM 2006 (ZIS WM 2006) u.a. diesen Bereich der Erkenntnisgewinnung. Diese Zentralstelle hat im Wesentlichen folgende weitere Aufgaben:

- Sammlung, Aus- und Bewertung sowie Steuerung der für den polizeilichen Einsatz aus Anlass der Weltmeisterschaft 2006 bedeutsamen Erkenntnisse aus dem In- und Ausland für bzw. an in- und ausländische Bedarfsträger.
- Gezielte Zusammenfassung und Fortschreibung der vorgenannten Informationen in einem Lagebild Fußball-WM.
- Einsatz und Betreuung von zentralen ausländischen Verbindungsbeamten, die in den Informationsfluss integriert werden.
- Vorbereitung, Koordinierung und logistische Begleitung des Einsatzes der vorrangig für die Spielorte vorgesehenen polizeilichen Unterstützungskräfte aus dem Ausland, insbesondere der szenenkundigen bzw. vergleichbaren Kräfte.

Die Bundesrepublik Deutschland wird mit den Anrainer-, Transit- und Teilnehmerstaaten Absprachen treffen, um u. a. auch den Austausch von Erkenntnissen zur Erstellung eines Lagebildes WM 2006 zu ermöglichen. Die internationale polizeiliche Zusammenarbeit mit diesen Staaten hat zum Ziel, durch die Kontrolle und gegebenenfalls Verhinderung von Reisebewegungen von Hooligans aus diesen Ländern Gefahren für die Fußball-Weltmeisterschaft frühzeitig abzuwehren.

Bei vergangenen Fußball-Welt- und Europameisterschaften hat sich der Einsatz ausländischer Polizeikräfte (szenenkundige bzw. vergleichbare Unterstützungskräfte) bewährt. Diese Erfahrungen werden die deutschen Polizeibehörden auch während der WM 2006 nutzen. An der WM 2006 teilnehmende Nationen sowie ggf. darüber hinausgehend Anrainer- und Transitstaaten sollen die deutschen Sicherheitsbehörden durch Entsendung von Verbindungsbeamten für die ZIS WM 2006 sowie – differenziert nach dem prognostizierten Problemfanpotenzial – durch Entsendung von Delegationen mit szenenkundigen Beamten unterstützen. Die ausländischen Delegationen mit szenenkundigen Beamten werden mit ihren deutschen Begleitkräften unmittelbar vor Ort in WM-Städten oder auf Reisewegen eingesetzt.

Die Polizeibehörden der Länder werden auf der Basis der vorliegenden Erkenntnisse frühzeitig umfassende vorbereitende Maßnahmen gegen Gewalt suchende und potenziell gewaltbereite Personen treffen. In der Vergangenheit haben sich insbesondere Gefährderansprachen, die Erteilung von Meldeauflagen nach Polizei- oder Ordnungsbehördenrecht sowie die Verfügung von Aufenthaltsverboten als grundsätzlich geeignete Maßnahmen erwiesen, um die Anwesenheit von Gewaltbereiten an Veranstaltungsorten zu reduzieren. Diese Instrumente werden auch aus Anlass der WM

2006 gezielt zur Gefahrenabwehr eingesetzt. In Fällen, in denen diese Maßnahmen keinen Erfolg versprechen oder Gewalttäter behördliche Verfügungen nicht befolgen, kommen weitere Maßnahmen wie z.B. Gewahrsamnahmen nach den Bestimmungen der Polizeigesetze in Betracht. In diesem Zusammenhang kommt der Nutzung der Datei „Gewalttäter Sport“ eine herausragende Rolle zu. Personen, die sich in der Vergangenheit an anlassbezogenen Gewalttätigkeiten beteiligt haben, sind in dieser Datei erfasst. Im Vorfeld und während der WM 2006 können Erkenntnisse aus der Datei bei Personenüberprüfungen durch die Polizei genutzt werden, um gezielte polizeiliche Maßnahmen gegen Gewalttäter zu treffen.

Soweit von Problemfangruppen Gefahren ausgehen, werden die einsatzführenden Polizeibehörden Maßnahmen zur Gefahrenabwehr, z.B. zielgruppenorientierte Kontrollen, Raumschutzmaßnahmen oder Gewahrsamnahmen treffen. Auf Reisewegen werden die Polizeien des Bundes und der Länder durch Präsenz und Aufklärungsmaßnahmen die Sicherheit von Reisenden gewährleisten. Die auf dem Gebiet der Deutschen Bahn AG (DB AG) vorgesehenen Maßnahmen werden in enger Abstimmung zwischen der DB AG und dem BGS erfolgen.

Das Bundeskriminalamt als auch die übrigen Sicherheitsbehörden des Bundes und der Länder kommen ihrer gemeinsamen Verantwortung nach, durch umfassende und abgestimmte Maßnahmen den unterschiedlichen Ausprägungen politisch motivierter Kriminalität - insbesondere Gefahren durch den internationalen Terrorismus - zu begegnen. So tritt das BKA als zuständige nationale Zentralstelle frühzeitig in die gezielte Informationsbeschaffung sowohl bei seinen nationalen als auch den internationalen Partnern ein. In Abstimmung mit den Landeskriminalämtern sowie dem Bundesamt für Verfassungsschutz (BfV) und dem Bundesnachrichtendienst (BND) erstellt das BKA im zeitlichen Vorfeld und während der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 Gefährdungslagebilder für den Bereich Terrorismus / Politisch motivierte Kriminalität, die aktuelle Gefahrenprognosen mit Blick auf den Austragungszeitraum der Fußball-Weltmeisterschaft enthalten.

Im Rahmen seiner Zentralstellenfunktion für den internationalen polizeilichen Informationsaustausch koordiniert das BKA zudem die Strafverfolgung bei Straftaten, welche durch eingereiste Personen aus Anlass der WM 2006 in Deutschland begangen werden. Dies wird u.a. die internationale Zusammenarbeit bei Fahndungs- und Identifizierungsmaßnahmen sowie die Übermittlung von Rechtshilfeersuchen betreffen.

Zur Gewährleistung der Sicherheit im Luftverkehr ist das „Nationale Lage- und Führungszentrum Sicherheit im Luftraum“ (NLFZ) als ressortübergreifende Einrichtung des Bundes auf operativer Ebene eingerichtet worden.

Die Zuständigkeit für Feuerwehren, Rettungsdienste und der Katastrophenschutz liegt bei den Ländern. Dabei kommt den Städten und Gemeinden eine wichtige Rolle zu. Großereignisse erfordern aber auch zentrale Maßnahmen des jeweiligen Landes.

Die Länder und der Bund haben sich im Rahmen eines „Musterkonzeptes Katastrophenschutz“ auf wesentlich größere Lagen vorbereitet als es der tägliche Rettungsdienst und die Einsätze der Feuerwehr zur Brandbekämpfung und technischen Hilfe erfordern. An allen Spielorten soll das gleiche Mindestniveau an Sicherheit und Vorsorge erreicht werden. Ein einheitliches Konzept dient dazu, die Primärversorgung Verletzter in Behandlungsplätzen nach abgestuften Standards gewährleisten zu können.

Der Veranstalter der WM 2006 sorgt durch umfassende Maßnahmen für die Sicherheit in den Stadien und in den Hotels der Mannschaften und der offiziellen Delegationen. Die Polizei unterstützt diese Maßnahmen im Rahmen einer engen Zusammenarbeit mit dem Organisationskomitee und den Komitees an den Spielorten. Die Einsatz führenden Polizeibehörden gewährleisten die Sicherheit der Veranstaltungen darüber hinaus durch ein umfassendes Konzept an Vorfeldmaßnahmen wie Aufklärungs- und Raumschutzmaßnahmen auf Reisewegen, in Innenstädten und Stadionbereichen sowie durch Bereitstellung von Eingreif- und Reservekräften.

Nationales Informations- und Kooperationszentrum (NICC)

Die Bundesregierung wird vor und während der WM 2006 im Bundesinnenministerium ein „**Nationales Informations- und Kooperationszentrum**“ (NICC) einrichten. Das NICC wird ab Mai 2006 seine Arbeit aufnehmen und während des Confederations Cup im Juni 2005 einem Testlauf unterzogen. Aufgabe des NICC ist es u.a., Informationen zu sammeln, zu bündeln und im Verantwortungsbereich des Bundesministeriums des Innern (BMI) beziehungsweise der Bundesressorts zu steuern, Auskünfte zu erteilen, Anfragen zu beantworten und täglich ein „Nationales Lagebild WM 2006“ zu erstellen. Personell wird das NICC mit Vertretern aus Ministerien, wie z.B. dem BMI und anderen Bundes- wie Landesministerien, den Sicherheitsbehörden des Bundes sowie externer Stellen, wie zum Beispiel dem Organisationskomitee WM 2006, der ZIS, INTERPOL, EUROPOL und EUROJUST besetzt. Soweit erforderlich werden Vertreter beteiligter Nationen hinzugezogen.

Internationale Sicherheitskooperation

Ein weiterer Teil des Nationalen Sicherheitskonzepts beinhaltet die **internationalen Sicherheitskooperationen** mit Staaten, Behörden und Gremien. Die bewährte Zusammenarbeit mit EUROPOL wird auch für die Fußball-Weltmeisterschaft genutzt. Ergänzend hierzu wird EUROPOL aus Anlass der WM 2006 Verbindungsbeamte zum BKA und NICC entsenden. Die Unterstützung Deutschlands bei der Bewältigung der Sicherheitsaufgaben durch EUROJUST schafft die Möglichkeit, auf justiziellen Feldern Abstimmungen in den Bereichen der Strafverfolgung zu erzielen.

Die Internationale Kriminalpolizeiliche Organisation INTERPOL wird im Rahmen der WM 2006 über das BKA als Nationales Zentralbüro seinen weltweiten Informationsverbund zur Verfügung stellen. Zusätzlich werden Verbindungsbeamte von INTERPOL in die Arbeitsstrukturen des NICC und des BKA integriert.

Deutschland wird mit den WM-Teilnehmerstaaten sowie ausgewählten Anrainer- und Transitstaaten bilaterale Absprachen über die Zusammenarbeit anlässlich der Fußball-WM 2006 treffen. Ziel ist, die Sicherheit während der Fußball-WM 2006 durch eine enge und effiziente Zusammenarbeit zwischen den Regierungen und den zuständigen Sicherheits- und Strafverfolgungsbehörden Deutschlands sowie denen der Teilnehmerländer und relevanter Anrainer- und Transitstaaten zu gewährleisten. So soll bereits in der Anreisephase der FIFA WM 2006 verhindert werden, dass Personen, die die öffentliche Sicherheit und Ordnung in Deutschland gefährden könnten, nach Deutschland einreisen.

Zur Vorbereitung dieser Absprachen und zur Abstimmung des deutschen Sicherheitskonzepts mit den Anrainer- und Transitstaaten hat das BMI fünf internationale Expertenkonferenzen durchgeführt. Eine weitere Konferenz zur Schlussabstimmung mit den Anrainer- und Transitstaaten sowie den dann qualifizierten Teilnehmerstaaten ist für das erste Halbjahr 2006 vorgesehen.

Stadionsicherheit, Kooperation zwischen Sicherheitsbehörden, Veranstalter und Ausrichter, Ticketingsystem

Die Beachtung der Richtlinien und Anforderungen der FIFA für die Stadionsicherheit tragen dazu bei, ein Höchstmaß an Sicherheit in Fußballstadien vor, während und nach Spielen zu gewährleisten. Das für die Auswahl der deutschen Spielorte erarbeitete „Pflichtenheft“ (Katalog der Profile und Anforderungen für WM-Stadien des OK WM 2006) beinhaltet eine Vielzahl von zu beachtenden sicherheitsrelevanten Forde-

rungen, unter anderem den äußeren und inneren Sicherheitsring um die Stadien, die Sektorentrennung in den Stadien, die Spielfeldsicherung und sonstige bauliche und infrastrukturelle Vorgaben.

Der DFB hat einen zentralen Sicherheitsbeauftragten eingesetzt, der für die Bearbeitung aller sicherheitsrelevanten Fragen auf Verbandsebene sowie für die Zusammenarbeit mit der FIFA, den deutschen Sicherheitsbehörden und den Sicherheitsbeauftragten der für die Endrunde qualifizierten Verbände zuständig ist. Im Laufe des Jahres 2004 wurden in den zwölf Spielorten Außenstellen des Organisationskomitees WM 2006 eingerichtet, bei denen ebenfalls Sicherheitsbeauftragte des OK eingesetzt werden. Diese bilden gemeinsam mit Vertretern der FIFA, der Polizeibehörde, der Kommune, des Ordnungsdienstes, der Feuerwehr und des Rettungsdienstes sowie dem Stadionsprecher den örtlichen Ausschuss. Die örtlichen Ausschüsse sind für die Koordinierung aller Sicherheitsmaßnahmen in den Spielorten zuständig.

Generell gilt eine flexible Gesamtkonzeption zu erarbeiten, die allen Erfordernissen und Lageentwicklungen angepasst werden kann. Hierzu werden durch das OK bundesweit einheitliche Konzepte und Regelungen erarbeitet. Dort wo erforderlich, werden die konzeptionellen Vorbereitungen und Regelungen mit den staatlichen Stellen abgestimmt sowie deren Umsetzung auf Realisierbarkeit und Kompatibilität gemeinsam geprüft.

Für das „International Media Center (IMC)“, auf dem Gelände der Messe München, wird eine besondere Sicherheitskonzeption erarbeitet, die bauliche, technische, personelle und ablauforganisatorische Aspekte im Detail beschreibt und festlegt. Da hier schon ab Januar 2006 mit der technischen Einrichtung begonnen wird, bedingt dies eine sehr frühzeitige und umfängliche Absicherung des Geländes.

Das OK FIFA WM 2006 hat eine Arbeitsgemeinschaft (AG) eingesetzt, die sich mit der komplexen Thematik „Fan- und Besucherbetreuung“ bei der WM 2006 beschäftigt. Die AG setzt sich aus Vertretern des DFB, OK FIFA WM 2006, Fanbeauftragten der Vereine, Fanprojekten, der Koordinationsstelle Fan-Projekte (KOS), Wissenschaftlern, Polizei und der Bundeszentrale für politische Bildung zusammen und dient als Beratungs- und Kompetenzgremium.

Bei der FIFA WM 2006™ wird ein modernes und sicheres elektronisches Ticket- und Zugangskontrollsystem eingeführt. Das Ticketingkonzept soll gewährleisten, dass nur berechnigte Personen Zutritt zu den Stadien erhalten, bekannte Gewalttäter vom Verkauf ausgeschlossen werden, Ticketfälschungen nur mit unverhältnismäßigem Auf-

wand möglich sind, ein Schwarzmarkt erschwert und die Fantrennung gewährleistet wird.

Verkehrsmanagement

Im Rahmen des Nationalen Sicherheitskonzeptes hat auch das Verkehrsmanagement vor Ort eine erhebliche Bedeutung. Über das Verkehrsmanagement (incl. der darin enthaltenen Wegweisung und Wegeleitung) wird Vorsorge getroffen, damit Zuschauer und Besucher möglichst reibungslos an- und wieder abreisen können. Verkehrsmanagement dient damit nicht nur dem Reisekomfort, sondern trägt auch dazu bei, potenzielle Gefährdungslagen zu vermeiden. Für die Nutzer des öffentlichen Verkehrs und für den Individualverkehr müssen auf dem Weg zum und vom Stadion leistungsfähige Verbindungen und Strecken zur Verfügung gestellt werden.



Bundesministerium
des Innern



PROTOKOLLKONZEPT

zur

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft

Deutschland 2006™

Auszug

Inhaltsverzeichnis

1.	<u>Einleitung</u>	3
2.	<u>Kategorien der protokollarischen Wahrnehmung</u>	6
2.1	<u>Politik Ausland</u>	6
2.2	<u>Politik Inland</u>	6
3.	<u>Unterscheidung von Besuchstypen</u>	7
3.1	<u>Gäste aus Deutschland</u>	7
3.2	<u>Gäste aus dem Ausland</u>	7
4.	<u>Protokollarische Maßnahmen</u>	8
4.1	<u>Spielbesuche deutscher VIP</u>	8
4.2	<u>Spielbesuche ausländischer VIP</u>	9
4.2.1	<u>Reiner Spielbesuch</u>	9
4.2.2	<u>Spielbesuch mit bilateralen Gesprächen</u>	10
4.2.3	<u>Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs einer FIFA WM-Stadt</u>	11
4.2.4	<u>Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs eines Bundeslandes</u>	12
4.2.5	<u>Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs beim Bund</u>	13

Protokollkonzept FIFA WM 2006™
Bundesministerium des Innern - Protokoll Inland -

Stand: 30. Januar 2006

1. Einleitung

Am 6. Juli 2000 hat das Exekutivkomitee des Fußball-Weltverbandes (FIFA) die WM 2006 an Deutschland vergeben. Damit ist Deutschland nach 1974 zum zweiten Mal Gastgeber einer Fußball-Weltmeisterschaft. Der offizielle Titel der WM 2006 lautet:

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™

Als ausrichtender Verband hat der Deutsche Fußball-Bund (DFB) ein lokales Organisationskomitee berufen. Am 1. Januar 2001 hat das Organisationskomitee (OK) unter dem Vorsitz von Franz Beckenbauer seine Arbeit aufgenommen. Sitz des OK's ist Frankfurt am Main. Die offizielle Bezeichnung lautet:

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2006 Organisationskomitee Deutschland

Für die Bundesrepublik Deutschland als Gastgeberland hat die Bundesregierung zur Koordinierung der abgegebenen Regierungsgarantien und der damit verbundenen Maßnahmen zwischen DFB, OK, Bund und Ländern einen Arbeitsstab im Bundesministerium des Innern eingesetzt. Die offizielle Bezeichnung lautet:

Stab Fußball-WM 2006

Die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006™ findet vom 9. Juni bis 9. Juli 2006 statt. Teilnehmen werden Mannschaften aus 32 Nationen. Die Austragungsorte der insgesamt 64 Spiele sind Berlin, Dortmund, Frankfurt/Main, Gelsenkirchen, Hamburg, Hannover, Kaiserslautern, Köln, Leipzig, München, Nürnberg und Stuttgart. Das Eröffnungsspiel am 9. Juni 2006 wird in München, das Finale am 9. Juli 2006 in Berlin ausgetragen.

Die 32 Mannschaften wurden in 8 Gruppen à 4 Mannschaften gelost. In 6 Spielen je Gruppe werden die Gruppenersten und -zweiten ermittelt, die dann im k.o.-System um den Einzug ins Viertelfinale spielen. Die Sieger ziehen in die Halbfinals ein, nach 2 Halbfinalbegegnungen wird zwischen den Verlierern der 3. Platz ausgespielt. Zum Abschluss erfolgt das Spiel um Platz 1.

Bei dem Eröffnungs- und Endspiel sollten der Bundespräsident und/oder die Bundeskanzlerin im Stadion zugegen sein. Bei allen Spielen der deutschen Nationalmannschaft ist in jedem Fall die Präsenz eines Mitglieds der Bundesregierung sicherzustellen, bei allen anderen Spielen wäre eine derartige Präsenz wünschenswert.

Zu den Elementen eines jeden WM-Spiels gehört vor Beginn das Spielen der Nationalhymnen beider Teams. Die FIFA sieht vor, dass die Nationalhymnen vom Band abgespielt werden. Die FIFA WM-Stadien werden während der Dauer der WM 2006 entsprechend des FIFA Reglements durch das OK beflaggt.

Die FIFA WM 2006™ steht unter dem Motto "Die Welt zu Gast bei Freunden". Im Vorfeld und auch während der WM wird hierzu ein ausgiebiges Kunst- und Kulturprogramm angeboten. Zu den insgesamt 64 Spielen in 9 Bundesländern werden in den 12 Stadien neben etwa 3 Millionen Fußballfans auch eine Vielzahl an hochrangigen Gästen aus allen an der WM teilnehmenden und auch anderen Nationen erwartet.

Ob z.B. im Rahmen von Staatsbesuchen, im Zusammenhang mit Arbeits- oder Terminbesuchen oder als reiner Spielbesuch: Für einen bestimmten Personenkreis ist im Zuge der FIFA WM 2006™ eine angemessene protokollarische Wahrnehmung sicherzustellen. Das OK hat hierzu im Januar 2005 einen eigenen Protokollstab eingesetzt, der eng mit den Protokollen des Bundes und der Länder zusammenarbeitet.

Das nachfolgende Protokollkonzept wurde in Kooperation mit dem Stab Fußball-WM 2006 vom Protokoll Inland im Bundesministerium des Innern erarbeitet und mit den Verfassungsorganen des Bundes abgestimmt. Es stellt Empfehlungen an das OK dar, das für die Ausgestaltung des Protokolls in den WM-Stadien verantwortlich ist.

Das Konzept konzentriert sich auf den Kreis der ausländischen Staatsgäste und hohen staatlichen Repräsentanten aus dem Inland. Es

- definiert den protokollarisch wahrzunehmenden Personenkreis,
- beschreibt die zu treffenden Maßnahmen,
- legt die Verantwortlichkeiten fest und
- soll als Arbeitsgrundlage für alle Beteiligten gelten.

Protokollkonzept FIFA WM 2006™
Bundesministerium des Innern - Protokoll Inland -

Stand: 30. Januar 2006

Bei der Umsetzung des Konzepts wird das "Verursacherprinzip" zugrunde gelegt, d.h., wer ein Spiel besucht oder Gäste hierzu einlädt, ist selber für die zu treffenden Maßnahmen verantwortlich (z.B. An- und Abreise, Transfer, Eintrittskarten, Übernachtungen) und hat die anfallenden Kosten zu tragen.

Eine Unterstützung durch das Protokoll des OK kann lediglich innerhalb der Stadionbereiche erfolgen.

2. Kategorien der protokollarischen Wahrnehmung

Unabhängig davon, in welchem Zusammenhang ein Besuch steht, ergibt sich für den nachfolgend genannten Personenkreis der Bedarf einer protokollarischen Wahrnehmung.

2.1 Politik Ausland

- Staatsoberhäupter
- Parlamentspräsidenten
- Regierungschefs
- Präsidenten der Verfassungsgerichte
- Botschafter
- Minister

2.2 Politik Inland

- Bundespräsident
- Präsident des Deutschen Bundestages
- Bundeskanzlerin
- Präsident des Bundesrates
- Präsident des Bundesverfassungsgerichts
- Mitglieder der Bundesregierung (Bundesminister/-innen)
zzgl. Chef BPrA, Chef BK und Chef BPA
- Ministerpräsidenten
- Vorsitzende der Fraktionen im Deutschen Bundestag
- Vorsitzende der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien
- Vizepräsidenten des Deutschen Bundestages
- Vizepräsident des Bundesverfassungsgerichts
- Landtagspräsidenten
- Oberhäupter der FIFA WM-Städte

3. Unterscheidung von Besuchstypen

Die während der FIFA WM 2006™ zu erwartenden und protokollarisch wahrzunehmenden Gäste sind in bestimmte Besuchstypen zu gliedern. Je nach Besuchstyp ergeben sich unterschiedliche Verantwortlichkeiten für die Organisation, die protokollarische Begleitung etc.

Eine Differenzierung sollte nach Gästen aus dem In- oder Ausland erfolgen:

3.1 Gäste aus Deutschland

- reiner Spielbesuch

3.2 Gäste aus dem Ausland

- reiner Spielbesuch
- Spielbesuch mit bilateralen Gesprächen
- Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs einer FIFA WM-Stadt
- Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs eines Bundeslandes
- Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs beim Bund

Die vorstehende Differenzierung stellt grundsätzliche Unterscheidungen dar und dient als Arbeitsgrundlage. Abweichungen sind im Einzelfall möglich.

4. Protokollarische Maßnahmen

Nachfolgend wird für jeden Besuchstyp eine Auflistung an durchzuführenden Maßnahmen nebst Zuweisung der Verantwortung dargestellt.

4.1 Spielbesuche deutscher VIP

Anlass: Ausschließlicher Besuch eines WM-Spiels auf eigene Veranlassung.

Gästekreis: Bundespräsident, Präsident des Deutschen Bundestages, Bundeskanzlerin, Präsident des Bundesrates, Präsident des Bundesverfassungsgerichts, Mitglieder der Bundesregierung (Bundesminister/-innen) zzgl. Chef BPrA, Chef BK und Chef BPA, Ministerpräsidenten, Vorsitzende der Fraktionen im Deutschen Bundestag, Vorsitzende der im Deutschen Bundestag vertretenen Parteien, Vizepräsidenten des Deutschen Bundestages, Vizepräsident des Bundesverfassungsgerichts, Landtagspräsidenten, Oberhäupter der FIFA WM-Städte.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation der Anreise zum Spielort	VIP
Sicherheit	VIP
Eintrittskarte(n)	VIP
Transfer zum Stadion	VIP
Zufahrt / Parkplatz	VIP / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	VIP
ggf. Übernachtung	VIP
Organisation der Abreise	VIP

4.2 Spielbesuche ausländischer VIP

4.2.1 Reiner Spielbesuch

Anlass: Ausschließlicher Besuch eines WM-Spiels auf eigene Veranlassung.

Gästekreis: Staatsoberhäupter, Parlamentspräsidenten, Regierungschefs, Präsidenten der Verfassungsgerichte, Botschafter, Minister.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation der Anreise zum Spielort	VIP / Botschaft
Sicherheit	VIP / Botschaft
Eintrittskarte(n)	VIP / Botschaft
Transfer zum Stadion	VIP / Botschaft, ggf. OK
Zufahrt / Parkplätze	VIP / Botschaft / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	VIP / Botschaft, ggf. OK
ggf. Übernachtung	VIP / Botschaft
Organisation der Abreise	VIP / Botschaft

4.2.2 Spielbesuch mit bilateralen Gesprächen

Anlass: Besuch eines WM-Spiels auf eigene Veranlassung. Am Rande findet ein bilaterales Gespräch mit einem Vertreter des Bundes, der Länder oder einer FIFA WM-Stadt statt.

Gästekreis: Staatsoberhäupter, Parlamentspräsidenten, Regierungschefs, Präsidenten der Verfassungsgerichte, Botschafter, Minister.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation der Anreise zum Spielort	VIP / Botschaft
Sicherheit	VIP / Botschaft
Eintrittskarte(n)	VIP / Botschaft
Transfer zum Stadion	VIP / Botschaft, ggf. OK
Zufahrt / Parkplätze	VIP / Botschaft / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Organisation und Herrichtung eines Gesprächs-Raumes	Protokoll des deutschen Gesprächs-Partners und OK *
Begleitung zum / vom Gespräch	Protokoll des deutschen Gesprächs-Partners und OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	VIP / Botschaft, ggf. OK
ggf. Übernachtung	VIP / Botschaft
Organisation der Abreise	VIP / Botschaft

* Abgeschlossene Räume (z.B. Logen) unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit.

Protokollkonzept FIFA WM 2006™
Bundesministerium des Innern - Protokoll Inland -

Stand: 30. Januar 2006

4.2.3 Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs einer FIFA WM-Stadt

Anlass: Der Gast befindet sich auf Einladung einer FIFA WM-Stadt in Deutschland. Bestandteil des Programms ist der Besuch eines WM-Spiels.

Gästekreis: Staatsoberhäupter, Parlamentspräsidenten, Regierungschefs, Präsidenten der Verfassungsgerichte, Botschafter, Minister.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation des Besuchsprogramms	Protokoll der FIFA WM-Stadt
Eintrittskarte(n)	Protokoll der FIFA WM-Stadt
Transfer zum Stadion	Protokoll der FIFA WM-Stadt
Zufahrt / Parkplätze	Protokoll der FIFA WM-Stadt / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	Protokoll der FIFA WM-Stadt
Fortsetzung des Besuchsprogramms	Protokoll der FIFA WM-Stadt

4.2.4 Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs eines Bundeslandes

Anlass: Der Gast befindet sich auf Einladung eines Bundeslandes in Deutschland. Bestandteil des Programms ist der Besuch eines WM-Spiels.

Gästekreis: Staatsoberhäupter, Parlamentspräsidenten, Regierungschefs, Präsidenten der Verfassungsgerichte, Botschafter, Minister.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation des Besuchsprogramms	Protokoll des Bundeslandes
Eintrittskarte(n)	Protokoll des Bundeslandes
Transfer zum Stadion	Protokoll des Bundeslandes
Zufahrt / Parkplätze	Protokoll des Bundeslandes / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	Protokoll des Bundeslandes
Fortsetzung des Besuchsprogramms	Protokoll des Bundeslandes

4.2.5 Spielbesuch im Rahmen eines Besuchs beim Bund

Anlass: Der Gast befindet sich auf Einladung des Bundes in Deutschland (Arbeitsbesuch, Offizieller Besuch, Staatsbesuch). Bestandteil des Programms ist der Besuch eines WM-Spiels.

Gästekreis: Staatsoberhäupter, Parlamentspräsidenten, Regierungschefs, Präsidenten der Verfassungsgerichte, Minister.

<u>Maßnahmen</u>	<u>Verantwortung</u>
Organisation des Besuchsprogramms	Protokoll des Gastgebers
Eintrittskarte(n)	Protokoll des Gastgebers
Transfer zum Stadion	Protokoll des Gastgebers
Zufahrt / Parkplätze	Protokoll des Gastgebers / OK
Empfang / Begleitung	OK
Nutzung VIP-Bereich	OK
Platzierung Ehrentribüne	OK
Begleitung / Verabschiedung	OK
Transfer	Protokoll des Gastgebers
Fortsetzung des Besuchsprogramms	Protokoll des Gastgebers

Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur FIFA WM 2006™

in Zusammenarbeit mit dem OK FIFA WM 2006



Sparte	Projekt
Fussball Globus	1 Fussball Globus – FIFA WM 2006™
	2 Football Globe Germany – 2006 FIFA World Cup
Ausstellungen	3 Weltsprache Fußball
	4 Official Art Poster 2006 FIFA World Cup Germany™
	5 Rundlederwelten
	6 Herr der Regeln: Der Fußball-Referee
	7 Global Players – Deutscher Fußball in aller Welt
	8 Faszination Fußball
	9 Fußball: Ein Spiel – Viele Welten
	10 Ballkünstler
	11 Gelände-Informationssystem auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände in Nürnberg
	12 Historische Kommentierung des Olympiageländes Berlin
Tanz, Theater und Performance	13 UNOS UNITED
	14 Maracanã
	15 Vespero
	16 Garuma
	17 Ein Herz ist kein Fußball
	18 Brot und Spiele
	19 Theatersport-WM
Musik	20 Gala-Konzert Justus Frantz und die Philharmonie der Nationen
	21 Match für elf Spieler – Fußball-WM 2006 – Kommentator: Bob Ross
	22 Die Tiefe des Raumes
	23 You'll never walk alone – Europäische Stadiensounds
	24 Drei Orchester und Stars
	25 Filemon Flatenreich oder WM der Fliegen. Kinderkonzert
	26 Orchestermusik rund um die Welt und den Globus – Open Air Abschlusskonzert auf dem FanFest Berlin, Ingo Metzmacher und das Deutsche Symphonie-Orchester Berlin

Sparte	Projekt
Film, Fernsehen und Video	27 Ballverliebt. Die Nacht der Fußball-Kultur
	28 Adelante Muchachas!
	29 SHOOT G32OALS! SHOOT MOVIES!
	30 Prix Europa 33Golden Goal
	31 Kick The Lion – Fußball und Magie in Afrika
	32 Tor! Fußball und Fernsehen
	33 FUSION II
	34 John Cleese presents: The Art of Football. From A to Z
Literatur	35 ANSTOSS.
	36 Dort, wo der Ball rollt I „Poesie in die Stadt!“ II „Literarische Damenelf“ III
	37 Fußballnationen im Dialog
	38 Kopfballspieler. Ein Gipfel der Welt-Literaturen
	39 Poesie-Automat
	40 WM der Literaten
Events und Festivals	41 BallGefühl
	42 HipHop WorldChallenge 2005
	43 Catwalk with Ball
	44 pok ta pok
	45 Kunstrasen2006
	46 SkyArena
	47 streetfootballworld festival 06
	48 UNESCO Welt-Jugend-Festival Stuttgart 2006
	49 Ist der Ball rund?
	50 WM Galerie Kaiserslautern
	51 fußballgärten.dortmund

Die Abschlussdokumentation der DFB Kulturstiftung über alle Projekte von 2003–2006 ist auf der Internetseite www.dfb-kulturstiftung.de zum Download eingestellt.

Mannschaftsquartiere zur WM 2006

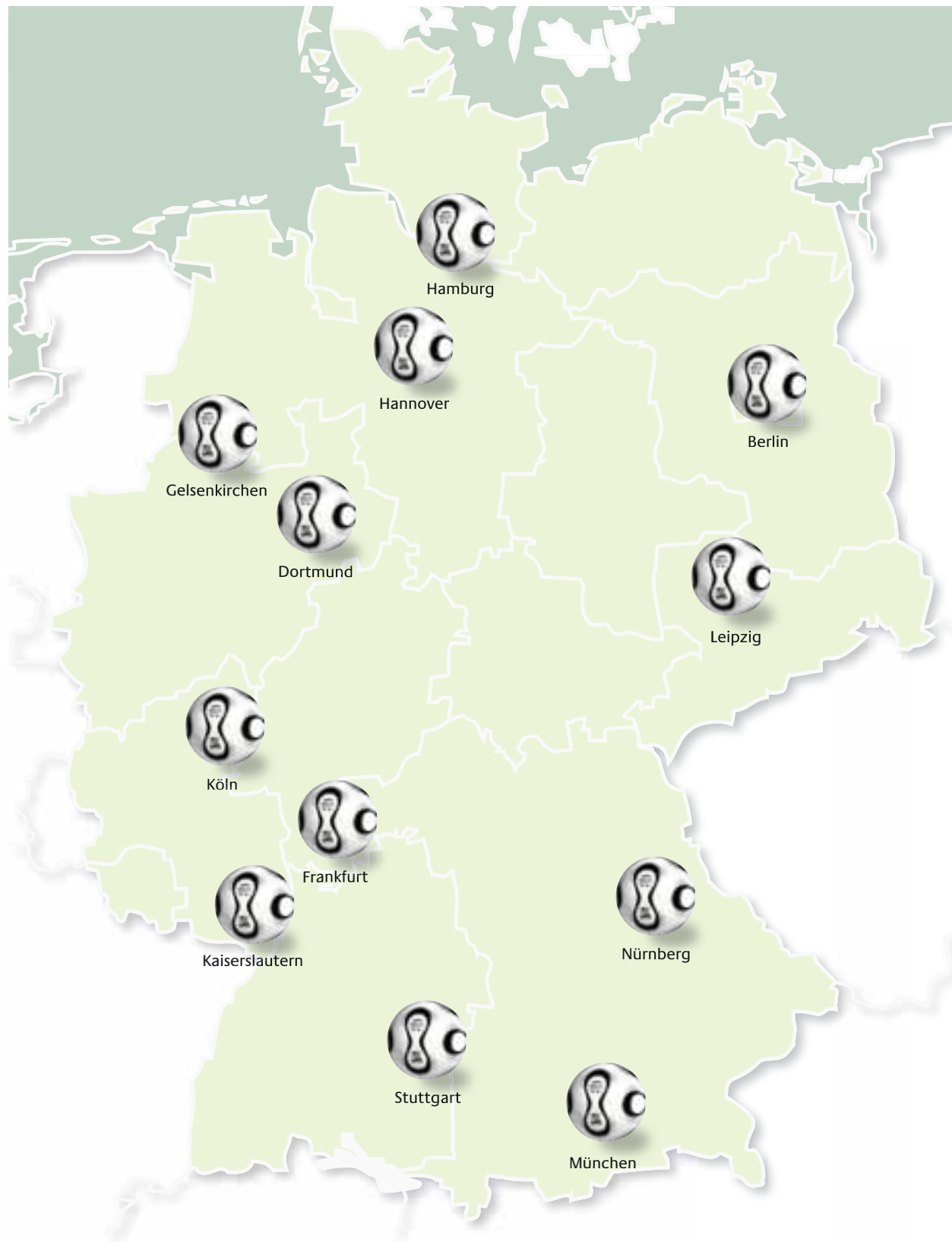


Länder alphabetisch:

	Fußball-Nationalmannschaft von Angola:	Celle
	Fußball-Nationalmannschaft von Argentinien:	Herzogenaurach
	Fußball-Nationalmannschaft von Australien:	Öhringen
	Fußball-Nationalmannschaft von Brasilien:	Königstein
	Fußball-Nationalmannschaft von Costa Rica:	Heidelberg
	Fußball-Nationalmannschaft von Deutschland:	Berlin
	Fußball-Nationalmannschaft von Ecuador:	Bad Kissingen
	Fußball-Nationalmannschaft von Elfenbeinküste:	Niederkassel
	Fußball-Nationalmannschaft von England:	Baden-Baden
	Fußball-Nationalmannschaft von Frankreich:	Aerzen/Hamel
	Fußball-Nationalmannschaft von Ghana:	Würzburg
	Fußball-Nationalmannschaft von Iran:	Friedrichshafen
	Fußball-Nationalmannschaft von Italien:	Duisburg
	Fußball-Nationalmannschaft von Japan:	Bonn
	Fußball-Nationalmannschaft von Kroatien:	Bad Brückenau
	Fußball-Nationalmannschaft von Mexiko:	Göttingen
	Fußball-Nationalmannschaft von Niederlande:	Freiburg
	Fußball-Nationalmannschaft von Paraguay:	Oberhaching
	Fußball-Nationalmannschaft von Polen:	Barsinghausen
	Fußball-Nationalmannschaft von Portugal:	Bonn
	Fußball-Nationalmannschaft von Saudi-Arabien:	Bad Nauheim
	Fußball-Nationalmannschaft von Schweden:	Bremen
	Fußball-Nationalmannschaft von Schweiz:	Bad Bertrich
	Fußball-Nationalmannschaft von Serbien-Montenegro:	Billerbeck
	Fußball-Nationalmannschaft von Spanien:	Kamen
	Fußball-Nationalmannschaft von Südkorea:	Bensberg
	Fußball-Nationalmannschaft von Togo:	Wangen
	Fußball-Nationalmannschaft von Trinidad & Tobago:	Rotenburg/Wümme
	Fußball-Nationalmannschaft von Tschechien:	Westerburg
	Fußball-Nationalmannschaft von Tunesien:	Schweinfurt
	Fußball-Nationalmannschaft von Ukraine:	Potsdam
	Fußball-Nationalmannschaft von USA:	Hamburg

Hinweis: Das brasilianische Team hatte zur WM zwei Quartiere gebucht. Während der Vorrunde wohnte und trainierte die Mannschaft in Königstein im Taunus. Ab dem Achtelfinale hat der Weltmeister von 2002 vor den Toren Kölns in Bergisch Gladbach residiert.

WM-Spielorte

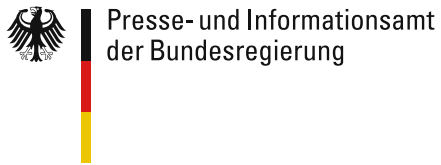


Publikationen und Multimediaprodukte der Bundesregierung zur WM 2006 (Auswahl)

Publikationen	
Broschüren	2. – 7. Fortschrittsbericht der Bundesregierung zur WM 2006 „Die Welt zu Gast bei Freunden“ (ab 5. Fortschrittsbericht auch in engl. Sprache) BMI – Stab WM 2006 (www.bmi.bund.de)
Broschüre	WM-Bilanz der Bundesregierung „Die Welt war zu Gast bei Freunden“ (auch in engl. Sprache) BMI – Stab WM 2006 (www.bmi.bund.de)
Broschüre	WM-Abschlussbericht der Bundesregierung (in dt. u. engl. Sprache) BMI – Stab WM 2006 (www.bmi.bund.de)
3 Flyer	„Die Welt zu Gast bei Freunden“ (3 Auflagen: Juni 2004, Sept. 2004, Juni 2005) BMI – Stab WM 2006 (www.bmi.bund.de)
Flyer	„Deutschland freut sich auf die FIFA Fußball-WM 2006“ (in dt., engl., franz., span. Sprache) BMI – Stab WM 2006/Auswärtiges Amt (www.bmi.bund.de)
Vitrinenplakat	Deutschland freut sich auf die WM 2006 BMI – Stab WM 2006 (www.wm2006.deutschland.de)
Vitrinenplakat	Das BMI freut sich auf die WM im Land der Ideen BMI – Stab WM 2006 (www.wm2006.deutschland.de)
Flyer	Weltoffen, freundlich, sicher – FIFA WM 2006 BMI – Stab BA Sicherheit WM 2006
Buch	Goal! Die Welt zu Gast bei Freunden BMWi, Bundesagentur für Außenwirtschaft, Bertelsmann
Broschüre (auch auf CD-Rom)	Katalog der Projekte des Kunst- und Kulturprogramms (August 2005) DFB Kulturstiftung gGmbH (www.dfb-kulturstiftung.de)
Flyer	Kunst- und Kulturprogramm zur WM 2006 (2 Auflagen) DFB Kulturstiftung gGmbH (www.dfb-kulturstiftung.de)
Broschüre	Abschlussdokumentation zum Kunst- und Kulturprogramm 2003–2006 DFB Kulturstiftung gGmbH (www.dfb-kulturstiftung.de)
Broschüre	Endspiel, Das Bilanzheft des Kunst- und Kulturprogramms zur WM 2006 DFB Kulturstiftung gGmbH (www.dfb-kulturstiftung.de)

Publikationen	
Broschüre	WMobility 2006 – Wege zur WM BMVBS (www.bmvbs.bund.de)
Broschüre	Magazin „Deutschland“ WM-Ausgabe AA in Kooperation mit Stab WM 2006 (www.magazine-deutschland.de)
Beileger	Handbuch „Tatsachen über Deutschland“ (in 14 Sprachen) AA (www.tatsachen-ueber-deutschland.de)
Tischkalender	Themenschwerpunkt WM 2006 AA
2 Flyer	„Teamgeist bringt uns weiter – Deutschland freut sich auf die WM 2006“ BPA (2 Auflagen)
Flyer	Die Welt zu Gast bei Freunden (Homepage der Bundesregierung zur WM) BPA
Broschüre	Green Goal – Das Umweltprogramm OK und BMU
Flyer	10-Euro-Gedenkmünze „FIFA Fußball- Weltmeisterschaft 2006“ Bundeswertpapierverwaltung
Flyer	Die Deutschen Sammlermünzen (u.a. Goldmünze zur WM 2006) Bundeswertpapierverwaltung
Broschüre	Für alle eine runde Sache – Städte und Regionen der WM 2006 Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Pocketguide	Die Welt zu Gast bei Freunden Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Buch	Schulungshandbuch „Album der Gastfreundschaft“ Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
Buch	Land der Ideen – Der Reiseführer 365 Orte und Veranstaltungen FC Deutschland GmbH
Zeitschrift	Sonderausgabe Bevölkerungsschutzmagazin 2006 „Dekontamination Verletzter“ Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK)
Zeitschrift	Bevölkerungsschutz IV/2006 „WM-Ausgabe“ (geplant Ende 2006) BBK

Multimedia	
Internetseite	WM-Homepage der Bundesregierung zur Fußball-WM 2006 BPA (Redaktionsteam Stab WM 2006/BPA) www.wm2006.deutschland.de
Internetseite	Zur WM 2006 BMI – Stab WM 2006 und Ref. G II 5 (www.bmi.bund.de)
3 Filme	Deutschland freut sich auf die WM 2006 (in dt. u. engl.), BMI – Stab WM 2006 (3 Auflagen: April 2004, Dezember 2004, Februar 2006)
Internetseite	Zur WM 2006 AA (www.socceringermany.info)
Film	Willkommen im Land der Ideen (in zehn Sprachen) AA und FC Deutschland GmbH
TV-Clips	Fußballspots AA
Fotosammlung/ DVD Bilddatenbanken	„Deutschlandimpressionen“ und „Fußballmotive“ AA
CD-Rom	Deutschland 2006 – Das tut die Bundesregierung für die Fußball-WM BPA
PC-Lernspiel (mit Anleitungsheft)	Trainings-LAGER Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)
TV-Spot	„Deutschlands Aufstellung für 2006“ Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne/ Deutsche Zentrale für Tourismus (www.deutschland-tourismus.de)
eLearning Tool	Weltmeister der Gastfreundschaft Nationale Service- und Freundlichkeitskampagne/Deutsche Zentrale für Tourismus (www.germany-extranet.net)
Film	Germany is on the ball Invest in Germany GmbH



Information, Interaktion, Emotion

Die Website der Bundesregierung zur Fußball-WM

wm2006.deutschland.de



Presse- und Informationsamt der Bundesregierung,
Juli 2006

Die WM-Site im Überblick



7 Sprachversionen
DE, EN, ES, FR (03'2005);
AR, JP, PT (01'2006)



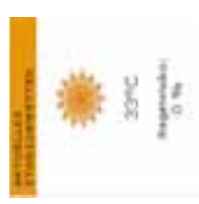
Countdown
Flash-Animation
Anpiff mit Spielplan



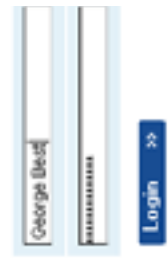
Städte und Stadien
Flash-Karte zur
Vorstellung der WM-
Städte



Fanfeste
Service-Informationen
zu Fanfesten in den 12
WM-Städten



Stadionwetter
Aktuelles Wetter in den
WM-Städten



WM-Tippspiel
Tippspiel mit mehr
als 1.300
registrierten Usern



Newsticker
dpa-Meldungen
und Spielberichte

WM-Quiz
Monatlich aktualisiertes
Quiz mit mehr als 12.000
registrierten Teilnehmern

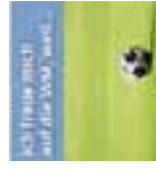
Bildergalerien
Bilder der WM und des
Confed Cup

Einwurf
Exklusiv-Interviews
rund um den Fußball

Gästebuch
(„Ich freue mich auf die
WM, weil ...“)

Dribbelkönig
WM-Game

Gastgeber Deutschland
Regierungsgarantien,
Deutschland kompakt





1. Deutschland im Juni 2006 – ein Land feiert mit seinen Gästen

Die Fifa-Fußballweltmeisterschaft 2006 ist vorbei. Für vier Wochen war Deutschland Gastgeber des größten Sportereignisses der Welt. Millionen Menschen begegneten sich in dieser Zeit in unserem Land – friedlich, fröhlich und begeistert. Sie begegnetem aber auch einem Land in einer Stimmung aus Weltoffenheit, Gastfreundschaft und ganz normaler Euphorie und Fußballverrücktheit.

Die deutsche Mannschaft schaffte es mit dieser Stimmung im Rücken und ihrer eigenen großartigen Leistung bis auf den Dritten Platz – und Italien wurde Weltmeister. Im In- und Ausland ist man sich einig: Deutschland war Gastgeber einer wunderbaren Weltmeisterschaft.

2. Die Welt zu Gast bei Freunden – Besuchen Sie Deutschland!

Im März 2005 ging www.wm2006.deutschland.de online - die Website der Bundesregierung zur Fußball-WM 2006. Die Seite wurde realisiert vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Der damalige Bundesinnenminister Otto Schily und Franz Beckenbauer in seiner Eigenschaft als Präsident des WM-Organisationskomitees starteten die neue Website gemeinsam auf der Cebit in Hannover.

„Deutschland 2006“ – so das Keyvisual der Seite – hatte von Beginn an zwei Ziele: Zum einen war sie ein Informationsportal mit aktuellen Nachrichten und vertiefenden Hintergründen zur Umsetzung der Garantien, die die Bundesregierung der Fifa bei der Bewerbung Deutschlands als WM-Gastgeber gegeben hat. Außerdem informierte die Seite über das WM-begleitende Gastgeberkonzept der Bundesregierung.

Zum zweiten – und dieser Anspruch von „Deutschland 2006“ trat mehr und mehr in den Vordergrund – sollte hier das Motto der WM Ausdruck finden: Die Welt zu Gast bei Freunden – Deutschland freut sich auf seine Gäste. Deutschland 2006 sollte hier stattfinden, sollte erfahrbar werden und zum Besuchen und Teilnehmen einladen: Die „Welt zu Gast bei Freunden“ – wer sind diese Freunde? Deutschland, der Gastgeber der WM 2006 – besuchen Sie uns!



Deutschland stellte sich hier vor: Als Sportland – natürlich. Als Fußballnation – selbstverständlich. Aber auch als Kultur- und Reiseland, als Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort. Die Website eröffnete überraschende Zugänge zum Land und seiner Vorfreude auf das Turnier: Warum ist ein Künstler wie Markus Lüpertz Fußballfan? Glaubt eine protestantische Bischöfin an einen Fußballgott? Und spielen Frauen vielleicht doch den besseren Fußball? Weltmeisterin Birgit Prinz hatte da einen ziemlich klaren Standpunkt ...

3. Von der Vorfreude zum Finale

Zentraler Gedanke von Deutschland 2006 war deshalb: Mehrsprachigkeit und Beteiligung der Gäste. Im Mittelpunkt stand deshalb die „Galerie der Vorfreude“ – ein Gästebuch mit Fotos und Videos der Besucherinnen und Besucher mit der Frage: „Warum freuen Sie sich auf die WM?“

Die Website, die zunächst in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch startete und mit Beginn dieses Jahres auf Portugiesisch, Japanisch und Arabisch erweitert wurde, lud in allen diesen Sprachen zum Besuch des Gästebuchs ein – das jedoch alle Einträge in ein und demselben Pool versammelte. Dem Besucher sollte so von Beginn an der Eindruck der Globalität der kommenden Fußball-WM vermittelt werden.

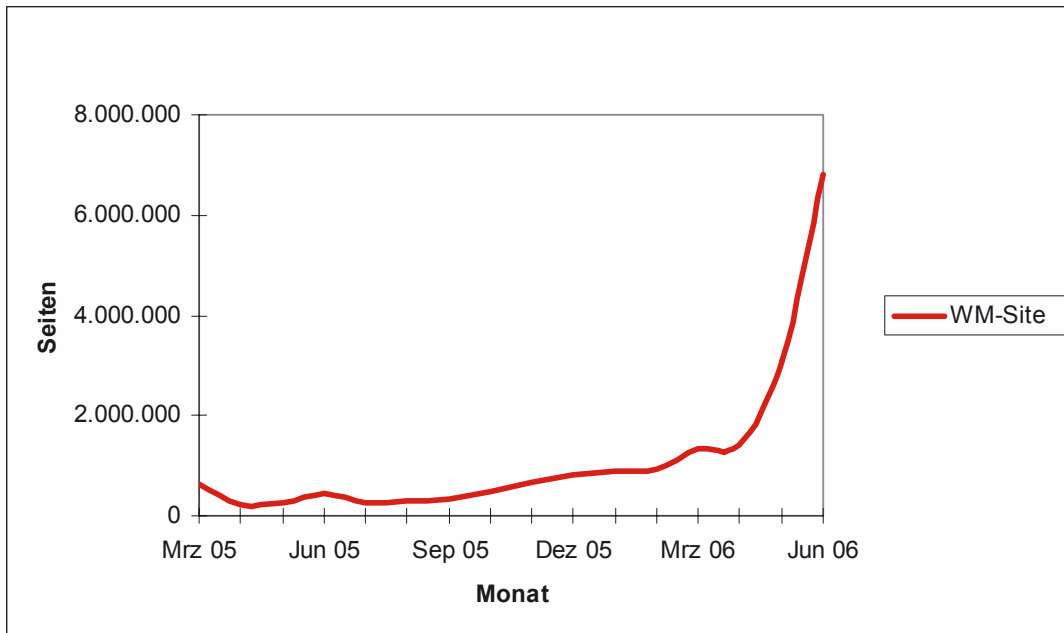
Hat „Deutschland 2006“ diese Ziele verwirklichen können? Die Zahlen und Erfahrungen sagen Ja:

Zugriffe

„Deutschland 2006“ erzielte seit März 2005 insgesamt knapp 19 Millionen Seitenaufrufe. Die Entwicklung der Zugriffe verdeutlicht die ansteigende Vorfreude bis zur Euphorie der WM selbst: Von 638.000 (März 2005) bis zu 6.820.000 (Juni 2006). Mehr als ein Viertel der Gesamtzugriffe entfällt dabei auf die sechs Fremdsprachenversionen der Seite.



Kontinuierlich steigende Zugriffszahlen:
Verlauf der Seitenaufrufe der WM-Site



Gästebuch und E-Mails

Mehr noch als die Zugriffszahlen zeigt aber das Gästebuch, wie Deutschland 2006 die Erfahrung dieser WM widerspiegelt. 4300 Einträge in 20 Sprachen aus 35 Ländern, Emails aus mehr als 40 Ländern schilderten hier Vorfrende, Teilnahme und am Ende: Überwältigende Begeisterung und Dank für eine großartige WM in Deutschland.



Zwei Aspekte fallen hier besonders ins Gewicht: Die Überraschung im Ausland und die Einigkeit im Inland. Überraschung – das verraten zahllose Gästebucheinträge der Besucherinnen und Besucher aus dem Ausland. „Wir hatten das nicht erwartet“, „wir waren überwältigt“, „wir wollen unbedingt wiederkommen“ – in dieses freundliche, herzliche, begeisterte und begeisternde Deutschland.

Und die Einigkeit nach innen: Eine nahezu ungeteilte Zustimmung der Menschen in Deutschland zu sich selbst, zum eigenen Land und seinem neuen Selbstverständnis, vermittelt über den Fußball, die deutsche Mannschaft und auch Bundestrainer Jürgen Klinsmann.

4. Ausblick

Die WM ist vorbei. Die Garantien der Bundesregierung wurden vollständig erfüllt. Die WM-Site der Bundesregierung hat wertvolle Erfahrungen gebracht, die in die weitere Verbesserung der Online-Kommunikation des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung eingehen werden. Einige Elemente von Deutschland 2006 sollen deshalb erhalten bleiben. Die WM ist vorbei, aber das Selbstverständnis des WM-Gastgebers – ein modernes, weltoffenes und optimistisches Land zu sein – bleibt bestehen.

Die deutsche Version der WM-Site

The screenshot shows the German version of the 2006 FIFA World Cup website. At the top, there is a navigation bar with the German flag and the word 'DEUTSCHLAND' in large letters. Below this, there are several main sections:

- Left Sidebar:** Contains a map of Germany with regional links, a 'Deutschland Land der Ideen' section, and a 'REGIERUNG ONLINE' section.
- Top Center:** A large banner image showing a group of people celebrating with a trophy.
- Top Right:** A navigation menu with options like 'Startseite', 'Über uns', 'Presse', 'Einführung', 'Fußball', 'Werbung', 'Kontakt', 'Spenden', and 'Impressum'.
- Main Content Area:**
 - LINK AKTUELL:** A section with several news items, including 'Die Fußball-WM ist eröffnet 09.06.2006', 'Das große WM 2006-Tippspiel 01.06.2006', and 'Danke, Thank You, Obrigade und Merci'.
 - GEHTS NENNEN:** A section titled 'Herzlich Willkommen bei unserem WM-Quiz!'.
 - BILDERGALERIE:** A section titled 'Die schönsten Bilder der WM'.
 - NEWS TICKER:** A section with a list of recent news items, including 'Aktuelle Meldungen rund um die WM 2006' and 'Kaschauerle traurig über Klimageschichte'.
 - LEBENSQUALITÄT UND SOZIALLEBEN:** A section with items like 'Ausstellung "100 Fußball und Fernsehen 01.05.2006 - 30.07.2006' and 'Ausstellung "100 Fußball und Fernsehen" Fußball-WM der Menschen mit Behinderung'.
 - WM-LINKS:** A section titled 'Wichtige Links rund um die WM 2006'.
 - WIRTSCHAFTSDEUTSCHLAND:** A section with items like 'Die Bundesregierung engagiert sich für die Fußball-WM' and 'Das Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur Fußball-WM 2006'.
 - ZU HAUSE BEI FREUNDEN:** A section with items like 'Länderspiele' and 'Fußball-Sprechkurs für Anfänger'.
 - WIRTSCHAFTSDEUTSCHLAND:** A section with items like 'Der Gastgeber präsentiert sich Deutschland - ein vielfaches Land'.
 - DEUTSCHLAND KOMPAKT:** A section with a list of links: 'Fußball in Deutschland', 'Reiseland Deutschland', 'Kulturland Deutschland', 'Wirtschaftsland Deutschland', and 'Forschungs- und Wissenschaftsland Deutschland'.
 - WENN KÖNIG FUßBALL REGIERT:** A small blue box with white text.

Kosten/Finanzierung der zwölf WM-Stadien

(Quelle: www.FIFAworldcup.com)

Olympiastadion Berlin

Maßnahme: Umbau
Kosten: 242 Mio. €
Finanzierung: Bund: 196 Mio. €
 Darlehen: 46 Mio. € an die Olympiastadion
 Besitzgesellschaft mbH, verbürgt durch das
 Land Berlin



FIFA WM-Stadion Dortmund

Maßnahme: Umbau
Kosten: 40 Mio. € zuzüglich 5,5 Mio. €
 Modernisierungsprogramm
Finanzierung: Komplette abgedeckt durch die
 Westfalenstadion Dortmund GmbH



FIFA WM-Stadion Frankfurt/Main

Maßnahme: Neubau
Kosten: 126 Mio. €
Finanzierung: Stadt Frankfurt: 64,0 Mio. €
 Land Hessen: 20,5 Mio. €
 Kapital-Darlehen: 41,5 Mio. €



FIFA WM-Stadion Gelsenkirchen

Maßnahme: Neubau
Kosten: 191 Mio. €
Finanzierung: Kredit: 122,5 Mio. €
 durch Bankenkonsortium
 Darlehen: 6,4 Mio. € Generalübernehmer
 Eigenkapital: 40 Mio. € Besitzgesellschaft
 Beteiligung der Stadt Gelsenkirchen: 10 Mio. €
 Fan-Kapital: 5,1 Mio. €
 Emscher-Lippe-Energie: 1,7 Mio. €
 Leasingverträge: 5,3 Mio. €



FIFA WM-Stadion Hamburg

- Maßnahme:** Neubau
Kosten: 97 Mio. €
Finanzierung: Stadt Hamburg: 11 Mio. €
 Fremdfinanzierung: 70 Mio. €
 Stadionbesitzgesellschaft: 16 Mio. €



FIFA WM-Stadion Hannover

- Maßnahme:** Umbau
Kosten: 64 Mio. €
Finanzierung: Stadt Hannover: 24 Mio. € sowie
 Land Niedersachsen und Region Hannover
 Bankenconsortium 20 Mio. €
 Kreditanstalt für Wiederaufbau: 20 Mio. €
 (abgesichert durch Bürgschaft der Stadt
 Hannover)



Fritz-Walter-Stadion Kaiserslautern

- Maßnahme:** Erweiterung
Kosten: 48,3 Mio. €
Finanzierung: Land Rheinland-Pfalz: 21,7 Mio. €
 Stadt Kaiserslautern: 7,7 Mio. €
 1.FC Kaiserslautern: 18,9 Mio. €



FIFA WM-Stadion Köln

- Maßnahme:** Umbau
Kosten: 119 Mio. €
Finanzierung: Stadt Köln: 25,7 Mio. €
 Kölner Sportstätten GmbH: 93,3 Mio. €
 (Eigentümerin und Betreiberin)



Zentralstadion Leipzig

- Maßnahme:** Neubau
Kosten: 90,6 Mio. €
Finanzierung: Bund: 51,1 Mio. €
 Stadt Leipzig: 12,1 Mio. €
 EMKA GmbH: 27,4 Mio. €



FIFA WM-Stadion München

- Maßnahme:** Neubau
Kosten: etwa 280 Mio. €
Finanzierung: FC Bayern München und TSV München 1860
 je zur Hälfte



Franken-Stadion Nürnberg

- Maßnahme:** Umbau
Kosten: 56 Mio. €
Finanzierung: Freistaat Bayern und Stadt Nürnberg
 je zur Hälfte



Gottlieb-Daimler-Stadion Stuttgart

- Maßnahme:** Modernisierung
Kosten: 51,5 Mio. €
Finanzierung: Land Baden-Württemberg: ein Drittel der
 Baukosten, maximal jedoch 15,3 Mio. €
 Stadt Stuttgart: 36,2 Mio. €
 VfB Stuttgart: Kosten des zweiten Zuschauer-
 rangs der Gegentribüne



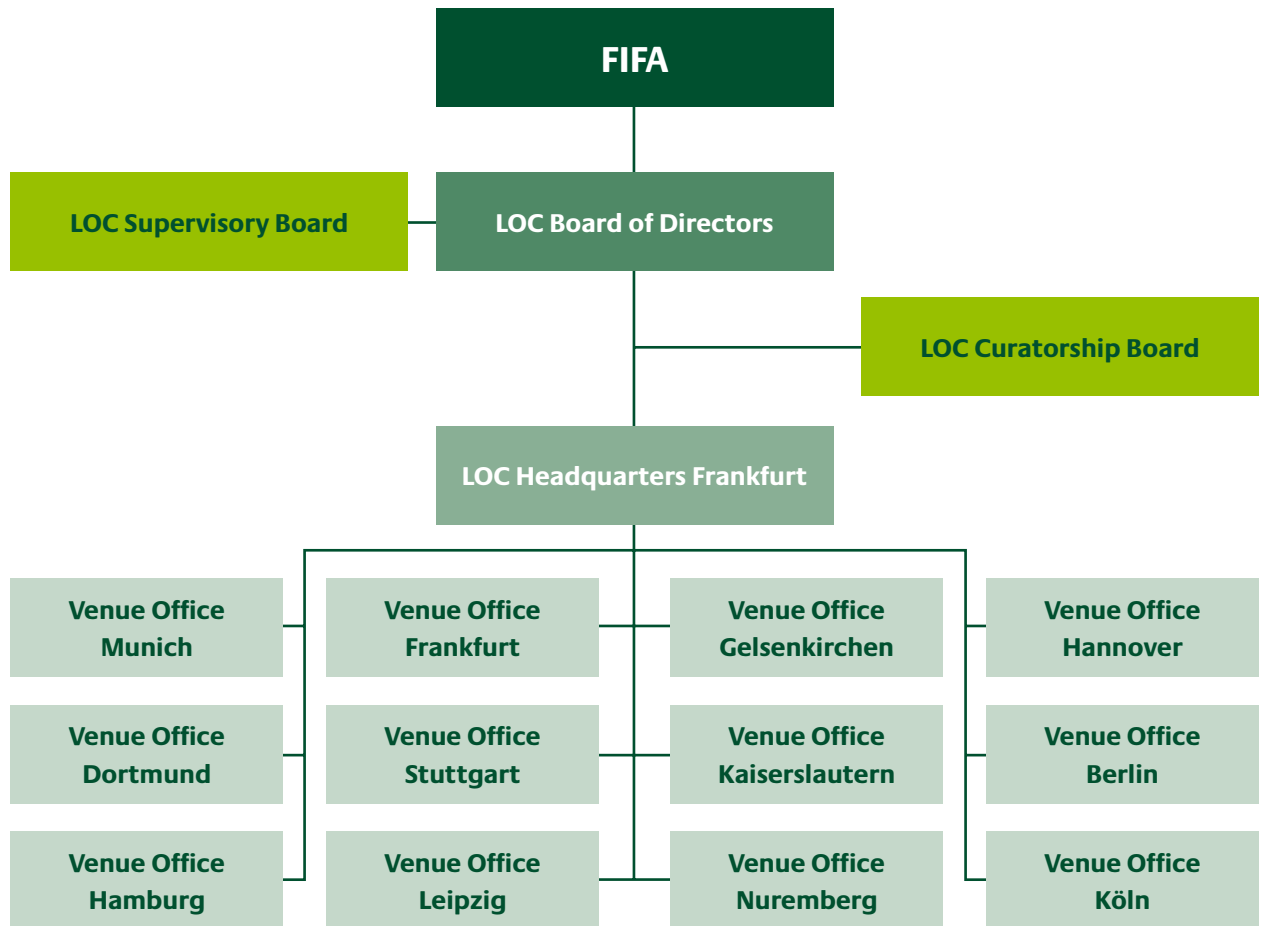
Ausgewählte Gremien

OK-Gremien	Vorsitz/Leiter	Mitglieder
OK-Präsidium	Präsident: Franz Beckenbauer	Vizepräsidenten des OK und Berater Präsidium
OK-Aufsichtsrat	Vorsitz: Gerhard Mayer-Vorfelder, Stellv. Vorsitz: Bundesminister Dr. Wolfgang Schäuble/ Bundesminister a. D. Otto Schily	DFB, DOSB, DFL, Infront Sports & Media AG, OBI AG
Präsidialausschuss des OK-Aufsichtsrates	DFB	DFB, DFL, DOSB, BMI
OK-Kuratorium	Manfred von Richthofen, Präsident des DSB	14 Persönlichkeiten aus Sport, Politik, Wirtschaft und Medien

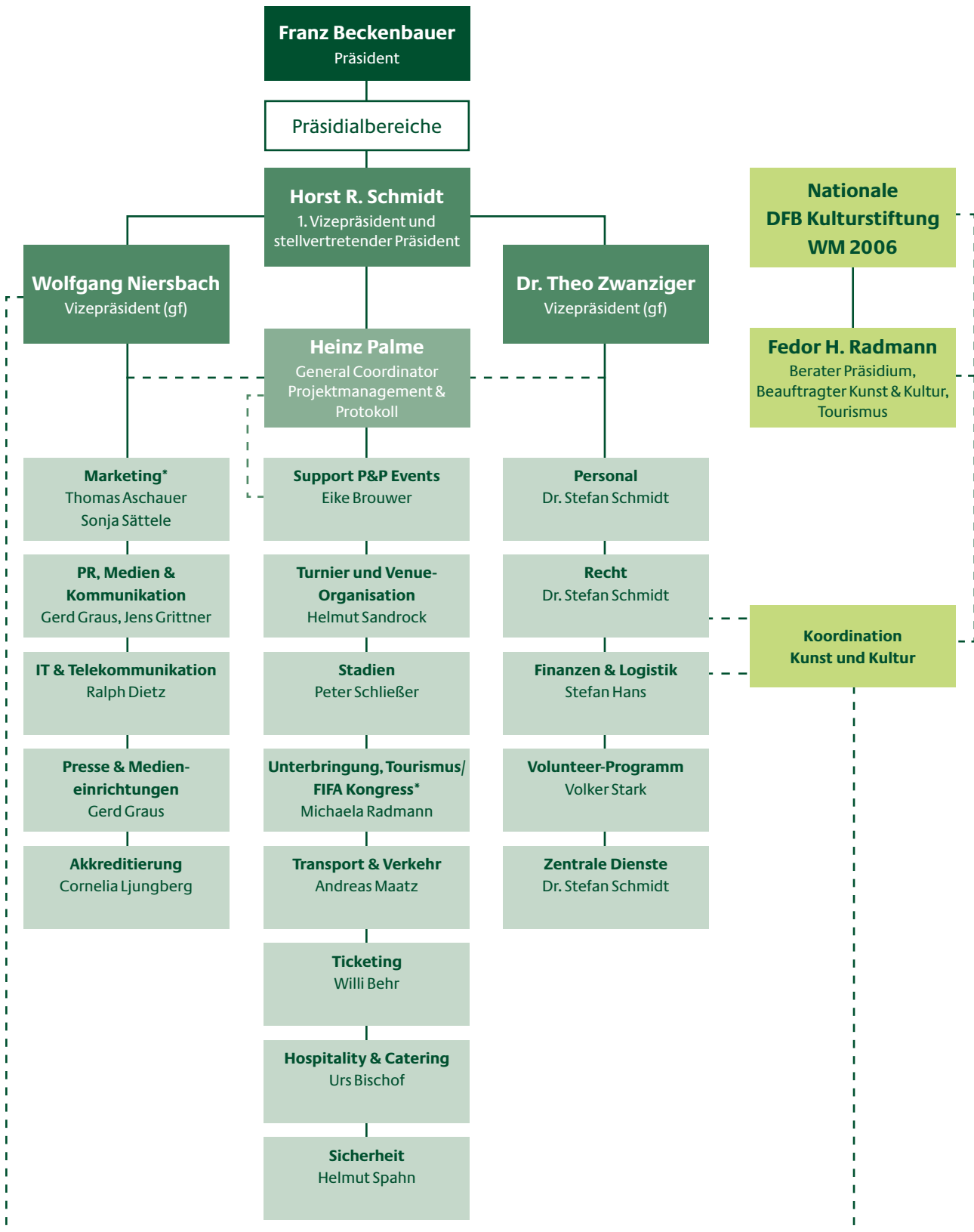
weitere Gremien	Vorsitz/Leiter	Mitglieder
Interministerieller Arbeitskreis (IMAK)	Vorsitz: BMI	Ressorts d. Bundesregierung, Bundeskanzleramt, Bundespräsidialamt, Bundespresseamt, OK, DFB Kulturstiftung, FC Deutschland GmbH, Invest in Germany GmbH, Deutsche Zentrale für Tourismus
Ständige Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder	routinierender Ländervorsitz	Innenminister und -senatoren der Bundesländer
Bund-Länder-Ausschuss WM 2006 (BLA)	Vorsitz: BMI	Der BLA bestand aus 56 Mitgliedern (u. a. Bundesregierung, alle Bundesländer, Bundeskriminalamt, Bundespolizei, Bundesnachrichtendienst, THW, OK).
Sportausschuss Deutscher Städtetag (DST)		55 Beigeordnete, Bürgermeister bzw. Oberbürgermeister aus allen Mitgliedsstädten des DST

weitere Gremien	Vorsitz/Leiter	Mitglieder
Arbeitsgruppe der WM-Städte im Deutschen Städtetag	Sprecher: Jürgen Kießling, Berlin, WM-Städtesprecher	Vertreter aller zwölf WM-Städte
Koordinierungsarbeitskreis Verkehr der Bundesländer und WM-Städte	Leitung: Dr. Karl-Geert Kuchenbecker, Partenheim, Sprecher und Koordinator der Bundesländer für Verkehr	Vertreter der Bundesländer und WM-Städte
Sportministerkonferenz der Länder (SMK)	routierendes Vorsitzland	Sportminister/-senator der Bundesländer
Sportreferentenkonferenz der Länder (SRK)	routierendes Vorsitzland	Sportreferenten der Bundesländer
Aufsichtsrat Nationale DFB Kulturstiftung gGmbH	Vorsitz: Staatsrat Dr. Göttrik Wewer, Bremen	BMI, MdB, Gesellschaftervertreter, Kulturstaatsminister
Arbeitsgruppe Tourismus / Gästeservice (Service- und Freundlichkeitskampagne)	Vorsitz: Klaus Läßle (BTW-Präsident)	u. a. OK, Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW), Bundesregierung, WM-Städte, Bundesländer, DZT, Die Bahn, ADAC
Beirat FC Deutschland GmbH	Vorsitz: Peter Zühlsdorff (Deutsche Industrie Holding)	Dr. Wolfgang Schäuble (Bundesminister des Innern), Otto Schily (Bundesminister des Innern a. D.), Dr. Michael Rogowski (Voith AG), Jürgen R. Thumann (Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie), Dr. Wulf H. Bernotat (E.ON AG)

Structure of the LOC FIFA World Cup 2006™



Organisationskomitee Deutschland



**Stab WM 2006****Daily Bulletin Nr. 1****12.06.2006**

Schlagzeilen des Tages

- o „Schwarz-Rot-Geil“ (BILD-Zeitung vom 12.06.2006)
- o „Deutschland - ein Fußball-Fest“ (FAS vom 11.6.2006)

WM-Spiele heute / Präsenz Bundesregierung

- o 15.00 Uhr: Australien - Japan (Kaiserslautern; BMF PSt Hendricks)
- o 18.00 Uhr: USA - Tschechische Republik (Gelsenkirchen; BMVBS Tiefensee)
- o 21.00 Uhr: Italien - Ghana (Hannover; BPräs Köhler, AA Steinmeier)

Wichtige WM-Termine heute

- o Botanischer Garten (Berlin)¹.

Das Wichtigste zu den bisherigen WM-Spielen

- o Deutsche Mannschaft gewinnt 4:2 gegen Costa Rica, Polen verliert 0:2 gegen Ecuador.
- o Überraschendes 0:0 von Trinidad-Tobago gegen Schweden.
- o Überwiegend Favoritensiege (England 1:0 gegen Paraguay, Argentinien 2:1 gegen Elfenbeinküste, Niederlande 1:0 gegen Serbien-Montenegro, Mexiko 3:1 gegen Iran und Portugal 1:0 gegen Angola).

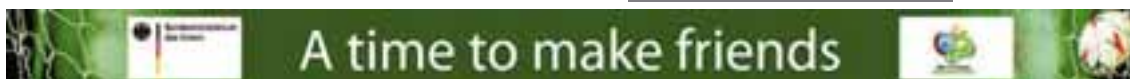
WM-relevante Ereignisse am Rande

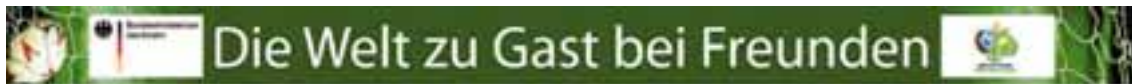
- o Bundespräsident Köhler eröffnete am Freitag Fußball-WM in München, Pfiffe für FIFA-Chef Blatter, Jubel für OK-Präsident Franz Beckenbauer. Eröffnungsfeier überzeugt.
- o WM-Stadien sehr gut gefüllt: Auslastung über 99 Prozent.
- o WM-Fan Feste (public viewings) überall erfolgreich bei sonnigem Wetter gestartet, keine Ausschreitungen, in Berlin 300.000 Zuschauer beim D-Spiel.
- o Quartier der deutschen Mannschaft im Grunewald (Berlin) von Fans und Reportern dicht umlagert.
- o NPD-Demo am Sonntag in Gelsenkirchen: 5.000 Gegendemonstranten, darunter Minister Müntefering und BT-Präsident Lammert.
- o Iran-Demo in Nürnberg mit 1.500 Menschen, mit Michael Friedmann, BY-Innenminister Beckstein und Grünen-Vorsitzender Roth - weiter Diskussion um möglichen Ahmadinedschad-Besuch in D.
- o Freundlichkeit und Gelassenheit der deutsche Gastgeber wird in internationalen Medien gelobt.
- o Vielerorten großartiges WM-Flair mit verkaufsoffenen Sonntagen.
- o WM-Stimmung in Deutschland steigt nach Sieg der Deutschen Elf, viele schwarz-rot -goldene Fahnen an Autos und in Fenstern. Über 20 Mio. TV-Zuschauer beim D-Spiel am Freitag.

¹ Kampagnen-Projekt „365 Orte im Land der Ideen“

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 0160-908 59 616

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de





Stab WM 2006

Daily Bulletin Nr. 2

13.06.2006

Schlagzeilen des Tages

- o „Es ballackt wieder“ (BILD-Zeitung vom 13.06.2006)
- o „Geben Sie Flaggen-Freiheit, Herr Präsident“ (B.Z. vom 13.06.2006)

WM-Spiele heute / vorgesehene Präsenz Bundesregierung /ausl. Staatsgäste

- o 15.00 Uhr: Südkorea - Togo (Frankfurt/M; BMI PSt Bergner; Han Myeong-Sook, Premierministerin Republik Korea)
- o 18.00 Uhr: Frankreich - Schweiz (Stuttgart; BMI Schäuble, BMWi Glos; Dr. Ivo Sanader, Ministerpräsident Kroatien)
- o 21.00 Uhr: Brasilien - Kroatien (Berlin; BK Merkel, BMJ Zypries, BMF Steinbrück, BMG Schmidt; Dominique de Villepin, Premierminister Frankreich)

Wichtige WM-Termine heute

- o Lange Uhren (Glashütte)¹.

Das Wichtigste zu den WM-Spielen vom Vortag

- o Australien besiegt Japan mit 3:1 in der Schlussphase: Japan war in der ersten Halbzeit in Führung gegangen, musste jedoch ab der 84. Minute noch drei Gegentreffer hinnehmen.
- o Die Tschechische Republik startet überzeugend in das WM-Turnier und besiegt die USA mit 3:0. Die Treffer erzielen die aus der Bundesliga bekannten Spieler Koller und Rosicky (2).
- o Der dreimalige Weltmeister Italien gewinnt seine Auftaktpartie gegen Ghana mit 2:0.

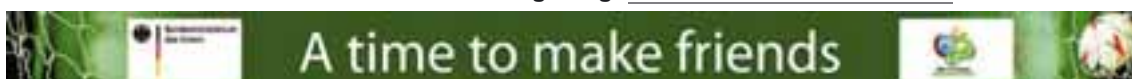
WM-relevante Ereignisse am Rande

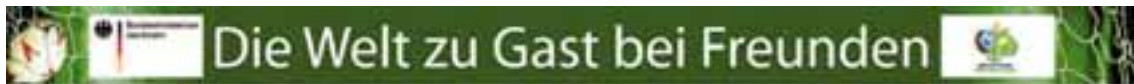
- o Bilder der Gastfreundschaft und Weltoffenheit dominieren die TV-Bilder. Ganz Deutschland feiert bei herrlichem Wetter ein Fußballfest.
- o Überall in den WM-Städten sind Fußballfans aus aller Welt anzutreffen. In Berlin prägen die gelben und grünen Shirts der Brasilianer das Stadtbild. Heute greift der amtierende Weltmeister Brasilien zum ersten Mal in das Turniergeschehen mit der Partie im Berliner Olympiastadion gegen Kroatien ein.
- o Die Befürchtung, größere Sitzplatzkontingente könnten bei WM-Spielen ungenutzt und damit leer bleiben, hat sich bisher nicht bewahrheitet.
- o Berliner Polizisten bitten den Polizei-Präsidenten, ähnlich wie bei vielen PKWs im Stadtbild die Dienstwagen mit Deutschland-Fahnen schmücken zu dürfen.
- o Michael Ballacks Wadenverletzung ist weitgehend verheilt. Der Nationalmannschaftskapitän wird voraussichtlich gegen Polen am 14.06. spielen.
- o Der deutsche Nationalspieler Robert Huth wechselt in der englischen Premier League vom FC Chelsea zum FC Middlesbrough.

¹ Kampagnen-Projekt „365 Orte im Land der Ideen“

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de



**Stab WM 2006****Daily Bulletin Nr. 2/ Seite 2 -****13.06.2006**

- o Der deutsche Trainer Otto Pfister zieht seine Demission zurück und betreut wieder das togolesische Team. Am Freitag, 9.6., war er wegen – nun beigelegter – interner Dissensen um Spielerprämien zurückgetreten.

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006**WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de**



Stab WM 2006

Daily Bulletin Nr. 3

14.06.2006

Schlagzeilen des Tages

- o „Wir sind ein Fußballvolk“ (Bonner Rundschau vom 14.06.2006)
- o „WM ohne Rassisten - Netzwerk von Fußballfans gegen Rassismus ist mit WM-Start zufrieden“ (Die Tageszeitung vom 14.06.2006)
- o „Gutes Klima“ zum Green Goal-Konzept der WM (Frankfurter Rundschau vom 14.06.2006)

WM-Spiele heute / vorgesehene Präsenz Bundesregierung /ausl. Staatsgäste

- o 15.00 Uhr: Spanien - Ukraine, Leipzig: ChBK de Maizière; Kronprinz Felipe (Spanien), Präsident Juschtschenko (Ukraine)
- o 18.00 Uhr: Tunesien - Saudi Arabien, München: BMG PSt Schwanitz, Abdallah Kaabi (Sportminister Tunesien)
- o 21.00 Uhr: Deutschland - Polen, Dortmund: Bundespräsident Köhler, Bundeskanzlerin Merkel, Bundesminister Schäuble, Steinbrück, Glos, Jung, Gabriel, Staatspräsident Kaczynski sowie div. Minister aus Polen.

Wichtige WM-Termine heute

- o 20.00 Uhr: „New Media and beyond“, Show-Vorführung im CinemaxX-Kino am Potsdamer Platz in Berlin: Weltpremiere visionärer digitaler Technik, zu der die Standortmarketingagentur des Bundes „Invest in Germany“ und „Deutschland – Land der Ideen“ einladen.
- o Beginn der RoboCup-Weltmeisterschaft 2006 in Bremen (bis zum 18.06.2006)
- o Bäuerliche Erzeugergenossenschaft Schwäbisch Hall (BESH)¹.

Das Wichtigste zu den WM-Spielen vom Vortag

- o Republik Korea - Togo in Frankfurt: Korea dreht das Spiel nach 0:1-Halbzeitrückstand und gewinnt 2:1 gegen das vom umstrittenen deutschen Trainer Otto Pfister betreute Togo.
- o Frankreich - Schweiz in Stuttgart: 0:0 der beiden Gruppenfavoriten, Frankreich enttäuscht.
- o Brasilien - Kroatien in Berlin: Glückliches 1:0 der Selecao durch Kaka-Tor.

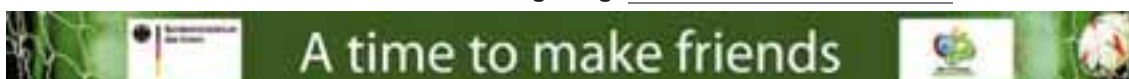
WM-relevante Ereignisse am Rande

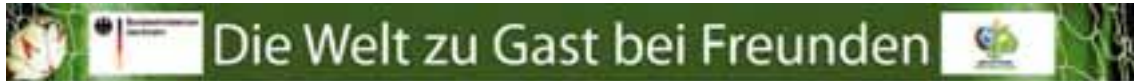
- o 250.000 Fans aus aller Welt feiern auf Fan-Meile Berlin Spiel Brasilien-Kroatien.
- o Im Stadion überwand ein kroatischer Fan die Absperrungen und betrat während des Spiels das Spielfeld.
- o Großes mediales Interesse am Thema Patriotismus aufgrund der mit vielen schwarz-rot-goldenen Fahnen zum Ausdruck kommenden WM-Freude.

¹ Kampagnen-Projekt „365 Orte im Land der Ideen“

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de

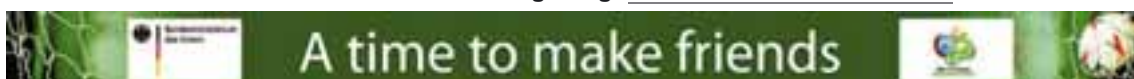


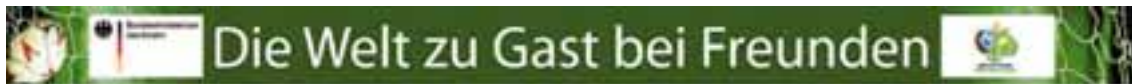
**Stab WM 2006****Daily Bulletin Nr. 3/Seite 2 -****14.06.2006**

- o Deutschland kann heute durch Sieg vorzeitig ins Achtelfinale einziehen, Polen scheidet bei Niederlage bereits aus. Schießen die gebürtigen Polen in der deutschen Nationalmannschaft (Podolski und Klose) Polen aus der WM?
- o Polizei sieht sich vor möglichen Hooligan-Auseinandersetzungen nach Spiel D-Polen gut gerüstet.
- o Diskussion über Tickets und Schwarzmarkt: OK-Vizepräsident Niersbach: „Es gibt Regeln auf dem Papier und es gibt die Realität“.
- o Jan Koller (Tschechien, Ex-Borussia Dortmund) fällt wegen Verletzung für die weiteren Vorrundenspiele aus.

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de





Stab WM 2006

Daily Bulletin Nr. 4

15.06.2006

Schlagzeilen des Tages

- o „Hilfe, unsere Nerven“ (Bild vom 15.06.2006)
- o „Nach Siegtor in der Nachspielzeit steht Fußball-Deutschland Kopf“ (FAZ vom 15.06.2006)
- o „Hossa, war das verdient!“ (Süddeutsche Zeitung vom 15.06.2006)

WM-Spiele heute / vorgesehene Präsenz Bundesregierung /ausl. Staatsgäste

- o 15.00 Uhr: Ecuador – Costa Rica, Hamburg: BM'in von der Leyen; Oscar Arias (Staatspräsident Costa Rica)
- o 18.00 Uhr: England – Trinidad & Tobago, Nürnberg: BM Steinmeier; George Maxwell Richards (Staatspräsident Trinidad & Tobago), Richard Caborn (Sportminister Großbritannien), Prinz Haji Al-Muhtadee Billah (Kronprinz von Brunei)
- o 21.00 Uhr: Schweden - Paraguay, Berlin: BM'in Wieczorek-Zeul

Wichtige WM-Termine heute

- o Gemeinde Seehausen am Staffelsee: Fronleichnamsprozession¹.

Das Wichtigste zu den WM-Spielen vom Vortag

- o Spanien – Ukraine 4:0. Höchster Sieg im WM-Turnier.
- o Saudi Arabien – Tunesien 2:2 unentschieden. Überraschender Punktgewinn von Saudi Arabien gegen den Afrikameister von 2004.
- o Deutschland – Polen 1:0. Tor in der letzten Minute durch Neuville. Mit zwei Siegen aus zwei Spielen ist der Einzug ins Achtelfinale so gut wie sicher.

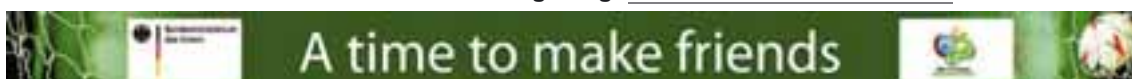
WM-relevante Ereignisse am Rande

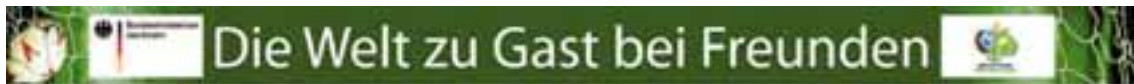
- o Alle 32 WM-Teams haben seit gestern mindestens eine Partie beim Turnier gespielt. Überzeugen konnten vor allem Spanien, Tschechien, Argentinien und die Niederlande.
- o In Dortmund 300 Personen in Polizeigewahrsam: Aufgrund von Krawallen in der Dortmunder Innenstadt (Friedensplatz und Alter Markt) und zahlreichen Störerhandlungen vor und nach der Partie Deutschland – Polen wurden mehr als 300 Personen dem Polizeigewahrsam zugeführt. Dabei handelt es sich überwiegend um Deutsche, weiterhin um polnische Staatsangehörige und vereinzelt um Personen aus anderen Staaten. Die Ermittlungen dauern an.
- o Hunderttausende jubelnder deutscher Fans sorgten in der Nacht vom 14. zum 15.06. für ein Verkehrschaos in der Berliner Innenstadt. Die BVG musste sieben Nachtbuslinien umleiten.
- o Der 20-jährige kroatische Fan, der beim Spiel Brasilien – Kroatien am 13.06. die Absperrungen überwand und das Spielfeld betrat, wurde am 14.06. durch das Amtsgericht Tiergarten (Berlin) im Rahmen eines beschleunigten Verfah-

¹ Kampagnen-Projekt „365 Orte im Land der Ideen“

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de



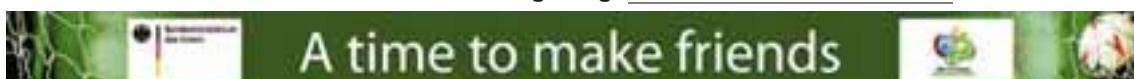
**Stab WM 2006****Daily Bulletin Nr. 4/Seite 2 -****15.06.2006**

rens wegen Körperverletzung und Hausfriedensbruch rechtskräftig zu einer Geldstrafe in Höhe von 20 Tagessätzen zu je sieben Euro verurteilt. Der Angeklagte wurde aus dem Gewahrsam entlassen.

- o Zweiter Flitzer bei der WM: Bei der Partie Saudi Arabien – Tunesien gelang es unmittelbar vor Beginn der 2. Halbzeit einem tunesischen Fan, sich unbefugt auf das Spielfeld zu begeben. Er konnte nach ca. einer Minute von Ordnern vom Spielfeld geführt werden.

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de





Stab WM 2006

Daily Bulletin Nr. 5

16.06.2006

Schlagzeilen des Tages

- o „Loveparade in Schwarz-Rot-Gold“ (FAZ vom 16.06.2006)
- o „Gute-Laune-Patriotismus“ (FR vom 16.06.2006)
- o „Flitterwochen“ (Tagesspiegel vom 16.06.2006)

WM-Spiele heute / vorgesehene Präsenz Bundesregierung /ausl. Staatsgäste

- o 15.00 Uhr: Argentinien – Serbien und Montenegro, Gelsenkirchen: Chef BK de Maizière
- o 18.00 Uhr: Niederlande – Elfenbeinküste, Stuttgart: BM'in Schavan, BM Tiefensee, Prinzessin Astrid (Belgien), Prinz Pieter-Christiaan (Niederlande), Regierungschef Liechtenstein Otmar Hasler
- o 21.00 Uhr: Mexiko – Angola, Hannover: BM'in von der Leyen sowie Ministerdelegation aus Mexiko

WM-Spiele vom kommenden Wochenende / vorgesehene Präsenz Bundesregierung /ausl. Staatsgäste

- o **Samstag, 17. Juni 2006:**
- o 15.00 Uhr: Portugal – Iran, Frankfurt/M.: BM'in Zypries, Vizepräsident Iran (verantwort. für Sport) Aliabadi, Präsident EU-Kommission José Manuel Barroso, Staatspräsident Portugal Cavaco Silva, Außenminister Portugal Freitas do Amaral
- o 18.00 Uhr: Tschechische Republik – Ghana, Köln: BM Müntefering, BM'in Schmidt, Ministerpräsident Tschechische Republik Jiri Paroubek, EU-Kommissar Spidla
- o 21.00 Uhr: Italien – USA, Kaiserslautern: BM Jung, Premierminister Italien Romano Prodi, Sportminister Luxemburg Jannot Krecke
- o **Sonntag, 18. Juni 2006:**
- o 15.00 Uhr: Japan – Kroatien, Nürnberg: BM Steinmeier, Außenministerin Kroatien Kolinda Grabar-Kitarovic, Innenminister Kroatien Ivica Kinn, Japan. Prinzessin Takamado
- o 18.00 Uhr: Brasilien – Australien, München: Chef BPA Wilhelm, Sportminister Australien Rod Kemp
- o 21.00 Uhr: Frankreich – Republik Korea, Leipzig: BM Tiefensee, EU-Kommissar Barrot

Wichtige WM-Termine heute

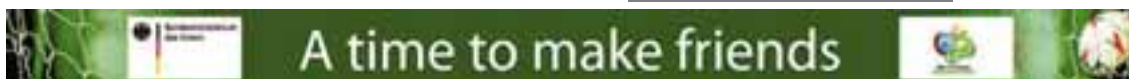
- o Fr., 16.06.2006: Glashütte Valentin Eisch (Frauenau), Weinprobe¹.
- o Sa., 17.06.2006: Leipziger Baumwollspinnerei, Spinnerei-Fest¹.
- o Sa., 17.06.2006: BallGefühl, OpenAir Inszenierung (Dortmund)².

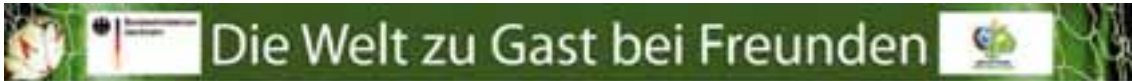
¹ Kampagnen-Projekt „365 Orte im Land der Ideen“

² Beitrag zum offiziellen Kunst- und Kulturprogramm der Bundesregierung zur FIFA WM 2006

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de



**Stab WM 2006****Daily Bulletin Nr. 5/Seite 2 -****16.06.2006**

- o So., 18.06.2006, Deutsches Spiele-Archiv (Marburg), Lange Nacht der Spiele¹.

Das Wichtigste zu den WM-Spielen vom Vortag

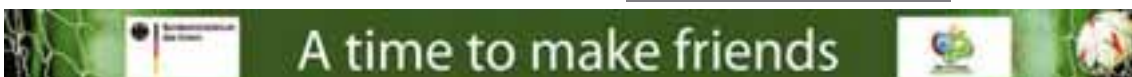
- o Ecuador – Costa Rica: Nach 3:0 Sieg sind Ecuador und D für das Achtelfinale qualifiziert, Costa Rica und Polen damit aus WM ausgeschieden.
- o England – Trinidad & Tobago: England siegt durch späte Tore 2:0 und qualifiziert sich damit ebenfalls für das WM-Achtelfinale.
- o Schweden – Paraguay: 75.000 Schweden in Berlin, davon 47.000 im Olympiastadion sehen 1:0 Sieg durch Tor von Ljungberg in der 89. Minute. Paraguay damit ausgeschieden.

WM-relevante Ereignisse am Rande

- o WM-Stimmung im Lande weiterhin super. Medien berichten über neues deutsches Selbstbewusstsein ohne Deuschtümelei.
- o GEW verteilt Broschüre „Argumente gegen das Deutschlandlied“ - scharfe Kritik daran von Vertretern aus Sport und Politik.
- o Auslastung der Stadien liegt bei 99,93 Prozent. OK: „Das schafft nicht einmal die Bundesliga, wenn alle Spiele als ausverkauft gemeldet werden.“
- o 429 Personen in Dortmund am Rande des Spiels D-Polen von Polizei in Gewahrsam genommen. Lob von FIFA und OK für umsichtigen Polizeieinsatz.
- o Demo „Präsident Ahmadinedschad - Zu Gast bei Freunden!“ in Frankfurt/Main verboten, iranische Auslandsopposition plant Aktivitäten am Rande des Spiels Portugal-Iran (Samstag in Frankfurt/M.).

Ansprechpartner: WM-Koordinator der Bundesregierung Jürgen Rollmann, Tel. 030/ 3981-2006

WM-Internetseite der Bundesregierung: www.wm2006.deutschland.de



WM-Arbeitsebene innerhalb der Bundesregierung und Partner

Stab WM 2006 im BMI	
Leiter und WM 2006-Koordinator der Bundesregierung	Jürgen Rollmann
Mitarbeiter/innen	Bernd-Uwe Hermann (stellv. Leiter), Thomas Castens, Dr. Andreas Klump, Arne Reinbold, Dr. Manfred Scheffler, Petra Polzenhagen, Carola Meliß, Heike Giese
Kooperierte Abteilungen:	
Haushalt	Dr. Manfred Schmidt
Öffentlichkeitsarbeit	Dr. Joseph Dolezal, Kerstin Moll, Dieter Langfeld
Presse	Christian-Günther Sachs
Protokoll-Inland	Christian König, Dirk Vorkenfeld
Zusammenarbeit Stab WM 2006 im BMI/Geschäftsbereich:	
Stab Sicherheit WM 2006	Dr. Gregor Rosenthal (Leiter), Willy Kösling (stellv. Leiter)
Nationales Informations- und Kooperationszentrum (NICC)	Reiner Piper
Sportabteilung	Klaus Pöhle
Bundesinstitut für Sportwissenschaft (BiSP)	Jürgen Fischer
Bundeszentrale für Politische Bildung	Raul Gersson, Daniel Kraft

Ansprechpartner der Ressorts:	
Bundespräsidialamt	Waltraud Breitenfeld, Thomas Elsner
Bundeskanzleramt	Joachim Krannich, Rita Keidel
Auswärtiges Amt	Peter Dettmar, Jürgen Christian Mertens, Renko Thiemann, Norbert Riedel, Achim Leidl, Beate Schöneburg, Kristina v. Taube, Thomas Eberhardt Knaus
Bundesministerium der Justiz	Dr. Jutta Kemper
Bundesministerium der Finanzen	Ulrich Piechowski, Roland Halbig, Franco Bettin, Olaf Mietzner
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie	Dr. Helmut Krüger, Dr. Marion Weber, Manfred Rupprich, Reinhard Krause
Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucher- schutz	Ralph Schmidt, Bernd Schwang
Bundesministerium der Verteidigung	Jörg Jesse
Bundesministerium für Arbeit und Soziales	Dr. Susanne Blancke
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend	Hans-Peter Bergner
Bundesministerium für Gesundheit	Tobias Martin, Andreas Schoppa
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung	Peter Lang
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit	Sigrid Hockamp-Mack
Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung	Josef Simon, Sabine Zillig
Bundesministerium für Bildung und Forschung	Lutz Schmidt, Rüdiger Wolf
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	Anita Dicke, Lisa Kirfel-Rühle
Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien	Norbert Niclauß
Bundespresseamt	Heribert Adelt, Gerald Wagner, Mario Ammann, Christine Zastrow

weitere Ansprechpartner (Auswahl):	
Nationale DFB Kulturstiftung gGmbH	Dr. Volker Bartsch, Monique Jajo, Judith Hehne
Artevent GmbH	Robert Hofferer, Christian Bauer
FC Deutschland GmbH	Mike de Vries, Thomas Hüser, Steffi Würzig
Deutsche Zentrale für Tourismus	Norbert Tödter, Nicola Pattberg, Christine Thalhammer
Invest in Germany GmbH	Gerhart Maier, Dr. Rainer Müller, Matthias Jung
Koordinationsstelle Fan-Projekte	Thomas Schneider, Michael Gabriel

Impressum

Herausgeber

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung
11044 Berlin

Stand

November 2006

Text/Redaktion

Stab WM 2006
Bundesministerium des Innern
10559 Berlin

Bildnachweis

Auswärtiges Amt; Bundesministerium des Innern;
Bundesministerium der Finanzen; Bundesministerium der
Verteidigung; Bundesministerium für Verkehr, Bau und
Stadtentwicklung; Bundesministerium für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung; Presse- und Informa-
tionsamt der Bundesregierung; Bundesagentur für Arbeit;
Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung;
Bundeszentrale für politische Bildung; Deutsche Bahn AG;
Deutsche Tourismus Zentrale; Deutscher Fußballbund;
DFB Kulturstiftung; FC Deutschland GmbH;
Invest in Germany GmbH; Organisationskomitee der
Fußballweltmeisterschaft 2006; streetfootballworld;
Telekom AG.

Weitere Fotos: S.15 Steffen Kugler/dpa; S.25 Valery Hache/
AFP/ddp; S.27 Agentur wedo; S.44 (links) Jürgen Henkel-
mann/artur; S.53 Miguel Villagran/dpa;
S.54 (oben) Adenis/GAFF/laif; S.54 (unten) Ronald Wittek/
dpa; S.64 Michael Hanschke/dpa; S.66 Jürgen Christ;
S.72 Kay Nietfeld/dpa; S.74 Peer Grimm/dpa;
S.86 Roland Magunia/ddp; S.87 Oliver Lang/ddp;
S.97 Ralph Lueger; S.98 Rainer Jensen/dpa;
S.99 Bernd Settnik/dpa; S. 191 Jost/archivberlin;
Cornelius Paas/Das Fotoarchiv; Daniel Kölsche/
photoplexus; Luftbild-Pressefoto/archivberlin;
S. 192 Bildagentur Hamburg/Henning Kramer;
euroluftbild.de/VISUM; euroluftbild.de/VISUM;
Luftbild-Pressefoto/archivberlin; S. 193 Helga Lade
Fotoagentur GmbH; Martin Storz; euroluftbild.de/VISUM;
euroluftbild.de/VISUM

Druck

Druckerei Arnold
14979 Großbeeren

Gestaltung

UVA Kommunikation und Medien GmbH
14482 Potsdam

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit
der Bundesregierung. Sie wird kostenlos abgegeben und
ist nicht zum Verkauf bestimmt.