



Die FIFA WM 2006™ Tour

- Als Countdown zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006 veranstalten die FIFA und das lokale Organisationskomitee eine außergewöhnliche Tour durch alle 16 deutschen Bundesländer. Als Dankeschön an die Bevölkerung, die vielen Fans und die zahlreichen ehrenamtlich tätigen Menschen, möchten die FIFA und das OK damit die FIFA WM 2006 auch in die Regionen tragen, die nicht Spielort sein werden. Den Höhepunkt der Veranstaltung bildet die erstmalige öffentliche Präsentation des echten FIFA WM-Pokals, der nicht nur bewundert werden kann. Als einmalige Erinnerung können sich die Besucher mit dem Allerheiligsten des Weltfußballs auch ablichten lassen.
- Die FIFA WM 2006 Tour führt vom 11. April bis zum 26. Mai 2006 durch 21 Städte aller DFB-Landesverbände.
- Generell sind zentrale öffentliche Plätze in den Städten als Veranstaltungsorte der jeweils eintägigen FIFA WM Tour 2006 vorgesehen.
- Die Tour dient der FIFA als Plattform für die Kommunikation ihrer Ziele und Werte sowie der Promotion ihrer Veranstaltungen und Symbole wie beispielsweise des FIFA WM-Pokals, des Offiziellen Maskottchens oder der Wohltätigkeitskampagne „6 Dörfer für 2006“. Natürlich werden auch die Partner der FIFA diese Kommunikationsplattform nutzen und mit dabei sein.
- Das Organisationskomitee der FIFA WM 2006™ nutzt die Tour zur Würdigung und Anerkennung aller ehrenamtlich tätigen Mitglieder und deren Leistungen in allen Organisationen.

Die Bestandteile der Veranstaltungen

Die Welpokal-Show

- Die Tour durch Deutschland ist einzigartig, da der echte FIFA WM-Pokal bislang nur bei der Siegerehrung zu bestaunen und in den Jahren zwischen den Turnieren praktisch nie zu sehen war. Während der Tour wird der von dem Italiener Silvio Gazzaniga erschaffene und erst kürzlich restaurierte Pokal auf eindrucksvolle Weise einer breiten Öffentlichkeit präsentiert. In einer rund achtminütigen Videovorführung werden der Pokal und seine Bedeutung in der Welt des Fußballs entsprechend dargestellt.
- Seit Beginn des Jahres präsentiert die FIFA gemeinsam mit ihrem Partner Coca-Cola diese Videoshow und den echten WM-Pokal in verschiedenen Ländern der Welt. Nach einem erfolgreichen Start in fünf afrikanischen Ländern reiste der FIFA WM-Pokal nach Südamerika und wird in Kürze in Asien zu sehen sein. Insgesamt 28 Länder wird der Pokal bereist haben, bevor er erstmals am 11. April 2006 auch der Öffentlichkeit in Deutschland zugänglich gemacht wird.
- Die Begeisterung und Freude über den „Besuch“ des FIFA WM-Pokals sind riesengroß. Bei ähnlichen Reisen der FIFA WM-Trophäe vor den Endrunden-Turnieren 1998 in Frankreich sowie 2002 in Japan und Korea war immer nur eine Replika des echten Pokals zu sehen. Das goldene Original wurde bisher nur sehr begrenzt vor allem im Rahmen der Auslosungen sowie bei der Eröffnung und dem Finale der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft eingesetzt.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





- Der FIFA WM-Pokal ist ein Wanderpreis. Er ist laut Reglement Eigentum der FIFA, darf vom Gewinner der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ aber eine Zeit lang behalten werden, bevor dieser eine vergoldete Nachbildung erhält. Der echte FIFA WM-Pokal ist 36,8 Zentimeter groß, 6175 Gramm schwer und aus 18-karätigem Massivgold. Im Sockel sind zwei Kränze von Malachit-Halbedelsteinen eingelegt, während auf dem Sockel alle Weltmeister seit 1974 eingraviert sind.

Ehrenamts-Kampagne

- Im Vorfeld der FIFA WM 2006™ hat das Organisationskomitee bereits sehr erfolgreiche Kampagnen mit Schulen, Vereinen und zum Umweltschutz realisiert. Nun werden mit speziellen Aktionen und Informationen die Bedeutung des Ehrenamts im Fußball und die Leistungen der ehrenamtlich tätigen Vereins- und Verbandsmitglieder sowie anderer Organisationen besonders hervorgehoben.
- In eigens angefertigten Ausstellungsmodulen werden unterschiedliche Aspekte des Ehrenamts in verschiedenen Inszenierungen von Texttafeln über Video-Produktionen und interaktive Terminals bis zu Spielformen dargestellt.
- Facetten des Ehrenamts, Motivation zum Ehrenamt, der Dank erfolgreicher Spieler an ehemalige Trainer oder Betreuer, Aktionen des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) zum Ehrenamt, die Volunteers bei der FIFA WM 2006 und die Aufforderung zum Ehrenamt – dies sind einige der Themen, die in den insgesamt zehn Modulboxen der Kampagne abgebildet werden

Eine Stadt spielt Fußball

- Natürlich kommt das aktive Spiel bei der FIFA WM 2006 Tour nicht zu kurz: Den ganzen Tag über wird auf dem Streetsoccer-Court ein ununterbrochenes Match ausgetragen.
- Die Besetzung der Mannschaften wird ständig wechseln. In bestimmten Zeitfenstern spielen unterschiedliche 8er-Teams gegeneinander, z.B. Familien, Freizeit-Mannschaften usw. Bewerbungen nehmen die Landesverbände entgegen.

GOLEO VI

- Erstmals in der Geschichte ist 2006 das Offizielle Maskottchen einer FIFA WM eine sprechende, handelnde, sich tatsächlich bewegende und zudem kommunizierende Figur, die das Potential zu einem Medien-Star hat. Musik wird als eine emotionale Plattform genutzt, um gute Stimmung bei der FIFA WM 2006 und den Fan-Festen zu erzeugen. Zudem setzt sich GOLEO VI sehr stark für Kinder ein und unterstützt mit aller Kraft die offizielle WM-Wohltätigkeits-Kampagne „6 Dörfer für 2006“, die die FIFA gemeinsam mit den SOS Kinderdörfern ins Leben gerufen hat.
- Die FIFA freut sich darüber, dass GOLEO VI sich zu einem echten Zugpferd für das Publikum entwickelt und entscheidend dazu beitragen wird, Deutschland zur FIFA WM 2006 in eine veritable Feier-Zone zu verwandeln, indem er Zuschauer und Fans zum Mitsingen und Tanzen animiert. GOLEO wird bei der Tournee u.a. als Entertainer im Rahmen des Bühnenprogramms auftreten.
- Der erste „GOLEO-Song“, (Love Generation) erreichte Platz eins der deutschen Charts und der nächste Song ist kurz vor der Fertigstellung. Im April wird ein ganzes Album auf dem Markt kommen und natürlich wird diese Musik auch bei den Tour-Stationen immer wieder zu hören sein.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





Offizielle Wohltätigkeitskampagne zur FIFA WM

- Die offizielle Wohltätigkeitskampagne zur FIFA WM in Deutschland heißt „6 Dörfer für 2006“ und wurde gemeinsam von der FIFA und den „SOS Kinderdörfern“ ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist es, bis zum Ende der FIFA WM 2006 genügend Mittel gesammelt zu haben, dass sechs neue Kinderdörfer auf alle Kontinente verteilt gebaut und sechs Jahre lang unterhalten werden können. Hierfür werden 18 Millionen Euro benötigt und auch während der FIFA WM Tour wird für diese tolle Aktion geworben.

Gaming Zone

- Es ist geplant, Spielzonen zu installieren, in denen das elektronische FIFA06 Spiel von EA Sports auf der Xbox 360 gespielt werden kann. Über einen speziellen Bildschirm können die Spiele auch live auf der Bühne gespielt verfolgt werden.

Länder-Programm

- Es ist vorgesehen, bei jedem der 21 Stopps die Aktivitäten ganz speziell einem oder mehreren für die FIFA WM 2006 qualifizierten Länder zu widmen. Bei der konkreten Umsetzung dieser Idee, die ganz im Sinne des WM-Mottos „Die Welt zu Gast bei Freunden“ steht, freuen sich die FIFA und das OK besonders auch auf die Ideen und die Mitwirkung der jeweiligen Stadt.

Partner-Aktivitäten

- Natürlich sind auch die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer mit bei der Tour. Von Ausstellungen über Informationsstände bis hin zu Gewinnspielen, Unterhaltungsprogrammen und Showeinlagen auf der Bühne werden sie zur Attraktivität der ganzen Tour beitragen.
- Karstadt-Quelle wird mit einem mobilen Offiziellen FIFA WM 2006-Shop den Zuschauern die Möglichkeit bieten, Souvenir- und Fanartikel zu erwerben.

Weitere Aktivitäten

- Prominente Spieler und die WM-Botschafter werden nach Möglichkeit in das Tournee-Programm integriert.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





FIFA WM-Pokal tourt durch Deutschland

Um ihn dreht sich alles im Fußball-Sommer 2006, er ist das Objekt der Begierde, der Kapitän des neuen Weltmeisters wird ihn nach dem Endspiel am 9. Juli in Berlin in die Höhe recken: Der goldene FIFA-WM Pokal. Doch die Fans können diese einzigartige vom Italiener Silvio Gazzaniga gestaltete Trophäe schon vorher aus nächster Nähe bestaunen. Ab dem 11. April bis Ende Mai begibt sich der echte FIFA WM-Pokal auf seine erste Tournee durch Deutschland.

21 Stationen, meist abseits der Spielorte bei allen 21 Landesverbänden des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) in allen 16 Bundesländern, umfasst die Reise: „Indem die Tour das Allerheiligste des Weltfußballs zu den Fans trägt, ist diese Veranstaltung ein Tribut an die Fans und ihren einzigartigen Beitrag zum Fußball. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit dem OK bei der FIFA WM 2006 Tour und fiebern dem Auftakt entgegen“, betont FIFA-Präsident Joseph S. Blatter.

Aktionstage auf den zentralen Plätzen der Städte sollen alle Fußball-Begeisterten auf das Sportereignis des Jahres einstimmen. Damit aber nicht genug: Das Organisationskomitee der FIFA WM 2006 bedankt sich mit einer spektakulären Kampagne bei allen ehrenamtlich tätigen Helfern in Deutschland. „Viele Tausende leisten unschätzbare Arbeit an der Basis in den Vereinen, in den Kreisen und den Landesverbänden. Ihnen sagen wir mit dieser Aktion ein herzliches ‚Dankeschön‘“, kündigt OK-Präsident Franz Beckenbauer an.

Ohne das Engagement dieser „Überzeugungstäter“ im besten Sinne ist der organisierte Fußball nicht vorstellbar, hätte manche Karriere großer Spieler nicht statt gefunden, wäre letzten Endes eine Weltmeisterschaft nicht durchzuführen. Dies dokumentiert der Slogan der Tour: „Ehrensache: Wir sind dabei“.

Bühnenshows, Informationsprogramme, Kleinfeldfußball, interaktive Module und natürlich der kostbare goldene und schwer bewachte, zum ersten Mal überhaupt in Deutschland öffentlich zugängliche echte FIFA WM-Pokal, mit dem die Fans sich fotografieren lassen können, werden beim Publikum in den Orten von Trier bis Cottbus und von Freiburg bis Lübeck WM-Laune entfachen.

Prominente Gäste werden aus ihrem Fußballer-Leben berichten und auch darüber, wie sie als Jugendliche bei ihrem Heimatverein entdeckt wurden – häufig genug von einem ehrenamtlich tätigen Hobbytrainer, der auf diese Weise stellvertretend für unzählige Andere die Anerkennung seiner Arbeit erfährt.

Beginnen wird die Tournee am 11. April in Freiburg ganz im Südwesten Deutschlands. Zuvor noch möchte Franz Beckenbauer als Präsident des Organisationskomitees gemeinsam mit der FIFA die Repräsentanten aller zu besuchenden Städte und der Landesverbände zu einer großen Auftaktveranstaltung versammeln. Das rasant steigende WM-Fieber wird bis zum Finale der FIFA WM 2006 Tour am 26. Mai in Hamburg alle Winkel der Bundesrepublik erreichen.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





Der FIFA WM-Pokal

Anfang der 70er-Jahre musste die FIFA für die 10. FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ im Jahr 1974 in Deutschland eine neue Trophäe in Auftrag geben. Der ursprüngliche, nach dem ersten FIFA-Präsident benannte Jules Rimet-Pokal, ging nämlich 1970 nach Brasiliens drittem Gewinn bei einer FIFA Fußball-Weltmeisterschaft endgültig in den Besitz der CBF, des brasilianischen Fußballverbandes.

53 Vorschläge aus sieben Ländern gingen bei der FIFA ein, deren Wahl schließlich auf den Entwurf eines italienischen Künstlers fiel. Silvio Gazzaniga schuf die neue Trophäe, die seit 1974 dem Gewinner der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ überreicht wird. Der Künstler selbst zu seinem Werk: „Die Linien winden sich spiralförmig nach oben, um die Welt zu empfangen, während sich aus der bemerkenswert dynamischen Spannung des kompakten Körpers der Skulptur im Augenblick des Sieges zwei Athleten erheben.“

Ein Deutscher war der weltweit erste Spieler, der offiziell Hand anlegen durfte an den echt goldenen FIFA WM-Pokal: Franz Beckenbauer, nun Präsident des Organisationskomitees der FIFA WM 2006, nahm das Allerheiligste des Weltfußballs als Kapitän der deutschen Nationalmannschaft nach dem 2:1-Endspielsieg am 7. Juli 1974 in Empfang.

Mit dem neuen Pokal änderte der Weltfußballverband zugleich auch sein Reglement. Seitdem ist die wohl begehrteste Sporttrophäe der Welt ein Wanderpreis. Er ist laut Statuten Eigentum der FIFA, darf vom Gewinner der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ aber eine Zeit lang behalten werden, bevor dieser eine vergoldete Nachbildung erhält. Die Weltmeister-Verbände erhalten Repliken, um nachfolgende Generationen an die triumphalen Momente der nationalen Fußball-Geschichte zu erinnern. Diese Kopien werden mit Jahr und Ort des Erfolges gekennzeichnet sein.

Der wertvolle Wanderpokal war bislang stets lediglich bei der Endrunden-Auslosung, bei der Eröffnung und beim Finale des nächsten Turniers sowie bei den Siegesfeiern des siegreichen Verbandes zu sehen. Anschließend verschwand die Trophäe wieder in einem Banktresor. Der Pokal war weder öffentlich ausgestellt worden, noch ging er je zuvor auf eine Tournee zu den Fans. In den beiden letzten Jahren hat die FIFA die ranghöchste ihrer Trophäen und ihre Darstellung in der Öffentlichkeit einer genauen Revision unterzogen und Richtlinien für ihre Präsentation festgelegt.

Zum ersten Mal in der Geschichte der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft tourt der FIFA WM-Pokal derzeit rund um den Globus und besucht dabei 31 Städte in 28 Ländern. Fans aus aller Welt können auf der Weltpremiere der „FIFA World Cup Trophy Tour by Coca-Cola“ seit dem 8. Januar erstmals das echt goldene Prunkstück bestaunen. Aktuelle Infos rund um die Tour können auf www.FIFAworldcup.com abgerufen werden. Im Anschluss an die Welttournee reist der FIFA WM-Pokal zusammen mit dem offiziellen Maskottchen GOLEO VI durch das Gastgeberland Deutschland, ehe er am 9. Juli im Berliner Olympiastadion dem Weltmeister 2006 überreicht wird.

Wie jedes Symbol von unschätzbarem ideellem Wert wird der FIFA WM-Pokal jedoch nur zu ausgewählten Anlässen, die seiner höchst exklusiven Positionierung entsprechen, sein geschütztes Quartier verlassen. Für die Präsentation hat der Weltverband genaue Vorschriften erlassen, um Wert und Bedeutung der Trophäe zu betonen.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





Volunteers 2006™: Ehrenamtlich auf Zeit – und länger

Die Zahl der Volunteer-Bewerbungen während der FIFA WM 2006™ übersteigt alle Erwartungen: Mehr als 47.000 Bewerber wurden registriert, nicht nur aus Deutschland. Rund zehn Prozent der Kandidaten kommen aus dem Ausland, aus insgesamt 156 Ländern. 34 Prozent aller Bewerber sind Frauen, 16.000 Studenten und 1.200 Rentner sind unter den Kandidaten. Und bemerkenswert ist die Zahl derer, die bereits in anderen Funktionen auf Vereins- oder Verbands-Ebene ehrenamtlich tätig sind. Mehr als 2.000 wurden bereits gezählt, als erst ein Viertel der Kandidaten in Augenschein genommen war.

Die große Zahl verdeutlicht die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem Volunteer-Programm des Organisationskomitees und dem Ehrenamts-Netzwerk des Deutschen Fußball-Bundes (DFB). Dort darf man sich noch besondere Hoffnung machen. Denn natürlich zieht die FIFA WM 2006 alle Interessierten in ihren Bann, viele möchten dabei sein als Ehrenamtliche auf Zeit. Viele aber vielleicht auch länger: Mehrere tausend Bewerber haben in den bisher geführten Auswahl-Interviews ganz konkrete Wünsche zu einer späteren Tätigkeit im Verband oder Verein angegeben. Diese interessierten Kandidaten werden von den DFB-Verantwortlichen in ihren Regionen mit Vereinen zusammen gebracht, die Ehrenamtliche für die eigene Vereinsarbeit suchen.

Das größte Interesse freilich gilt den Aufgaben, die während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer 2006 von den 15.000 Volunteers erfüllt werden müssen. Die meisten werden im Innen- und Außenbereich der WM-Stadien bei der Akkreditierung, in den Pressezentren und als Wegweiser zu den Tribünenbereichen tätig sein. Und an Bahnhöfen, Flughäfen und in den Innenstädten werden Volunteers Fans und Touristen willkommen heißen, um das Motto „Die Welt zu Gast bei Freunden“ mit Leben zu füllen.

In den Interviews werden fachspezifische Eignungen für die diversen Einsatzmöglichkeiten erfragt. Dabei dürften des Öfteren mehrere Kandidaten mit vergleichbaren Voraussetzungen identifiziert werden. Dann hat der Bewerber einen Vorteil, der bereits über Erfahrungen im Sport und im ehrenamtlichen Bereich verfügt. Dr. Theo Zwanziger, der Geschäftsführende Präsident des DFB: „Bei gleicher Qualifikation werden wir uns immer für einen ehrenamtlich Engagierten entscheiden.“

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





Das Ehrenamt – die starke Basis für den deutschen Fußball

Das ist eine starke Truppe: Rund eine Million ehrenamtliche Mitarbeiter registrieren die mehr als 26.000 Vereine, die im Deutschen Fußball-Bund (DFB) organisiert sind. Ohne die Leistungen der Ehrenamtlichen wäre der Spielbetrieb in Vereinen und Verbänden nicht möglich. Viele Ehrenamtliche haben „große“ Spieler im Kinder- und Jugendalter entdeckt, gefördert und so den Weg zu herausragenden Karrieren geebnet. Die Lizenzvereine haben sich zwar für die Spitze professionelle Strukturen gegeben, aber auch bei ihnen sind viele Aufgaben an der Basis zu leisten. Auch die Top-Klubs sind auf ehrenamtliche Mitarbeiter angewiesen.

Ein Turnier der Dimension einer FIFA Fußball-Weltmeisterschaft wäre ohne diese „Überzeugungstäter“ im besten Sinn schwerlich zu realisieren. Die Fülle von Bewerbungen auf die 15.000 Volunteer-Plätze bei der FIFA WM 2006 – also eines Ehrenamtlichen auf Zeit – verdeutlicht nachdrücklich die Anziehungskraft des Ehrenamtes. Ehrenamtliche Mitarbeiter sind in vielen Bereichen unseres Sozialgefüges unentbehrlich, sie leisten unentgeltliche Arbeit in einem kaum schätzbaren Wert.

Im Fußball nehmen ehrenamtliche Kräfte erhebliche Entbehrungen auf sich, um anderen das aktive Fußballspielen und ein geordnetes Vereins- und Verbandsleben zu ermöglichen. „Der Stellenwert des Ehrenamts im Fußball ist gar nicht hoch genug einzuschätzen“, sagt Rudi Völler. Er muss es wissen: „Ich habe den zeitlichen Aufwand als Kind hautnah miterlebt. Mein Vater hat sich mehr als 25 Jahre in einem kleinen Verein, dem TSV 1860 Hanau, als Jugendleiter sehr stark engagiert. Da war die Familie ganz automatisch mit einbezogen.“

Doch allzu häufig wird das Engagement als gottgegeben angesehen. Dabei wäre ein warmer Händedruck oder eine kleine Geste als „Dankeschön“ so manches Mal eine gern erlebte Anerkennung. Der DFB hat die Pflege und Förderung des Ehrenamtes in seine Satzung aufgenommen und damit zu einer Kernfunktion ausgebaut. Der weltgrößte Sportverband unterhält bereits seit Jahren ein ständig dichter werdendes Netzwerk von inzwischen mehr als 10.000 eigenen Ehrenamtsbeauftragten auf Vereins-, Kreis- und Landesverbands-Ebene. Mit seiner „Aktion Ehrenamt“ würdigt der DFB jährlich besondere Leistungen, führt Aktionen zur Mitarbeitergewinnung durch und bietet Qualifizierungsangebote an.

Im Wandel unserer Gesellschaft wird die Anerkennung ehrenamtlicher Tätigkeit immer weiter unterbewertet. Die „Aktion Ehrenamt“ steuert deshalb gegen und leistet Überzeugungsarbeit. Wer im Verein ein Team führt, z.B. als ehrenamtlicher Jugendleiter wie Rudi Völlers Vater, der tut sich auch im Berufsleben leichter, der entwickelt Fähigkeiten, z.B. im Teamwork eines Unternehmens.

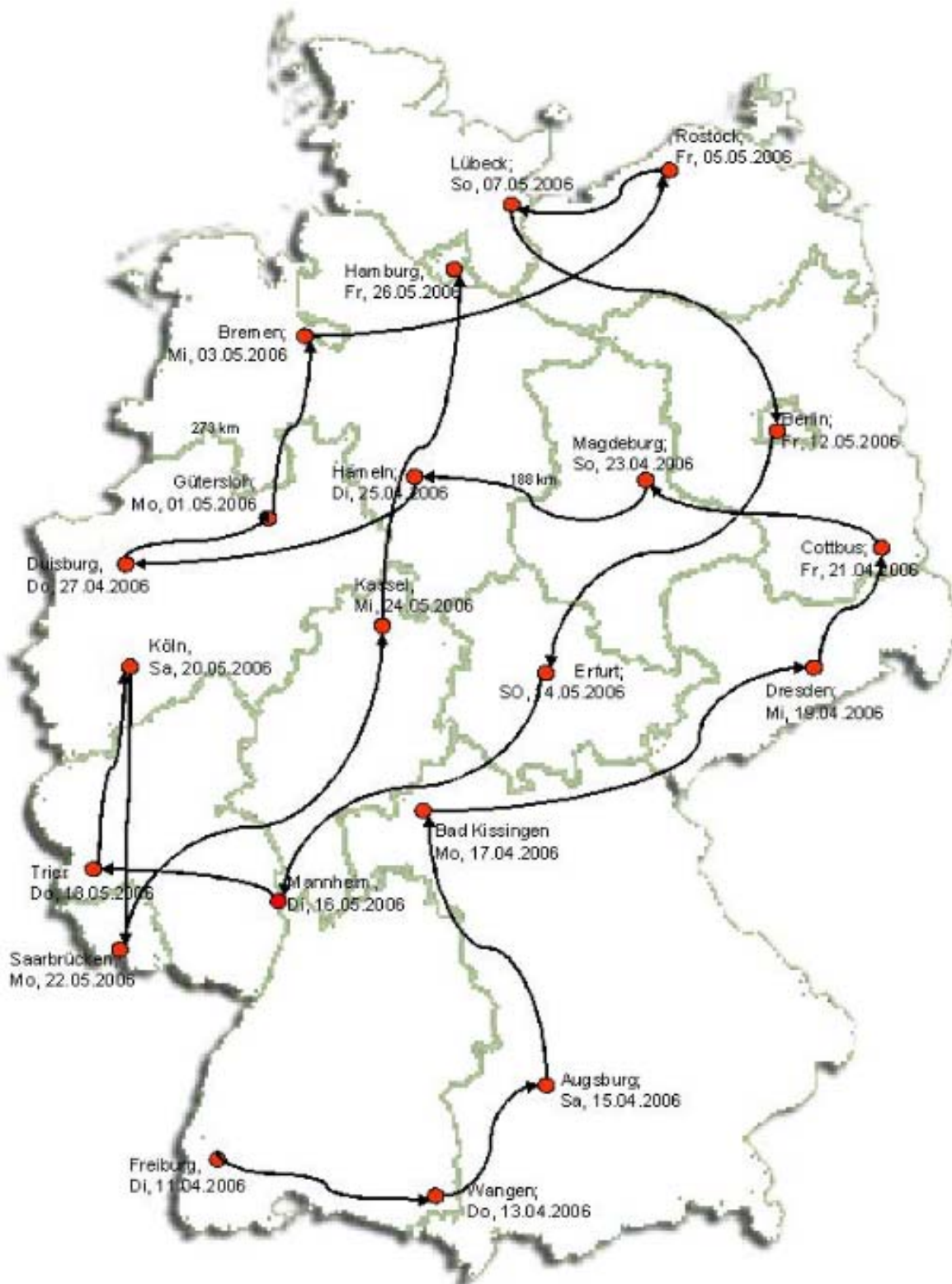
Der Geschäftsführende DFB-Präsident Dr. Theo Zwanziger weiß, was der deutsche Fußball an seiner starken Truppe an Ehrenamtlichen hat. „An der Basis wird eine unglaublich wichtige Arbeit geleistet, und diese Arbeit bildet ein starkes Fundament für den deutschen Fußball“, sagte der DFB-Chef bei der Ehrung der 100 engagiertesten Ehrenamtlichen der vergangenen Saison.

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™





FIFA WM 2006 Tour

11. April - 26. Mai 2006

Datum	Ort		Zeit
11.04.2006	Freiburg	Platz vor dem Konzerthaus	10-19 Uhr
13.04.2006	Wangen im Allgäu	Marktplatz	10-18 Uhr
15.04.2006	Augsburg	Messegelände	10-20 Uhr
17.04.2006	Bad Kissingen	Platz am Kasernengelände	12-20 Uhr
19.04.2006	Dresden	Altmarkt	12-20 Uhr
21.04.2006	Cottbus	Berliner Platz	10-20 Uhr
23.04.2006	Magdeburg	Domplatz	10-19 Uhr
25.04.2006	Hameln	Rathausplatz	10-20 Uhr
27.04.2006	Duisburg	Burgplatz vor dem Rathaus	10-20 Uhr
01.05.2006	Gütersloh	Konrad Adenauer Platz	10-19 Uhr
03.05.2006	Bremen	Rathausplatz	10-20 Uhr
05.05.2006	Rostock	Haedje Halbinsel	10-20 Uhr
07.05.2006	Lübeck	Brügmanngarten Travemünde	10-22 Uhr
12.05.2006	Berlin	Platz vor dem Roten Rathaus	12-22 Uhr
14.05.2006	Erfurt	Domplatz	10-19 Uhr
16.05.2006	Mannheim	Marktplatz	10-22 Uhr
18.05.2006	Trier	Viehmarkt	10-19 Uhr
20.05.2006	Köln	Mediapark	10-20 Uhr
22.05.2006	Saarbrücken	Tiblisser Platz	10-22 Uhr
24.05.2006	Kassel	Königsplatz	10-20 Uhr
26.05.2006	Hamburg	Rathausmarkt	10-22 Uhr

Official Partners of the 2006 FIFA World Cup Germany™



Official Suppliers of the 2006 FIFA World Cup Germany™

