

Sonic Dome – Grundlagen der Veranstaltungsimmoblie und Bedarfsstudie zum Bau und Betrieb einer neuen Multifunktionsarena für Wien

Master Thesis zur Erlangung des akademischen Grades
“Master of Science”

eingereicht bei
Arch.Dipl.-Ing.Günther Stefan

Mag.Ferdinand Mayr-Melnhof Saurau

00503291

Wien, 30.11.2017

Eidesstattliche Erklärung

Ich, **MAG.FERDINAND MAYR-MELNHOF SAURAU**, versichere hiermit

1. dass ich die vorliegende Master These, "SONIC DOME – GRUNDLAGEN DER VERANSTALTUNGSIMMOBILIE UND BEDARFSSTUDIE ZUM BAU UND BETRIEB EINER NEUEN MULTIFUNKTIONSARENA FÜR WIEN", 77 Seiten, gebunden, selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe, und
2. dass ich diese Master These bisher weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 30.11.2017

Unterschrift

| | |
|--|----|
| 1. Einleitung | 1 |
| 2. Der Veranstaltungsmarkt und seine Effekte | 3 |
| 2.1 Marktteilnehmer | 5 |
| 2.2 Wirtschaftliche Effekte von Veranstaltungen | 6 |
| 2.3 Öffentliche Förderung von Veranstaltungen | 6 |
| 2.4 Wichtige Kennzahlen der Veranstaltungsbranche in Österreich | 7 |
| 2.5 Wesentliche Vorleistungen für Veranstaltungen | 7 |
| 2.6 Indoor Veranstaltungen | 8 |
| 3. Grundlagen der Veranstaltungsimmoblie | 9 |
| 3.1 Nachnutzung | 9 |
| 3.2 Risiko vs. Rendite | 10 |
| 3.3 Betriebsmodelle von Veranstaltungsimmobilien | 13 |
| 3.4 Stadtentwicklung und andere politische Aspekte | 13 |
| 4. Mehrzweckhallen und ihre besonderen Anforderungen | 15 |
| 4.1 Besucherkapazität | 17 |
| 4.2 Veranstaltungsgenres | 18 |
| 4.3 Auslastung | 21 |
| 4.4 Standort | 23 |
| 5. Betrieb und Betriebsmodelle von Mehrzweckhallen | 25 |
| 5.1 Betrieb und Eigentümerschaft | 25 |
| 5.2 Akteure beim Besitz und Betrieb von Mehrzweckhallen | 26 |
| 5.3 Bau- und Betriebsfinanzierung von neuen Mehrzweckhallen | 29 |
| 5.4 Einnahmen | 30 |
| 5.5 Aufwendungen | 35 |
| 5.6 Betrieb einer Multifunktionshalle am Beispiel Hallenstadion Zürich | 36 |
| 6. Beurteilung der Wiener Stadthalle | 40 |
| 6.1 Die Halle D | 40 |
| 6.2 Betriebsstruktur | 42 |
| 6.3 Beurteilung | 43 |
| 7. Grobes Konzept für die Stadthalle Neu – „Sonic Dome“ | 49 |
| 7.1 Wettbewerb und Auslastungsprognose | 49 |
| 7.2 Hallenkonzept | 51 |
| 7.3 Standortauswahl | 52 |
| 7.3.1 Neu Marx | 53 |

| | |
|--|----|
| 7.3.2 Rothneusiedl | 55 |
| 7.3.3 Seestadt | 57 |
| 7.4 Investitionssumme | 60 |
| 7.5 Finanzierung und Betriebsstruktur | 60 |
| 7.6 Ergebnisprognose | 62 |
| 7.7 Bau- und Raumordnungsrechtliche Besonderheiten | 64 |
| 8. Fazit | 66 |
| Quellenverzeichnis | 68 |

KURZFASSUNG

Große Publikumsveranstaltungen haben auf Grund der Anzahl der an ihrer Umsetzung beteiligten Personen und Unternehmen und der Vielzahl an mit ihnen direkt und indirekt verbundenen Leistungen ein bedeutendes wirtschaftliches Gewicht. Der mit der Planung, Finanzierung und Durchführung eines Events betraute Veranstalter hat unter anderem die Aufgabe eine technisch und wirtschaftlich geeignete Veranstaltungsfläche zu beschaffen. Indoor-Events finden in eigens dafür konzeptionierten Veranstaltungshallen statt. Diese Hallen gehören als Veranstaltungsimmobilien zur Gruppe der Gewerbeimmobilien und stellen auf Grund ihres hochspezialisierten Charakters, ihrer hohen Anschaffungskosten, der im Regelfall ausbleibenden Nutzungsmöglichkeit und dem mittel- und langfristig schwer prognostizierbarem Nutzungsverhalten ein hochriskantes Investment dar. Multifunktionshallen haben im Gegensatz zu single use-Hallen den Vorteil, nicht auf ein bestimmtes Veranstaltungsgenre eingeschränkt zu sein und besitzen somit ein erhöhtes Auslastungspotential. Der Betrieb von Multifunktionsarenen kann mit der Verwaltung herkömmlicher Gewerbeimmobilien auf Grund seiner Komplexität nicht verglichen werden. Nicht zuletzt deshalb werden Multifunktionshallen häufig als klassische Betreiberimmobilien bewirtschaftet. In so gut wie allen großen Multifunktionshallen in Westeuropa ist eine finanzielle Involvierung der öffentlichen Hand gegeben. Im Regelfall ist eine gewinnbringende Bewirtschaftung von Mehrzweckhallen nur durch die Einnahmen aus der Vermietung der Halle an Veranstalter nicht (mehr) möglich. Erfolgreich betriebene Hallen stützen sich daher auf zusätzliche Umsätze, wie insbesondere Gastronomieleistungen und VIP-Leistungen. Die Halle D der Wiener Stadthalle ist Österreichs größte und einzige Multifunktionshalle des großen Segments. Trotz ihrer derzeit verhältnismäßig guten Auslastung, wird die Halle D mittel- und langfristig auf Grund standortbezogener, baukonstruktiver und betriebsstruktureller Faktoren nicht konkurrenzfähig bleiben können. Aus diesen Überlegungen lässt sich ein grundsätzlicher Bedarf für eine Errichtung einer neuen Multifunktionshalle in Wien ableiten. Neben einem besseren Standort sollte die neue Halle dem Vorbild von erfolgreich betriebenen Konkurrenzbetrieben, wie dem Hallenstadion Zürich oder der Lanxess Arena Köln folgen und ein umfassendes Gastronomie- und VIP-Konzept aufweisen. Durch diese sekundären Einnahmequellen kann in Kombination mit der Hallenvermietung ein gewinnbringender Betrieb erzielt werden.

1. EINLEITUNG

So gut wie jede westliche Metropole verfügt über zumindest eine große Veranstaltungshalle. Diese Stadthallen, Arenen, Multifunktionshallen und Multifunktionsarenen nehmen einen wichtigen Platz in der kulturellen Identität der jeweiligen Stadt ein, denn sie fungieren als Bühne für große Sportereignisse, Konzerte von Weltstars und sonstige publikumswirksame Veranstaltungen, an denen jährlich zehntausende Stadtbewohner und Gäste aus dem Um- und Ausland gemeinsam teilhaben.

Welche und wie viele Großkonzerte und sonstige Großevents in einer gewissen Stadt Halt machen, hängt nicht zuletzt von der Attraktivität, Multifunktionalität und vor allem von der Kapazitätsbandbreite ihrer jeweiligen Stadthalle ab. Insofern sind Veranstaltungszentren dieser Art maßgebend für die Qualität des Freizeitangebots einer Stadt. Vor allem Hallensportgroßereignisse, wie beispielsweise Eishockeyweltmeisterschaften, die über einen Zeitraum von mehreren Wochen eine Vielzahl an Besuchern anziehen, haben einen beachtlichen Effekt auf die Beherbergungs-, Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe die am Austragungsort ansässig sind. Das Interesse einer Stadtregierung den Zuschlag als Gastgeber für derartige Sportereignisse zu erhalten ist daher entsprechend groß. Die Eignung der Veranstaltungshalle ist ein zentrales Auswahlkriterium für die zuständigen Entscheidungsträger, denen die Wahl des Standortes obliegt.

Veranstaltungsimmobilien im Allgemeinen und Mehrzweckhallen im Besonderen sind zweifellos hochriskante Immobilieninvestments. Die Anschaffungs-, Revitalisierungs- und Betriebskosten sind besonders hoch, das Nutzungsverhalten bzw. die Auslastung schwer abzuschätzen und eine Nachnutzungsmöglichkeit in den meisten Fällen nicht vorhanden. Eine klassische Fremdfinanzierung des Bauvorhabens durch Banken ist angesichts des Projektrisikos und der damit verbundenen Gefahr eines massiven Wertverlusts des zu besichernden Objekts schwer realisierbar. Aus denselben Überlegungen wird die Suche nach privaten Investoren ähnlich schwierig sein. Nicht zuletzt aus diesen Gründen werden Multifunktionsarenen in Westeuropa nach wie vor mit öffentlichen Mitteln gefördert oder unter Beteiligung der öffentlichen Hand betrieben. Letzteres geschieht häufig im Rahmen einer Kapitalgesellschaft, deren Anteile vollständig oder teilweise durch die jeweilige Stadt gehalten werden. In der Praxis gibt es eine Vielzahl verschiedener Betriebsmodelle die in Mehrzweckhallen europaweit zum Einsatz kommen.

Dabei existieren sowohl Konstellationen bei denen die Hallen vom jeweiligen Eigentümer selbst betrieben werden als auch solche bei denen die Bewirtschaftung an einen Dritten verpachtet wird.

Diese Arbeit nimmt sich zum Ziel, der Frage nachzugehen, ob die Stadt Wien einen Bedarf an einer neuen, modernen Mehrzweckhalle hat. Wiens derzeitige große Multifunktionshalle, die Halle D (der Wiener Stadthalle), wurde vor gut 60 Jahren fertiggestellt und steht zudem unter Denkmalschutz. Ob die Halle als Bauwerk den heutigen wirtschaftlichen und technischen Ansprüchen genügt ist zu hinterfragen. Das gewinnbringend betriebene und mehrmals in internationalen Rankings als Sieger hervorgegangene Hallenstadion Zürich soll dabei als Vergleichsobjekt dienen. Insbesondere im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit einer derartigen Veranstaltungsimmoblie wird untersucht, welche Voraussetzungen für einen kostendeckenden bzw. gewinnbringenden Betrieb erfüllt werden müssen.

Wien verfügt über eine überschaubare Anzahl an Konzerthallen die eine maximale Besucherkapazität von 1.000 übersteigen. Im Gegensatz zu anderen europäischen Großstädten, in denen mehrere große Veranstaltungshallen in einem Konkurrenzverhältnis stehen ist der Standort Wien somit aus wettbewerbstechnischer Sicht ein attraktiver Standort für eine Multifunktionsarena. Live Konzerte stellen das für einen Hallenbetreiber mit Abstand wichtigste Hallenveranstaltungsgenre dar. Die Ticketpreise sind im allgemeinen deutlich höher als jene von Sport- und Unterhaltungsveranstaltungen. Zudem sind Live-Konzerte, von einigen wenigen Ausnahmen im Sport- und Showbereich abgesehen, am ehesten in der Lage die maximale Besucherkapazität großer Hallen vollständig auszureizen. Solche sogenannte sell-out-shows sind naturgemäß die umsatzstärksten Veranstaltungen.

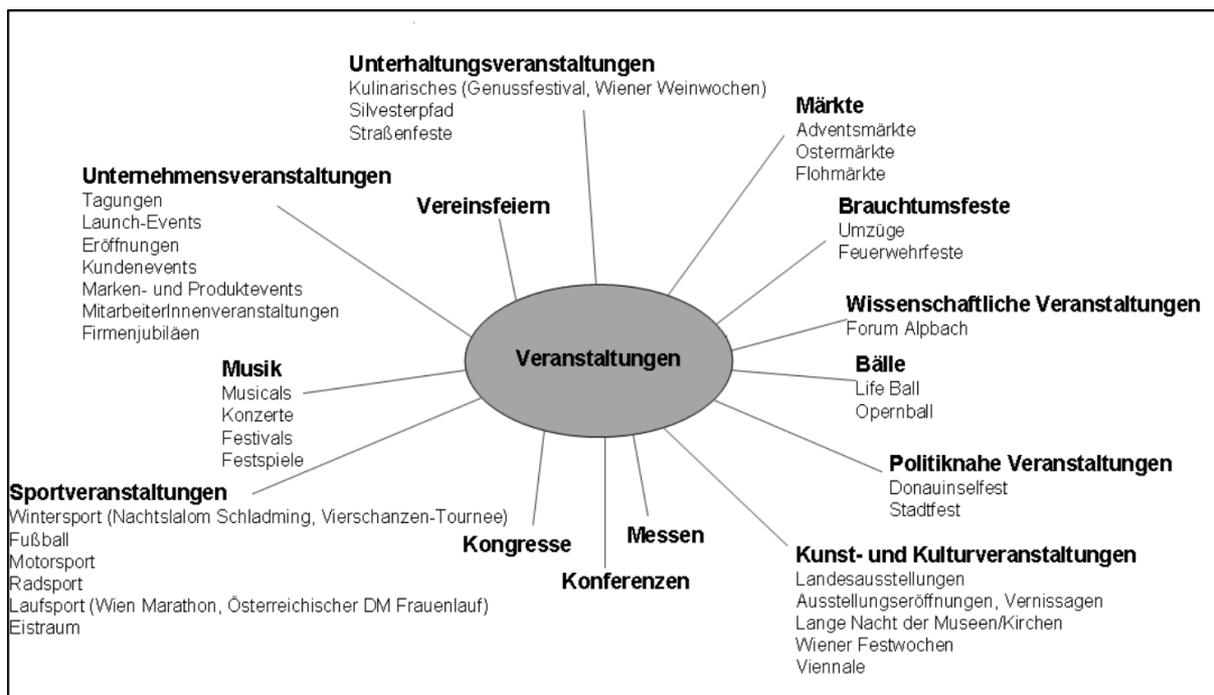
Zunächst wird ein Überblick über den Veranstaltungsmarkt und seine Auswirkungen geschaffen. In weiterer Folge werden die wichtigsten Merkmale von Veranstaltungsimmobliem im weiteren Sinn sowie die Charakteristika von Mehrzweckhallen und deren Betrieb im Besonderen behandelt. Die nähere Untersuchung und Bewertung der Qualität, Betriebsstruktur und Wirtschaftlichkeit der Halle D soll anschließend klären, ob das Projekt „Sonic Dome“ (Stadthalle-Neu) zu empfehlen ist. Im letzten Kapitel wird erörtert, wo eine neue Halle platziert werden könnte, welche Finanzierungs- und Betriebsmodelle denkbar wären und welche Verbesserungen sie im Vergleich zu ihrem Vorgänger aufweisen sollte.

2. DER VERANSTALTUNGSMARKT UND SEINE EFFEKTE

Um eine wirkungsvolle Bedarfsstudie für eine Multifunktionshalle zu erstellen ist es zunächst notwendig einen Blick auf den Veranstaltungsmarkt in Österreich und seine Effekte zu werfen. Im Anschluss an die Begriffsdefinition werden im folgenden Kapitel die wichtigsten Eckdaten des Veranstaltungsmarktes, seiner Marktteilnehmer und seiner gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Auswirkungen behandelt. „*Eine Veranstaltung ist ein zeitlich begrenztes und geplantes Ereignis, an dem eine Gruppe von Menschen teilnimmt. Dieses Ereignis hat ein definiertes Ziel und eine Programmfolge mit thematischer, inhaltlicher Bindung oder Zweckbestimmung. Die Organisation des Ereignisses liegt in der abgegrenzten Verantwortung eines Veranstalters, einer Person, Organisation oder Institution.*“¹

Der Veranstaltungsbegriff ist weitreichend und umfasst beispielsweise Konzerte, Straßenfeste, Sportveranstaltungen, Bälle, Firmenevents, Messen, Konferenzen oder Feuerwehrfeste.

Abb. 1; Schnabl, Mateeva, Titelbach, Zucker; 2012



Die Veranstaltungsbranche ist ein bedeutender und stetig wachsender Wirtschaftszweig. Große Veranstaltungen haben Effekte auf so gut wie alle Wirtschaftssegmente und verursachen auf Grund ihrer intensiven Vorbereitungs- und Durchführungsprozesse wesentliche Ausgaben. Von diesen Ausgaben profitiert insbesondere die jeweilige Region, da sie direkte und indirekte

¹ <https://de.wikipedia.org/wiki/Veranstaltung>; abgerufen am 26.8.2017

Auswirkungen auf Beschäftigung, Kaufkraft und Wertschöpfung haben.² Hinweis: Diese Arbeit setzt sich in weiterer Folge vorrangig mit Freizeitveranstaltungen aus dem Musik-, Unterhaltungs- und Spitzensportsegment mit einer Besucherzahl von über 1.000 auseinander.

Laut Martin Hörmann, Geschäftsführer von Barracuda Music GmbH, einem der größten österreichischen Veranstaltungsunternehmen, umfasse das Einzugsgebiet für zuschauerbezogene Veranstaltungen, wie Konzerte, in Wien knapp unter 5 Mio. Menschen. Dazu zählen neben der Wiener Metropolregion vor allem die Einwohner der kaufkräftigen Ballungszentren von Linz und Bratislava. Die Zahl der Veranstaltungsbesucher, die bereit sind längere Wegstrecken und Übernachtungen am Veranstaltungsort auf sich zu nehmen, nehme stetig zu. Hörmann schätzt, dass bei großen Konzerten Wegstrecken von über 300 km in Kauf genommen werden würden. Als Beispiel nennt Hörmann das Doppelkonzert von David Gilmore in Schönbrunn: An den beiden Konzertabenden im Sommer 2016 seien insgesamt rund 20.000 Tickets verkauft worden. Rund 8.000 davon, also fast die Hälfte, seien an ausländische Gäste gegangen.³

Die folgende Tabelle (Abb. 2) veranschaulicht die wichtigsten Ballungszentren der Umgebung und ihre Entfernung zu Wien.

Abb. 2; Verfasser

| Stadt | Entfernung zu Wien in km | Einwohner |
|-------------------------------------|---------------------------------|------------------|
| Bratislava (Slowakei) | 80 | 422.932 |
| Brno (Tschechische Republik) | 153 | 377.028 |
| Linz | 184 | 203.012 |
| Graz | 199 | 283.896 |
| Budapest (Ungarn) | 243 | 1.735.711 |
| Maribor (Slowenien) | 257 | 111.832 |
| Prag (Tschechische Republik) | 291 | 1.267.449 |
| Salzburg | 296 | 152.367 |

² Schnabl, Mateeva, Titelbach, Zucker; 2012; S.2 ff

³ Hörmann; 2017

Die von den ausländischen Konzertgästen in Wien in Anspruch genommenen Beherbergungs- und Gastronomieleistungen können daher insbesondere bei Großveranstaltungen nicht unwesentliche touristische Effekte haben.⁴

2.1 MARKTTEILNEHMER

Die an den Leistungen und Zahlungsströmen des Veranstaltungsmarktes beteiligten Akteure können grob in Eventagenturen, Eventkunden und öffentliche Verwaltung eingeteilt werden. Die unmittelbaren Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Planung und Durchführung von Veranstaltungen werden durch die darauf spezialisierten Eventagenturen (Veranstaltungsunternehmen) erbracht. Die zentralen Leistungen der Eventagenturen umfassen Eventmarketing und Eventmanagement. Dazu gehören insbesondere die Konzepterstellung, die Beschaffung der Veranstaltungsfläche (z. B.: Hallenmiete), Planung, Durchführung, Werbung, Organisation des Sponsorings und die Erstellung des Finanzierungsplans für Veranstaltungen. Eventkunden können Privatpersonen, Unternehmen, Vereine oder die öffentliche Hand sein. Für Privatpersonen stellen Veranstaltungen wie Konzerte oder Spitzensportevents eine Form der Freizeitgestaltung dar.⁵

Der österreichische Privathaushalt gibt im Durchschnitt monatlich rund EUR 67 für Sport-, Freizeit- und Kulturveranstaltungen aus, was rund 2,2 % der monatlichen Gesamtausgaben von EUR 2.990 Euro entspricht. Aufs Jahr hochgerechnet ergeben sich somit pro Haushalt 804 Euro die für derartige Veranstaltungen ausgegeben werden.⁶

Zu den Veranstaltungen im Auftrag von Unternehmen, Vereinen und der öffentlichen Hand gehören zum Beispiel Firmenfeiern, Hauptversammlungen oder Kongresse. Man unterscheidet hierbei zwischen internen Veranstaltungen, bei denen die jeweiligen Mitarbeiter bzw. Mitglieder im Vordergrund stehen, und externen Veranstaltungen, die vor allem der Vermittlung von Informationen über das Unternehmen, den Verein oder die Behörde an Außenstehende bzw. Kunden dienen.

⁴ Hörmann; 2017 (Interview mit dem Verfasser)

⁵ Schnabl, Mateeva, Titelbach, Zucker; 2012; S.4 ff

⁶ Statistik Austria; Konsumerhebung 2014/2015; 2016

2.2 WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE VON VERANSTALTUNGEN

Veranstaltungen haben ein hohes Auswirkungspotential auf andere Wirtschaftssegmente. Vor allem Großveranstaltungen mit hohem Besucherinteresse sind in der Lage Personen anzuziehen, deren Lebensmittelpunkt sich außerhalb des Veranstaltungsortes befindet. Vor allem Veranstaltungsbesucher die Reisezeiten von mehreren Stunden auf sich nehmen entscheiden sich regelmäßig dafür am jeweiligen Veranstaltungsort zu übernachten wovon vor allem die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe in der Region profitieren (touristischer Effekt). Veranstaltungen die auf Grund ihrer Beliebtheit durch mediale Berichterstattung wie Fernsehen, Radio oder Live-Stream auch aus der Ferne verfolgt werden können bieten Medienunternehmen ein wesentliches Einkommenspotential durch Werbeeinnahmen. Mittelbar profitieren davon sowohl die Werbeunternehmen selbst als auch die Unternehmen die von diesen vermarktet werden (medialer Effekt).

Vor allem bei Veranstaltungen die regelmäßig wiederkehrend am selben Ort stattfinden, wie Fußballspiele, können den Organen der öffentlichen Verwaltung einen Anreiz für infrastrukturelle Verbesserungen geben (infrastruktureller Effekt).⁷

Abb. 3; Schnabl, Mateeva, Titelbach, Zucker; 2012

| Art des Effekts | Wirkung | Veranstaltungsbeispiel |
|----------------------------------|--|--|
| Touristischer Effekt: | Inanspruchnahme von Gastronomie- und Beherbergungsleistungen | Musikfestival, Großes Konzert, Sport-Großveranstaltung |
| Medialer Effekt | Medienunternehmen können aus Veranstaltungen an denen ein breites Interesse besteht Kapital schlagen, indem sie darüber berichten und so ihre Werbeeinnahmen steigern | Formel 1 Grand Prix, Donauinselfest |
| Infrastruktureller Effekt | Bei regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen am selben Ort, können diese ein Motivator für die Umsetzung und Verbesserung vom Straßenverkehrs- und öffentlichem Verkehrsnetz sein | Regelmäßig veranstaltete Events wie Fußballspiele |

2.3 ÖFFENTLICHE FÖRDERUNG VON VERANSTALTUNGEN

Vor allem im Bereich von Kunst-, Kultur- und Sportveranstaltungen werden jährlich eine Vielzahl an öffentlichen Förderungen zugesprochen. Ohne diese finanzielle Unterstützung wäre die Abhaltung von einer nicht unwesentlichen Zahl an Veranstaltungen undenkbar. Die Kunst- und

⁷ Schnabl, Mateeva, Titelbach, Zucker; 2012; S.9 ff

Kulturförderungen der Bundesländer und der Bundesministerien leisten somit einen beträchtlichen Beitrag für die Veranstaltungsbranche. Umgekehrt profitieren die Gebietskörperschaften von der erhöhten Aufmerksamkeit und dem gesteigerten Interesse an den jeweiligen Regionen und der damit verbundenen Wertschöpfungssteigerung.⁸

2.4 WICHTIGE KENNZAHLEN DER VERANSTALTUNGSBRANCHE IN ÖSTERREICH

- Im Jahr 2010 wurden durch Veranstaltungen 105.129 Jobs gesichert, was einem Vollzeitäquivalent von 88.661 entspricht. Gemessen am Gesamt-Vollzeitäquivalent Österreichs von rund 3,55 Mio ergibt sich, dass rund 2,5 % aller Beschäftigten in der Veranstaltungsbranche tätig sind.
- Über 5.000 österreichische Unternehmen sind in der Veranstaltungsbranche tätig.⁹
- Der durch Veranstaltungen resultierende Gesamtproduktionswert lag im Jahr 2010 bei rund 14 Mrd. Euro
- Die österreichische Bruttowertschöpfung durch Veranstaltungen lag 2010 bei 7,3 Mrd. Euro, was einem Anteil von fast 3% am an der Gesamtbruttowertschöpfung (rund 259 Mrd. Euro) entspricht.
- Der diesbezügliche Nettokonsum betrug 2010 1,4 Mrd. Euro.
- Der Fiskus nahm 2010 durch Veranstaltungen rund 2,3 Mrd. Euro ein.
- Die von Veranstaltungen am meisten profitierenden Güterklassen waren 2010
 - Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen – 1,1 Mrd. Euro
 - Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen – 690 Mio. Euro
 - Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen – 606 Mio. Euro¹⁰

2.5 WESENTLICHE VORLEISTUNGEN FÜR DAS ZUSTANDEKOMMEN VON VERANSTALTUNGEN

Für die erfolgreiche Abhaltung von Veranstaltungen müssen vom Veranstalter diverse externe Leistungen akquiriert werden. Die Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen und Waren steigert deren Nachfrage und wirkt sich somit auf die Beschäftigungsverhältnisse und Wertschöpfungsketten der beteiligten Unternehmen aus.

⁸ Schnabl, Mateeva, Titlbach, Zucker; 2012; S.10 ff

⁹ https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20121121_OT0110/wkoeihs-eventbranche-schafft-73-mrd-euro-wertschoepfung-in-oesterreich; abgerufen am 08.09.2017

¹⁰ Schnabl, Mateeva, Titlbach, Zucker; 2012; S.30 ff

Zu den wichtigsten Vorleistungen von Veranstaltungen zählen:

- Mieten für Veranstaltungsräumlichkeiten
- Personalkosten (Unmittelbar bzw. mittelbar über Personaldienstleister)
- Marketingleistungen (Plakate, Werbung in TV- und Digital- und Printmedien, Pressekonferenzen)
- Ankauf, Anmietung und Betreuung des Technischen Equipments (Licht, Ton etc.)
- Catering
- Fahrtkosten und Beherbergung
- Steuern und Abgaben
- Entlohnung für KünstlerInnen, Akteure¹¹

Abb. 4; Schnabl, Mateeva, Titlbach, Zucker; 2012

| Kostenstruktur der Veranstaltungsausgaben | | | |
|---|----------------------|--|----------------------|
| Veranstaltungen organisiert von Eventagenturen | | Veranstaltungen organisiert von Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung | |
| Positionen | Ausgaben in % | Positionen | Ausgaben in % |
| Technik | 24,34% | Technik | 25,53% |
| Dekoration | 6,05% | Dekoration | 6,34% |
| KünstlerInnen/AkteurInnen | 22,40% | KünstlerInnen/AkteurInnen | 23,50% |
| Raummieten | 6,86% | Raummieten | 7,19% |
| Werbung | 5,08% | Werbung | 5,33% |
| Personal | 4,99% | Personal | 5,24% |
| Catering | 10,05% | Catering | 10,54% |
| BesucherInnen | 6,95% | BesucherInnen | 7,29% |
| Abgaben und Gebühren | 2,17% | Abgaben und Gebühren | 2,27% |
| Agenturhonorar | 11,11% | Personalkosten | 6,76% |

2.6 INDOOR-VERANSTALTUNGEN

Diese Arbeit setzt sich in weiterer Folge ausschließlich mit publikumsbezogenen Hallenveranstaltungen auseinander. Zu den wichtigsten Indoor-Veranstaltungen (Hallenevents) zählen Live-Konzerte, Family- und Entertainment-Shows (z. B.: Comedy-, Akrobatik- oder Musikshows) und Sportevents.

¹¹ Schnabl, Mateeva, Titlbach, Zucker; 2012; S.18 ff

3. GRUNDLAGEN DER VERANSTALTUNGSIMMOBILIE

Dieses Kapitel soll die Besonderheiten von Veranstaltungsimmobilien näher beleuchten. Nach der Begriffsdefinition wird auf die wichtigsten Merkmale von Veranstaltungsimmobilien, ihre Chancen und Risiken und die Unterscheidungsmerkmale zu herkömmlichen Gewerbeimmobilien eingegangen. Veranstaltungsimmobilien gehören zur Gruppe der Gewerbe- bzw. zur Untergruppe der Spezialimmobilien. Ihnen ist gemein, dass sie eine professionelle, hochspezialisierte und umfangreiche Verwaltung erfordern, die mit der von herkömmlichen Gewerbeimmobilien, wie Büro- oder Geschäftsgebäuden, nicht vergleichbar ist. Hinzu kommt, dass Veranstaltungsimmobilien stark von den sich ständig im Wandel befindlichen Bedürfnissen des Zielpublikums abhängig sind. Diese Volatilität der Freizeittrends bedeutet ein hohes, langfristig kaum einschätzbares Geschäftsrisiko für Betreiber von Veranstaltungsimmobilien und die Gefahr eines signifikanten Wertverlustes des Objekts aus der Sicht des Eigentümers. Die Renditen von erfolgreich betriebenen Veranstaltungsimmobilien sind jedoch typischerweise deutlich höher als bei herkömmlichen Gewerbeimmobilien.¹²

3.1 NACHNUTZUNG

Die Nachnutzungsmöglichkeit kann ein wichtiges Instrument zur Risikominimierung eines Immobilienprojekts sein. Tritt der erhoffte Erfolg der Primärnutzung, beispielsweise auf Grund von mangelhafter Markteinschätzung oder durch eine ungünstige Marktentwicklung, nicht ein, kann eine alternative Nutzung der Immobilie das Scheitern des gesamten Projekts verhindern. Insbesondere im Bereich von Wohn- und Büroimmobilien ist es daher sinnvoll, vorausschauend zu planen und die technischen Voraussetzungen für eine mögliche Nutzungsänderung in die Planung miteinzubeziehen (vor allem im Hinblick auf die Strukturierung der Haustechnik und der Grundrissgestaltung.). Im Gegensatz zu herkömmlichen Wohn-, Büro- oder Geschäftsimmobilien, die oft mit wirtschaftlich vertretbaren Mitteln umgestaltet und so einem anderen Nutzen zugeführt werden können, sind Veranstaltungsimmobilien auf Grund ihres spezialisierten Charakters einer alternativen Nachnutzung meist nicht zugänglich.¹³

¹² Kraus; 2015; S.21 ff

¹³ Gross; 2016; S.60 ff

3.2 RISIKO VS. RENDITE

Veranstaltungsimmobilien gehören zu den risikoreichsten und spekulativsten Immobilienarten. Auf Grund der ausschließlichen und spezifischen Nutzungsart, die Veranstaltungsimmobilien inhärent ist, und die, wie oben beschrieben, nur sehr schwer oder gar nicht geändert werden kann, erfordern Freizeitimmobilien ein hohes Maß an Genauigkeit und Effizienz ihres Managements.

Anders als bei herkömmlichen Gewerbeimmobilien (z. B.: Bürogebäude), kann sich das Management von Veranstaltungsimmobilien in der Regel nicht auf mehrjährige Miet- und/oder Pachtverhältnisse mit den Nutzern des Objekts stützen. Der Betreiber ist in erster Linie auf eine tageweise und unregelmäßige Vermietung seines Objekts angewiesen, deren Frequenz mittel- und langfristig kaum einschätzbar ist. Ausnahmen hiervon sind langfristige Mietverhältnisse mit Spitzensportvereinen oder Theaterensembles.¹⁴ Im Gegensatz zu Büro- und Wohnimmobilien, deren Hauptmerkmale durch gesetzliche und behördliche Regelungen national und international umfassend genormt sind, sind sowohl der Projektentwickler als auch der spätere Betreiber von Freizeitimmobilien stark von den Ansprüchen der Nutzer abhängig.¹⁵ Die Anforderungen und Erwartungen der Gesellschaft in puncto Freizeitgestaltung ist ständig im Wandel und regelmäßig eng mit der technologischen Entwicklung verbunden. Daher besteht das Risiko, dass eine gewisse Immobiliennutzung auf Grund veralteter Technik oder Trendentwicklungen für die Nutzer plötzlich nicht mehr attraktiv ist. Dieser Gefahr kann oftmals nur durch erhebliche Neuinvestitionen (Revitalisierungsmaßnahmen) entgegengewirkt werden.

Im Gegensatz zu anderen Immobilienkategorien sind Veranstaltungsimmobilien daher grundsätzlich nicht mit passiver Strategie zu bewirtschaften: Regelmäßige Anpassungen, Verbesserungen und ein dauerhafter Vermarktungsprozess sind unbedingt erforderlich. Die erhöhten Managementanforderungen für den Betreiber gehen einher mit erhöhtem Bedarf an fachkundigem Personal und finanziellen Mitteln.

Das Problem der nur schwer oder gar nicht umsetzbaren Nutzungsänderung von Veranstaltungsimmobilien beeinflusst auch den Verkehrswert des Objekts wesentlich. Da der Ertragswert der baulichen Anlagen auf Grund der oben beschriebenen Risiken lang- und sogar mittelfristig nur schwer einschätzbar ist, sollte der Eigentümer einer Veranstaltungsimmobilie davon

¹⁴ Bielzer, Wadsack; 2011; S.53 ff

¹⁵ Kraus; 2015; S.26 ff

ausgehen, dass sich der Wiederverkaufswert seines Objekts im schlimmsten Fall auf den reinen Grundstückspreis vermindert um die Abrisskosten beschränken könnte. Auf der anderen Seite geht das sehr hohe Risiko von Veranstaltungsimmobilien naturgemäß mit einem sehr hohen Ertragspotential einher.

Abb. 5; Kraus; 2017

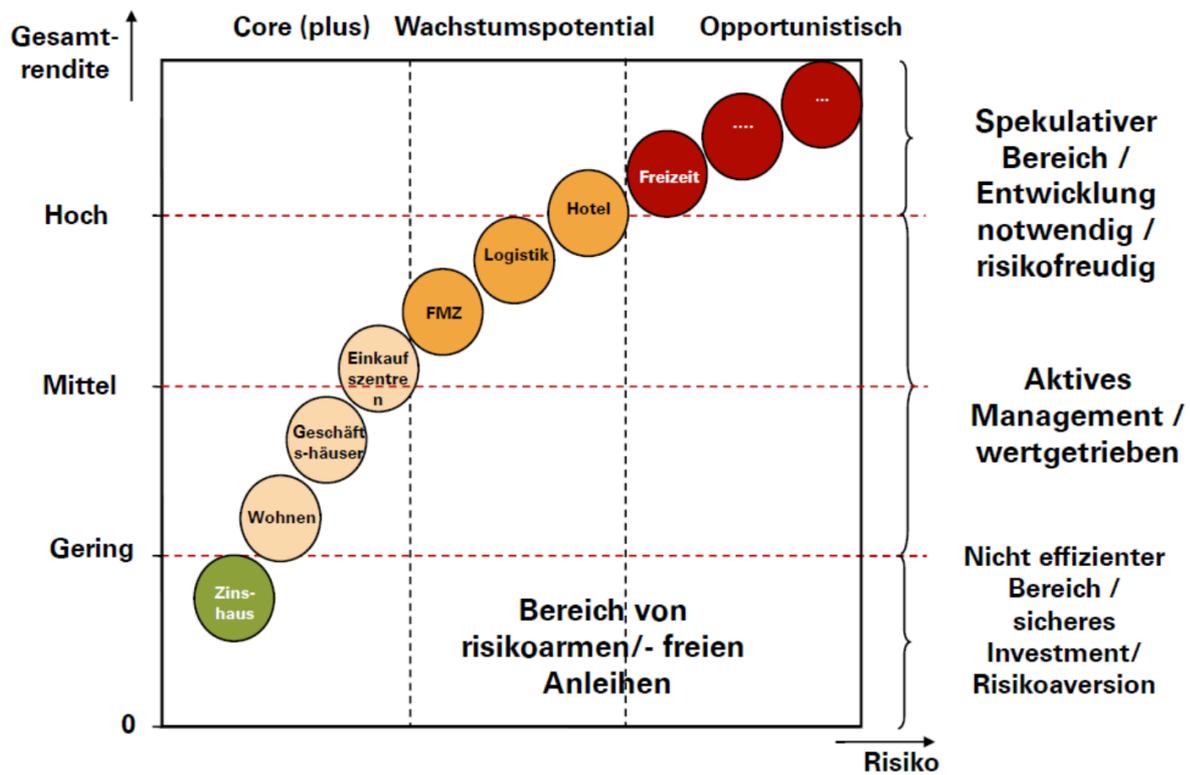


Abb. 6; Kraus; 2017

| Kriterien | Büro | Einzelhandel | Hotel | Freizeit | Industrie | Mixed-Use |
|----------------------------|--|---|---|--|---|---|
| Standort | Sehr wichtig: ÖPNV Erreichbarkeit Weniger wichtig: IV Erreichbarkeit Weniger wichtig: Städtisches Umfeld Grundstückskosten: Mittel bis hoch | Kriterien: siehe Skriptum | Erhebliche Bandbreite bei den einzelnen Kriterien (Unterschied zwischen Ressort und Business), Erreichbarkeit weniger wichtig, Mikroparameter manchmal wichtiger wie z.B. Zufahrtsmöglichkeit, Grundstückskosten sehr unterschiedlich, kategorieabhängig etc. | Erreichbarkeit sowohl ÖPNV wie auch IV, Grundstückskosten wegen großen Flächenbedarf, Bekanntheitsgrad der "Adresse" | Logistikerfordernis, Grundstückskosten, Distanz zu Siedlungsgebiet, agglomerationsbedingt | Je nach der dominierenden Funktion richten sich die Kriterien |
| Herstellkosten | Flachbauten: EUR 1.100 - 1.300/m ² Hochbauten: EUR 1.500 - 1.700/m ² | FMZ: € 800,-/m ² Ausbau durch Mieter EKZ: € 1.400,-/m ² (Ausbau durch Mieter, Allgemeinflächen durch Eigentümer) | Je nach Typ (Low Budget - Luxury Class): von EUR 30.000,-/Zimmer bis EUR 125.000,-/Zimmer | Ab € 1.200,-/m ² (nach oben offen je nach Funktion) | EUR 750 - 950/m ² | |
| Mieten/Mietrecht | Je nach Lage, Gebäudetypus und Ausstattungsqualität derzeit zwischen EUR 8,- bis EUR 22,-/m ² /Monat | Je nach Lage, Fläche und Sortimentsstyp: EUR 4,- bis EUR 400,-/m ² /Monat | Meistens Eigentum bei Betreiber-/Investoridentität, wenn nur Betreiber: verschiedenste Pachtmodelle | Null bis sehr niedrig (Umwegrentabilität!) oder Betreiber-/Eigentümeridentität | Selten reine Gebäudemiete und wenn sehr niedrig (unter EUR 5,-/m ²) oder Nutzer-eigentümeridentität oder Leasingmodelle mit erheblichen Komponenten für Ausstattung und Einrichtungen | |
| Mietrisiko | Je nach Lage sehr unterschiedlich | Je nach Lage niedrig bis mittel | Hoch | Hoch | Hoch | Je nach Nutzungsdominanz |
| Asset/Property Management | Wenig anspruchsvoll | Je nach Typus mittel- bis hochanspruchsvoll | Sehr anspruchsvoll | Sehr anspruchsvoll | Niedrig | Je nach Nutzungsdominanz |
| Eigenkapitalerfordernis | Derzeit je nach Qualität der Mietverträge und Lage 10 bis 30 % | Je nach Typus und Lage 10 bis 50 % | 30 - 50 % | Nicht unter 50 % | Meistens Nutzer-/Eigentümeridentität, daher selten immobilien-spezifisch | Je nach Nutzungsdominanz |
| Architektonischer Anspruch | Mittel bis hoch | Mittel | Hoch | Hoch | Niedrig | |
| Investoreperspektive | Derzeit weniger gesucht als Wohnungen, Renditeerwartungen lagebedingt, jedenfalls mehr als 5 % | Derzeit weniger gefragt als Büro, Renditeerwartungen je nach Typus und Lage mehr als 7 % | Sehr restriktive Investorenlandschaft, Renditeerwartungen nicht unter 8 % | Kein wirklicher Investorenmarkt, mit ausschließlicher Betreiber-/Eigentümeridentität | Eher komplette Leasingpakete, selten Immobilienperspektive und wenn hohe Rendite, meist mehr als 10 % | |
| Entwicklerperspektive | Relativ genormt und relativ leicht verfügbar | Hoher Anspruch, geringe Marktdichte | Hoher Anspruch, geringe Marktdichte | Primär betreiber-getrieben, nicht wirklich fungibel | Primär nutzer-getrieben | Anspruchsvoll, Renditeerwartungen je nach Nutzungsdominanz |

3.3 BETRIEBSMODELLE VON VERANSTALTUNGSIMMOBILIEN¹⁶

Veranstaltungsimmobilien haben, wie bereits beschrieben, einen wesentlich höheren Verwaltungsaufwand als Büro- und Geschäftsimmobilien. Der Betrieb einer Veranstaltungsimmobilie geht dabei weit über die Tätigkeiten des klassischen Asset-Managements hinaus und erfordert vor allem spezialisierte Fachkenntnisse, insbesondere im Veranstaltungswesen.

Daher werden Veranstaltungsimmobilien in der Regel oft als klassische Betreiberimmobilie bewirtschaftet. Dabei fallen die Funktionen des Eigentümers und des Betreibers auseinander. Der Eigentümer überträgt einem Betreiber das Bewirtschaftungsrecht (Fruchtgenussrecht) und gleichsam das Betriebsrisiko am Objekt und erhält von diesem, beispielsweise im Rahmen eines Pachtvertrages, ein Entgelt. Der Erfolg von Veranstaltungsimmobilien hängt typischerweise unmittelbar mit Qualifikation, Leistung und Erfolg des jeweiligen Betreibers zusammen. Ist die Leistung des Betreibers unzureichend, schadet dies sowohl seinem Unternehmen als auch dem Objekt selbst. Ist der Eigentümer gleichzeitig Betreiber muss er diese beiden Risiken allein tragen.¹⁷

3.4 STADTENTWICKLUNG UND ANDERE POLITISCHE ASPEKTE

Eine Vielzahl an Faktoren, wie insbesondere die erhöhte Verkehrsbelastung, das Ausmaß der in Anspruch genommenen Flächen (inklusive Parkflächen), der Einfluss auf das Stadtbild, der Einfluss auf die Wertschöpfung oder die durch das Projekt berührten Interessen der Stadtbewohner, führen dazu, dass Veranstaltungsimmobilien grundsätzlich nicht als isolierte Bauprojekte behandelt werden können, wie das bei Wohn- oder Bürobauten der Fall ist.

Die erfolgreiche Umsetzung von Veranstaltungsimmobilien ist im Grunde nur unter Einbindung und Unterstützung seitens der Stadtentwicklung möglich. Es ist unverzichtbar, dass Projekte dieser Größe in das raumplanerische Gestaltungskonzept der Stadtentwicklung passen oder in den laufenden Gestaltungsprozess miteingebunden werden. Dies ermöglicht beispielsweise die Integration der Veranstaltungsimmobilie in ein bereits existierendes oder neu zu entstehendes Stadtviertel, in dem verschiedene Projekte wechselseitig voneinander profitieren können.¹⁸ Wird ein Projekt als „Großbauvorhaben“ im Sinne der Wiener Bauordnung qualifiziert (siehe Kapitel 7.9) ist der Projektentwickler um ein Vielfaches mehr auf das Wohlwollen

¹⁷ Kraus; 2015; S.3 ff

¹⁸ Gamm; 2007; S.64 ff

und die Zustimmung der Stadtentwicklung bzw. der Bevölkerung angewiesen. Großbauvorhaben bedürfen in Wien einer Anpassung des Bebauungsplans, die wiederum eine Durchführungsverordnung zur Wiener Bauordnung notwendig macht die im Wege eines Gemeinderatsbeschlusses zu erfolgen hat.

4. MEHRZWECKHALLEN UND IHRE BESONDEREN ANFORDERUNGEN

Dieses Kapitel setzt sich mit den wichtigsten Charakteristika der Veranstaltungsimmoblie Mehrzweckhalle auseinander. Dabei wird insbesondere auf die Themenbereiche Ausstattung, Kapazität, Auslastung und Standort eingegangen und ein Überblick über die verschiedenen Veranstaltungsgenres, die typischerweise in Mehrzweckhallen stattfinden, geschaffen. Mit dem Betrieb im engeren Sinne setzt sich das Kapitel 5. auseinander.

Mehrzweckhallen (Multifunktionshallen, Multifunktionsarenen) sind überdachte Veranstaltungsimmobilien, die konstruiert sind um darin Veranstaltungen unterschiedlicher Art abzuhalten. Idealerweise sollten Mehrzweckhallen in der Lage sein eine möglichst große Bandbreite an Veranstaltungsgenres abdecken zu können. Dazu zählen insbesondere Sportveranstaltungen, Konzerte, Messen und Corporate Events (z. B.: Hauptversammlungen von Gesellschaften). Erfolgreiche Multifunktionskonzepte können auf diese Weise eine wesentlich höhere Auslastung erreichen als herkömmliche single use-Hallen, da sie an mehreren Veranstaltungsmärkten gleichzeitig partizipieren. Drohen beispielsweise Verluste durch ein Unterangebot an Live-Konzerten, können diese durch Veranstaltungen anderer Genres kompensiert oder zumindest abgeschwächt werden. Hinweis: In dieser Arbeit werden in weiterer Folge große Mehrzweckhallen mit einer Kapazitätsbandbreite zwischen 2.000 und 20.000 Besuchern behandelt.

Von der Mehrzwecknutzung ist die Mehrfachnutzung zu unterscheiden: Letztere umschreibt die Möglichkeit mehrere Veranstaltungen zeitgleich abzuhalten. Eine Mehrfachnutzung ist umsetzbar, wenn ein Hallenkomplex mit mehreren Hallen, oftmals mit unterschiedlichen Kapazitäten, betrieben wird. Grundvoraussetzung für die multifunktionale Nutzung ist die Möglichkeit die eigentliche Veranstaltungsfläche möglichst schnell und kostengünstig für die jeweiligen Veranstaltungsanforderungen umzubauen. Je schneller der Umbau durchgeführt werden kann desto weniger Ausfälle an potentiellen Veranstaltungstagen gibt es.¹⁹ Die Mercedes Benz Arena in Berlin dient diesbezüglich als Beispiel für eine erfolgreiche technische Umsetzung einer adaptiven Veranstaltungsfläche: Als Heimarena der Berliner Eisbären finden jährlich rund 25 Eishockeyspiele in der Mercedes Benz Arena statt und fast doppelt so viele Live-Konzerte. Der Auf- und Abbau des Eisfeldes bzw. der Konzertbühne ist innerhalb eines halben Tages erledigt, wie folgendes Beispiel veranschaulicht: Am 24.11.2017 um 19:30 wird ein Hockeyspiel der Eisbären veranstaltet, am 25.11. findet jeweils um 17:30 und um 19:30 das Konzert „HAVASI

¹⁹ Uhlendorf; 2001; S.6 ff und Gamm; 2007; S.59 ff

Symphonic Concert Show“ statt und am 26.11. um 19.30 spielen wieder die Eisbären. In unter 44 Stunden wird die komplette Eisfläche samt Zubehör abgebaut, die Orchesterbühne auf und wieder abgebaut und dann die Eisfläche wiederaufgebaut.²⁰ Das Staples Center in Los Angeles schafft den Umbau vom Eishockey- zum Basketballspielfeld in einer Rekordzeit von knapp über 2 Stunden.²¹

Die einzelnen Veranstaltungsgenres haben auch jeweils besondere Anforderungen was die Gestaltung der Zuschauerbereiche betrifft. Konzerte können in unterschiedlicher Art veranstaltet werden: Ausschließlich Stehplätze, ausschließlich Sitzplätze oder eine Mischung aus beiden. Sport-, Family- und Corporate-Events finden in der Regel als reine Sitzveranstaltungen statt. Mehrzweckhallen sollten grundsätzlich über folgende Grundvoraussetzungen verfügen²²:

- Variable Veranstaltungsflächen, wie insbesondere eine Großbühne, eine Sportfläche (z. B.: Eishockeyfeld) und Setups für sonstige Veranstaltungen sowie die für die entsprechende Nutzungsänderung erforderliche Logistik,
- die Teilbarkeit bzw. Abtrennbarkeit des Veranstaltungsraumes in Setups von verschiedener Größe,
- eine Deckenkonstruktion, die eine hohe Belastung über die gesamte Deckenfläche erlaubt, da eine Vielzahl der technischen Komponenten, die bei Live-Shows zum Einsatz kommen an der Hallendecke montiert werden müssen. Dazu gehören vor allem Lautsprecher- und Beleuchtungsanlagen.
- Moderne Bühnen- und Raumtechnik
- Gastronomieflächen (entweder verpachtet oder durch Hallenmanagement betrieben)
- VIP-Bereiche und -Dienstleistungen (z. B.: Logen oder Businessplätze)
- Großzügige Laderampen, die idealerweise ein Be- und Entladen mit mehreren LKWs gleichzeitig ermöglichen
- Ausreichende Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
- Ausreichende Anzahl an Beherbergungsbetrieben in unmittelbarer Umgebung
- Getrennt begehbare Künstlergarderoben und Verwaltungsräumlichkeiten
- Ausreichende Anzahl an Parkflächen am Gelände oder in unmittelbarer Umgebung

²⁰ <https://www.mercedes-benz-arena-berlin.de/events-tickets>; abgerufen am 26.8.2017

²¹ <http://www.npr.org/2012/05/15/152774768/ice-to-court-and-back-again-at-l-a-s-staples-center>; abgerufen am 24.8.2017

²² Gamm; 2007; S.56 f

4.1 BESUCHERKAPAZITÄT

Eine ausreichende Besucherkapazität ist für den Erfolg einer Multifunktionshalle wichtiger denn je. Immer mehr Veranstaltungsbesucher sind gewillt immer weitere Strecken auf sich zu nehmen um Veranstaltungen zu besuchen. Vor allem Konzertveranstalter im oberen Konzertsegment haben diesen Trend erkannt und sich daran angepasst. Anstatt wie früher üblich an möglichst vielen Orten mit überwiegend kleinen oder mittelgroßen Hallen Halt zu machen finden immer mehr Großkonzerte an mehreren Abenden hintereinander in derselben großen Halle statt. Ein aktuelles Beispiel für diese Entwicklung ist die Tour 2017 von Helene Fischer: Sie tritt im Februar 2017 an fünf verschiedenen Abenden in der Halle D der Wiener Stadthalle auf.²³

Veranstaltungshallen werden üblicherweise eingeteilt in unteres (bis 5.000 Besucher), mittleres (5.000-8.000 Besucher) und oberes Segment (ab 8.000 Besucher), wobei sich der angegebene Wert auf die jeweils maximale Besucherkapazität eines reinen Stehplatz-Setups (auch Layouts genannt; siehe unten) bezieht. Die maximal erreichbare Besucheranzahl ist jedoch keine aussagekräftige Kennzahl um die Kapazität einer Veranstaltungshalle sinnvoll darzustellen. Typischerweise haben Veranstaltungshallen, insbesondere Mehrzweckhallen, die Möglichkeit den Veranstaltern unterschiedliche Setups anzubieten. Diese Setups unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihrer maximalen Besucheranzahl, der Sitzplatz-Stehplatz Verhältnisse und der Art und Größe der Bühne (bzw. des Spielfelds bei Sportveranstaltungen). Technisch umgesetzt werden diese verschiedenen Setups in erster Linie durch die Installation räumlicher Abgrenzungen (z. B.: Aufbau zusätzlicher Wände, „Raum im Raum-Konzept“, Vorhänge).²⁴ Die Halle kann durch diese Setups einen viel größeren Anteil des Veranstaltungsmarkts bedienen, da auf diesem Wege auch kleinere und mittelgroße Veranstaltungen stattfinden können, die das maximale Fassungsvermögen einer großen Halle niemals ausschöpfen würden.

Die Halle D der Wiener Stadthalle bietet beispielsweise eine maximale Besucherkapazität von 16.000 Personen. Die Halle kann jedoch so verkleinert werden, dass sie nur noch maximal

²³ <https://www.stadthalle.com/de/schauen/events/379/Helene-Fischer>; abgerufen am 21.11.2017

²⁴ Beispiel: Setup Varianten der Lanxess Arena: <http://www.lanxess-arena.de/tickets/allgemeine-saalpläne.html>; abgerufen am 26.8.2017

2.100 Besuchern Platz bietet.²⁵ Die vom Hallenstadion Zürich angebotenen Layouts reichen von jeweils 4.500 bis 15.000 Besuchern.²⁶

Ein Fehlen einer räumlichen Abgrenzung hätte zur Folge, dass kleinere Veranstaltungen die Halle leer und somit die jeweilige Veranstaltung als erfolglos erscheinen lassen würden. Daran haben weder die Veranstaltungsbesucher noch die Künstler, die Veranstalter oder die Hallenbetreiber ein Interesse. Es ist daher festzuhalten, dass im Hinblick auf die Hallenkapazität nicht die absolute Obergrenze, sondern die effektive Bandbreite der möglichen Hallensetups bei einer umfassenden Analyse einer Mehrzweckhalle heranzuziehen ist. Die Multifunktionalität einer Mehrzweckhalle bezieht sich insofern nicht nur auf die Arten von Veranstaltungen, die darin stattfinden können, sondern auch auf die zur Verfügung stehenden Setups.

Bei reinen Sitzplatzveranstaltungen ist die maximale Kapazität durch die Flächeninanspruchnahme der Sitzbänke und der freibleibenden Gänge deutlich geringer. Die Bank Austria Halle im Wiener Gasometer hat beispielsweise bei einem Stehplatz-Setting eine Kapazität von 3.600 und bei einem Sitzplatz-Setting eine Kapazität von 1.800 Besuchern.²⁷ Bei der Entscheidung über die Hallengröße sind insbesondere Faktoren wie die realistisch erzielbaren Besucherzahlen, die Größe des Einzugsgebiets, die Anzahl und Qualität von Konkurrenzbetrieben und nicht zuletzt politische Aspekte zu berücksichtigen.

4.2 VERANSTALTUNGSGENRES

Typischerweise werden große Mehrzweckhallen für die folgenden Eventtypen genutzt:

- Live-Konzerte
- Sportveranstaltungen
- Entertainment und Family-Shows
- Corporate-Events
- Kettenveranstaltungen

²⁵ Gatschnegg; 2017

²⁶ Produktbeschreibung des Hallenstadion Zürich; <http://www.hallenstadion.ch/media/uploads/downloads/36/documents/produktebeschreibung-v8-2016-show-veranstaltungen-hallenstadion-zuerich-01.04.16.pdf>; abgerufen am 15.06.2017

²⁷ http://www.planet.tt/files/planet.tt_bank_austria_halle_im_gasometer.pdf; abgerufen am 13.9.2017

Im Hinblick auf den Betrieb von Multifunktionshallen generieren Live-Konzerte am europäischen Markt bei weitem die meiste Wertschöpfung und haben mit Abstand das größte Marktvolumen. Die Ticketpreise sind im Durchschnitt wesentlich höher als bei Sport- und Family-Events.²⁸ Der europäische Markt für Live-Konzerte ist in der Vergangenheit insbesondere durch zwei Faktoren erheblich beeinflusst worden. Zum einen sind viele Künstler auf Grund des drastischen Rückgangs der Tonträgerverkaufszahlen auf die Einnahmen des Tourgeschäfts angewiesen. Laut Wolfgang Gatschnegg, von der Wien Holding GmbH, sei ein deutlicher Anstieg des Live-Konzert Angebots seit 8 bis 10 Jahren spürbar.²⁹ Andererseits gibt es im europäischen Raum, fallweise sogar innerhalb einzelner Städte, ein Überangebot an Veranstaltungshallen. Daraus folgt ein harter Konkurrenz- und Preiskampf zwischen den einzelnen Hallenbetreibern.³⁰

Sportveranstaltungen können grob eingeteilt werden in Spitzensportevents und organisierte Sportaktivität. Bei Letzterem handelt es sich typischerweise um Sportveranstaltungen im Rahmen von Vereinen, bei denen die jeweiligen Vereinsmitglieder und deren sportliche Betätigung im Vordergrund stehen. Diese finden grundsätzlich im kleinen Rahmen statt, beispielsweise in Schul- oder Vereinssportstätten und werden daher hier nicht weiter behandelt. Spitzensportveranstaltungen verfügen hingegen über eine hohe Zuschauerattraktivität und finden daher an Orten statt, die einer entsprechend großen Zahl an Zuschauern Platz bieten können. Als zuschauerbezogenes Veranstaltungsgenre bilden Spitzensportveranstaltungen einen bedeutenden Wirtschaftssektor. Die mediale Vermarktung, Sponsoren- und Investorentätigkeiten sowie der Handel mit Merchandise Artikeln generieren zusätzlich zu den eigentlichen Veranstaltungen selbst eine bedeutende Wertschöpfung. Die wichtigsten Hallensportarten am Österreichischen Markt sind Eishockey, Handball und Basketball.

Die Ticketpreise sind bei Hallensportevents typischerweise wesentlich niedriger als bei großen Live-Konzerten. Tickets für Heimspiele der Eishockeymannschaft Vienna Capitals kosten je nach Kategorie zwischen 18 und 28 Euro.³¹ Ein Vollpreisticket für ein Heimspiel der Wiener

²⁸ Frei; 2017

²⁹ Gatschnegg; 2017

³⁰ Jahresabschluss 2015 der Arena Management GmbH; 2016

³¹ <https://www.vienna-capitals.at/tagestickets-ebel.html>; abgerufen am 21.11.2017; VIP Tickets nicht berücksichtigt

Basketballmannschaft Hallmann Vienna kostet lediglich 8 Euro (keine Platzkategorien).³² Hinzu kommt, dass die maximale Kapazität der Halle bei Sportevents deutlich geringer ist, da das Spielfeld ein nicht unwesentliches Flächenausmaß beansprucht und diese Events in der Regel reine Sitzveranstaltungen sind. Daher ist festzuhalten, dass die einzelne Hallensportveranstaltung an sich für den Hallenbetreiber deutlich weniger ergebniswirksam ist als das einzelne Live-Konzert.

Hat sich die jeweilige Halle jedoch als „Heimarena“ eines bestimmten Vereins etabliert dient sie als Veranstaltungsort für sämtliche Heimspiele, die dieser Verein jährlich bestreitet. Auf diesem Weg erhält eine Halle eine fixe Zahl wiederkehrender Veranstaltungen. In der Erste Bank Eishockey Liga spielt beispielsweise jedes Team 44 reguläre Ligaspiele im Jahr. Somit finden jeweils 22 Spiele im jeweiligen Heimstadion der Mannschaften statt. Auf diese Weise erhält eine Halle eine garantierte Grundauslastung, die insbesondere dann nützlich ist, wenn ein schwacher Konzert- oder Showmarkt vorherrscht.

Für Felix Frei, CEO der AG Hallenstadion Zürich, stellen die Jahreseinnahmen aus dem Mietverhältnis mit dem Eishockeyverein ZSC Lions eine wichtige Umsatzquelle dar: Es stimme zwar, dass die Hockeyspiele, isoliert betrachtet, umsatzbezogen weniger attraktiv seien als Konzerte oder Shows, so Frei. Mit den rund 30 bis 35 Spielen im Jahr würden jedoch insgesamt so viele Einnahmen erzielt wie mit 10 bis 12 ausverkauften Live-Konzerten. Diese zusätzliche Menge an Live-Konzerten jährlich sei, laut Frei, am Markt einfach nicht vorhanden und somit der Ertrag aus den Eishockeyspielen nur sehr schwer zu ersetzen. Es ist daher festzuhalten, dass ein Hallenkonzept als „Heimarena“ einer Spitzensportmannschaft gemessen am Volumen der jährlich stattfindenden Veranstaltungen eine sehr empfehlenswerte Strategie darstellt.

Eine Besonderheit stellen internationale Hallensportgroßereignisse dar: Dabei handelt es sich um mehrtägige bzw. mehrwöchige Sportveranstaltungen wie beispielsweise die Eishockey-Europameisterschaft oder die Handball-Weltmeisterschaft. Für den Hallenbetreiber stellen diese Veranstaltungen eine bedeutende Einnahmequelle dar, da die Halle für einen gewissen Zeitraum durchgehend vermietet wird. Allerdings können die Veranstalter solcher internationaleren Hallensportgroßereignisse aus einer Vielzahl an europa- bzw. weltweit geeigneter Hallen auswählen. Die Chance eines Hallenbetreibers den Zuschlag zu erhalten ist somit gering.

³² <http://www.basketballclubvienna.at/#tickets>; abgerufen am 21.11.2017

Entertainment- und Family-Shows sind Events, die akrobatische Darbietungen, Zauberei, Comedy und sonstige Unterhaltungsleistungen zum Inhalt haben. Die Ticketpreise sind durchschnittlich auch bei diesem Genre geringer als bei Live-Konzerten.

Zu den Corporate-Events zählen von bzw. für Unternehmen abgehaltene Veranstaltungen. Diese dienen entweder unternehmensinternen Zwecken (z. B.: Jahreshauptversammlung) oder der Vermarktung der durch das Unternehmen angebotenen Leistungen (z. B.: Produktpräsentationen).

Kettenveranstaltungen sind Events, die an mehreren Tagen hintereinander am selben Standort stattfinden. Sie sind für einen Hallenbetreiber besonders attraktiv, da die Kosten für den Aufbau der Bühnen, Tribünen und sonstigen Installationen nur einmal anfallen und das entsprechende Setup für sämtliche Veranstaltungstage unverändert bleibt. Eine erwähnenswerte Veranstaltung in diesem Zusammenhang ist „Afrika Afrika“, welche im Jahr 2017 insgesamt 23 Mal hintereinander in der Halle F der Wiener Stadthalle stattfinden wird. Selbst bei einer vorsichtig geschätzten Gesamtauslastung von 60% würde sich bei einem durchschnittlichen Ticketpreis von EUR 63 ein Gesamtticketumsatz von rund 1,7 Mio Euro³³ ergeben.

4.3 AUSLASTUNG

Hinsichtlich der Auslastung von Veranstaltungshallen muss zwischen Einzelevents und einer etwaigen Grundauslastung unterschieden werden. Vor allem im Konzert- und Showbereich ist eine mittel- und langfristige Auslastungsprognose auf Grund der kurzfristigen Planungsmechanismen dieser Branchen nicht möglich. Ein Hallenbetreiber ist in diesem Zusammenhang von der Zahl der Künstler die in einem bestimmten Jahr auf Tour sind abhängig.

Eine verlässliche Grundauslastung kann somit durch Veranstaltungen dieser Art nicht generiert werden. Dementsprechend hoch ist das Geschäftsrisiko für einen Hallenbetreiber, wenn er sich ausschließlich auf die Abhaltung solcher Einzelevents stützt. Eine Möglichkeit dieses Risiko zu kompensieren ist die Etablierung einer gewissen Grundauslastung durch ein mehrjähriges Mietverhältnis, das eine garantierte Anzahl regelmäßig wiederkehrender Veranstaltungen zum Inhalt hat. Typischerweise handelt es sich bei solchen Mietverhältnissen um Verträge mit Spitzensportvereinen, die die Halle als Austragungsort für sämtliche Heimspiele nutzen.

³³ <https://www.stadthalle.com/de/schauen/events/454/Afrika-Afrika>; abgerufen am 23.09.2017

Ein zentrales Ziel eines Hallenbetreibers ist es, möglichst viele Sell Out-Shows zu generieren, also Veranstaltungen die die maximal erreichbare Hallenkapazität (größtes Setup) ausschöpfen. Insbesondere bei Hallen des oberen Segments sind Sell Out-Shows jedoch typischerweise ein knappes Gut. Laut Felix Frei, CEO der AG Hallenstadion Zürich, habe das Hallenstadion im Durchschnitt jährlich 10 bis 12 Veranstaltungen dieser Größe.³⁴ Laut Jahresabschluss der AG Hallenstadion Zürich fanden im Durchschnitt von 2012 bis 2016 rund 136 Veranstaltungen jährlich statt. Die durchschnittliche, jährliche Besucherzahl³⁵ lag in diesen 5 Jahren bei 972.600. Pro Veranstaltung entspricht dies einer hochgerechneten Besucherzahl von 7152.

Die Lanxess Arena Köln belegte in einem weltweiten, auf Besucherzahlen basierenden Ranking den 6. Platz. In diesem Jahr fanden in der Lanxess Arena insgesamt 165 Veranstaltungen mit einer Gesamtbesucherzahl von rund 1,6 Mio. statt. Dies entspricht einer durchschnittlichen Auslastung von 9.796 Besuchern pro Veranstaltung. Sowohl die Lanxess Arena als auch das Hallenstadion Zürich verfügen über Mietverhältnisse mit Eishockeyvereinen und können sich somit auf eine gewisse Grundauslastung stützen.³⁶

Die folgende Tabelle veranschaulicht die Hallenauslastung im Hinblick auf Konzert-, Sport-, und Entertainmentveranstaltungen im europäischen Vergleich im Betrachtungszeitraum zwischen 19.9.2017 und 19.9.2018. Nichtöffentliche Veranstaltungen wie insbesondere Corporate Events werden hier, mangels Verfügbarkeit diesbezüglicher Daten, nicht dargestellt.

Abb. 7; Verfasser

| Halle Kapazität | Veranstaltungen |
|---|------------------------|
| Barclaycard Arena Hamburg 16.000 | 111 |
| Mercedes Benz Arena Berlin 17.000 | 109 |
| Hallenstadion Zürich 13.000 | 91 |
| SAP Arena Mannheim 15.000 | 84 |
| Wiener Stadthalle - Halle D 16.000 | 78 |

³⁴ Frei, 2017

³⁵ Ohne Berücksichtigung von Corporate Events

³⁶ <http://www.rundschau-online.de/region/koeln/multifunktionsarenen-koelner-lanxess-arena-klettert-weltweit-auf-platz-sechs-25647898>

| | |
|--|----|
| Ziggo Dome Amsterdam 17.000 | 66 |
| Malmö Arena 15.000 | 59 |
| 3 Arena Dublin 14.500 | 56 |

Die entscheidende Rolle bei der Höhe der Buchungsfrequenz einer Veranstaltungshalle nehmen die Konzert-, Show- oder Sportveranstaltungsunternehmen (Eventagenturen) ein. Ihnen obliegt die Aufgabe, für ihren jeweiligen Auftraggeber (z. B.: Management einer Band) einen geeigneten Veranstaltungsort ausfindig zu machen und zu buchen.

Im Entscheidungsprozess für die Auswahl eines geeigneten Veranstaltungsorts werden von den Eventagenturen in erster Linie ökonomische Aspekte berücksichtigt. In die Kostenkalkulation fließen insbesondere die Höhe der Hallenmiete, die Höhe der zu entrichtenden Umsatz- und Ertragssteuerleistungen am jeweiligen Standort und die Höhe der entstehenden Transport- und Logistikkosten ein. Diese Kosten werden den potentiellen Einnahmen gegenübergestellt, die insbesondere von der Besucherkapazität der Veranstaltungshalle und der erwarteten Ticketverkaufszahlen abhängen.

4.4 STANDORT

Bei den zu berücksichtigenden Faktoren bei der Standortwahl muss beachtet werden, dass verschiedenen Interessensgruppen, insbesondere die Hallenbesucher und die jeweiligen Veranstalter, teilweise unterschiedliche Interessen haben.

Grundsätzlich spielen die folgenden Makro- und Mikrostandortfaktoren eine zentrale Rolle:

- Öffentlich-rechtliche Rahmenbedingungen, wie die Höhe der Steuern und Abgaben, die bau- und raumordnungsrechtlichen Auflagen und Bestimmungen und die Höhe und Verfügbarkeit von Förderungsmitteln für den Bau- und/oder den Betrieb einer Mehrzweckhalle (Makro-Faktoren).
- Größe des Einzugsgebiets, Kaufkraft innerhalb des Einzugsgebiets, Verfügbarkeit von Arbeitskräften, Lohnniveau oder Markt für Betriebsnotwendige Güter (Makro-Faktoren).
- Höhe der Beschaffungskosten für Grund und Boden, Qualität der Verkehrsanbindung, Expansionsmöglichkeit, Verfügbarkeit bestehender Parkgaragen oder die Möglichkeit

des Baus neuer ober- oder unterirdischer Parkanlagen und Attraktivität des Standortes im engeren Sinn (Mikro-Faktoren).

Bei der Standortwahl ist vor allem die Grundsatzentscheidung „zentrale Lage oder grüne Wiese“ zu treffen. Beide Varianten haben jeweils Vor- und Nachteile.

Im Hinblick auf den Individualverkehr, vor allem bei aus dem Umland anreisenden Besuchern, ist eine Stadtrandlage die sinnvollere Lösung, da die Verkehrsbelastung weitaus geringer ist und regelmäßig ein größeres Raumangebot für Parkplatzanlagen zur Verfügung steht, als in zentraleren Stadtlagen. Zusätzlich können aus dem Umland anreisende Besucher es vermeiden in den abendlichen Stadtverkehr zu geraten um zur Veranstaltung zu kommen. Eine Befragung³⁷ von mehr als 48.000 Hallenveranstaltungsbesuchern bei 36 Veranstaltungen in drei verschiedenen Veranstaltungshallen in Deutschland ergab, dass das durchschnittliche Verhältnis von Besuchern mit Wohnsitz in der jeweiligen Stadt und Besuchern mit Wohnsitz im Umland 22 % zu 78 % beträgt. Die aus dem Ausland anreisenden Besucher können bis zu 50% ausmachen. In derselben Studie wurde erhoben, dass durchschnittlich 74% aller Veranstaltungsbesucher mit dem PKW anreisen. Bei einzelnen Veranstaltungen waren es sogar bis zu 90 %. Laut einer anderen Umfrage³⁸, bei der rund 650 Konzertbesucher befragt wurden, gaben über 68% an mit dem Auto zur Veranstaltung angereist zu sein. Die Steigerung der Verkehrsbelastung die durch diese Vielzahl an Fahrzeugen, die bei Veranstaltungsbeginn und Veranstaltungsende gleichzeitig an- und abfahren, ist somit beträchtlich. Der Standort einer Mehrzweckhalle sollte in einem von starkem Verkehr möglichst verschontem Gebiet gelegen sein. Neben der Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz muss daher auch eine möglichst geringe Distanz zum Autobahnnetz gegeben sein. Eine Situierung in einem weniger dicht besiedelten Gebiet (Stadtrand) hätte zudem den Vorteil großzügige Parkflächen in das Projekt miteinzubeziehen.

Für eine eher zentrale Situierung einer Mehrzweckhalle sprechen die bessere Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die mittelbaren wirtschaftlichen Effekte auf den Handel, die Gastronomie und die Beherbergungsunternehmen in der Stadt. Am idealsten wäre ein Standort der sowohl Eigenschaften einer zentralen als auch einer Stadtrandlage aufweist.

³⁸ Hoffmann; 2007

5. BETRIEB UND BETRIEBSMODELLE VON MEHRZWECKHALLEN³⁹

Das folgende Kapitel setzt sich mit den Besonderheiten und Herausforderungen des Betriebs, der Betriebsstrukturen und der Finanzierung des Baus und Betriebs von Mehrzweckhallen auseinander. Abschließend wird anhand des Beispiels Hallenstadion Zürich versucht, ein grobes Bild von einem erfolgreichen Hallenbetrieb darzustellen.

Mehrzweckhallen werden entweder von ihrem Eigentümer selbst oder als klassische Betreiberimmobilien von einem vom Eigentümer verschiedenen Betreiber bewirtschaftet. Die außergewöhnlich hohen Betriebs-, Instandhaltungs-, und Re-Investitionskosten (Revitalisierungskosten) übersteigen die ohnehin schon intensiven Anschaffungs- und Errichtungskosten – gemessen am gesamten Lebenszyklus des Objekts – um ein Vielfaches. Ein kostendeckender oder sogar gewinnbringender Betrieb einer Mehrzweckhalle allein durch die Einnahmen aus dem Kerngeschäft – der Vermietung der Halle an Veranstalter – ist aus heutiger Sicht unwahrscheinlich.

Daher haben sich eine Vielzahl von Hallenbetreibern auf die Erwirtschaftung von zusätzlichen Einnahmen durch diverse Nebenleistungen ausgerichtet. Die Umsatzerlöse, die aus diesen Nebenleistungen, wie beispielsweise der Verpachtung von Namensrechten, der Vermietung von VIP-Logen und dem Betrieb oder der Verpachtung von Restaurants oder Catering-Services, eingenommen werden, können kumuliert mit den Umsätzen aus dem Kerngeschäft, einen profitablen Betrieb möglich machen.

Der Lebenszyklus einer Multifunktionshalle schwankt zwischen 30 und 50 Jahren. Um diese Nutzungsdauer tatsächlich erreichen zu können, sind, neben den regelmäßigen Instandhaltungsinvestitionen, zumindest alle 10 Jahre umfassende Modernisierungsinvestitionen zu tätigen. Nur auf diese Weise kann die Konkurrenzfähigkeit erhalten bleiben und das Risiko einer schwindenden Attraktivität bei den Nutzern minimiert werden.

5.1 BETRIEB UND EIGENTÜMERSCHAFT

Sind Betreiber und Eigentümer nicht ein und dieselbe Person stellt sich die Frage, wem welche Aufgaben im Zusammenhang mit der Immobilie zukommen bzw. wer welche Kosten und Risiken trägt. Dazu ist zu sagen, dass es grundsätzlich kein allgemeingültiges Schema für Aufga-

³⁹ Bielzer, Wadsack; 2011; S.59

beteiligung zwischen Hallenbetreiber und Halleneigentümer gibt. Häufig obliegen dem Eigentümer die Instandhaltung der wesentlichen Substanz des Bauwerks (Dach, tragende Elemente, Rohrleitungen etc.), die Gebäudeversicherung, wesentliche Umbauten oder tiefgreifende Sanierungen. Dem Betreiber der Veranstaltungshalle obliegen in der Regel die folgenden Aufgaben und die Tragung der damit verbundenen Kosten:

- die Anstellung, Organisation und Entlohnung der Mitarbeiter,
- die Beschaffung zusätzlichen ad-hoc-Personals (Security, Logistikpersonal, Platzanweiser, Gastronomie etc.) für die einzelnen Veranstaltungen (beispielsweise über ein Personaldienstleistungsunternehmen),
- die Vermarktung der Veranstaltungsräume an Veranstalter bzw. sonstige Unternehmen,
- die Gestaltung und Optimierung der Nutzungskonditionen der Veranstaltungsräume,
- die Beschaffung, Instandhaltung und Modernisierung der technischen Anlagen,
- die Vermarktung der Hospitality-Leistungen (z. B.: VIP-Logen),
- die Planung, Organisation und Durchführung von Eigenveranstaltungen und
- der Betrieb von Restaurants und Catering Services bzw. deren Verpachtung an externe Betreiber.

Ein besonderer Aspekt beim Betrieb von Veranstaltungshallen ist die Tatsache, dass ein Hallenbetreiber sowohl B2B-Leistungen (an den jeweiligen Veranstalter) als auch mittelbar B2C-Leistungen (an die Veranstaltungsbesucher) erbringt. Der jeweilige Veranstalter ist zwar als Mieter der Immobilie der eigentliche Vertragspartner des Betreibers (B2B), jedoch hängt die Höhe des diesbezüglichen Nutzungsentgelts typischerweise unmittelbar von der Höhe der verkauften Tickets an die Veranstaltungsbesucher (B2C) ab. Daher ist die Befriedigung der Bedürfnisse der Hallenbesucher mindestens so bedeutend wie die Zufriedenheit des Veranstalters.⁴⁰

5.2 AKTEURE BEIM BESITZ UND BETRIEB VON MEHRZWECKHALLEN

Bis in die Neunzigerjahre lagen sowohl das Eigentum als auch der Betrieb von nahezu allen Mehrzweckhallen in den USA und Europa unmittelbar in öffentlicher Hand. Heute gibt es zwar eine Vielzahl an privatwirtschaftlich betriebenen Multifunktionshallen, jedoch ist eine zumindest mittelbare finanzielle Involvierung der öffentlichen Hand auch bei diesen nach wie vor

⁴⁰ Bielzer, Wadsack; 2011; S.59

weit verbreitet. Die Ausprägungsformen der öffentlichen Involvierung sind sehr Vielfältig: Es gibt Hallen, die im Eigentum der jeweiligen Gemeinde stehen und an rein private Betriebsgesellschaften verpachtet werden. In anderen Fällen agieren Kapitalgesellschaften als Eigentümer und/oder Betreiber, an denen die öffentliche Hand selbst beteiligt ist (z. B.: Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungs-GmbH, AG Hallenstadion Zürich).

Die öffentliche Hand, insbesondere die jeweilige Gemeinde, kann in vielerlei Hinsicht von einer, von ihr geführten, Multifunktionshalle profitieren. Als mittelbar beteiligter oder unmittelbar agierender Hallenbetreiber kann die Gemeinde ihre Bevölkerung unmittelbar mit einem Angebot an Freizeitveranstaltungen versorgen, auf diese Weise Eigenwerbung machen und an Beliebtheit gewinnen. Zu diesen politischen Effekten treten wirtschaftliche Effekte wie die Schaffung von Arbeitsplätzen und, je nach dem Erfolgsgrad des Betriebs, die Steigerung der Kaufkraft der Gemeinde, hinzu.

Öffentlich betriebene Hallen haben den Vorteil, dass diese nicht zwingend einen betriebswirtschaftlichen Gewinn, ja nicht einmal einen kostendeckenden Betrieb erzielen müssen um überleben zu können. In vielen Fällen werden entsprechende Bilanzverluste mit öffentlichen Mitteln ausgeglichen⁴¹. Ausschließlich privat finanzierte und betriebene Hallen sind hingegen bei sonstigem Insolvenzrisiko gezwungen zumindest kostendeckend zu wirtschaften. Instanzen, wie Städte und Gemeinden, sehen die Daseinsberechtigung einer Mehrzweckhalle oftmals in einer vermeintlich hohen wirtschaftlichen und politischen Umwegrentabilität. Folgt man diesem Standpunkt, wird ein primärwirtschaftlich defizitärer Hallenbetrieb durch die sekundärwirtschaftlichen Effekte, die die Hallenveranstaltungen für die Gemeinde und ihre Bevölkerung mit sich bringen, aufgewogen.

Zwar mag diese Sichtweise im Hinblick auf andere öffentlich geführte Betriebe, die weniger betriebskostenintensiv sind, wie beispielsweise Freibäder, zutreffen. Eine Übertragung dieser Betriebsphilosophie auf komplexe Einrichtungen wie große Multifunktionsarenen ist jedoch nicht zweckmäßig und eine entsprechend geführte Halle auf lange Sicht politisch und wirtschaftlich nicht tragbar.

Der früher weit verbreitete Betrieb von Mehrzweckhallen unmittelbar durch ein zuständiges Verwaltungsorgan (Dienststelle, Ressort, Behörde) wurde in vielen Fällen vom Hallenbetrieb

⁴¹ <http://derstandard.at/1371171067779/Wiener-Stadthalle-wegen-Derivatgeschaeften-mit-Millionenverlust; abgerufen am 15.09.17>

durch Kapitalgesellschaften mit öffentlicher Beteiligung abgelöst. Diese Variante hat den Vorteil, dass betriebsnotwendige Entscheidungen schnell und effizient getroffen werden können, ohne davor die langwierigen, mehrstufigen verwaltungsrechtlichen Willensbildungsprozesse durchlaufen zu müssen. Als Beispiel hierfür dient die Wiener Stadthalle: Sie steht im Eigentum der Stadt Wien und wird von einer Tochtergesellschaft der Wien Holding GmbH, der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., betrieben.

Die Gemeinde ist bei einer solchen Betriebsstruktur zwar streng genommen nur noch mittelbar Hallenbetreiber, jedoch stammen die finanziellen Mittel weiterhin aus der öffentlichen Hand und die Gemeinde hat nach wie vor Einfluss auf innerbetriebliche Entscheidungen. Mit einer solchen Konstellation bleibt das Problem der oben beschriebenen Philosophie einer bewusst nicht auf Gewinn ausgerichteten Betriebsstrategie oftmals bestehen. Die dadurch entstehende Marktverzerrung kann konkurrierende, ausschließlich private Betreiber erheblich negativ beeinflussen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der – ausschließlich – privat finanzierte Bau- und Betrieb von Mehrzweckhallen, ohne jegliche öffentliche Unterstützung, einer der risikoreichsten Immobilieninvestments darstellt und entsprechend selten vorkommt. Das Ausmaß der öffentlichen Unterstützung reicht vom vergünstigten oder kostenlosen Verkauf öffentlicher Liegenschaften an den Projektwerber bis zu einer hundertprozentigen Beteiligung der öffentlichen Hand an der jeweiligen Betriebs- und/oder Besitzgesellschaft.

Der 1996 fertiggestellte Bau der Arena Oberhausen (heute König Pilsener Arena) stellte ein Novum im europäischen Raum dar: Die Internationalisierung der Eigentümerschaft bzw. des Betriebs von Multifunktionsarenen. Die König Pilsener Arena wird von Beginn an von einem privaten, internationalen Betreiber, der SMG Entertainment Deutschland GmbH, einer hundertprozentigen Tochter der amerikanischen SMG, betrieben.

Die beiden Unternehmen SMG Entertainment und AEG (Anschutz Entertainment Group) sind die beiden wichtigsten, global agierenden Gesellschaften, die weltweit hunderte Arenen, Stadien, Kongresszentren und Messezentren besitzen und/oder betreiben. Durch ihre Vielzahl an Veranstaltungsflächen können diese Unternehmen Veranstaltungen weltweit durch die von ihnen betriebenen Hallen touren lassen. Auf diese Weise können diese Unternehmen den Eventagenturen ein speziell auf deren jeweilige Veranstaltung zugeschnittenes Paket an mehreren Veranstaltungshallen in verschiedenen Ländern anbieten.

In diesem Zusammenhang existieren im deutschsprachigen Raum unterschiedlichste Konstellationen, wobei diese internationalen Unternehmen sowohl neue Hallen errichten als auch bestehende Hallen kaufen um diese anschließend zu betreiben. Der Bau der Mercedes Benz Arena in Berlin wurde beispielsweise von der Anschutz Entertainment Group finanziert, die auch den Hallenbetrieb trägt. Die 2002 erbaute Barclaycard Arena in Hamburg wurde von der Anschutz Entertainment Group im Jahr 2007 erworben und seither von dieser betrieben.⁴²⁴³

5.3 BAU- UND BETRIEBSFINANZIERUNG VON NEUEN MEHRZWECKHALLEN

Für klassische Fremdkapitalgeber – Finanzinstitute – sind im Immobiliensektor in der Regel zwei zentrale Faktoren von Bedeutung: Das Projektrisiko und der Besicherungswert des Objekts. Während die Höhe des Besicherungswerts des Objekts typischerweise Einfluss auf die Höhe des zur Verfügung gestellten Fremdkapitals hat, bestimmt das Projektrisiko die Höhe der Verzinsung dieses Kapitals.

Das Projektrisiko ist, wie bereits in 3.4 beschrieben, bei Veranstaltungsimmobilien auf Grund der sehr schweren Einschätzbarkeit des mittel- und langfristigen Betriebsergebnisses, außergewöhnlich hoch. Der Besicherungswert des Objekts ist, zurückzuführen auf die typischerweise nicht vorhandene Nachnutzungsmöglichkeit der Immobilie, unterdurchschnittlich gering und beläuft sich im schlimmsten Fall auf die Grundstückskosten abzüglich der Abrisskosten. Es ist daher davon auszugehen, dass Finanzinstitute für Projekte dieser Art lediglich wenig Kapital zu einer hohen Verzinsung zur Verfügung stellen. Am Beispiel der Projektfinanzierung der Lanxess Arena Köln wird diese Problematik deutlich: Ursprünglich war geplant, dass der Bau Lanxess Arena durch ein Kölner Bankenconsortium finanziert werden sollte. Jedoch kamen die beteiligten Finanzinstitute, nach der Überprüfung anderer, vergleichbarer Hallen zum Ergebnis, dass das Projektrisiko, insbesondere auf Grund der schwer einschätzbaren Auslastungszahlen, zu groß ist und lehnten die Finanzierung ab.⁴⁴ Aus diesem Grund wurden der Bau und der Betrieb von Mehrzweckhallen in der Vergangenheit typischerweise durch private Investoren, oft mit der Beteiligung der öffentlichen Hand, finanziert. Regelmäßig trägt ein und dieselbe Gesellschaft die Kosten und Risiken für den Bau und den Betrieb der Halle.

⁴² [https://de.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_Arena_\(Berlin\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_Arena_(Berlin)); abgerufen am 23.09.2017

⁴³ [https://en.wikipedia.org/wiki/Barclaycard_Arena_\(Hamburg\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Barclaycard_Arena_(Hamburg)); abgerufen am 23.09.2017

⁴⁴ https://de.wikipedia.org/wiki/Lanxess_Arena

Die Baufinanzierung der im Jänner 2017 eröffneten Samsung Hall in Zürich wurde von einer Reihe privater Investoren, darunter der Hotelbetreiber Hans-Ulrich Lehmann, dessen Unternehmen auch den Betrieb der Halle übernimmt, getragen.⁴⁵ Die Mercedes Benz Arena Berlin wird von der Anschutz Entertainment Group betrieben, die auch die Baukosten der Halle übernommen hat. Die öffentliche Hand beteiligt sich an der Hallenfinanzierung regelmäßig durch Sachleistungen, wie beispielsweise die Überlassung des jeweiligen Grundstücks zu besonderen Konditionen. Doch auch direkte, staatliche Kostenübernahmen kommen vor: Die gesamten Kosten der notwendigen Infrastrukturmaßnahmen für die Münchner Allianz Arena – rund 200 Mio. Euro – wurden von der öffentlichen Hand übernommen.⁴⁶ Die Baufinanzierung der Barclaycard Arena Hamburg wurde zwischen dem privaten Investor Harry Harkimo und der Stadt Hamburg, die diesem das Grundstück um einen symbolischen Wert von einer Deutschen Mark veräußerte, getragen. Zusätzlich übernahm die Stadt Hamburg grundlegende Infrastrukturverbesserungen für rund 6,3 Mio. Euro und führte eine Bodensanierung für rund 2,5 Mio. Euro durch. Der Bau der SAP Arena Mannheim wurde vom Unternehmer und SAP-Mitbegründer Dietmar Hopp zinsfrei mit Eigentumsvorbehalt vorfinanziert: Die Stadt Mannheim erstattet die Errichtungskosten innerhalb von 30 Jahren zurück und erhält in weiterer Folge das Eigentum an der Halle von der Arena Mannheim Besitzgesellschaft m.b.H. & Co KG⁴⁷ übertragen. Bewirtschaftet wird die Halle von der Betriebsgesellschaft der Multifunktionsarena Mannheim m.b.H. & Co. KG⁴⁸, deren Geschäftsführer Dietmar Hopp selbst ist.

5.4 EINNAHMEN

Die Umsatzerlöse aus dem Betrieb von Veranstaltungshallen lassen sich grob einteilen in Einnahmen aus Vermietung oder Verpachtung der Veranstaltungsflächen (an dritte Veranstalter), Ticketeinnahmen aus Eigenveranstaltungen, Einnahmen aus Hospitality-Leistungen (z. B.: Jahresabonnements von VIP-Logen oder Business-Plätzen), Einnahmen aus der Vermarktung des

⁴⁵ <http://www.watson.ch/Digital/Schweiz/968951219-Samsung-sponsert-Halle-für-Schweizer-Freikirche-ICF>

⁴⁶ Bielzer, Wadsack; 2011

⁴⁷ Komplementär der Arena Mannheim Besitzgesellschaft m.b.H. & Co KG ist die Dieter Hopp Stiftung GmbH, deren Geschäftsführer Dieter Hopp ist.

⁴⁸ Komplementär der Betriebsgesellschaft Multifunktionsarena Mannheim m.b.H. & Co. KG ist die Hopp Verwaltungs-GmbH, deren Geschäftsführer Dieter Hopp ist.

Naming-Rights der Halle, Einnahmen aus gastronomischen Leistungen und sonstige Einnahmen (z. B.: Einnahmen aus Parkplatzanlagen, Einnahmen aus Finanzanlagen und Gesellschaftsbeteiligungen).

Vor allem bei moderneren Multifunktionshallen, die mit ihrer Ausstattung den immer anspruchsvolleren Trends der Freizeit- und Erholungsgesellschaft gerecht werden müssen, ist der für die Refinanzierung der hohen Investitionen notwendige Deckungsbeitrag ausschließlich durch das Kerngeschäft, die Hallenvermietung, nur schwer oder gar nicht erzielbar. Die dafür jährlich notwendige, gleichmäßig hohe Zahl an ausverkauften Großveranstaltungen zu erreichen ist nach heutigen Maßstäben nicht realistisch.

Daher stützen sich viele Hallenbetreiber auf Nebeneinnahmen, wie insbesondere durch Gastronomie- und Hospitality-Leistungen und der Verpachtung von Namensrechten an der Halle. Die Einnahmen aus der Nutzungsüberlassung der Veranstaltungsflächen stellen in der Regel die Haupteinnahmequelle von Veranstaltungshallen dar, da Eigenveranstaltungen typischerweise selten sind. Die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. lukrierte beispielsweise im Geschäftsjahr 2015 Erlöse aus der Nutzungsüberlassung der Hallen in Höhe von EUR 11,5 Mio und Ticketeinnahmen von Eigenveranstaltungen in Höhe von EUR 1,6 Mio.

Marktüblich ist, dass die Veranstaltungshalle einen bestimmten Prozentsatz der Ticketeinnahmen als Entgelt vom Veranstalter erhält. Das Hallenstadion Zürich bekommt beispielsweise 13% vom gesamten Ticketumsatz, wobei jedenfalls der Mindestbetrag von rund EUR 16.400 (CHF 19.000) zu leisten ist bzw. die höchstmögliche Miete rund EUR 120.900 (CHF 140.000) beträgt⁴⁹. Somit hängt das Nutzungsentgelt für die Halle unmittelbar mit dem Erfolg der jeweiligen Veranstaltung zusammen.

Die 3 Hauptveranstaltungskategorien – Live-Konzert, Entertainment-Shows und Sportveranstaltungen – unterscheiden sich in hinsichtlich ihrer Ticketpreise teilweise beträchtlich. Die Tabelle⁵⁰ (Abb.8) veranschaulicht die durchschnittlichen Preise der verschiedenen Eventkategorien.

⁴⁹ <http://www.hallenstadion.ch/media/uploads/downloads/168/documents/hallenstadion-factsheet-arena-de.pdf>; abgerufen am 23.09.2017

⁵⁰ Durchschnittliche Ticketpreise von Veranstaltungen in der Mercedes-Benz Arena Berlin, der Wiener Stadthalle und dem Hallenstadion Zürich (Preise für Minderjährige und VIP Tickets nicht berücksichtigt) laut der jeweiligen Homepage der Hallen bzw. <https://www.oe-ticket.at>; abgerufen am 23.08.2017

Abb. 8; Verfasser

| Veranstaltung | Durchschnittlicher Ticketpreis in EUR | Genre |
|---------------------------------|--|--------------------|
| Celine Dion | 166 | Live-Konzert |
| Queen | 106 | Live-Konzert |
| Lady Gaga | 104 | Live-Konzert |
| Sting | 91 | Live-Konzert |
| Cirque Du Soleil | 89 | Entertainment |
| Neil Diamond | 86 | Live-Konzert |
| Howard Carpendale | 84 | Live-Konzert |
| Alice Cooper | 76 | Live-Konzert |
| Apassionata (Pferdeshow) | 73 | Entertainment |
| Schlagernacht 2017 | 72 | Live Konzert |
| Masters of Dirt | 66 | Entertainment |
| Night of the Jumps | 63 | Entertainment |
| Jamiroquai | 62 | Live Konzert |
| James Blunt | 58 | Live Konzert |
| Erste Bank Open (Tennis) | 58 | Sportveranstaltung |
| Sascha Grammel | 36 | Entertainment |
| Basketballländerspiel | 26 | Sportveranstaltung |
| Eishockeyspiel | 11 | Sportveranstaltung |

Live-Konzerte großer Weltstars sind in puncto Ticketpreise die klaren Spitzenreiter. Ein ausverkauftes Konzert von Lady Gaga würde in der Wiener Stadthalle einen Gesamtticketumsatz von rund EUR 1,6 Mio.⁵¹ erzielen. Zum Vergleich: James Blunt würde bei ausverkauftem Haus lediglich rund EUR 930.000 einbringen.

Bei einigen Hallenveranstaltungen werden sogenannte VIP-Tickets (Gold-Tickets, Hot-Tickets) angeboten, die regelmäßig mehr als das Doppelte der normalen Tickets kosten⁵². Diese

⁵¹ Basierend auf dem durchschnittlichen Ticketpreis (laut www.oe-ticket.at) des Konzerts.

⁵² Beispiel Sting Konzert Wiener Stadthalle am 14.9.2017: Hot Ticket EUR 209 Normales Ticket EUR 86,50

exklusiven Tickets beinhalten neben den jeweils besten Sitzplätzen regelmäßig zusätzliche Leistungen wie die Möglichkeit den Backstage Bereich zu betreten, Tour-Geschenke und separate Eingänge. Im Hinblick auf die Anbahnung der Hallenmiete durch Veranstalter, insbesondere bei Konzerten, nimmt der Hallenbetreiber typischerweise eine passive Rolle ein: Die Künstler bzw. deren Managements werden von lokalen bzw. internationalen Veranstaltungsunternehmen vertreten die sie mit der Buchung von geeigneten Konzert-Locations beauftragen. Die Veranstaltungsunternehmen treten in weiterer Folge mit den verfügbaren Locations in Kontakt um die potentiellen Konditionen für eine Hallenmiete zu erfahren und diese bei positiver Beurteilung zu buchen.

Im Vergleich zu sogenannten Gastveranstaltungen, deren Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungsunternehmen durchgeführt werden, stellen Eigenveranstaltungen des Hallenbetreibers ein wesentlich höheres Risiko dar. Der Hallenbetreiber trägt bei Eigenveranstaltungen die Entwicklungskosten des Veranstaltungskonzepts. Um derartige Konzepte erfolgreich umzusetzen ist der Hallenbetreiber auf spezialisiert Fachkräfte angewiesen. Tritt der erwartete Erfolg der Veranstaltung nicht ein, stellt dies einen verlorenen Aufwand dar. Um diesem Risiko nicht ausgesetzt zu sein, stützen sich die meisten Hallenbetreiber zum Großteil auf die risikoärmeren Gastveranstaltungen.

Einige Veranstaltungshallen verfügen über sogenannte Hospitality-Leistungen. Diese werden im Rahmen eines Jahresabonnements oder für Einzelveranstaltungen angeboten und können einen beachtlichen Beitrag zu den Einnahmen leisten. Die Daueranmietung einer VIP-Loge im Hallenstadion Zürich kostet beispielsweise rund 220.000 Euro (250.000 CHF) im Jahr.

Mit der Vollvermietung der insgesamt 15⁵³ Logen lukriert der Betreiber somit einen zusätzlichen Umsatz von CHF 3,7 Mio. im Jahr. Zum Vergleich: Dies entspricht den Einnahmen von rund 17 ausverkauften Popkonzerten⁵⁴. In dem Logenpreis des Hallenstadions Zürich sind dabei weder die Tickets für die Veranstaltungen noch die gastronomischen Leistungen inkludiert.

⁵³ Laut dem Geschäftsbericht 2016 der AG Hallenstadion Zürich sind alle 15 VIP-Logen per Jahresende 2016 durch Dauermieter ausgebucht.

⁵⁴ Errechnet am Beispiel des Lady Gaga Konzerts am 24.9.2017 im Hallenstadion Zürich: Die AG Hallenstadion erhält als Hallenmiete generell 13 % vom Ticketumsatz. Der durchschnittliche Ticketpreis für das Lady Gaga Konzert beträgt CHF 110. Bei ausverkauftem Haus (15.000 Besucher) erhält der Hallenbetreiber bei diesem Konzert somit Einnahmen in der Höhe von rund CHF 215.000.

Hospitality-Angebote können unterschiedlich ausgestaltet sein, beinhalten aber typischerweise folgende Leistungen:

- vom übrigen Publikumsbereich getrennte Sitzbereiche die entweder als Logen oder Business-Seats ausgeprägt sind, typischerweise die beste Sicht auf die Bühne erlauben und einen höheren Komfort bieten,
- separate Eingänge und reservierte Parkplätze und
- Zugang zu exklusiven gastronomischen Leistungen innerhalb eines räumlich abgetrennten Bereichs

Die zunehmend strenger werdenden Compliance-Regelungen stellen allerdings Problem für die Auslastung der VIP-Logen dar, da diese insbesondere von Unternehmen gemietet werden.

Das gastronomische Angebot einer Veranstaltungshalle, kann – abhängig von der Qualität und dem Volumen – einen beträchtlichen Anteil der Einnahmen des Hallenbetreibers generieren. Laut Christoph Klingler, Geschäftsführer von OE-Ticket, werden rund 40% des Umsatzes der Kölner Lanxess Arena, die von der OE-Ticket Mutter Eventim betrieben wird, durch die Gastronomieleistungen erwirtschaftet⁵⁵. Die Bedeutung des gastronomischen Angebots in der Lanxess Arena zeigt sich auch anhand deren Beschäftigungsverhältnisse: Laut Jahresabschluss 2015 der Arena Management GmbH wurden gegen Ende des Geschäftsjahres 320 Arbeitnehmer beschäftigt, von denen 265 (82%) ausschließlich im Rahmen der Gastronomiebetriebe tätig waren.

Eine Vielzahl an Hallenbetreibern bzw. Halleneigentümern erwirtschaften zusätzliche Einnahmen aus der Verpachtung der Namensrechte an der Halle. Beispiele dafür sind die Mercedes Benz Arena in Berlin, die Samsung Hall in Zürich oder die O2 Arena in London.

Diese in der Regel langfristigen Naming-Right-Verträge stellen nahezu aufwandslose und gesicherte Einnahmequellen über einen gewissen Zeitraum für den Halleneigentümer dar. Sie können jedoch auch negative Auswirkungen auf den Hallenbetrieb haben: Trägt eine Halle den Namen eines bestimmten Unternehmens, muss der Hallenbetreiber davon ausgehen, dass konkurrierende Unternehmen aus derselben Branche die Halle nicht für ihre Firmenevents (Hauptversammlung etc.) mieten werden. Dies kann zu Umsatzeinbußen im Segment der Corporate

⁵⁵ Klingler; 2017

Events der jeweiligen Veranstaltungshalle führen.⁵⁶ In der Regel handelt es sich bei den Naming-Right-Inhabern um reine Sponsoren, die keine Gesellschaftsanteile oder sonstige Unternehmensbeteiligungen an der Halle innehaben. Ein zentrales Element dieser Sponsoring Verträge ist, dass das äußere und innere Erscheinungsbild der jeweiligen Veranstaltungsstätte mit Schildern, Bannern oder Leinwänden versehen ist, die den Namen des jeweiligen Unternehmens tragen. Zudem können beispielsweise auch Leistungen wie die Bereitstellung von einer oder mehrerer VIP-Eintrittskarten oder VIP-Logen mitumfasst sein.⁵⁷

Die Höhe der Gegenleistung für die Namensrechte ist je nach Halle höchst unterschiedlich: Die Barclaycard Arena Hamburg soll von ihrem vormaligen Namensgeber, dem Telekommunikationsunternehmen O2, rund EUR 2,4 Mio. jährlich erhalten. Die Mercedes Benz Arena soll von Daimler-Benz rund EUR 5 Mio. jährlich erhalten.⁵⁸

5.5 AUFWENDUNGEN

Gemessen an einer Lebensdauer von 30 Jahren, können die Betriebs-, Instandhaltungs- und Reinvestitionskosten das 3- bis 5-fache der Errichtungskosten ausmachen. Die herkömmlichen Aufwendungen des Betriebs von Mehrzweckhallen lassen sich grob aufteilen in Veranstaltungsaufwand, Personalaufwand und sonstigen Aufwand.

Der Veranstaltungsaufwand umfasst sämtliche Ausgaben die im Rahmen der Vorbereitung und Durchführung der jeweiligen Events notwendig sind. Dazu gehören die Auf- und Abbauleistungen, die Einlasskontrollen, Sicherheitsleistungen, die Kassen- und Garderobenbetreuung, die Reinigung oder die Betreuung der technischen Anlagen. Abhängig von der Betriebsstruktur wird ein gewisser Anteil dieser Aufgaben von ad hoc-Personal wahrgenommen. Diese werden vom Hallenbetreiber in der Regel für jede Veranstaltung einzeln über ein Personaldienstleistungsunternehmen angeworben.

Im Hinblick auf die Personalstruktur der Betriebsgesellschaften finden sich in der Realität verschiedene Ausprägungen: Die AG Hallenstadion Zürich beschäftigte in den letzten 5 Jahren beispielsweise durchschnittlich rund 25 Mitarbeiter und hatte im Jahr 2016 einen Personalauf-

⁵⁶ Frei; 2017

⁵⁷ Wehrheim; 2005; S.84

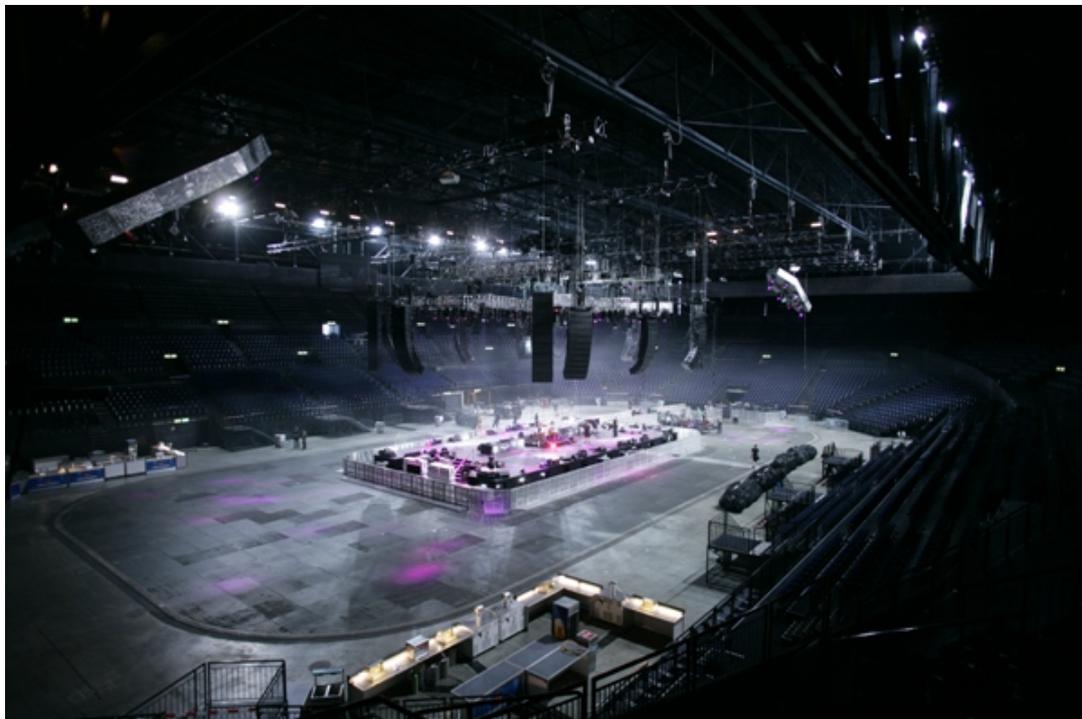
⁵⁸ <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/international/barclaycard-kauft-namensrecht-an-hamburger-o2-world-a-1035962.html>; abgerufen am 22.9.2017

wand von rund 3,4 Mio. Euro (3,9 Mio. CHF). Die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft mbH beschäftigt 133 Mitarbeiter (Stand 30.9.2016) und hatte im Jahr 2016 einen Personalaufwand von rund 11 Mio. Euro.⁵⁹

Zur Kategorie der sonstigen Kosten, zählen sämtliche Ausgaben die nicht unmittelbar mit einzelnen Veranstaltungen oder dem Personalwesen in Verbindung stehen. Dazu gehören die Kosten für die Wasser- und Energieversorgung, der Verwaltungs- und Informatikaufwand, die Kosten für Reparaturen, Wartungen, Instandhaltungen, Versicherungen und Werbung.

5.6 BETRIEB EINER MULTIFUNKTIONSARENA AM BEISPIEL DES HALLENSTADIONS ZÜRICH⁶⁰

Abb. 9; Hallenstadion Zürich mit Center Stage Aufbau; Foto: www.ticketcorner.ch⁶¹



Das Hallenstadion Zürich ist mit einer maximalen Kapazität von 15.000 Besuchern die größte Mehrzweckhalle der Schweiz. Die Halle steht im Eigentum der AG Hallenstadion Zürich, von der sie auch betrieben wird. Im internationalen Jahres-Ranking der Fachzeitschrift Venues Today, das auf Besucherzahlen und Ticketumsätzen von Hallen mit Kapazitäten zwischen 10.001 und 15.000 beruht, belegte das Hallenstadion Zürich im Jahr 2016 zum dritten Mal in Folge

⁵⁹ Jahresabschluss 2016 der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungs GmbH; 2017

⁶⁰ Geschäftsbericht 2016 der AG Hallenstadion Zürich; 2017

⁶¹ <http://www.ticketcorner.ch/hallenstadion-zuerich-bilder.html?affiliate=TCS&doc=venuePage&fun=venue&action=images&venueGroupId=13763&picId=18974>; abgerufen am 27.11.2017

Platz 1. Die Stadt bzw. das Kanton Zürich halten insgesamt rund 45% des Aktienkapitals an der AG Hallenstadion Zürich.

Im Jahr 2016 verzeichnete das Hallenstadion Zürich 137 Eventtage mit einer Gesamtsumme von 1.01 Mio. Besuchern. In den Jahren 2012 bis 2016 ergab sich ein Fünfjahresdurchschnitt von 129,8 Eventtagen im Jahr und seit der Neueröffnung im Jahr 2005 ein Gesamtdurchschnitt von 126,1 Eventtagen im Jahr. Der Besucherdurchschnitt pro Veranstaltung lag im Jahr 2016 bei 7.780 und im Fünfjahresdurchschnitt bei 7.715.

Betrachtet man die Aufteilung der einzelnen Veranstaltungskategorien im Geschäftsjahr 2016, ist ein eindeutiger Schwerpunkt auf Musikveranstaltungen erkennbar. Die insgesamt 140 abgehaltenen Veranstaltungen im Jahr 2016 teilten sich wie folgt auf: 56 Konzerte (40%), 32 Eishockeyspiele (23%), 31 Shows (22%), 15 Generalversammlung/Corporate-Events (11%) und 6 sonstige Sportveranstaltungen 6 (4%).⁶⁰

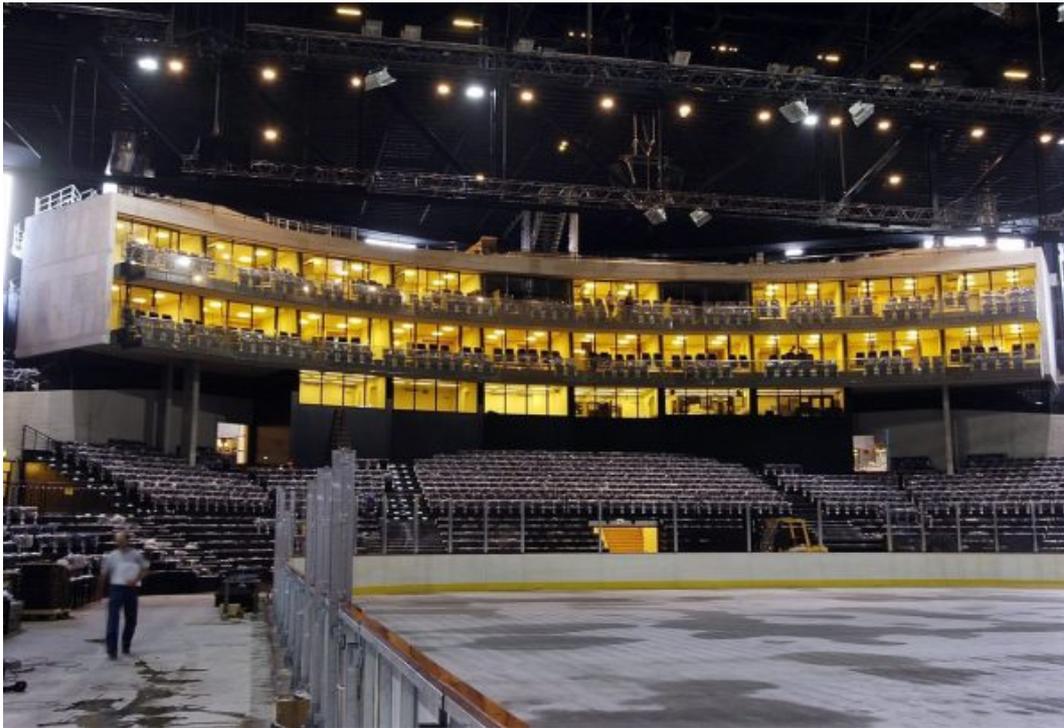
Anhand der Gesamtbesucherzahl 2016 wird das Gewicht der Konzertveranstaltungen noch deutlicher: 452.000 der 1.012.000 Gäste waren Konzertbesucher, das entspricht einem Verhältnis von rund 45%. Ein zentraler Eckpfeiler der Auslastung des Hallenstadions Zürich ist dessen Funktion als Heimarena des Zürcher Eishockeyvereins Lions. Die rund 35 regulären Saisonspiele im Jahr bescheren der AG Hallenstadion eine verlässliche Grundausage.

Die AG Hallenstadion Zürich konnte in den Jahren 2012 bis 2016 im Durchschnitt ein Betriebsergebnis⁶² von rund 6,2 Mio Euro (7,1 Mio. CHF) jährlich erwirtschaften. In diesem Zeitraum wurden Jahreserträge von durchschnittlich rund 19,1 Mio. EURO (21,7 Mio. CHF) eingenommen denen Ausgaben von jährlich rund 12,9 Mio. Euro (14,7 Mio. CHF) gegenüberstanden.

Neben den Einnahmen aus der Vermietung des Veranstaltungssaals, erwirtschaftet die AG Hallenstadion Zürich einen wichtigen Bestandteil des Umsatzes aus der Vermietung ihrer Hospitality-Bereiche. Das Hallenstadion verfügt über 15 getrennte Logen, die jeweils 12 Besucher fassen können. Die Logen können für einzelne Veranstaltung oder für ein ganzes Jahr angemietet werden. Bei Vollvermietung aller 15 Logen entsteht ein zusätzlicher Ertrag von rund 3,3 Mio Euro (3,7 Mio. CHF) im Jahr. Zusätzlich wird seit neuestem die sogenannte „StarLounge“ betrieben, eine größere Loge mit Platz für bis zu 60 Personen, die über ein eigenes kulinarisches Angebot verfügt.

⁶² Ertrag abzüglich Aufwendungen vor Abschreibung, Verzinsung und Steuern

Abb. 10; Logenbereich Hallenstadion Zürich; Foto: Keystone/Eddy Risch⁶³



Eine weitere zentrale Einnahmequelle stellt das Gastronomieangebot dar: Das Hallenstadion Zürich verfügt über 5 verschiedene Restaurants, 2 Bars und, je nach Veranstaltung, bis zu 19 verschiedenen Take-Away-Lokalen (Imbissstände). Ähnlich wie die Lanxess Arena bietet das Hallenstadion ein exklusiveres Restaurant („Backstage“), in dem die Hallenbesucher den einen oder anderen Künstler oder Darsteller antreffen können. Daneben gibt es das große Hauptrestaurant „Front Line“ mit rund 400 Plätzen, das bei Veranstaltungen exklusiv den Logenmietern zur Verfügung stehende Restaurant „Topline“ und die beiden Restaurants „Sound“ und „Vision“ mit jeweils 100 Plätzen. Sämtliche Gastronomiebetriebe in und um das Hallenstadion werden an ein privates Unternehmen verpachtet.

Aus den Jahresberichten der AG Hallenstadion Zürich ist eine genaue Aufteilung des Jahresertrags in die Sparten Hallenvermietung, Gastronomie und Hospitality nicht ersichtlich, da die Position „Ertrag Infrastruktur“ sowohl die Einnahmen aus der Hallenvermietung, der Verpachtung der Gastronomiebetriebe und der Vermietung der VIP-Logen beinhaltet. Eine grobe Einschätzung ist jedoch anhand der folgenden, überschlagsmäßigen Rechnung möglich: Der durchschnittliche Ticketpreis von 30 Veranstaltungen⁶⁴ die zwischen September und November 2017 stattfinden beträgt rund 77 Euro (88 CHF). Die durchschnittliche Besucherzahl in den

⁶³ <http://www.20min.ch/schweiz/zuerich/story/19473151>; abgerufen am 27.11.2017

⁶⁴ Ticketpreise laut Homepage des Hallenstadions Zürich <http://www.hallenstadion.ch/events-tickets?month=Dezember+2017>; abgerufen am 17.9.2017

Jahren 2012 bis 2016 betrug 7.715 pro Veranstaltung. Somit ergibt sich ein Ticketumsatz von rund 594.000 Euro pro Veranstaltung. Der Veranstalter zahlt der AG Hallenstadion vom 13% vom Ticketumsatz als Hallenmiete. Gemäß dieser Berechnung erwirtschaftet die AG Hallenstadion somit rund 77.200 Euro pro Veranstaltung. Laut Geschäftsbericht haben im Jahr 2016 insgesamt 140 Veranstaltungen stattgefunden. Multipliziert man diesen Wert mit dem Durchschnittsertrag pro Veranstaltung (77.200 Euro) ergeben sich rund 10,8 Mio. Euro. Entsprechend dieser Einschätzung lassen sich die Einnahmen aus der Vermietung/Verpachtung der Infrastruktur aus dem Jahr 2016 (EUR 14,3 Mio.; CHF 16,3 Mio.) wie folgt aufschlüsseln:

- Einnahmen aus der Vermietung der Halle EUR 10,8 Mio. (76 %)
- Einnahmen aus der Verpachtung der Gastronomiebetriebe und der Vermietung der VIP-Logen EUR 3,5 Mio. (24 %)

Der nachhaltige Erfolg des Hallenstadions Zürich lässt darauf schließen, dass eine Strategie, bestehend aus den 3 Grundpfeilern Hallenvermietung, Logenvermietung und Gastronomieleistungen, durchaus empfehlenswert ist.

6. BEURTEILUNG DER WIENER STADTHALLE

Im folgenden Abschnitt werden die Eckdaten von Österreichs einziger Multifunktionshalle des großen Segments, der Halle D der Wiener Stadthalle, behandelt. Die Untersuchung der zentralen Kennzahlen dieser Halle, wie deren Auslastung, Kapazität, wirtschaftliches Ergebnis und der stattfindenden Veranstaltungen, soll helfen zu klären ob der Bau einer neuen, modernen und eventuell größeren Multifunktionshalle für den Standort Wien in Erwägung zu ziehen ist.

Die Wiener Stadthalle ist ein Hallenkomplex aus 7 Veranstaltungshallen. Diese verfügen über eine maximale Gesamtkapazität von 26.100 Besuchern⁶⁵. Jedoch ist diese Kennzahl, im Hinblick auf die Umsatzerlöse, aus den folgenden Gründen nur wenig bedeutend: Zum einen finden nahezu alle Veranstaltungen in einer einzelnen Halle statt. Veranstaltungen die mehrere der Hallen gleichzeitig in Anspruch nehmen, sind relativ selten. Ein Beispiel hierfür ist die Erste Bank Tennis Open. In der Theorie würde die Vielzahl an Hallen zwar die Abhaltung verschiedener, gleichzeitiger Veranstaltungen an jeweils einem Abend ermöglichen. In der Realität findet dies aber nur selten statt: Im Betrachtungszeitraum zwischen 15.7.2017 und 15.6.2018 fanden bzw. finden an nur 14 der insgesamt 135 Veranstaltungstage gleichzeitig Veranstaltungen statt⁶⁶.

Faktisch werden nur zwei der sieben Hallen – die Hallen D und F - für Konzert-, Entertainment- und Sportveranstaltungen genutzt. In der Halle E finden im gewählten Betrachtungszeitraum nur 3 Ausstellungen statt, die jeweils 2 bzw. 3 Tage dauern. In restlichen 4 Hallen findet innerhalb dieser Zeit keine einzige (öffentlich zugängliche) Veranstaltung statt. Auf Grund der Größe der restlichen Hallen wird in weiterer Folge lediglich die Halle D behandelt.

6.1 DIE HALLE D

Die Halle D der Wiener Stadthalle ist Österreichs größtes und gleichzeitig einziges Indoor-Veranstaltungszentrum des oberen Segments. Mit ihrer maximalen Besucherkapazität von 16.000 liegt sie im Europavergleich im Mittelfeld.

⁶⁵ https://www.stadthalle.com/media/file/23_WienerStadthalle_b2b-Mappe-Facts-and-Figures.pdf; abgerufen am 20.08.2017

⁶⁶ Veranstaltungsdaten laut der Homepage des Ticketing Unternehmens OE-Ticket (www.oe-ticket.at); abgerufen am 12.07.2017

Viele westeuropäische Hauptstädte verfügen über Hallen mit einer deutlich höheren maximalen Kapazität. Dazu gehören die MEO Arena in Lissabon (20.000), die O2 Arena in London (20.000), die Nikos Galis Olympic Indoor Hall in Athen (19.250) oder die Accor Hotels Arena in Paris (19.095). Doch selbst Hallen in kleineren europäischen Städten wie Köln (Lanxess Arena; 20.000), Bern (Post Finance Arena; 17.131) oder Turin (Pala Alpitour; 18.000) übersteigen die maximale Kapazität der Wiener Stadthalle deutlich (siehe Abb. 9).

Dennoch scheint die maximale Kapazität von 16.000 Besuchern für den Wiener Veranstaltungsmarkt ausreichend: Es finden im Jahr durchschnittlich nur 3 bis 4 Events statt, die das größte Setup in Anspruch nehmen.⁶⁷

Abb. 11; https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_indoor_arenas_in_Europe

| Halle | Max. Besucher | Stadt | Einwohner |
|---------------------------------|----------------------|-----------------------------|------------------|
| Sportpaleis | 23.001 | Antwerpen (Belgien) | 517.041 |
| Manchester Arena | 21.000 | Manchester (Großbritannien) | 520.215 |
| MEO Arena | 20.000 | Lissabon (Portugal) | 545.245 |
| Lanxess Arena | 20.000 | Köln (Deutschland) | 1.060.582 |
| The O2 Arena | 20.000 | London (Großbritannien) | 8.673.713 |
| Nikos Galis Olympic Indoor Hall | 19.250 | Athen (Griechenland) | 664.046 |
| Accor Hotels Arena | 19.095 | Paris (Frankreich) | 220.445 |
| Kombank Arena | 18.386 | Belgrad (Serbien) | 1.223.796 |
| Pala Alpitour | 18.000 | Turin (Italien) | 890.529 |
| Zalgiris Arena | 17.500 | Kaunas (Litauen) | 304.097 |
| O2 Arena | 17.360 | Prag (Tschechien) | 1.267.449 |
| Post Finance Arena | 17.131 | Bern (Schweiz) | 141.920 |
| Halle Tony Garnier | 17.000 | Lyon (Frankreich) | 506.615 |
| Westfalenhallen | 16.500 | Dortmund (Deutschland) | 586.181 |
| Wiener Stadthalle | 16.000 | Wien (Österreich) | 1.867.582 |

⁶⁷ Fischer; 2017

Der Bau der Halle D wurde vom Architekten Roland Rainer geplant und 1958 fertiggestellt. Im Oktober 2016 wurde die Halle vom Bundesdenkmalamt unter Denkmalschutz⁶⁸ gestellt.

Die Halle D bietet verschiedene Setups für Veranstaltungen zwischen rund 2.100 und 16.000 Besuchern an, und hat daher eine gute Kapazitätsbandbreite⁶⁹. Im Betrachtungszeitraum 15.7.2017 bis 15.6.2018 (336 Tage) finden in der Halle D insgesamt 66 Veranstaltungstage⁷⁰ statt⁷¹, wovon 36 Konzerte (55%), 7 Sportveranstaltungen (11%) und 23 sonstige Unterhaltungsveranstaltungen (34%) sind. Dies entspricht einer Gesamtauslastung von rund 20%. Nichtöffentliche Veranstaltungen wurden hier, mangels Verfügbarkeit diesbezüglicher Daten, nicht berücksichtigt.

In puncto Buchungsfrequenz kann die Halle D mit der internationalen Konkurrenz mithalten (siehe Abb. 7). Vor allem im Hinblick auf Konzerte ist die Buchungssituation innerhalb des genannten Betrachtungszeitraums sehr positiv (die Mercedes Benz Arena Berlin hat in dieser Zeit nur ein Konzert mehr als die Halle D).

6.2 BETRIEBSSTRUKTUR

Betrieben wird die Halle D – wie auch die übrigen Hallen dieses Komplexes – von der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., deren Anteile zu 100% von der Wien Holding GmbH gehalten werden.⁷² Die Anteile an der Wien Holding GmbH werden wiederum zu 99,99% von der Stadt Wien gehalten.⁷³ Der Hallenbetrieb wird somit mittelbar – über zwei Kapitalgesellschaften – von der öffentlichen Hand geführt. Mit Stand September 2016 werden von der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft mbH insgesamt 133 Mitarbeiter beschäftigt.

⁶⁸ Unterschutzstellung gem. § 1 Denkmalschutzgesetz im Sinne einer Teilunterschutzstellung gem. § 1 Abs.8 Denkmalschutzgesetz

⁶⁹ Gatschnegg; 2017

⁷⁰ Der Einfachheit halber wird die Einheit „Veranstaltungstag“ herangezogen, und nicht jede einzelne Veranstaltung gezählt. Dies fällt bei den Berechnungen jedoch nicht ins Gewicht, da gleichzeitige Veranstaltungen bzw. mehrere Veranstaltungen an einem Tag eine klare Ausnahme darstellen.

⁷¹ Stand 11.07.2017

⁷² https://www.firmenabc.at/wiener-stadthalle-betriebs-und-veranstaltungsgesellschaft-m_odY; abgerufen am 27.11.2017

⁷³ https://www.firmenabc.at/wien-holding-gmbh_ocT; abgerufen am 27.11.2017

6.3 BEURTEILUNG

Trotz ihrer vergleichsweise guten Auslastung, wird die Halle D aus den folgenden Gründen mittel- und langfristig nicht mehr konkurrenzfähig bleiben können.

Hinweis: Die folgenden Daten beruhen auf Informationen aus den Jahresabschlüssen der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. der Geschäftsjahre 2013 bis einschließlich 2016. Neben der Halle D bewirtschaftet diese Gesellschaft allerdings auch die übrigen Hallen, das Stadthallenbad und weitere Objekte. Die Zahlen können daher nur ein oberflächliches Bild vom Betrieb der Halle D zeichnen. Die Aussagekraft der Daten ist dennoch vorhanden, da der Betrieb der Halle D im Vergleich zu den anderen Objekten, die mit Abstand höchsten Kosten auslöst und die größten Umsätze erzielt. Folgenden Betriebserfolg⁷⁴ konnte die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. im Jahresdurchschnitt der Geschäftsjahre 2013 bis 2016 erwirtschaften: Die Umsatzerlöse beliefen sich im gewählten Zeitraum auf durchschnittlich rund EUR 17,4 Mio. jährlich. Zusätzlich zu den sonstigen betrieblichen Erträgen⁷⁵ von durchschnittlich EUR 5 Mio. jährlich ergab sich ein durchschnittlicher Gesamtjahresertrag von rund EUR 20,4 Mio. Diesen Umsätzen standen im genannten Zeitraum im Jahr durchschnittlich rund EUR 24,9 Mio. an Aufwendungen gegenüber. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher, jährlicher, Betriebserfolg von minus EUR 4,5 Mio. Es konnte in keinem der 4 untersuchten Geschäftsjahre ein positiver Betriebserfolg festgestellt werden.

Es ist anzunehmen, dass die hohe Beschäftigungszahl des Unternehmens einen zentralen Grund für die negativen Betriebserfolge darstellt. Die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft mbH beschäftigt mit Stand 2016 rund 133 Mitarbeiter. Der Personalaufwand belief sich in diesem Geschäftsjahr auf rund 11 Mio. Euro. Dem standen Umsatzerlöse von 17,5 Mio. Euro gegenüber, was einer Personalaufwandsquote von rund 63 % entspricht. Zum Vergleich: Die AG Hallenstadion Zürich beschäftigt rund 100 Mitarbeiter weniger und hatte im Jahr 2015 einen Personalaufwand von lediglich 3,4 Mio. Euro (3,9 Mio. CHF). Bei einem Umsatzerlös von 19,9 Mio. Euro (21,6 Mio. Franken) hat die AG Hallenstadion somit eine Personalaufwandsquote von 17 %.⁷⁶ Die Arena Management GmbH, Betreiberin der Lanxess Arena Köln, hatte im Geschäftsjahr 2015 einen Personalaufwand von 5,8 Mio. Euro und Umsatzerlöse von

⁷⁴ Bei der Kalkulation des durchschnittlichen Jahresergebnisses wurden Steuern, Abgaben und die Einnahmen und Ausgaben aus Finanzanlagen nicht berücksichtigt

⁷⁵ Dazu zählen beispielweise die Auflösung von Rückstellungen.

⁷⁶ Geschäftsbericht 2015 der AG Hallenstadion Zürich; 2016

43,8 Mio. Euro, was einer Personalaufwandsquote von nur 13 % beträgt.⁷⁷ Auf Grund der überdurchschnittlich hohen Zahl an Beschäftigten und der daraus resultierenden Höhe des Personalaufwands ist die Betriebsstruktur der Wiener Stadthalle im deutschsprachigen Raum nicht konkurrenzfähig da die hohe Personalaufwandsquote eine gewinnorientierte Bewirtschaftung der Halle unmöglich macht.

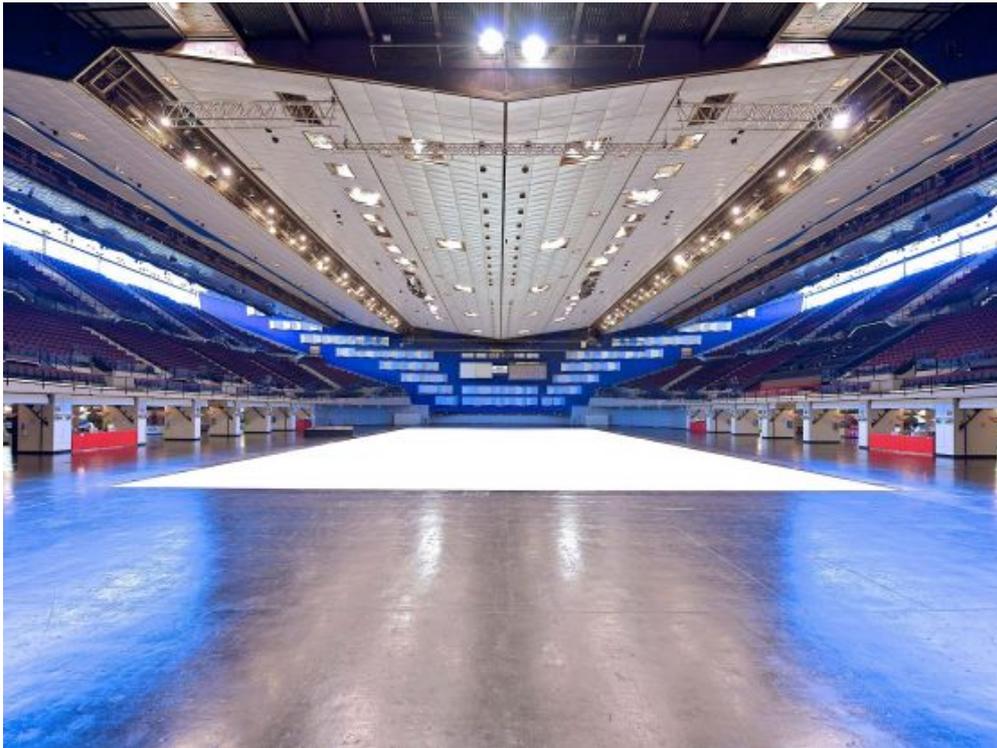
Eine zentrale Anforderung an moderne Mehrzweckhallen ist eine ausreichende Tragfähigkeit der Deckenkonstruktion, und zwar über die gesamte Dachfläche. Insbesondere Live-Konzerte mit sogenannten „center stages“⁷⁸ benötigen eine Deckenkonstruktion, die eine hohe Belastung in der Mitte des Saals zulässt, damit die Ton- und Lichtanlagen entsprechend verteilt werden können. Zudem bietet eine derartige Deckenkonstruktion die Möglichkeit einen sogenannten Videowürfel zu installieren. Videowürfel werden sowohl bei großen Sportveranstaltungen als auch bei Konzerten verwendet um dem Zuschauer zusätzliche Informationen und multimediale Inhalte zu zeigen und ihm somit ein intensiveres Veranstaltungserlebnis zu bieten. Dazu gehören beispielsweise Nahaufnahmen von den Musikern oder Sportlern und die Wiederholung von interessanten Spielsituationen. Videowürfel befinden sich regelmäßig in der Mitte des Saals und erfordern eine hohe Beanspruchbarkeit der Decke. Der Videowürfel in der Kölner Lanxess Arena hat eine Bildschirmfläche von rund 108 Quadratmetern und ein Gewicht von 20 Tonnen.⁷⁹ Die Halle D ist so konstruiert, dass eine maximale Deckenbelastung nur am Bühnenende der Halle möglich ist. Dadurch wird die Verwendbarkeit der Halle deutlich eingeschränkt.

⁷⁷ Jahresabschluss 2015 der Arena Management GmbH; 2016

⁷⁸ Bei einem „center stage“ ist die Konzertbühne nicht am Ende des Saals, sondern in dessen Mitte. Derartige Bühnen verfügen regelmäßig über sogenannte „weave breaker“. Dabei handelt es sich um stegähnliche, schmale Bühnenverlängerungen, die es dem Künstler ermöglichen näher am Publikum zu sein.

⁷⁹ http://de.mitsubishielectric.com/de/solutions/communication/pdf/case-study_communication_lanxess-arena_de_de.pdf; abgerufen am 18.11.2017

Abb. 12; Deckenkonstruktion Halle D; Foto: Torsten Munk⁸⁰



Der Ladebereich der Halle D ist so ausgestaltet, dass lediglich ein einziger Sattelschlepper zur gleichen Zeit be- und entladen werden kann. Laut Christoph Klingler, Geschäftsführer des Ticketing Unternehmens OE-Ticket, seien viele moderne Hallen so konzipiert, dass eine gleichzeitige Be- und Entladung von bis zu 8 Sattelschleppern möglich wäre. Je mehr Raum für die Ladetätigkeit zur Verfügung steht, desto weniger Zeit und Kosten nehmen die, oft sehr umfangreichen, Auf- und Abbaumaßnahmen für Veranstaltungen in Anspruch.

Das gastronomische Angebot der Wiener Stadthalle ist bescheiden. In der Halle selbst gibt es lediglich Imbissstände. Am Hallengelände befinden sich zusätzlich das „Ö3 Hit-Cafe“ und das kleine südamerikanische Restaurant „Chilinos“. Der Betrieb von modernen und gut geführten Bars und Restaurants kann die Einnahmen eines Hallenbetreibers erheblich steigern. Die Lanxess Arena Köln erwirtschaftet mit ihren beiden Restaurants, zahlreichen Bars und Gastronomieständen jährlich rund 40% ihres Umsatzes.⁸¹ Das Restaurant „Backstage“ umfasst 450 Plätze und ermöglicht den Gästen durch Glasscheiben einen Blick in den Backstage Bereich. Durch die Chance eines Besuchers vor oder nach dem Konzert beim Essen einen kurzen Blick

⁸⁰ <https://www.stadthalle.com/de/wir/hallen/5/Halle-D/from1/76>; abgerufen am 27.11.2017

⁸¹ Klingler; 2017

auf den Künstler erhaschen zu können ist ein attraktives Konzept und lässt die Grenzen zwischen den beiden Elementen Veranstaltung und Gastronomie verschwimmen. Das Restaurant „Henkelmännchen“ bietet einen Markt- und Buffetbereich in dem wochentags täglich wechselnde Speisen angeboten werden. Zudem bietet die Lanxess Arena ein Außerhaus-Catering für Private und Unternehmen an.

Die Wiener Stadthalle verfügt über keine Hospitality-Leistungen, die mit jenen des Hallenstadion Zürich oder der Mercedes-Benz Arena (siehe Abb. 11) vergleichbar sind. Es gibt lediglich zwei getrennte, fensterlose Räume die zwar als „Premiumloge“ (siehe Abb. 10) und „Ehrenloge“ bezeichnet werden, aber keine Sicht auf die Halle bieten und somit ähnlich den sogenannten Business-Lounges an Flughäfen, lediglich als besser ausgestattete Warteräume fungieren.⁸² Den eigentlichen Sinn solcher Einrichtungen, nämlich das Erleben einer Veranstaltung in einem komfortablen und privaten Rahmen erfüllen sie nicht.

Abb. 13; Premiumloge Wiener Stadthalle; www.stadthalle.com, Foto Hertha Hurnaus⁸³



⁸² <http://www.studiocs.at/premiumloge/>; abgerufen am 17.11.2017

⁸³ <https://www.stadthalle.com/de/presse/unternehmen/fotos/23/WIENER-STADTHALLE-PRESSEFOTOS/from1/570>; abgerufen am 27.11.2017

Abb. 14; VIP-Loge in der Mercedes Benz Arena; Foto: www.bam-sports.de⁸⁴



Die Anbindung ans öffentliche Verkehrsnetz ist sehr gut: Eine U-Bahn und Straßenbahnhaltestelle ist nur 400m entfernt und innerhalb von 5 Gehminuten erreichbar. Der Wiener Westbahnhof ist 800m entfernt und in 8 Gehminuten erreichbar.

Ganz anders ist die Situation für PKW-Nutzer: Mit ihrer Lage direkt am Gürtel, einer der meistbefahrensten und staugefährdetsten Straßen Wiens, kann die Lage bei Gästen die mit PKWs anreisen als unvorteilhaft bezeichnet werden. Ähnlich ungünstig sieht es mit der Parkplatzsituation aus: Zwar befinden sich 2 Parkhäuser in unmittelbarer Umgebung des Veranstaltungsgeländes (Stadthallengarage 90m; Märzparkgarage 150m) doch verfügen diese beiden Garagen insgesamt über nur 1400 Parkplätze. Bei ausverkauftem Haus wäre somit nur Platz für jeden elften Besucher. Parkmöglichkeiten auf der Straße sind auf Grund der zentralen Lage einerseits sehr begrenzt und andererseits auf Grund der in der Umgebung vorliegenden Kurzparkzone, besonders für aus dem Ausland anreisende Besucher, unattraktiv (Parkschein besorgen, Parkdauer beachten etc.).

Für Besucher aus dem Um- und Ausland, die mit dem Auto anreisen ist die Anbindung unzureichend, da diese – um rechtzeitig zu einer Abendveranstaltung zu kommen – zur Hauptverkehrszeit (bis ca. 18:30) durch den dichten Stadtverkehr fahren müssen, da sowohl die A1 als

⁸⁴ <https://www.bam-sports.de/en/projects/arenas/mercedes-benz-arena>; abgerufen am 27.11.2017

auch die Südosttangente über 8km von der Stadthalle entfernt sind.

Der Flughafen ist auf Grund der Kombination City Airport Train und U-Bahn sehr gut zu erreichen (reine Fahrzeit ca. 30 min). Die Lage der Stadthalle ist auch im Hinblick auf die Veranstaltungslogistik problematisch, da bis zu 50 LKWs und Busse ihren Weg durch die Stadt bahnen müssen. Zum Vergleich: Die Dortmunder Westfalenhallen verfügen über rund 6.500 Parkplätze innerhalb von 15 Gehminuten, die Hamburger Barclaycard Arena verfügt über 3 Parkhäuser mit insgesamt rund 5.200 Parkplätzen und einem Freiluftparkplatz mit weiteren 200 Parkplätzen. Die Kölner Lanxess Arena verfügt über 4 verschiedene Parkhäuser mit insgesamt rund 3.000 Parkplätzen.⁸⁵

Die oben angeführten Punkte lassen darauf schließen, dass die langfristige Weiterführung des Betriebs der Halle D bzw. der Wiener Stadthalle im Allgemeinen in seiner jetzigen Ausgestaltung und Ausstattung aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht sinnvoll wäre. Aus Sicht des Autors wäre eine tiefgreifende Sanierung und Modernisierung der Halle nicht zweckmäßig. Die erforderlichen baulichen Leistungen die zur Beseitigung der Mehrzahl der aufgezeigten Kritikpunkte nötig wären sind mit großer Wahrscheinlichkeit entweder technisch nicht umsetzbar oder wirtschaftlich nicht vertretbar. Dazu zählen insbesondere die Änderung der Deckenkonstruktion oder der Bau von großzügigen VIP-Logen. Hinzu kommt die Gefahr, dass die Planung und Durchführung der Umbauarbeiten auf Grund der denkmalschutzrechtlichen Einschränkungen erheblich verlangsamt werden könnten. Es ist daher anzunehmen, dass die Stadt Wien im Falle eines Umbaus über mehrere Jahre auf eine Veranstaltungsfläche für große Indoor-Events verzichten und dafür unverhältnismäßig hohe Kosten auf sich nehmen müsste.

Der Bau einer neuen Multifunktionsarena ist aus der Sicht des Autors die deutlich zweckmäßigere Lösung als ein Umbau des bestehenden Objekts.

⁸⁵ Angaben laut der website <https://www.parkopedia.de>; abgerufen am 20.08.2017

7. GROBES KONZEPT FÜR DIE STADTHALLE NEU – „SONIC DOME“

Das folgende Kapitel befasst sich mit einem groben Grundkonzept für den Bau und Betrieb einer neuen Multifunktionsarena, dem „Sonic Dome“. Es wird von der fiktiven Annahme der Einstellung des Betriebs der Halle D, als multifunktionale Veranstaltungshalle, ausgegangen. Dies stellt eine Grundvoraussetzung für den erfolgreichen Bau und Betrieb einer neuen Mehrzweckhalle dar, da der Wiener Markt für große Hallenveranstaltungen nicht ausreichend wäre um zwei Mehrzweckhallen des großen Segments erfolgreich bewirtschaften zu können.

Zunächst werden die Mitbewerber am Wiener Markt analysiert und eine Einschätzung zur erwarteten Auslastung der neuen Halle vorgenommen. Danach werden drei potentielle Standorte für den „Sonic Dome“ vorgestellt und auf ihre Eignung untersucht. Anschließend wird durch die Auflistung der wichtigsten Soll-Merkmale ein grobes Hallenkonzept gezeichnet. Abschließend folgen eine Investitionskostenschätzung, Ideen zur Finanzierungs- und Betriebsstruktur, bau- und raumordnungsrechtliche Besonderheiten und eine grobe Ergebnisprognose.

7.1 WETTBEWERB UND AUSLASTUNGSPROGNOSE

Wie bereits beschrieben, stellen Live-Konzerte und sonstige Entertainment-Shows die mit Abstand wichtigsten und umsatzträchtigsten Veranstaltungen für Multifunktionshallen dar. Daher wird in weiterer Folge in erster Linie auf die potentiellen Mitbewerber in diesem Bereich eingegangen. Es existieren im Live-Konzert und Show Bereich in Wien derzeit ausschließlich kleinere Hallen, wie die Marx Halle mit maximal 6.000⁸⁶, die Planet.tt Bank Austria Halle mit maximal 3.600⁸⁷, der große Saal des Musikvereins mit maximal 2.000⁸⁸, der große Saal des Wiener Konzerthauses mit maximal 1.800⁸⁹ und die Arena mit maximal 935⁹⁰ Besuchern. Für Konzerte und andere Unterhaltungsevents mit Besucherzahlen von über 6.000, wäre der Sonic Dome der einzig verfügbare Standort in Wien. Eine Grundauslastung für eine Mehrzweckhalle

⁸⁶ http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wien/stadtleben/629417_Wiener-Locations-bringen-sich-in-Stellung.html; abgerufen am 23.09.2017

⁸⁷ http://www.planet.tt/files/planet.tt_bank_austria_halle_im_gasometer.pdf; abgerufen am 13.9.17

⁸⁸ <https://www.musikverein.at/der-grosse-musikvereinssaal>; abgerufen am 23.09.2017

⁸⁹ <https://konzerthaus.at/grosse-saal>; abgerufen am 23.09.2017

⁹⁰ http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wien/stadtleben/629417_Wiener-Locations-bringen-sich-in-Stellung.html; abgerufen am 23.09.2017

des großen Segments ist praktisch nur durch ein mehrjähriges Mietverhältnis mit einem oder mehreren Spitzensportvereinen möglich.

In Wien wäre diesbezüglich ein Vertragsverhältnis mit der Eishockeymannschaft Vienna Capitals die wirkungsvollste Variante, da Eishockey hierzulande die einzige Hallensportart ist, die eine verhältnismäßig hohe und vor allem regelmäßige Besucherfrequenz für eine Halle des oberen Segments generieren kann.

Die Chance die Vienna Capitals als Ankermieter für die neue Halle zu erhalten ist aus heutiger Sicht jedoch nicht gegeben, da deren derzeitige Heimarena, die Albert-Schulz-Eishalle, erst 2011 umfassend um- und ausgebaut wurde. Neben dem Bau einer weiteren kleinen Eishalle wurde die maximale Besucherkapazität der Haupthalle auf 7.022 angehoben, ein zusätzliches Parkhaus errichtet und neue Videoleinwände installiert⁹¹. Gemessen am Umfang dieser erst kürzlich getätigten Investitionen ist ein „Umzug“ des Vereins in eine neue Halle nicht vorstellbar.

Die beiden anderen in Frage kommenden Sportarten, Handball und Basketball, scheiden auf Grund der Höhe der regelmäßigen Besucherzahlen⁹² als Ankermieter aus⁹³: Der Besucherdurchschnitt bei Ligaspielen der Wiener Handballmannschaft Fivers WAT Margareten betrug in der Saison 2012/2013 rund 841 pro Spiel. Eine ähnliche Größenordnung herrscht bei Basketball Ligaspielen. Wegen des potentiellen Verlusts an Einnahmen aus größeren Konzert- und sonstigen Einzelveranstaltungen würde das „Blockieren“ der Halle für Basketball- oder Handballspiele sich daher nicht rentieren. Die Erreichung einer Grundauslastung für den Sonic Dome ist daher, zumindest aus heutiger Sicht, nicht realistisch.

Im Hinblick auf Einzelveranstaltungen ist, vorsichtigerweise, davon auszugehen, dass die durchschnittliche Auslastung der neuen Halle zumindest dem Niveau der Halle D entsprechen, und deren Marktanteil quasi übernehmen wird. Es ist jedoch nicht unwahrscheinlich, dass die Buchungsfrequenz der Halle D sogar übertroffen werden könnte, und zwar dann, wenn die neue

⁹¹ <https://de.wikipedia.org/wiki/Albert-Schulz-Eishalle>; abgerufen am 23.09.2017

⁹² https://www.stadionwelt.de/sw_stadien/index.php?head=Zuschauer-TOP-50-oesterreichSchweiz&folder=sites&site=news_detail&news_id=8199; 27.11.2017

⁹³ Gemeint sind in diesem Zusammenhang die durchschnittlichen Besucherzahlen bei den Ligaspielen innerhalb einer Saison. Sportgroßveranstaltungen wie Welt- und Europameisterschaften im Handball oder Basketball haben ein weitaus höheres Besucherpotential, finden aber im Lebenszyklus einer Halle in der Regel höchstens einmal statt.

Halle beispielsweise auf Grund ihrer attraktiveren Setups, ihrer höheren Deckenbelastbarkeit oder ihrer moderneren Ausstattung einen breiteren Interessentenkreis anspricht.

7.2 HALLENKONZEPT

Der Sonic Dome soll in erster Linie, wie bisher die Halle D, als Veranstaltungsfläche für Live-Konzerte und Shows dienen. Die nachhaltig gute Auslastung der Halle D beweist, dass diese Strategie für den Wiener Hallenveranstaltungsmarkt optimal ist. Auf Grund der Erkenntnisse der vorangehenden Kapitel, sollte die Halle insbesondere folgende Voraussetzungen erfüllen, um ihre Buchungsfrequenz und die zu erwirtschaftenden Umsatzerlöse zu maximieren:

- Die maximale Kapazität der neuen Halle sollte grundsätzlich der der Halle D entsprechen. Die Tatsache, dass das größte Setup der Halle D im Durchschnitt lediglich 3 bis 4 Mal⁹⁴ im Jahr benötigt wird, zeigt, dass der Wiener Hallenveranstaltungsmarkt eine darüber hinaus gehende maximale Kapazität nicht rechtfertigen würde.

- Um eine möglichst große Bandbreite an Konzerten, Family-Events, Comedy-Shows und sonstigen Unterhaltungsveranstaltungen bedienen zu können, sollte das kleinste Setup der Halle möglichst weit unten, bei rund 1.000 Besuchern, beginnen. Auf diese Weise könnte der Sonic Dome auch an dem Veranstaltungsmarkt partizipieren, der bisher nur den kleineren Hallen, wie der Marx Halle oder der Planet.tt Bankaustria Halle, vorbehalten war.

- Die Hallendecke sollte, über ihre gesamte Fläche, eine ausreichende und zeitgemäße Belastbarkeit aufweisen, um den individuellen Ansprüchen von möglichst vielen Veranstaltungen entsprechen zu können.

- Die Entscheidungen zur Grundrissgestaltung und Wahl der Baumaterialien sollten vor allem auf die Erreichung einer möglichst guten Hallenakustik abzielen. Die Raumhöhe der Halle sollte so ausgelegt werden, dass die Abhaltung von Spezialveranstaltungen, die eine überdurchschnittliche große Raumhöhe benötigen, wie beispielsweise die Motocross Show „Masters of Dirt“, ohne weiteres bewerkstelligt werden kann.

⁹⁴ Fischer; 2017

- Die Ladebereiche der Halle sollten möglichst großzügig gestaltet sein, um ein gleichzeitiges Be- und Entladen mehrerer LKWs zu ermöglichen. Die entsprechenden Zufahrten sollten möglichst verkehrsschonend ausgelegt werden, um eine größtmögliche Effizienz der logistischen Prozesse zu gewährleisten.

- Einer der wichtigsten Komponenten der neuen Halle sollten die von ihr angebotenen Nebenleistungen sein. Dazu gehört einerseits ein gut durchdachtes Gastronomiekonzept, mit mehreren Restaurants, die in der Lage sind auch in der veranstaltungsfreien Zeit genügend Gäste anzuziehen. Idealerweise sollte das Gastronomieangebot auch ein Catering-Service beinhalten, welches seine Leistungen bei Firmenveranstaltungen oder privaten Feiern außer Haus anbieten kann. Zum anderen sollte die Halle über ein, der internationalen Konkurrenz entsprechendes, Hospitality-Konzept verfügen. Die Kölner Lanxess Arena oder das Hallenstadion Zürich zeigen, dass ein attraktives VIP-Angebot einen wichtigen Beitrag zum Umsatz der Halle beitragen können.

- Die Namensrechte an der Halle sollten an ein Unternehmen verpachtet werden. Dadurch können zusätzliche Umsatzerlöse erzielt werden, denen kein nennenswerter Aufwand gegenübersteht.

- Im Hinblick auf die Erreichbarkeit sollte ein besonderes Augenmerk auf den Individualverkehr gerichtet werden. Wie bereits dargestellt, kommt ein wesentlicher Teil der Veranstaltungsbesucher regelmäßig aus dem Um- und Ausland. Die überwiegende Mehrzahl dieser Gäste reist mit dem PKW an. Daher ist die Verfügbarkeit einer ausreichenden Zahl an Park- und Garagenplätzen ein unverzichtbares Element der neuen Halle. Idealerweise sollte der Standort verkehrsmäßig möglichst unbelastet sein, um ein staufreies An- und Abreisen der Besucher zu ermöglichen. Eine gute öffentliche Verkehrsanbindung ist naturgemäß ebenso wichtig.

7.3 STANDORTAUSWAHL

Im folgenden Abschnitt werden drei potentielle Standorte für den Bau des Sonic Dome beschrieben und auf ihre Eignung untersucht. In weiterer Folge werden die Standorte durch eine gewichtete Entscheidungsanalyse bewertet.

7.3.1 NEU MARX

Ein potentiell geeigneter Standort für eine neue Mehrzweckhalle in Wien wäre das, direkt an die Marx Halle in St. Marx angrenzende, Grundstück „Neumarx“ (Grundstücksnummer 2851/49; Katastralgemeinde 010006).⁹⁵

Das Grundstück hat eine Gesamtfläche von rund 40.000 m² und steht im Eigentum einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft der Wiener Standortentwicklung GmbH, die wiederum ein Tochterunternehmen der Wien Holding GmbH ist.⁹⁶ Die von vergleichbaren Hallen in Europa in Anspruch genommene Grundflächen schwanken zwischen 13.500 m² und 22.000 m². Geht man beim Bau einer neuen Halle vorsichtigerweise von rund 18.000 m² aus, würden rund 22.000 m² für Nebengebäude, wie insbesondere Parkhäuser oder Nebengebäude für die Gastronomie, verbleiben. Die Grundstücksgröße kann somit als ausreichend qualifiziert werden.

Die Verkehrsanbindung ist von überdurchschnittlicher Qualität:

- Innerhalb von 10 Gehminuten liegen die beiden U3 Stationen Erdberg und Schlachthausgasse, Straßenbahnstationen der Linien 18 und 71 und Bus Stationen der Linien 74A und 80A.
- Das Grundstück liegt unmittelbar an der Autobahn A23. Diese wiederum mündet nur wenige hundert Meter weiter in die Autobahn A4 und ist somit für Besucher aus dem Um- und Ausland angenehm zu erreichen.
- Durch die unmittelbare Nähe zur Autobahn A4 ist der Flughafen Wien mit dem PKW in rund 15 min zu erreichen.
- Die Wiener Innenstadt ist mit dem PKW bzw. mit der U-Bahn in weniger als 10 Minuten erreichbar.

Dieser Standort kann als Kompromisslösung zwischen einer zentralen Lage und einer Lage am Stadtrand qualifiziert werden. Zum einen wird die Notwendigkeit einer guten Anbindung für den Individualverkehr bedient. Zum anderen ist die Wiener Innenstadt, unabhängig vom Ver-

⁹⁵ Grundbuchsauszug Grundstücksnummer 2851/49, Katastralgemeinde 010006; abgerufen am 01.09.2017

⁹⁶ https://www.firmenabc.at/wse-wiener-standortentwicklung-gmbh_JWux; abgerufen am 23.09.2017

kehrsmittel, nur wenige Minuten entfernt. Dadurch bleibt das Potential der Effekte von Hallenveranstaltungen auf den Handel, die Gastronomie- und Beherbergungsunternehmen in Wien gewahrt. In unmittelbarer Umgebung befinden sich bereits 2 Parkgaragen die insgesamt über rund 800 Stellplätze verfügen.

Das Grundstück befindet sich innerhalb eines gemischten Baugebiets. Im Nord- und Südwesten grenzt es an mehrere Büro- und Gewerbekomplexe und die Marx Halle an. Von Süden bis Nordosten verläuft parallel zur Grundstücksgrenze die Autobahn A23. Im Norden liegen weitere Büro- und Gewerbebauten. Es grenzen somit keine Wohngebäude unmittelbar an das Grundstück an, was die Eignung des Standorts aus Sicht des Anrainerschutzes zusätzlich bestätigt und das Risiko von diesbezüglichen Konflikten erheblich vermindert.

Neu Marx hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung erfahren. Insgesamt arbeiten an diesem Standort rund 7.000 Personen bei rund 100 Unternehmen, vorrangig aus den Bereichen der Technologie-, Medien- und Kreativwirtschaft.⁹⁷ Die erfolgreiche Integration einer neuen Multifunktionshalle in dieses pulsierende Umfeld ist gut vorstellbar. Die vor Ort bereits vorhandenen Veranstaltungsimmobilien, das Theater „Globe Wien“ und die Veranstaltungsimmobilie Marx Halle, könnten gemeinsam mit dem Sonic Dome einen eigenen Kulturhotspot erzeugen.

Ein weiterer potentieller Vorteil des Grundstücks Neu Marx ist die Tatsache, dass es mittelbar im Eigentum der Stadt Wien steht. Es bestünde somit die Möglichkeit eine Public Private Partnership mit der Stadt zu begründen.

⁹⁷ <http://derstandard.at/2000017862830/Vorarbeiten-fuer-weitere-Entwicklung-von-Neu-Marx>; abgerufen am 27.11.2017

Abb. 15; Google Maps



7.3.2 ROTHNEUSIEDL

Das an der südlichen Landesgrenze von Wien und Niederösterreich gelegene Grundstück Rothneusiedl (Grundstücksnummer 89/1; Katastralgemeinde 01106) hat eine Gesamtfläche von 132.944 m² und steht im Eigentum der ÖBB Infrastruktur Aktiengesellschaft.⁹⁸

Das Grundstück grenzt unmittelbar an die S-Bahn Station Wien Blumental und an die Wiener Außenring Schnellstraße S1 an. Der Autobahnknoten Inzersdorf, der die A23 mit der A2 verbindet, ist in rund 8 Fahrminuten zu erreichen. Zur nächstgelegenen U-Bahnstation geht man jedoch rund 30 Minuten zu Fuß. Im Westen der Liegenschaft befinden sich Gewerbe- und Industrieanlagen, im Norden Wohnsiedlungen, im Osten landwirtschaftlich genutzte Flächen und der südliche Rand grenzt unmittelbar an die S1 an. Die Qualität der Eignung des Standortumfeldes ist geringer als beim Grundstück Neu Marx: durch die Nähe zu Wohnsiedlungen und des

⁹⁸ Grundbuchsatzug Grundstücksnummer 89/1, Katastralgemeinde 01106; abgerufen am 01.09.2017

Eingriffs in das angrenzende Grünland, das von den Siedlungsbewohnern mit hoher Wahrscheinlichkeit als Erholungsgebiet genutzt wird, besteht ein höheres Konfliktrisiko mit der lokalen Bevölkerung.

Positiv sticht die überdurchschnittliche Grundstücksgröße heraus: Wie oben beschrieben, wäre eine Grundstücksgröße von rund 40.000 m² ausreichend. Eine entsprechend größere Fläche kann jedoch für den Bau von zusätzlichen Parkplatzanlagen oder sonstigen Nebengebäuden von Nutzen sein. Dennoch übersteigt das Grundstück mit seiner Fläche von über 130.000 m² bei weitem die Anforderungen einer Mehrzweckhalle samt Nebengebäuden. Interessant wäre daher nur die Beschaffung im Rahmen einer Grundstücksteilung, wobei eine Reduktion auf mindestens die Hälfte der derzeitigen Grundstücksgröße erreicht werden müsste.

Abb. 16; Google Maps



7.3.3 SEESTADT

Die 3 ausgewählten Grundstücke (Grundstücksnummern 629/109, 629/44 und 629/52; Katastralgemeinde 01651) haben zusammengerechnet eine Fläche von insgesamt 45.634 m² und stehen allesamt im Eigentum der Wien 3420 Aspern Development AG⁹⁹. Deren Aktionäre sind die ARE Austrian Real Estate Development GmbH (26,6%), eine Tochter der Bundesimmobiliengesellschaft (BIG) und die GELUP GmbH (73,4%), an der die Wiener Städtische Versicherung, die Erste Bank und der Wirtschaftsentwicklungsagentur Wien (ein Fonds der Stadt Wien) beteiligt sind.¹⁰⁰

Der Standort Seestadt als langfristiges Entwicklungskonzept soll sich im Laufe der Zeit zu einem eigenen Stadtteil mit rund 20.000 Anwohnern und ebenso vielen Arbeitsplätzen entwickeln.¹⁰¹ Wiens neue Stadthalle in diesem Gebiet zu positionieren kann die Seestadt, die sich bis dato zum einen als modernes, nachhaltiges Wohngebiet und zum anderen als Standort für Technologie- und Forschungsunternehmen einen Namen gemacht hat, dadurch auch zum Kultur- und Veranstaltungs-Hotspot aufwerten. In rund 6 Minuten Gehzeit ist die U-Bahnstation Seestadt zu erreichen. Die Autobahnabfahrt Stadlau der A23 in rund 15 Minuten erreichbar.

Die Grundstücke werden durch die Überführung der U-Bahnlinie U2 voneinander getrennt. Im Süden und Osten grenzen sie an einen Industriekomplex an und im Westen an eine Werkshalle. Nördlich der Grundstücke liegen unbebaute Liegenschaften. Der eigentliche Wohnbezirk der Seestadt grenzt somit nicht an den Standort an, und ist rund 500 Meter entfernt. Gegen den Standort Seestadt spricht insbesondere die große Entfernung zum Stadtkern.

⁹⁹ Grundbuchsauszüge Grundstücksnummern 629/109, 629/44 und 629/52; Katastralgemeinde 01651; abgerufen am 01.09.2017

¹⁰⁰ https://www.firmenabc.at/wien-aspern-development-ag_yzt; abgerufen am 23.09.2017

¹⁰¹ <http://derstandard.at/2000017219738/Bald-5000-Bewohner-in-der-Seestadt>; abgerufen am 27.11.2017

Abb. 17; Google Maps



Die folgende Tabelle veranschaulicht eine gewichtete Bewertung der 3 ausgewählten Standorte anhand ihrer Übereinstimmung mit den zentralen Ansprüchen an einen geeigneten Hallenstandort. Die einzelnen Standortfaktoren werden zunächst gemäß ihrer Bedeutung gewichtet. Danach werden sie mit einer Punktevergabe von 1 (am wenigsten geeignet) bis 10 (am besten geeignet) bewertet.

Eine gute Verkehrsanbindung für PKW-Nutzer ist eines der bedeutendsten Standortfaktoren für die Planung einer Mehrzweckhalle, da durchschnittlich rund zwei Drittel aller Veranstaltungsbesucher mit dem Auto anreisen (siehe oben). Zusätzlich zu den im Rahmen des Projekts zu errichtenden Parkplatzanlagen, wäre es von Vorteil, wenn in der näheren Umgebung eines potentiellen Standorts bereits Parkhäuser oder Parkgaragen existieren. Genauso wichtig ist das Vorhandensein von Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel im näheren Umfeld des Standorts. Wobei U-Bahnstationen bei der Bewertung höher gewichtet wurden als Straßenbahn- oder Busstationen. Ein ausreichender Abstand zu Wohnblöcken steigert die „Anrainerverträglichkeit“ der Halle und kann das Risiko von Konflikten mit der lokalen Bevölkerung mindern. Wie oben

beschrieben ist eine Nähe zum Stadtkern zwar mit individualverkehrstechnischen Problemen verbunden, bietet aber den Vorteil von potentiellen Synergieeffekten auf den städtischen Handel, die Gastronomie und Hotelbetriebe. Die Eignung des Standortumfeldes bezieht sich in erster Linie auf die Frage, wie sehr eine Mehrzweckhalle mit der unmittelbaren Umgebung des jeweiligen Standortes harmonisieren würde.

Abb. 18; Verfasser

| Standortfaktor | Gewichtung | Neu Marx | Rotneusiedl | Seestadt |
|--|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Anbindung Individualverkehr | 5 | 10 | 7 | 5 |
| Vorhandene Parkplatzenlagen in der Umgebung | 3 | 6 | - | 4 |
| Anbindung öffentlicher Verkehr | 5 | 7 | 5 | 8 |
| Anrainerverträglichkeit | 4 | 9 | 5 | 7 |
| Nähe zum Stadtkern | 4 | 8 | 3 | 3 |
| Eignung des Standortumfeldes | 5 | 10 | 4 | 7 |
| Zusätzlich verfügbare Grundfläche | 3 | 7 | 10 | 8 |
| Gesamt | - | 242 | 142 | 176 |

Abschließend kann festgehalten werden, dass das Grundstück Neu Marx sich ausgezeichnet für den Bau einer neuen Mehrzweckhalle eignen würde. Die folgenden Abschnitte beruhen auf der Annahme, dass die Entscheidung zum Standort bereits zu Gunsten des Grundstücks Neu Marx getroffen wurde.

7.4 INVESTITIONSSUMME

Eine umfassende Quantifizierung der Investitionskosten für den Bau einer neuen Multifunktionsarena ist auf Grund der geringen Anzahl an Vergleichsobjekten und einem beschränkten Zugang zu detaillierten Investitionskostenaufstellungen dieser Objekte nur schwer möglich.

Die Betrachtung der groben Baukosten von neueren Hallen vergleichbarer Größe, wie der SAP Arena Mannheim (rund 70 Mio. Euro)¹⁰², der Barclaycard Arena Hamburg (rund 83 Mio. Euro)¹⁰³ oder der Malmö Arena (rund 85 Mio. Euro)¹⁰⁴ lässt darauf schließen, dass im Hinblick auf die Baukosten vorsichtigerweise von einer Investitionssumme von rund 90 Mio. Euro auszugehen ist.

Folgt man der Einschätzung von Bielzer und Wadsack¹⁰⁵ belaufen sich die Betriebs-, Instandhaltungs- und Reinvestitionskosten, gemessen an einer Lebenszeit von 30 Jahren, auf das 3 bis 5-fache der Baukosten. Somit ist davon auszugehen, dass die Gesamtinvestitionskosten über den gesamten Lebenszyklus des Hallenprojekts zwischen rund 350 und 550 Mio. Euro betragen werden.

7.5 FINANZIERUNG UND BETRIEBSSTRUKTUR

Wie bereits oben dargestellt, ist die Bandbreite an vorstellbaren Finanzierungsstrategien und Betriebsstrukturen groß. Dabei kommt dem Grad des Beteiligungsinteresses der Stadt Wien ein hohes Maß an Bedeutung zu. Es wird davon auszugehen sein, dass die Stadt Wien, wie bisher bei der Wiener Stadthalle, im Hinblick auf die Finanzierung und die Betriebsführung einer neuen Multifunktionsarena eine zentrale Rolle spielen wird.

In diesem Zusammenhang muss erwähnt werden, dass die neue Halle, im Gegensatz zum Vorgänger, auf das Ziel eines gewinnorientierten Betriebs ausgerichtet werden sollte. Nur so können die hohen Betriebs-, Instandhaltungs-, Modernisierungs- und Reinvestitionskosten aus ei-

¹⁰² https://www.rnz.de/nachrichten/metropolregion_artikel,-Metropolregion-10-Jahre-SAP-Arena-Ohne-diese-Halle-gaebe-es-vieles-nicht-_arid,124175.html; abgerufen am 14.09.2017

¹⁰³ <https://www.barclaycard-arena.de/arena/zahlen-fakten>; abgerufen am 14.09.2017

¹⁰⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/Malmö_Arena; abgerufen am 14.09.2017

¹⁰⁵ Bielzer, Wadsack; 2011

gener Kraft getragen werden, ohne auf einen umfassenden Verlustausgleich durch die öffentliche Hand angewiesen zu sein. Im Vergleich zur Wiener Stadthalle sollten daher insbesondere zwei wesentliche Änderungen vorgenommen werden:

- Zum einen sollte die Personalstruktur auf ein marktübliches Volumen angepasst werden und
- zum anderen muss ein besonderes Augenmerk auf die Erwirtschaftung von Umsätzen aus Nebenleistungen, wie insbesondere durch Gastronomie- und VIP-Konzepte, gelegt werden.

Im Hinblick auf die Finanzierung und die Betriebsstruktur wären folgende Szenarios denkbar:

Szenario A.:

Das Eigentum und der Betrieb der Halle werden nach dem Vorbild des Hallenstadions Zürich in ein und derselben Besitz- bzw. Betriebsgesellschaft vereint. Die Stadt Wien könnte sich durch die Einbringung ihres Grundstücks Neu Marx in die Besitz- und Betriebsgesellschaft der neuen Halle, an dieser beteiligen. Als Mitgesellschafter könnte sich die Stadt einen Einfluss auf den Hallenbetrieb sichern.

Die restlichen Anteile der Besitz- und Betriebsgesellschaft werden idealerweise von einem erfahrenen Hallenbetreiber als Privatinvestor (z. B. Anschutz Entertainment Group) gehalten, der auch die operative Führung des Tagesgeschäfts übernimmt. Hinsichtlich der Finanzierung der Baugesamtkosten (einschließlich Planung, rechtlicher Dienstleistungen, Gebühren, Abgaben, Provisionen etc.) würde sich eine Aufteilung zwischen dem Privatinvestor und der Stadt Wien anbieten, beispielsweise im Verhältnis zur Höhe ihrer jeweiligen Beteiligung.

Szenario B.:

Dieses Szenario setzt eine Trennung in eine Besitz- und eine Betriebsgesellschaft voraus. Das Eigentum an der Liegenschaft Neu Marx verbleibt bei der Stadt Wien. Diese übernimmt auch die Finanzierung des Hallenbaus.

Die Halle wird nach Fertigstellung an eine private Betriebsgesellschaft verpachtet. Tiefgreifende Sanierungen und Instandhaltungen, die die Bausubstanz betreffen werden von der Stadt Wien als Objekteigentümer getragen. Die restlichen Betriebs- und Instandhaltungskosten werden von der Betriebsgesellschaft getragen.

7.6 ERGEBNISPROGNOSE

Eine verlässliche Prognose der langfristig zu erwartenden Umsätze der neuen Halle ist auf Grund der Volatilität des Veranstaltungsmarktes und des damit verbundenen Auslastungsrisikos äußerst schwierig. Im folgenden Abschnitt wird versucht eine grobe Einschätzung des potentiellen Betriebsergebnisses zu konstruieren:

Geht man vorsichtig von einer durchschnittlichen Hallenauslastung von 50% der maximalen Besucherkapazität¹⁰⁶ aus, ergeben sich pro Veranstaltung rund 9.600 Besucher.

Der Rohertrag aus der Hallenvermietung¹⁰⁷ pro Event kann über die aktuellen Ticketpreise von Veranstaltungen in der Halle D geschätzt werden: Der durchschnittliche Ticketpreis von 30 Veranstaltungen zwischen September 2017 und Jänner 2018 beträgt EUR 64¹⁰⁸. Der durchschnittliche Gesamtticketumsatz pro Veranstaltung würde sich daher auf rund EUR 614.000 belaufen. In Anlehnung an die Konditionen des Hallenstadions Zürich wird angenommen, dass die Betriebsgesellschaft des Sonic Dome als Entgelt für die Hallenmiete 13 % des Gesamtticketumsatzes erhält. Der durchschnittliche Rohertrag des Hallenbetreibers pro Event würde somit rund EUR 79.800 betragen.

Die folgende Tabelle illustriert den potentiellen, durchschnittlichen Jahresrohertrag des Sonic Dome mit Bezug auf eine bestimmte Anzahl an Veranstaltungen.

Abb. 19; Verfasser

| Veranstaltungen im Jahr | Jahresreinertrag aus der Hallenvermietung |
|--------------------------------|--|
| 40 | EUR 3,2 Mio. |
| 60 | EUR 4,8 Mio. |
| 80 | EUR 6,4 Mio. |
| 100 | EUR 8,0 Mio. |
| 120 | EUR 9,6 Mio. |
| 140 | EUR 11,2 Mio. |

¹⁰⁶ Zum Vergleich: Im Jahr 2016 lag die durchschnittliche Besucherzahl pro Veranstaltung bei 60% der maximalen Kapazität des Hallenstadions Zürich.

¹⁰⁷ Gemeint ist ausschließlich die reine Hallenmiete, dh. der Betrag, den der Hallenbetreiber als Gegenleistung für die Benutzung der Halle erhält. Einnahmen aus Eigenveranstaltungen, der Gastronomie und dem Hospitality Bereich sind nicht mitumfasst.

¹⁰⁸ Errechnet auf Basis der Kartenpreise laut der Homepage vom Ticketvertriebsunternehmen oe-Ticket; <https://www.oe-ticket.at>; Abgerufen am 17.09.2017

Im Hinblick auf die Einnahmen aus Eigenveranstaltungen wird in Anlehnung an den Jahresabschluss 2016 der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., angenommen, dass diese rund EUR 1,0 Mio betragen.

Für die Ertragsprognose wird von einer Gesamtrestaurantfläche von 1500 m ausgegangen, wobei diese auf mehrere kleinere und größere Betriebe aufgeteilt wird. Folgt man der Faustregel „1 Sitzplatz = 2 Quadratmeter“ würden insgesamt 750 Gäste bedient werden können. Der Pachtzins wird mit EUR 25/m² angenommen, was Jahrespachteinnahmen von rund EUR 450.000 entsprechen würde.

Es wird angenommen, dass 20 Logen errichtet werden. In Anlehnung an die Jahresmietpreise für Logen in der Allianz Arena München, die zwischen EUR 90.000 und 240.000 liegen¹⁰⁹, wird von einer Jahresmiete von 150.000 pro Loge ausgegangen. Die Vollvermietung aller Logen würde somit in einem zusätzlichen Ertrag von EUR 3 Mio. einbringen. Hinsichtlich der Verpachtung der Namensrechte am Sonic Dome wird von einem zusätzlichen Ertrag von EUR 900.000 ausgegangen.

Die Veranstaltungsausgaben, die beim Hallenbetrieb eine zentrale Kostenstelle darstellen, sind naturgemäß unmittelbar von der Zahl, Größe und Komplexität der jährlich stattfindenden Events abhängig. Laut dem Geschäftsbericht 2016 der AG Hallenstadion Zürich betragen die Veranstaltungskosten im 5-Jahresdurchschnitt zwischen 2012 und 2016 rund 33% der jährlichen Einnahmen aus der Vermietung der Infrastruktur. Es wird daher vorsichtshalber davon ausgegangen, dass die jährlichen Veranstaltungskosten rund 35% der Einnahmen aus der Hallenvermietung betragen werden.

Im Hinblick auf den Personalaufwand wird eine Annahme auf Grundlage des Jahresabschlusses 2016 der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. getroffen: Der Personalaufwand pro Mitarbeiter betrug in diesem Jahr durchschnittlich rund EUR 83.000¹¹⁰. Geht man davon aus, dass im Betrieb des Sonic Dome 30 Mitarbeiter beschäftigt sein werden, beträgt der jährliche Personalaufwand rund 2,5 Mio.

¹⁰⁹ <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/logen-in-der-allianz-arena-fuer-gute-freunde-und-treue-kunden-1.738921>; abgerufen am 20.9.2017

¹¹⁰ Jahresabschluss 2016 der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. Der Personalaufwand im Jahr 2016 betrug rund EUR 11 Mio. Beschäftigt wurden in diesem Jahr 133 Mitarbeiter. Das resultierte in einem Personalaufwand von EUR 83.000 pro Mitarbeiter.

Bei den sonstigen betrieblichen Ausgaben, einschließlich Reinigung, Reparaturen, Instandhaltungen, Energieaufwand, Versicherungen, Betriebs- und Verbrauchsmaterial, wird ebenfalls an die AG Hallenstadion Zürich angelehnt und von rund 30% des Jahresrohertrages ausgegangen.

Die folgende Tabelle veranschaulicht ein fiktives Betriebsergebnis beruhend auf den oben getroffenen Annahmen.

Abb. 20; Verfasser

| | | |
|--|------------|-------------------|
| Ertrag aus der Hallenvermietung (Annahme 100 Veranstaltungen) | EUR | 8.000.000 |
| Ertrag aus Eigenveranstaltungen | EUR | 1.000.000 |
| Ertrag aus Gastronomie- und Hospitality-Leistungen | EUR | 3.450.000 |
| Ertrag aus der Verpachtung der Namensrechte | EUR | 900.000 |
| Jahresrohertrag | EUR | 13.250.000 |
| Veranstaltungsausgaben | EUR | -2.800.000 |
| Personalaufwand | EUR | -2.500.000 |
| Sonstige betriebliche Ausgaben | EUR | -3.975.000 |
| Ergebnis vor Steuern | EUR | 4.075.000 |

7.7 BAU- UND RAUMORDNUNGSRECHTLICHE BESONDERHEITEN FÜR VERANSTALTUNGSIMMOBILIEN IN WIEN

Für die Errichtung einer Mehrzweckhalle ist die Flächenwidmung Gemischtes Baugebiet („GB“) notwendig.¹¹¹ Es ist zu hinterfragen, ob ein Projekt dieser Größe als Großbauvorhaben im Sinne der Wiener Bauordnung qualifiziert werden würde: Die Wiener Bauordnung definiert Großbauvorhaben als *„Bauvorhaben mit Räumen beziehungsweise Anlagen für Veranstaltungen, wie Theater, Museen, Kongress- und Kinozentren, Ausstellungs- und Messezentren, weiters Versammlungsstätten und Sportanlagen, wenn für diese Nutzungen nach dem Wiener Garagengesetz eine Verpflichtung zur Schaffung von mehr als 30 Pflichtstellplätzen besteht. Zwei oder mehrere Bauvorhaben mit derartigen Nutzungen gelten als ein einziges Großbauvorhaben, wenn sie funktional (z. B. durch gemeinsame Anlagen zum Einstellen von Kraftfahrzeugen, innere Erschließung, Verbindungen von Gebäuden) miteinander verbunden sind und insgesamt*

¹¹¹ § 4 Abs.1 Wiener Bauordnung

für diese Nutzungen nach dem Wiener Garagengesetz eine Verpflichtung zur Schaffung von mehr als 30 Pflichtstellplätzen besteht.“

Laut Wiener Garagengesetz¹¹² besteht bei Veranstaltungsgebäuden die Verpflichtung zur Schaffung von einem Stellplatz für je 50 Personen (maßgeblich ist die behördlich zugelassene Besucherzahl). Beim Bau einer neuen Mehrzweckhalle mit einer Besucherkapazität von maximal 16.000 müssten daher mindestens 320 Stellplätze geschaffen werden.

Das in dieser Arbeit behandelte Bauvorhaben ist somit als „Großbauvorhaben“ im Sinne der Wiener Bauordnung zu charakterisieren. Großbauvorhaben dürfen nur in den im Bebauungsplan explizit ausgewiesenen Sonderzonen errichtet werden. Für die behördliche Entscheidung zur Ausweisung einer Fläche als Zone für Großbauvorhaben sind insbesondere folgende Faktoren entscheidend: Die Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz, eine vorhandene Verkehrsfrequenz, die örtlichen Verkehrsverhältnisse (Kreuzungen, Einbahnen etc.), Parkmöglichkeiten in der Umgebung des Großbauvorhabens, die Auswirkung auf den bestehenden Verkehr, die Möglichkeit der Schaffung freiwilliger Stellplätze auf dem Bauplatz des Großbauvorhabens oder in der Umgebung und die Zufahrtsmöglichkeiten für die Feuerwehr und andere Einsatzkräfte.

Als Veranstaltungsstätte hat die Errichtung einer Mehrzweckhalle nach Maßgabe der Regelungen zur Barrierefreiheit der Wiener Bauordnung zu erfolgen. Zu den Auflagen gehören insbesondere: die Schaffung von mindestens einem stufenlosen Eingang, die Einhaltung der Mindestbreiten für Türen und Gänge oder eine Mindestzahl von behindertengerechten Sanitärräumen.

¹¹² § 50 Wiener Garagengesetz

8. FAZIT

Abschließend kann festgehalten werden, dass der Bau und Betrieb einer großen Multifunktionsarena grundsätzlich ein hochriskantes Immobilieninvestment darstellt. Die außergewöhnlich hohen Anschaffungs- und Betriebskosten stehen einer nur schwer prognostizierbaren Ertragssituation gegenüber. Eine verlässliche Einschätzung der künftigen Auslastung ist kaum möglich, da der Großteil der Events Einzelveranstaltungen sind, deren Frequenz von Jahr zu Jahr fluktuieren kann und die von den Veranstaltern zudem oft kurzfristig angekündigt werden. Weiters ist es unklar wie lange der Markt für (große) Live-Konzerte, die die wichtigsten und umsatzstärksten Hallenveranstaltungen darstellen, sein derzeitiges Volumen aufrechterhalten wird. Im Vergleich zu herkömmlichen Gewerbeimmobilien haben Mehrzweckhallen überdies eine deutliche kürzere gewöhnliche Nutzungsdauer. Der Verkehrswert des Objekts wird dadurch und durch das hohe Risiko erheblich beeinflusst. Sollte der Betrieb auf lange Sicht nicht die erhofften Ergebnisse erzielen, kann der Verkaufswert der Immobilie mangels einer technisch umsetzbaren oder ökonomisch sinnvollen Nachnutzungsstrategie bis auf den reinen Grundstückswert sinken. Bedingt durch diese Risiken ist ein ausschließlich privat finanzierter Bau bzw. Betrieb für herkömmliche Investoren, bei denen ein langfristiger Gewinn im Vordergrund steht wohl eher uninteressant. Eine Teilung der Risiken im Rahmen einer Public Private Partnership, ist daher eine empfehlenswerte Strategie. Eine gut funktionierende, moderne Multifunktionshalle dient als Werbung und Tourismusmagnet für die jeweilige Stadt. Eine westeuropäische Hauptstadt die über keine eigene große Stadthalle verfügt ist nicht vorstellbar. Denn Veranstaltungszentren dieser Art sind ein wesentlicher Bestandteil der städtischen Infrastruktur, ohne die die Befriedigung der Kultur-, Freizeit- und Unterhaltungsbedürfnisse der Bevölkerung nicht zureichend bewerkstelligt werden kann. Die Grundsätzliche Notwendigkeit einer Mehrzweckhalle ist nicht zuletzt deshalb außer Frage gestellt. Aus Sicht des Autors ist die Aufrechterhaltung des Betriebs der Halle D in seiner jetzigen Form aus zahlreichen Gründen nicht empfehlenswert. Die Konkurrenzfähigkeit der Halle D wird, vor allem im Vergleich zu moderneren Hallen im deutschsprachigen Raum, mittel- und langfristig nicht mehr erhalten werden können, da ihr unter anderem die großen sekundären Einnahmequellen fehlen. Gewinnbringend betriebene Hallen wie die Lanxess Arena Köln oder das Hallenstadion Zürich verfügen über gut durchdachte und großangelegte Gastronomiekonzepte, deren Leistungen auch in der veranstaltungsfreien Zeit in Anspruch genommen werden. Ebenso haben diese Hallen attraktive VIP-Services die einen beachtlichen Teil zum Gesamtumsatz beitragen. Baulich bedingte Kritikpunkte wie die ungenügende Belastbarkeit der Deckenkonstruktion oder die Zufahrtsmöglich-

keit, Größe und Anzahl der Laderampen sprechen ebenso gegen eine Weiterführung des derzeitigen Hallenbetriebs. Nach wie vor reisen eine Vielzahl von Besuchern großer Hallenveranstaltungen mit dem PKW an. Der Standort der Halle D ist diesbezüglich als unzureichend zu bewerten. Die Halle befindet sich auf einer stark frequentierten und zu Stoßzeiten sehr häufig überlasteten Straße. Der durch Veranstaltungsbesucher verursachte Verkehr verschlechtert die Situation zusätzlich. Die am Hallengelände und in der unmittelbaren Umgebung vorhandenen Parkmöglichkeiten sind im Vergleich zu denen anderer europäischer Hallen ebenso ungenügend, was dazu führt das Veranstaltungsbesucher oft gezwungen sind zusätzlich Zeit für die Parkplatzsuche auf sich zu nehmen. Zur Lösung der aufgezeigten Probleme bieten sich grundsätzlich zwei Handlungsmöglichkeiten an: Die Durchführung von umfassenden Verbesserungs- und Umbauarbeiten an der Halle D oder der Bau einer neuen Multifunktionshalle.

Der Großteil der in dieser Arbeit angeführten Hauptkritikpunkte wäre auch durch einen umfangreichen Umbau der Halle D nicht zu beseitigen, da die dafür notwendigen baulichen Änderungen entweder technisch unmöglich oder wirtschaftlich unverträglich wären. Dazu zählen beispielsweise die Modifizierung der Deckenkonstruktion oder die Schaffung großzügiger VIP Logen. Andere, theoretisch umsetzbare Verbesserungen würden durch die denkmalschutzrechtlichen Einschränkungen aller Voraussicht nach erheblich erschwert werden und viel Zeit in Anspruch nehmen. Die Stadt Wien hätte in diesem Fall für einen Zeitraum von mehreren Jahren keine Stadthalle, und somit keinen Austragungsort für Indoor-Großveranstaltungen jeglicher Art. Zu guter Letzt stellt sich bei einem gut 60 Jahre alten Bauwerk dieser Kategorie die Frage nach der tatsächlichen Restnutzungsdauer. Der Bau einer neuen Halle ist somit aus vielerlei Hinsicht eindeutig der Weiterführung der Halle D vorzuziehen. Aus Sicht des Autors wäre das Gelände Neu Marx auf Grund seiner Lage, die einen guten Kompromiss aus Stadtnähe und hervorragender Erreichbarkeit für Autofahrer darstellt, ein idealer Standort für die Errichtung der neuen Halle. In unmittelbarer Umgebung befinden sich keine Wohnzonen, was das Risiko von Konflikten mit Anrainern eindämmt. Zudem steht die Liegenschaft im (mittelbaren) Eigentum der Stadt Wien und ist somit für die Begründung einer Public Private Partnership gut geeignet. Der Betrieb der Halle D könnte überdies bis zur Fertigstellung der neuen Halle fortgesetzt werden. Dadurch können in Wien große Hallenveranstaltungen auch weiterhin stattfinden.

Im Hinblick auf die Betriebsstruktur wäre eine Partnerschaft zwischen der Stadt Wien und einem der internationalen Unternehmen, die sich auf den Betrieb großer Veranstaltungszentren spezialisiert haben eine ideale Lösung.

QUELLENVERZEICHNIS

Buchpublikationen

- Bielzer, Louise ; Wadsack, Ronald: Betrieb von Sport- und Veranstaltungsimmobilien: Managementherausforderungen und Handlungsoptionen. Frankfurt am Main: Lang, 2011.
- Gamm, Stephanie: Freizeitimmobilien und Stadtentwicklung in Hamburg : Immobilien-Projektentwicklung, Veranstaltungsmanagement und Standortfaktoren. Dargestellt anhand der Entwicklung einer multifunktionalen Großveranstaltungshalle in der Freien und Hansestadt Hamburg; Berlin Heidelberg New York: Springer-Verlag, 2007
- Uhlendorf, Martin: Veranstaltungs- und Mehrzweckhallen im Rahmen des Event-Tourismus - Empirische Analysen zu Kundenzufriedenheit, Einzugsbereichen und Eventmarketing: Dargestellt anhand der Beispiele Halle Münsterland in Münster, Stadthalle Bremen und Westfalenhallen in Dortmund. Hamburg; diplom.de; 2001
- Wehrheim, Michael: Marketing der Fußballunternehmen: Sportmanagement und professionelle Vermarktung; Berlin; Erich Schmidt Verlag GmbH & Co KG; 2005

Interviews

- Fischer, Wolfgang; Geschäftsführer Wiener Stadthalle; Persönliches Interview; 2017
- Frei, Felix; Geschäftsführung AG Hallenstadion Zürich; Persönliches Interview; 2017
- Gatschnegg, Wolfgang; Wien Holding GmbH; Persönliches Interview; 2017
- Hörmann, Richard; Barracuda Music GmbH; Persönliches Interview, 2017
- Klingler, Christoph; Geschäftsführer CTS-Eventim Austria; Persönliches Interview; 2017

Online Quellen

- 20 Minuten: Hallenstadion bleibt auf VIP-Logen sitzen; 02.04.2015; <http://www.20min.ch/schweiz/zuerich/story/19473151>; abgerufen am 27.11.2017
- AG Hallenstadion Zürich; Geschäftsbericht 2016; <http://www.hallenstadion.ch/media/uploads/downloads/187/documents/def.-gb-2016.pdf>; abgerufen am 07.06.2017

- APA-OTS: WKÖ/IHS: Eventbranche schafft 7,3 Mrd. Euro Wertschöpfung in Österreich; https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20121121_OTS0110/wkoeihs-eventbranche-schafft-73-mrd-euro-wertschoepfung-in-oesterreich; 2012; abgerufen am 23.09.2017
- Der Standard: Bald 5.000 Bewohner in der Seestadt Aspern; 10.06.2015; <http://derstandard.at/2000017219738/Bald-5000-Bewohner-in-der-Seestadt>; abgerufen am 27.11.2017
- Der Standard: Vorarbeiten für weitere Entwicklung von „Neu Marx“; 22.06.2015; <http://derstandard.at/2000017862830/Vorarbeiten-fuer-weitere-Entwicklung-von-Neu-Marx>; abgerufen am 27.11.2017
- Der Standard: Wiener Stadthalle wegen Derivatgeschäften mit Millionenverlust; 2013; <http://derstandard.at/1371171067779/Wiener-Stadthalle-wegen-Derivatgeschaeften-mit-Millionenverlust>; abgerufen am 15.09.2017
- Homepage des Architekturbüros Studio CS; <http://www.studiocs.at/premiumloge/>; abgerufen am 17.11.2017
- Homepage des Basketball Vereins Hallmann Vienna; <http://www.basketballclubvienna.at/#tickets>; abgerufen am 22.11.2017
- Homepage des Eishockey Vereins Vienna Capitals; <https://www.vienna-capitals.at/tagestickets-ebel.html>; abgerufen am 22.11.2017
- Homepage der Wiener Stadthalle: Online Ticket Shop; <https://www.stadthalle.com/de/schauen/events/454/Afrika-Afrika>; abgerufen am 23.09.2017
- Homepage des Wiener Musikvereins; <https://www.musikverein.at/der-grosse-musikvereinssaal>; abgerufen am 23.09.2017
- Homepage des Wiener Konzerthauses; <https://konzerthaus.at/grosse-saal>; abgerufen am 23.09.2017
- Homepage der Bam Sports GmbH; <https://www.bam-sports.de/en/projects/arenas/mercedes-benz-arena>; abgerufen am 27.11.2017
- Homepage der Wiener Stadthalle: Facts and figures; https://www.stadthalle.com/media/file/23_WienerStadthalle_b2b-Mappe-Facts-and-Figures.pdf; abgerufen am 20.8.2017
- Homepage der Wiener Stadthalle; <https://www.stadthalle.com/de/schauen/events/379/Helene-Fischer>; abgerufen am 21.11.2017
- Homepage der Wiener Stadthalle; <https://www.stadthalle.com/de/wir/hallen/5/Halle-D/from1/76>; abgerufen am 27.11.2017

- Homepage der Planet.tt Bankaustria Halle; http://www.planet.tt/files/planet.tt_bank_austria_halle_im_gasometer.pdf; abgerufen am 13.09.2017
- Homepage der Mercedes Benz Arena Berlin: Online Ticket Shop; <https://www.mercedes-benz-arena-berlin.de/events-tickets>; abgerufen am 26.08.2017
- Homepage des Hallenstadion Zürich: Produktbeschreibung des Hallenstadion Zürich; <http://www.hallenstadion.ch/media/uploads/downloads/168/documents/hallenstadion-factsheet-arena-de.pdf>; abgerufen am 23.09.2017
- Homepage des Hallenstadion Zürich; Online Ticket Shop; <http://www.hallenstadion.ch/events-tickets?month=Dezember+2017>; abgerufen am 17.09.2017
- Homepage von Mitsubishi Electric; http://de.mitsubishielectric.com/de/solutions/communication/pdf/case-study_communication_lanxess-arena_de_de.pdf; abgerufen am 18.11.2017
- Homepage von Ticketcorner; <http://www.ticketcorner.ch/hallenstadion-zuerich-bilder.html?affiliate=TCS&doc=venuePage&fun=venue&action=images&venueGroupId=13763&picId=18974>; abgerufen am 27.11.2017
- Homepage der Lanxess Arena Köln; <http://www.lanxess-arena.de/tickets/allgemeine-saalplaene.html>; abgerufen am 22.11.2017
- Homepage der Barclaycard Arena Hamburg: Zahlen und Fakten; <https://www.barclaycard-arena.de/arena/zahlen-fakten>; abgerufen am 17.09.2017
- Kölnische Rundschau: Kölner Lanxess Arena klettert weltweit auf Platz sechs; 31.01.2017; <http://www.rundschau-online.de/region/koeln/multifunktionsarenen-koelner-lanxess-arena-klettert-weltweit-auf-platz-sechs-25647898>; abgerufen am 22.11.2017
- Manager Magazin: Barclaycard kauft Namensrecht an Hamburger O2 World; 28.05.2015 <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/international/barclaycard-kauft-namensrecht-an-hamburger-o2-world-a-1035962.html>; abgerufen am 22.9.2017
- NPR: Ice to court and back again at L.A.'s Staples Center; <http://www.npr.org/2012/05/15/152774768/ice-to-court-and-back-again-at-l-a-s-staples-center>; abgerufen am 24.08.2017
- Rhein Neckar Zeitung: 10 Jahre SAP Arena: Ohne diese Halle gäbe es vieles nicht; 04.09.2015; https://www.rnz.de/nachrichten/metropolregion_artikel,-Metropolregion-10-Jahre-SAP-Arena-Ohne-diese-Halle-gaebe-es-vieles-nicht-_arid,124175.html; abgerufen am 14.09.2017

- Schweiz am Sonntag: Samsung sponsert Halle für Schweizer Freikirche ICF; 29.08.2016; <https://www.watson.ch/Digital/Schweiz/968951219-Samsung-sponsert-Halle-f%C3%BCr-Schweizer-Freikirche-ICF>
- Stadionwelt: Zuschauer Top 50 Österreich/Schweiz; 30.12.2012; https://www.stadionwelt.de/sw_stadien/index.php?head=Zuschauer-TOP-50-oesterreichSchweiz&folder=sites&site=news_detail&news_id=8199; abgerufen am 27.11.2017
- Statistik Austria; Konsumerhebung 2014/2015; 2016; http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/soziales/verbrauchsausgaben/konsumerhebung_2014_2015/index.html; abgerufen am 23.09.2017
- Süddeutsche Zeitung: Gute Freunde und treue Kunden; 2010; <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/logen-in-der-allianz-arena-fuer-gute-freunde-und-treue-kunden-1.738921>; abgerufen am 20.09.2017
- Wiener Zeitung: Wiener Locations bringen sich in Stellung; 2014; http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wien/stadtleben/629417_Wiener-Locations-bringen-sich-in-Stellung.html; abgerufen am 23.09.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: Mercedes-Benz Arena (Berlin); [https://de.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_Arena_\(Berlin\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Mercedes-Benz_Arena_(Berlin)); Bearbeitungsstand 13.05.2017; abgerufen am 23.09.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: Barclaycard Arena (Hamburg); [https://en.wikipedia.org/wiki/Barclaycard_Arena_\(Hamburg\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Barclaycard_Arena_(Hamburg)) Bearbeitungsstand 11.09.2017; abgerufen am 23.09.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: Veranstaltung; Bearbeitungsstand 03.08.2017; <https://de.wikipedia.org/wiki/Veranstaltung>; abgerufen am 26.08.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: Malmö Arena; https://en.wikipedia.org/wiki/Malmö_Arena; Bearbeitungsstand 15.08.2017; abgerufen am 14.09.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: List of indoor arenas in Europe; https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_indoor_arenas_in_Europe; Bearbeitungsstand 20.09.2017; abgerufen am 23.09.2017
- Wikipedia, die freie Enzyklopädie: Albert Schultz Eishalle; <https://de.wikipedia.org/wiki/Albert-Schultz-Eishalle>; Bearbeitungsstand 09.09.2017; abgerufen am 23.09.2017

Sonstige Quellen

- Arena Management GmbH; Köln; Jahresabschluss 2015; 2016
- Gross, Detlef; Skriptum zur Lehrveranstaltung Bewertung von Sonderimmobilien, TU Wien; 2016
- Hoffmann, Martin; Umfrage des Verbandes Deutscher Konzertdirektoren für die Besucher von klassischen Konzerten 2007; 2007
- Kraus, Michael; Skriptum zur Lehrveranstaltung Gewerbeimmobilien und Centermanagement, TU Wien; 2015
- Schnabl, Alexander; Mateeva, Liliana; Titelbach, Gerlinde; Zucker, Barbara: Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich; Instituts für höhere Studien; 2012
- Wiener Bauordnung, Fassung 21.11.2017
- Wiener Garagengesetz, Fassung 21.11.2017
- Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.; Jahresabschluss 2013; 2014
- Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.; Jahresabschluss 2014; 2015
- Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.; Jahresabschluss 2015; 2016
- Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.; Jahresabschluss 2016; 2017