



Kartenverkauf der FIFA Fussball- Weltmeisterschaft 2014™ Häufige Fragen Version 1

- Wer ist für das Ticketing verantwortlich? Wer für den Kartenverkauf? Wer entscheidet?

Die FIFA hat die FIFA Ticketing AG, eine 100%ige Tochtergesellschaft der FIFA, gegründet und mit der Gesamtverantwortung u. a. für das Kartenprogramm für den FIFA Konföderationen-Pokal und die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™, insbesondere der Entwicklung und Umsetzung der FIFA-Kartenstrategie, betraut.

Der Vorstand der FIFA Ticketing AG besteht derzeit aus folgenden sechs Mitgliedern:

- Jérôme Valcke, FIFA-Generalsekretär und Vorsitzender der FIFA Ticketing AG;
- Horst R. Schmidt, FIFA-Ticketing-Berater und ordentliches Vorstandsmitglied der FIFA Ticketing AG;
- Sunil Gulati, FIFA-Ticketing-Berater und ordentliches Vorstandsmitglied der FIFA Ticketing AG;
- Markus Kattner, stv. FIFA-Generalsekretär und ordentliches Vorstandsmitglied der FIFA Ticketing AG;
- Thierry Weil, FIFA-Direktor Marketing und ordentliches Vorstandsmitglied der FIFA Ticketing AG;
- Marco Villiger, FIFA-Direktor Rechtsdienst und ordentliches Vorstandsmitglied der FIFA Ticketing AG.

Die FIFA Ticketing AG wird bestimmte strategische und andere wichtige Punkte wie Preispolitik und Verteilung der Karten an den Ticketingausschuss delegieren. Dieser untersteht der Organisationskommission für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™, die die Organisation des FIFA Konföderationen-Pokals und der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™ überwacht.

Die MATCH Services AG („MATCH“) waltet im Auftrag der FIFA als unabhängige Vermittlerin für den Ticketingbetrieb und ist damit für die Umsetzung der FIFA-Kartenstrategie (Produktion, Verkauf und Auslieferung der Eintrittskarten in Brasilien und weltweit) zuständig.



- Wie sieht das Kartenkonzept für den FIFA Konföderationen-Pokal 2013 und die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ aus?

Die FIFA erarbeitet derzeit das Kartenkonzept für die beiden Turniere und wird zu gegebener Zeit darüber informieren. Der Kartenverkauf für den FIFA Konföderationen-Pokal 2013 wird voraussichtlich nach der Auslosung für den FIFA Konföderationen-Pokal 2013 im Dezember 2012 beginnen, der Kartenverkauf für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ voraussichtlich im dritten Quartal 2013 nach dem FIFA Konföderationen-Pokal.

Wird es eine Kartenkategorie ausschliesslich für Bewohner Brasiliens geben?

Die einzelnen Kategorien und die Preisstrategie für die beiden Turniere in Brasilien stehen noch nicht fest. Die FIFA legt grossen Wert darauf, dass alle Brasilianer die gleichen Chancen auf Tickets für WM-Spiele in einem der zwölf WM-Stadien haben.

- Wie viele Karten gelangen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ in den Verkauf?

Bei früheren Weltmeisterschaften waren es etwa 3 Millionen Karten. Wir rechnen für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™ mit einer ähnlichen Zahl. Die genaue Zahl lässt sich aber erst ermitteln, wenn die definitiven Stadionpläne vorliegen.

- Wie viele Karten gelangen in den öffentlichen Verkauf?

Die genaue Zahl der Karten, die für die einzelnen Anspruchsgruppen der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™ in den Verkauf gelangt, steht noch nicht fest. Erfahrungsgemäss gehen mindestens 65 % der Karten an Fans.

Zusätzlich zum Kontingent, das in den öffentlichen Verkauf gelangt, ist ein gewisser Prozentsatz für die Fans der beiden Teams eines Spiels reserviert. Jedes der 32 qualifizierten Teams erhält von der FIFA ein Kontingent von je 12 % für seine Gruppenspiele und von 8 % für all seine weiteren Spiele. Diese Karten gehen über einen Sonderverkauf direkt an die Fans der betreffenden Teams. Damit gehen 24 % der Karten jedes Gruppenspiels an die Fans der beiden Teams.

Mehr als 85 % der Kaufkarten, die Geschäftspartnern vorbehalten sind, gehen über Werbeaktionen ebenfalls an Fans, womit Tausende ihren Traum wahr machen und bei einem WM-Spiel dabei sein können.

- Welches sind die einzelnen Anspruchsgruppen, und wie hoch sind ihre Kartenkontingente?

Anspruchsgruppen sind das allgemeine Publikum, die 32 teilnehmenden Mitgliedsverbände und deren Fans, die FIFA-Geschäftspartner, die Inhaber von Hospitality-Rechten, die Lizenznehmer von Medienrechten, die FIFA, das lokale Organisationskomitee sowie Medien und weitere Gäste (Freikartenkontingent).



Die einzelnen Kontingente werden erst bestimmt, wenn feststeht, wie viele Sitzplätze die einzelnen Stadien aufweisen.

- Wie wird die Zahl der Sitzplätze berechnet, für die Tickets verkauft werden können?

Diese Zahl entspricht der Nettokapazität des Stadions abzüglich aller Sitzplätze mit eingeschränkter Sicht, gesperrter Plätze (die aus betrieblichen Gründen, z. B. Bau zusätzlicher Kameraplattformen oder zur Sicherheit, nicht genutzt werden können), Freikarten und Sitzplätze für Ehrengäste und Medienvertreter.

- Wo können Tickets online bestellt werden?

Auf der offiziellen WM-Website auf www.FIFA.com wird die FIFA wiederum eine offizielle Kartenverkaufsplattform betreiben. Dies ist für den Verkauf allgemeiner Tickets und von Hospitality-Paketen die einzige Online-Plattform.

Zum rechtmässigen Schutz der Fans vor betrügerischen Kartenverkäufen und Ticketfälschungen bitten wir Sie, Betreiber anzuzeigen, die keine Zulassung besitzen, mithilfe der Anziehungskraft der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ dennoch Karten anbieten, obwohl sie diese gar nicht besitzen oder verkaufen dürfen (enforcement@match-ag.com).

- Wer darf Hospitality-Pakete verkaufen?

MATCH Hospitality und offizielle Verkaufsstellen, die von MATCH Hospitality für die einzelnen Gebiete zugelassen sind, sind die von der FIFA ermächtigten exklusiven Inhaber von Hospitality-Rechten und die einzige Quelle für rechtmässige Hospitality-Pakete samt Tickets. Hospitality-Pakete sind ab November 2011 erhältlich. Weitere Informationen zum MATCH-Hospitality-Programm sind auf www.FIFA.com/Hospitality zu finden.

MATCH Hospitality bietet für den FIFA Konföderationen-Pokal 2013 und die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ eine attraktive Palette von Hospitality-Produkten mit Tickets an, angefangen bei Paketen für Unternehmen mit Bewirtung in Zelten vor Ort bis zu exklusiven Luxussuiten.

- Wie unterscheiden sich Hospitality-Pakete von Einzeltickets?

Eine Einzelkarte beinhaltet keine weiteren Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Spielbesuch. Sie garantiert lediglich Zugang zu einem bestimmten Sitzplatz bei einem bestimmten Spiel.

Die MATCH-Hospitality-Pakete beinhalten weitere Dienstleistungen neben dem Spielticket, wie Betreuung vor Ort, erstklassige Verpflegung, bevorzugte Parkplätze, Spielprogramme und zusätzliche Unterhaltung.

- Wieso sind Hospitality-Pakete im Gegensatz zu herkömmlichen Karten bereits erhältlich?



Hospitality-Pakete sind eine besondere Kategorie und kommen deshalb früher in den Verkauf als herkömmliche Spieltickets. Sie sind ab November 2011 erhältlich, aber ohne physische Tickets, die erst später ausgefertigt werden. Die Zahl der Sitzplätze, die für Hospitality-Pakete bestimmt sind, ist je nach Stadion und Spiel unterschiedlich. Die definitive Anzahl Tickets, die mit Hospitality-Paketen verkauft werden, hängt von der Nachfrage für die einzelnen Spiele ab.

Für die FIFA ist es wichtig, dass alle Fußballfans weltweit eine faire und gleiche Chance haben, für den FIFA Konföderationen-Pokal und die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ Karten zu erwerben. Die Kartenstrategie, die derzeit erarbeitet wird, trägt diesem Gebot Rechnung.

- Wo können sich die Fans allgemein über den Kartenverkauf informieren?

Alle Informationen sind auf www.FIFA.com zu finden.

Die Fans können sich auf www.FIFA.com zudem für den FIFA Club (<http://www.fifa.com/theclub/index.html>) registrieren, um aktuelle Informationen zu den Tickets und weiteren Themen des FIFA Konföderationen-Pokals und der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ zu erhalten.

Fans, die sich für Hospitality-Pakete interessieren, können sich auf www.FIFA.com/hospitality registrieren, um weitere Informationen zu erhalten.

- Was sind die Kategorien und Preise?

Die FIFA hat die einzelnen Kategorien und Preise für die Tickets des FIFA Konföderationen-Pokals 2013 und der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ noch nicht festgelegt.

- Wo sind Karten erhältlich? Im Internet, in Kartenzentren oder Läden?

Die Verkaufskanäle werden bekanntgegeben, sobald die Kartenstrategie feststeht. Die FIFA wird in den Spielorten auf jeden Fall Kartenzentren betreiben, damit die Fans in jeder Phase des Kartenverkaufs einfachen Zugang zu Tickets haben.

- Wer erhält die Einnahmen aus dem Kartenverkauf?

Alle Einnahmen aus dem Kartenverkauf gehen an die FIFA. Diese werden zur Finanzierung der Ausrichtung und Durchführung der beiden Turniere verwendet.

- Was hat die FIFA aus dem Kartenverkauf für Südafrika gelernt?

Die FIFA ist mit dem überwältigenden Erfolg des Kartenverkaufs für Südafrika sehr zufrieden (Verkauf von 96 % der Karten). Der Kartenverkauf hat nur Erfolg, wenn er auf die Gepflogenheiten im Gastgeberland zugeschnitten ist. Die FIFA und das LOC sowie ihre Dienstleistungspartner haben eine umfassende Marktstudie durchgeführt, damit die endgültige Strategie optimal auf den brasilianischen Markt abgestimmt werden kann.



- Gelten die gleichen Ticketing-Grundsätze wie für Südafrika?

Bei der Entwicklung und Umsetzung der Kartenstrategie des FIFA Konföderationen-Pokals 2013 und der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2014™ stützen sich die FIFA und MATCH auf ihre lange WM-Erfahrung.

Jeder Wettbewerb bietet besondere Herausforderungen. Viele Faktoren, die den Kartenverkauf in Südafrika beeinflussten, sind daher für Brasilien nicht massgebend.

- Wie will die FIFA den Verkauf von WM-Tickets auf dem Schwarzmarkt verhindern?

Die FIFA setzt alles daran, Preisexzesse zu verhindern und die Fans weltweit möglichst vor Kartenfälschungen und Verwerfungen auf dem Parallelmarkt zu schützen. Die allgemeinen Kartennutzungsbedingungen verbieten den unzulässigen Wiederverkauf von Tickets, insbesondere zu Preisen über dem Nennwert. Aus diesem Grund ruft die FIFA alle Fans dazu auf, keine Tickets auf dem Parallelmarkt zu erwerben. Beim Erwerb von Tickets auf dem Parallelmarkt besteht die beträchtliche Gefahr, dass die Tickets

- gar nicht existieren. Die Tickets werden auf dem Parallelmarkt von einem Wiederverkäufer angeboten, der die Tickets gar nicht hat. Es besteht lediglich die Hoffnung (aber keine Garantie), dass er sie zu einem späteren Zeitpunkt beschaffen kann;
- wesentlich mehr kosten als die offiziellen von der FIFA verrechneten Preise;
- gefälscht sind;
- am Spieltag keinen Einlass ins Stadion gewähren, da sie für ungültig erklärt wurden;
- zu spät (oder gar nicht) geliefert werden;
- zu Verstößen gegen die Sicherheitsbestimmungen führen.

- Was unternimmt die FIFA gegen den Parallelmarkt?

Die FIFA ist sich bewusst, dass skrupellose Händler den Fans weltweit Karten anbieten, obwohl sie dazu nicht berechtigt sind, und warnt die Fans deshalb davor, Karten auf dem Parallelmarkt zu erwerben.

Darüber hinaus hat die FIFA MATCH Services beauftragt, ein umfassendes Programm zur Bekämpfung solcher Praktiken umzusetzen und zusammen mit den Behörden, Verbraucherschutzorganisationen und weiteren Akteuren Rechts- und Aktionsstrategien zum Schutz der Fans vor dem Parallelmarkt zu entwickeln. Die Kartenstrategie, die derzeit erarbeitet wird, trägt diesen Bemühungen Rechnung. Das Fälschen von Karten wird in vielen Ländern strafrechtlich verfolgt.

Wir rufen die Fans dazu auf, fehlbare Unternehmen anzuzeigen: enforcement@match-ag.com.



- Wer kümmert sich um VIP-Einladungen? Erhalten Vertreter von Regierungen und Spielorten Freikarten? Und falls ja, wie viele, und wer entscheidet, wer solche Karten erhält?

Die FIFA und das LOC erhalten je die Hälfte der Sitzplätze auf der Ehrentribüne. Ehrengäste werden vor dem Turnier direkt von der FIFA oder dem LOC eingeladen.

- Wie viele Karten gehen an Sponsoren?

Die FIFA-Geschäftspartner tragen wesentlich zur Finanzierung von Wettbewerben, Entwicklungsprogrammen und sonstigen wohltätigen Projekten der FIFA bei und haben folglich das Recht, Karten insbesondere für Werbeaktionen zu kaufen. Die genaue Anzahl Karten, die jede Kundengruppe erhält, steht noch nicht fest und wird zu gegebener Zeit mitgeteilt.

Die Tickets, die die Geschäftspartner kaufen, gehen über Preisausschreiben und Wettbewerbe in der Regel an Kunden, womit Tausende Fans auf der ganzen Welt in den Genuss eines einmaligen Erlebnisses kommen.

- Was geschieht mit Karten, die von den einzelnen Anspruchsgruppen nicht bezogen werden?

Sämtliche Tickets für Anspruchsgruppen wie teilnehmende Teams, Geschäftspartner und Inhaber von Hospitality-Rechten, die bis zu einem bestimmten Zeitpunkt nicht bezogen werden, gehen in den allgemeinen Verkauf, damit alle verfügbaren Tickets an die Fans gehen und keine Plätze leer bleiben.