



26. Mai 2008

Der Nürburgring zählt zu den beliebtesten Nationalmonumenten in Deutschland

Rund zwei Millionen Besucher jährlich können sich nicht irren – jetzt ist es auch offiziell bestätigt: In einer repräsentativen Forsa-Umfrage wählten die Deutschen den Nürburgring unter die beliebtesten Nationalmonumente

Mit 78 Prozent aller Stimmen landete das Brandenburger Tor auf Platz 1 des Rankings vor dem Kölner Dom (75 %) und der Dresdner Frauenkirche (73 %). Über ein Viertel der Befragten (26 %) gaben den Nürburgring auf die Frage „Welches Nationalmonument in Deutschland ist Ihnen besonders wichtig?“ an. Damit erzielte der Nürburgring den neunten Platz unter allen deutschen Nationalmonumenten. Bereits 2006 wurde der Nürburgring in einer Umfrage für das ZDF von rund 350.000 Menschen zu den 50 Lieblingsorten Deutschlands gewählt.

In der Befragung reihen sich historische Stätten wie das Schloß Neuschwanstein, der Kölner Dom oder das Brandenburger Tor an Naturdenkmäler wie die Kreidefelsen von Rügen und die Loreley am Rhein oder auch an moderne Sportstätten wie die Allianz-Arena.

„Den Nürburgring könnte man in jede dieser Kategorien einordnen. Wir haben hier gleichermaßen Naturdenkmal, hochmoderne Sportstätte von historischer Bedeutung und Tourismus-Magnet“, freut sich Dr. Walter Kafitz, Hauptgeschäftsführer der Nürburgring GmbH. „Der Nürburgring wäre ohne die umliegende Eifellandschaft nicht so einzigartig. Die mittlerweile über 80-jährige Geschichte hat unzählige Helden und Legenden hervorgebracht. Und mit jährlich rund 100 Rennen und rund 200 sonstigen Veranstaltungen ist der „Ring“ heute die am stärksten frequentierte Rennstrecke der Welt und eine der größten Sportstätten in Europa. Das Ergebnis dieser repräsentativen Umfrage bestätigt unsere Entwicklungspläne und das touristische Potenzial.“

Gleichzeitig ist es ein Zeichen der Wertschätzung unserer bisherigen Besucher und Kunden“.

Derzeit wird der Nürburgring zu einem ganzjährigen Freizeit- und Businesszentrum ausgebaut. Neben den beiden Rennstrecken wird es zukünftig einen Boulevard mit Markenwelten der Automobilindustrie, Gastronomie, Merchandising und Tourist-Info geben, dazu eine Arena mit 3.600 Sitzplätzen, ein weiteres Vier-Sterne-Hotel, eine gleichermaßen museale und unterhaltsame Indoor-Attraktion rund um das Thema Nürburgring und das schnellste Fahrgeschäft der Welt. Das Gesamtvolumen beträgt rund 215 Millionen Euro, von denen über die Hälfte von privaten Investoren getragen wird.