

Fußball WM

Ziele Stadtmarketing

- Marktplatz/Innenstadt als Treffpunkt etablieren
- Offenburg Innenstadt für junge Menschen attraktiv machen
- überregionale Ausstrahlung Offenburg = Event-Stadt
- Marktplatzatmosphäre nutzen = Stadion
- Angebot, die Spiele in Stadion-Atmosphäre zu erleben

Zielgruppe für Stadtmarketing

- Fußball-Begeisterte aus Offenburg und Umgebung
- „Party-Fans“

Stärken/Chancen	Risiken/Schwächen Zunahme von
<ul style="list-style-type: none"> - Magnetwirkung der Veranstaltung - Imagegewinn für Offenburg - befriedigt „Partybedürfnis“ – „Muss“-Veranstaltung - Umsatzsteigerung für Gastronomie - Event über längeren Zeitraum - Verankerung im Bewusstsein Offenburg = Treffpunkt - Integration von Bevölkerungsgruppen - positiver Umgang mit Nationalgefühl - gute Kooperation mit der Polizei 	<ul style="list-style-type: none"> - Sicherheit – „Randle-Gruppen“ - Lärmbelästigung für Anwohner - Voller Marktplatz – Kapazitätsgrenze = „Chaos“ – Fluchtwege/Rettungsprobleme (insb. bei hohen Temperaturen) - Alkoholmissbrauch insbes. Jugendliche (Mitbringen hochprozentiger Getränke) - Alkohol + Randle außerhalb Marktplatz – Security-Bereich - Autokorso (Risiken + Lärm) - Kosten/Zuschußbedarf ca 25.000 € - Sponsorengewinnung schwierig - Kostenrisiko – 50.000 € - Präsentation Dt. Nationalmannschaft Ausscheiden/Weiterkommen <p>Erfolg hängt vom Abschneiden der deutschen Mannschaft ab; und von der Sponsorengewinnung, aufgrund der wirtschaftlichen Situation nicht ganz unproblematisch. Im ungünstigen Fall kann das Kostenrisiko bei ca. 50.000 € liegen.</p>