

VJC - THESENPAPIER ZUR DIFU-TAGUNG VOM 21. bis 22. MAI 2007 in Berlin

Mehr Veranstaltungseinrichtungen heißt auch mehr Veranstaltungen? Mit der Anzahl der Hallen bundesweit erhöht sich auch die Zahl der Veranstaltungen bundesweit? Schön wäre es ja, aber ist das die Realität?

Verfolgen wir die Neuigkeiten zu den Veranstaltungseinrichtungen bezüglich Neubau- Umbau- oder Attraktivierungsmaßnahmen stellen wir fest, es gibt fast keine Kommune die nicht in irgendeiner Form darüber diskutiert. Angestoßen von außen durch potentielle Nutzer (Ligasport, Sportvereine, Unternehmen etc.), lokale Veranstalter oder intern durch Hallenmanager die die Konkurrenzfähigkeit ihres Hauses bedroht sehen, oder gar durch Politiker/Bürgermeister welche dem „Wetten dass? – Syndrom“ zum Opfer gefallen sind.

Daseinsvorsorge, Wettbewerb, Standortattraktivierung, Aushängeschild Ligasport – alles legitime Gründe für eine notwendige und fundierte Diskussion innerhalb der Kommune. Nur die Ergebnisse oder die Argumente der Diskussionen führen manchmal zu einem Stirnrunzeln. Überall wird gebaut und erneuert als gäbe es kein Morgen, als müsste das alles nicht bezahlt und durchschnittlich 2 Dekaden auch noch, möglichst erfolgreich, betrieben werden. Ach ja, bevor ich es vergesse – der Kongressmarkt ist stark im Aufwind – lasst uns doch ein Kongresszentrum bauen.

Für die Veranstalter von Konzerten, Kongressen, Tagungen, Messen und so weiter – landläufig Events genannt – stellt sich die Situation zunächst als günstig dar. Mehr Veranstaltungseinrichtungen heißt mehr Wettbewerb zwischen den Locations und damit eine größere Gestaltungsmöglichkeit für den Veranstalter. Von der Wahl der Spielstätte bis zu den Mietpreisen kann er davon profitieren. Er kann für jeden Event die adäquateste Spielstätte wählen, denn die technische Gebäudeausstattung und die Produktionsbedingungen sind fast überall besser als noch vor 15 Jahren.

Trotzdem gibt es Hallen die selten einen der prognostizierten Events oder auch nur annähernd die Zahl der Veranstaltungen aus dem Businessplan erreichen. Veranstalter buchen nach einer Versuchsphase die Hallen nicht mehr obwohl diese günstige Konditionen und Arbeitsbedingungen bieten. Warum?

Weil in der Phase der Entwicklung der Veranstaltungseinrichtung überaus wichtige Komponenten für den dauerhaften Erfolg der Spielstätte entweder vernachlässigt, übersehen oder gar ignoriert wurden. Zum Beispiel der Besucher-Markt – sprich das realistische Kauf- und Reiseverhalten der potentiellen Besucher. Oder der Veranstaltungsmarkt – sprich die vorhandenen lokalen/regionalen Veranstalter, Agenturen und Unternehmen als potentielle Mieter. Oder der Sport- und Vereinsmarkt – sprich die realistische, gesicherte und langfristige Entwicklung (sportlich und finanziell) des Hometeams. Oder die Konkurrenzsituation – sprich die bereits in der Region vorhandenen Spielstätten und die Nutzungen welche diese bereits abdecken. Oder auch nur die realistische Einschätzung des vorhandenen regionalen Marktes – sprich wer braucht eine Halle in unserer Stadt, wer nutzt sie, wem soll sie nützen? Und als last but not least – was kann und will sich die Kommune langfristig wirklich leisten? Manchmal hat das „kleinere“ Konzept den „größeren“ Nutzen für die Kommune. Ach ja, und sollte die Kommune genügend (was immer das heißen mag) Geld haben – baut eine Halle und noch ein Kongresszentrum dazu. Man gönnt sich ja sonst nichts.

Ansonsten plädiere ich dafür die Ansprüche an die Realität anzupassen und die Hausaufgaben zu machen.

Volker Jauch im April 2007