

---

# Machbarkeitsstudie für ein Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena

## Teil 3: Konzept, Wirtschaftlichkeit, Umwegrentabilität



25. September 2014

---

# Inhalt

	Seite
<b>Hintergrund und Aufgabenstellung</b>	3
<b>Executive Summary Teil 3</b>	7
<b>1. Best Practice Beispiele: Ideale Konzeptlösungen erfolgreicher Kongresszentren</b>	8
1.1 Best Practice: Estrel Hotel & Convention Center in Berlin	9
1.2 Best Practice: SwissTech Convention Center in Lausanne	12
<b>2. Best Practice Beispiele: Veranstaltungs- und Eventbereiche in deutschen Stadien</b>	16
2.1 Best Practice: Veranstaltungsbereich in der Coface Arena in Mainz	17
2.2 Best Practice: Lindner Hotel BayArena in Leverkusen	21
<b>3. Potenzielle Mikrostandorte für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum</b>	22
<b>4. Konzeptentwicklung für ein neues multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum</b>	30
4.1 Zusammenfassung: Nachfragevolumen und Ableitung Raumbedarf	33
4.2 Raum- und Flächenprogramm	34
4.3 Brand Idea (Markenidee) für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena	38
<b>5. SWOT-Analyse</b>	41
<b>6. Wirtschaftlichkeitsberechnung: Ausgangsbasis und Methodik</b>	43

# Inhalt

	Seite
6.1 Betriebliche Erlöspositionen: Definition und Ansätze	44
6.2 Betriebliche Kostenpositionen: Definition und Ansätze	46
6.3 Zusammenfassung: Vorgaben für die einzelnen Erlös- und Kostenpositionen	49
6.4 Ansätze für die Prognose der Betriebsergebnisse	50
6.5 Prognose der Betriebsergebnisse	51
6.6 Einschätzung Investitionskostenrahmen	53
<b>7. Umwegrendite für die Stadt Jena: Methodik und Vorgehensweise</b>	<b>55</b>
7.1 Basisdaten für die Berechnung der Umwegrendite	56
7.2 Gesamtumsatz aus den Bereichen Tagungen/Kongresse und Kultur-/ gesellschaftliche Veranstaltungen	61
7.3 Wertschöpfungs-/Einkommenseffekte	63
7.4 Arbeitsplatzeffekte für die Stadt Jena	64
<b>8. Fazit Teil 3: Konzept, Wirtschaftlichkeit und Umwegrentabilität</b>	<b>65</b>
Erklärung des Auftragnehmers und Kontakt	66

# Hintergrund und Aufgabenstellung

---

In Jena ist die Ansiedlung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums geplant. Dafür kommen alternative Mikrostandorte in Frage. Die Unternehmensberatung ghh consult GmbH Dr. Hank-Haase & Kunz (Wiesbaden) wurde von der Stadt Jena beauftragt, eine Machbarkeitsstudie für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena zu erstellen. Im Rahmen der Studie sind folgende Fragen zu beantworten:

## Zum Markt:

- Welche Faktoren wirken sich begünstigend auf die tourismusrelevante Entwicklung in Thüringen und speziell in Jena aus?
- Wie sind die Rahmenstrukturen und -faktoren (Hotelangebot etc.) in Jena und in der Region zu bewerten im Hinblick auf die Positionierung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums; wo besteht ggf. Handlungsbedarf?
- Welche Chancen kommen in diesem Gesamtumfeld speziell einem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena zu?
- Wie wird sich der Tagungs- und Kongressmarkt sowie der Kultur- und Eventmarkt hinsichtlich Volumen und Struktur national und international in Zukunft entwickeln?
- Welches sind die potenziellen Konkurrenten? Wo ergeben sich Nischen für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena (Alleinstellung); wo sind ggf. mit formalen Konkurrenten gemeinsame Strategien erkennbar?
- Welche Stärken und Schwächen, welche Chancen und Risiken ergeben sich vor diesem Hintergrund für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena?
- Welche Funktionen hinsichtlich der Nutzungsstruktur sind dem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena zuzuordnen?

# Hintergrund und Aufgabenstellung

---

- Welche Einflussfaktoren begünstigen speziell die Entwicklung der Nachfrage aus Tagungs- und Kongressbereich, dem Event- und Incentive-Bereich sowie aus dem Bereich der Kultur- und gesellschaftlichen Veranstaltungen am Standort Jena?
- Wie stellt sich der Markt regional und überregional (Unternehmen, Organisationen, Institutionen / Institute etc.) dar?
- Wie ist vor dem Hintergrund der Konkurrenzsituation das potenzielle Nachfragevolumen und die Nachfragestruktur für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena kurz-, mittel- und langfristig einzuschätzen (Potenzialanalyse)?

## Zum Konzept

- Welchem Mikrostandort sind die besten Voraussetzungen und Chancen zuzuordnen?
- Welchen Flächenbedarf erfordert das auf der Grundlage der Marktuntersuchung ermittelte Veranstaltungsvolumen?
- Welches Raum-, Flächen- und Funktionsprogramm erfüllt die Ansprüche zukünftiger Nutzergruppen?
- Welches Qualitätsniveau ist in Ausstattung und Technik zugrunde zu legen?
- Wie sind die Investitionskosten einzuschätzen?

## Zur Wirtschaftlichkeit

- Wie setzen sich die unterschiedlichen Erlös- und Kostenpositionen im Einzelnen zusammen?
  - Welche betriebswirtschaftlichen Ergebnisse sind bei professioneller Vermarktung dem Betrieb des Kongress- und Veranstaltungszentrums in den nächsten 5 - 10 Jahren zuzuordnen?
  - Welche Rentabilität ist auf der Basis der Investitionskosten unter Berücksichtigung evtl. zu erhaltender Fördermittel zu erwarten?
  - Welche wirtschaftlichen Synergieeffekte und Vorteile ergeben sich aus einer eventuell möglichen Verbindung des Kongress- und Veranstaltungszentrums mit einem Hotel?
-

# Hintergrund und Aufgabenstellung

---

## Zur Umwegrentabilität

- Welcher Umsätze sind insgesamt durch den Betrieb des Kongress- und Veranstaltungszentrums für Jena und die Region zu erwarten?
- Welche Wertschöpfungs- bzw. Einkommenseffekte lassen sich da-raus ableiten?
- Wie wirkt sich das zusätzliche Umsatzvolumen auf die Arbeitsplatzsituation aus?
- Welche steuerlichen Effekte ergeben sich für die Stadt Jena?

## Zu Betreiberkonzepten und zum Investor:

- Welche Betriebs- und Organisationsform verspricht für das Kongress- und Veranstaltungszentrum die größte Effektivität?
- Wer kommt als Betreiber in Frage?
- Welche Finanzierungsmodelle sind möglich? Wer kommt als Investor in Frage?

Das vorliegende Dokument bildet **Teil 3** der insgesamt 3 Teile umfassenden Machbarkeitsstudie:

Teil 1: Markt- und Wettbewerbsanalyse

Teil 2: Nachfragepotenzialanalyse

**Teil 3: Konzept, Wirtschaftlichkeit, Umwegrentabilität**

## Executive Summary Teil 3 (Konzept, Wirtschaftlichkeit, Umwegrentabilität)

---

- Der Standort am Stadion ist für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena als sehr gut und geeignet zu bewerten. Der Standort Inselplatz weist erhebliche Einschränkungen auf, ist jedoch immer noch günstiger zu bewerten als andere Innenstadtstandorte wie etwa Eichplatz, Volkshaus und Alte Feuerwache, die für die Positionierung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums nicht geeignet sind.
- Auf Basis des prognostizierten Nachfragevolumens wurde ein Raum- und Flächenprogramm entwickelt, das im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum einen Gesamtflächenbedarf von ca. 3.000 m<sup>2</sup> (BGF) ergibt, u.a. mit einem großen Saal und 6 kleineren Veranstaltungsräumen. Bei Bedarf und je nach Veranstaltungsformat können zusätzlich die VIP-Logen im neuen Stadion sowie die Tagungsräume im anzugliedernden Hotel mit genutzt bzw. gebucht werden.
- Die Wirtschaftlichkeitsberechnung ergibt für die ersten fünf Betriebsjahre ein leicht positives Betriebsergebnis 1 (d.h. nur unter Berücksichtigung der betriebsabhängigen Kosten, ohne anlageabhängige Kosten) und somit eine „schwarze Null“. Dies ist im Vergleich mit anderen Kongress- und Veranstaltungszentren in Deutschland als positiv zu bewerten, da diese zumeist (oft stark) defizitär operieren.
- Die wirtschaftlichen Effekte für die Stadt Jena, die durch das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum initiiert werden, sind beachtlich: bei einem gesamten Umsatzvolumen von ca. € 15 Mio. p.a. wird eine Wertschöpfung von knapp € 6 Mio. ermittelt; durch die Aktivitäten des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums werden in Jena etwa 350 Vollzeit Arbeitsplätze sichergestellt.

# 1. Best Practice Beispiele: Ideale Konzeptlösungen erfolgreicher Kongresszentren

---

Bei der Konzeptentwicklung für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum gilt es bestimmte Grundsätze und Kriterien zu beachten, die zur Optimierung und zum wirtschaftlich tragfähigen Betrieb nachhaltig beitragen.

Zur Demonstrierung und Illustrierung werden nachfolgend zwei Best-Practice-Beispiele aus dem nationalen und internationalen MICE-Markt dargestellt, die in der Kongressbranche neue Maßstäbe gesetzt haben:

1. Estrel Hotel & Convention Center in Berlin
2. SwissTech Convention Center in Lausanne

Es sei ausdrücklich darauf verwiesen, dass es dabei am Standort Jena nicht um vergleichbare Dimensionen im Hinblick auf Kapazitäten und bestimmte technische Features geht; vielmehr sollen wie oben erwähnt spezifische Stärken und Vorteile in der Konzeption in den Vordergrund gestellt werden, die bei der Konzeptentwicklung und -umsetzung beim Projekt in Jena berücksichtigt werden sollten.

## 1.1 Best Practice: Estrel Hotel & Convention Center, Berlin

### Konzept „Alles unter einem Dach“ und Höchstmaß an Flexibilität

---

- Im Rahmen dieses Gutachtens wird das Estrel Hotel & Convention Center als maßgeblicher „Leuchtturm“ bzw. als Best-Practice-Beispiel dargestellt, insbesondere im Hinblick auf eine ideale Flexibilität der Veranstaltungsflächen.
- Das Estrel Hotel & Convention Center ist mit 1.125 Zimmern und einem umfangreichen, direkt ans Hotel angebundenen Kongress- und Eventbereich Europas größtes Hotel- und Kongresszentrum.
- In den 60 Veranstaltungsräumen mit insgesamt 15.000 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche finden pro Jahr ca. 1.800 Veranstaltungen statt. Die Gesamtfläche ist multifunktional und flexibel nutzbar, sowohl für Tagungen und Kongresse als auch für Galas, Messen, Ausstellungen oder Medienevents. Im Estrel Festival Center findet jeden Abend eine Show („Stars in Concert“) statt.
- Während die flexible Convention Hall eine Kapazität für bis zu 6.000 Personen bietet, stehen im Estrel Saal 1.050 m<sup>2</sup> Fläche mit einer fest installierten Bühne für rund 1.000 Personen zur Verfügung. Zahlreiche weitere - teils miteinander kombinierbare - Tagungsräume runden das Angebot ab.
- Die individuell teilbare und wandelbare Convention Hall mit vier Galerien, VIP-Bereich und repräsentativen Foyers bietet Platz für bis zu 6.000 Personen. Für Veranstaltungen kann entweder die Gesamtfläche von 4.700 m<sup>2</sup> oder ein abgetrennter Bereich davon genutzt werden; diese Flexibilität stellt ein entscheidendes Verkaufsargument für das Estrel sowie ein wesentliches Entscheidungskriterium aus Sicht der Veranstalter dar.
- Für 2015 ist die Fertigstellung einer zweiten Convention Hall mit zwei Veranstaltungsräumen für bis zu 5.400 Personen geplant. Darüber hinaus wird das Estrel um einen Hotel Tower mit weiteren 814 Zimmern erweitert.

# Best Practice: Estrel Hotel & Convention Center, Berlin: Konzept „Alles unter einem Dach“ & Höchstmaß an Flexibilität

Abb.: Raumangebot und -anbindung im Estrel Hotel & Convention Center



Quelle: estrel.com.

# Best Practice: Estrel Hotel & Convention Center, Berlin: Raummieten

Tab.: Raummieten Estrel Convention Center

	qm	bis 10 Std.
<b>Estrel Convention Hall</b>		
Teil A+B+C+D	4.700	24.000,-
Teil B+C+D	2.740	20.000,-
Teil A+B	2.640	17.000,-
Teil C+D	2.060	13.000,-
Teil A	1.960	12.000,-
Teil B	680	5.000,-
Teil C	1.030	6.500,-
Teil D	1.030	6.500,-
<b>Künstlergarderoben</b>		
4 Räume	je 31	je 90,-
<b>Orchestergarderoben</b>		
2 Räume	je 72	je 150,-
<b>Estrel Saal</b>		
Teil A+B+C	1.050	6.800,-
Teil A+B	654	4.800,-
Teil B+C	654	4.000,-
Teil A	396	2.800,-
Teil B	258	2.000,-
Teil C	395	2.000,-
C1 - C4	je 64	je 700,-

	qm	bis 10 Std.
<b>Weitere Räume / Büros</b>		
Raum 1	800	4.500,-
Raum 2	400	2.200,-
Raum 3	335	2.200,-
Raum 4	250	1.400,-
Raum 5	185	900,-
Paris	260	950,-
Nizza	84	380,-
Straßburg	84	350,-
Lyon	68	300,-
Antibes	60	500,-
Cannes	53	300,-
Saint Tropez	48	300,-
5 Räume	je 50	je 275,-
17 Räume	je 40	je 225,-
11 Räume	je 33	je 200,-

## Tagungspauschale: EUR 59,- pro Person

- ganztägige Betreuung durch einen Veranstaltungskordinator
- Raummiete
- Flipchart und LCD-Projektor (Beamer) entsprechend Raumgröße
- 2 Kaffeepause Vormittag / Nachmittag mit Snacks
- zwei alkoholfreie Tagungsgetränke pro Person im Plenum
- Business-Lunch-Menü oder -Buffet inkl. alkoholfreies Getränk

Quelle: estrel.com.

## 1.2 Best Practice: SwissTech Convention Center, Lausanne Innovation durch Höchstmaß an Flexibilität

---

Um die Bedeutung eines modularen Konzepts und des hieraus resultierenden Höchstmaßes an Flexibilität bei Kongresszentren hervorzuheben, wird hier als „Benchmark“ das am 03. April 2014 eröffnete Kongresszentrum SwissTech Convention Center in Lausanne herangezogen und dargestellt. Es setzt im Hinblick auf Flexibilität neue, innovative Maßstäbe.

Sämtliche Bereiche des Kongresszentrums sind flexibel und modular nutzbar. Im Zentrum des Komplexes befindet sich das vollständig modulare, 3.000 Sitzplätze umfassende Auditorium, das in wenigen Minuten auf einfache Weise umfunktioniert werden kann. Dank der kanadischen „Gala Systems“-Technologie lassen sich die Sitzränge per Knopfdruck versenken. Verschiebbar sind auch die Wände und Böden, so dass der Plenarsaal (Auditorium) innerhalb von lediglich 15 Minuten in eine Ausstellungsfläche oder einen Bankettsaal verwandelt werden kann (ebene Konfiguration). Das Swiss Tech Convention Center gehört weltweit zu den größten multifunktionale Kongresszentrum mit dieser Technologie.

Das Auditorium (3.000 Sitzplätze) ist in drei Säle teilbar (357, 458 und 1.757 Sitzplätze); das Gartengeschoss (1.500 qm) ist in fünf, zehn oder 15 Räume mit Tageslicht segmentierbar (Kapazitäten für jeweils 50 bis 180 Personen).

Die Abbildungen auf den nachfolgenden Seiten illustrieren die flexible und modulare Nutzbarkeit der einzelnen Bereiche und Räume im SwissTech Convention Center.

# Benchmark: SwissTech Convention Center, Lausanne

## Höchstmaß an Flexibilität durch modulare Unterteilbarkeit

Abb.: SwissTech Convention Center (Lausanne): Modulare und flexible Nutzung sämtlicher Bereiche



**Schnelle Umwandlung von ansteigender Plenarbestuhlung in ebene Bankettbestuhlung**



**Unterteilbarkeit Auditorium in 3 separate Bereiche**

Quelle: tstcc.ch

# Benchmark: SwissTech Convention Center, Lausanne

## Höchstmaß an Flexibilität durch modulare Unterteilbarkeit

Abb.: SwissTech Convention Center (Lausanne): Unterteilbarkeit des Auditoriums



Plenarsaal / Auditorium: 3.000 Sitzplätze



Unterteilbarkeit Auditorium in 3 separate Bereiche



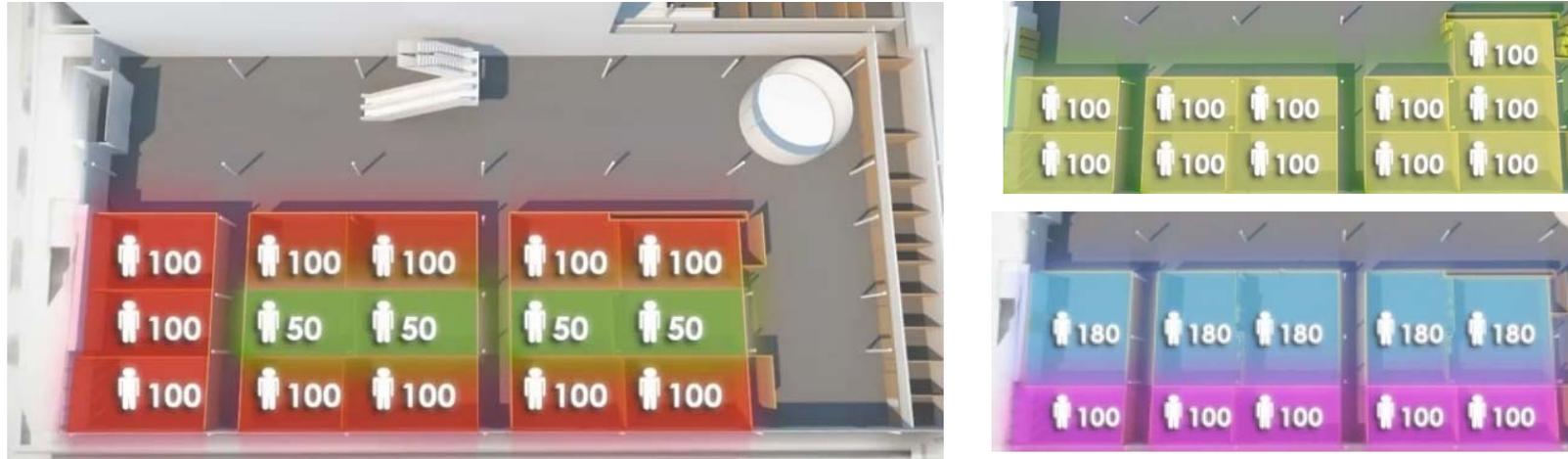
Absenkbare Sitzplätze im Auditorium und ebene Konfiguration als Bankettsaal

Quelle: tstcc.ch

# Benchmark: SwissTech Convention Center, Lausanne

## Flexibilität und modulare Konzeption als Leitgedanke

Abb.: SwissTech Convention Center (Lausanne): Unterteilbarkeit des Gartengeschosses (kleinere Räume)



Quelle: tstcc.ch

- Die modulare Konzeption und flexible Unterteilbarkeit und Nutzung der verschiedenen Bereiche im SwissTech Convention Center kann als „Best Practice“ herangezogen werden; bei der Konzeption des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena ist dem Leitgedanken der Flexibilität und modularen Nutzbarkeit Rechnung zu tragen, um die Möglichkeit der Durchführung eines breiten Spektrums von Veranstaltungsarten im MICE-Segment sowie die parallele Durchführung mehrerer Veranstaltungen zu gewährleisten.

## **2. Best Practice Beispiele: Veranstaltungs- und Eventbereiche in deutschen Stadien**

---

In der Konzeption moderner Stadien werden Business-, Logen- und multifunktionale Eventbereiche immer stärker integriert, um sowohl die Wirtschaftlichkeit des Betriebs als auch Aspekte und Potenziale im Hinblick auf Sponsoren und auf die Vermarktung bestimmter Bereiche im Stadion zu optimieren und auszuschöpfen. Nachfolgend sind zunächst ausgewählte Stadien im Hinblick auf ihre Businessbereiche und -kapazitäten aufgeführt. Daraufhin werden die Stadien in Mainz (Coface Arena) und in Leverkusen (BayArena) als beispielhafte Vertreter für den Veranstaltungs- und Hospitality-Bereich näher dargestellt.

# Best Practice Beispiele: Veranstaltungs- und Eventbereiche in deutschen Stadien

Tab.: Business-/Logenkapazitäten in ausgewählten deutschen Stadien

Liga	Verein	Stadion	Kapazität Gesamt	Logen gesamt	Logenplätze	Business-Seats	Hospitality Plätze	Anteil Hospitality
1. BL	Borussia Dortmund	Signal Iduna Park	80.645	20	256	3.800	4.056	5,03%
2. BL	Hertha BSC	Olympiastadion	74.244	57	650	3.980	4.630	6,24%
1. BL	FC Bayern München	Allianz Arena	69.900	106	1374	3.626	5.000	7,15%
2. BL	TSV 1860 München	Allianz Arena	69.900	106	1374	3.626	5.000	7,15%
1. BL	FC Schalke 04	Veltins Arena	61.673	90	996	2.966	3.962	6,42%
1. BL	VfB Stuttgart	Mercedes-Benz-Arena	60.405	64	952	2.719	3.671	6,08%
1. BL	Hamburger SV	Imtech Arena	57.441	50	728	3.985	4.713	8,20%
2. BL	Fortuna Düsseldorf	Esprit Arena	55.400	29	590	932	1.522	2,75%
1. BL	Borussia Mönchengladbach	Borussia Park	54.010	42	684	2.060	2.744	5,08%
1. BL	Eintracht Frankfurt	Commerzbank-Arena	51.500	83	900	2.200	3.100	6,02%
2. BL	1. FC Köln	RheinEnergie-Stadion	51.500	56	640	2.870	3.510	6,82%
1. BL	1. FC Nürnberg	Grundig-Stadion	50.000	20	180	1.184	1.364	2,73%
2. BL	1. FC Kaiserslautern	Fritz-Walter-Stadion	49.780	11	141	1.500	1.641	3,30%
1. BL	Hannover 96	AWD Arena	49.000	29	310	1.241	1.551	3,17%
1. BL	Werder Bremen	Weser-Stadion	42.100	79	850	2.500	3.350	7,96%
1. BL	1. FSV Mainz 05	Coface-Arena	34.000	34	650	2.100	2.750	8,09%
2. BL	SG Dynamo Dresden	glücksgas Stadion	32.231	18	196	1.439	1.635	5,07%
1. BL	Bayer 04 Leverkusen	BayArena	32.210	24	400	1.600	2.000	6,21%
3. Liga	MSV Duisburg	Schauinsland-Reisen-Arena	31.100	41	410	1.537	1.947	6,26%
1. BL	FC Augsburg	SGL Arena	30.660	52	520	1.700	2.220	7,24%
1. BL	TSG 1899 Hoffenheim	WIRSOL Rhein-Neckar-Arena	30.150	42	520	1.700	2.220	7,36%
1. BL	VfL Wolfsburg	Volkswagen Arena	30.000	31	332	1.656	1.988	6,63%
2. BL	VfL Bochum	rewirpowerSTADION	29.299	14	148	1.700	1.848	6,31%
2. BL	FC St. Pauli	Millerntorstadion	24.487	39	721	2.484	3.205	13,09%
1. BL	Eintracht Braunschweig	Eintracht-Stadion	24.350	0	0	1.350	1.350	5,54%
1. BL	SC Freiburg	Marge Solar Stadion	24.000	0	0	850	850	3,54%
2. BL	FC Energie Cottbus	Stadion der Freundschaft	22.591	0	0	600	600	2,66%
Regionalliga	Kickers Offenbach	Sparda-Bank-Hessen-Stadion	20.500	10	120	800	920	4,49%
2. BL	SpVGG Greuther Fürth	Trolli Arena	18.000	16	150	800	950	5,28%
2. BL	1. FC Union Berlin	Stadion an der alten Försterei	16.750	0	0	1.000	1.000	5,97%
2. BL	FC Ingolstadt	Audi Sportpark	15.800	18	250	1.150	1.400	8,86%
2. BL	FC Erzgebirge Aue	Sparkassen-Erzgebirgestadion	15.711	0	0	650	650	4,14%
3. Liga	Hallescher FC	Erdgas Sportpark	15.065	5	80	350	430	2,85%
2. BL	SC Paderborn	Benteler Arena	15.000	0	0	748	748	4,99%
3. Liga	Rot Weiss Essen	Stadion Essen	15.000	10	290	1.100	1.390	9,27%
3. Liga	SV Wehen Wiesbaden	Britta Arena	13.500	14	195	636	831	6,16%
2. BL	VFR Aalen	Scholz Arena	13.251	0	0	400	400	3,02%
3. Liga	1. FC Heidenheim	Voith-Arena	13.000	18	180	1.000	1.180	9,08%
3. Liga	SSV Jahn Regensburg	Städtisches Jahnstadion	12.600	0	0	400	400	3,17%
2. BL	FSV Frankfurt	Frankfurter Volksbank Stadion	12.542	10	110	580	690	5,50%
2. BL	SV Sandhausen	Hartwaldstadion	10.231	0	0	450	450	4,40%
Regionalliga	SG Sonnenhof Großaspach	Comtech Arena	10.000	0	0	386	386	3,86%

Quelle: IFS.

## 2.1 Best Practice: Veranstaltungsbereich in der Coface Arena, Mainz

- Die Coface Arena in Mainz ist das Fußballstadion des Fußballvereins 1. FSV Mainz 05; sie wurde am 3. Juli 2011 offiziell eingeweiht. Namensgeber ist die in Mainz ansässige Firma für Kreditsicherung Coface Deutschland. Das Unternehmen ist seit der Saison 2007/2008 Co-Sponsor des 1. FSV Mainz 05. Das Stadion weist ein Fassungsvermögen von 34.034 Zuschauern auf und kann neben dem Fußball auch für andere Veranstaltungen genutzt werden.
- Als Eventlocation steht die Coface-Arena mit einem Veranstaltungsbereich auf mehreren Ebenen ab 30 m<sup>2</sup> in einer Tagungsloge bis hin zu 2.000 m<sup>2</sup> in der Coface Lounge zur Verfügung. Die Coface Lounge bzw. der Businessclub bietet einen Blick in das Stadion durch eine circa 40 Meter breite Verglasung mit vorgelagerter Terrasse sowie eine Skyloge von 200 m<sup>2</sup>.
- Die Referenzliste weist bereits eine Reihe von namhaften Veranstaltern aus dem Bereich der Privatwirtschaft und Institutionen auf (u.a. Institut der deutschen Wirtschaft Köln JUNIOR gGmbH, Würth, Coface, Volkswagen).
- Für sehr große Veranstaltungen wie etwa den Bezirkskongress 2012 der Zeugen Jehovas mit ca. 7.000 Personen eignet sich die Coface Arena aufgrund der Kapazität im Stadion in besonderem Maße.

**Abb.: Event- und Veranstaltungsbereich im Businessclub der Coface Arena**



Quelle: [coface-arena.de](http://coface-arena.de)

## Coface Arena in Mainz: Raum- und Flächenangebot

Tab.: Raum- und Flächenangebot der Coface Arena

Räumlichkeiten	m <sup>2</sup>	Deckenhöhe	Reihenbestuhlung	Parlamentarisch	Block	Kapazität	Preis €
<b>Ebene 1</b>							
Coface Lounge Gesamt	2.630	3				bis zu 2.000	auf Anfrage
Foyer	765	3				bis zu 250	2.400,-
Forum	675	7	500	250			2.000,-
Eventflügel	595	3				bis zu 150	1.200,-
<b>Ebene 2</b>							
Galerie	712	3				bis zu 300	auf Anfrage
<b>Ebene 3</b>							
Eventloge	196	3	120	60	40		990,-
Mittellinienloge	51	3			18		450,-
Dachterrasse	50	--					
Businessloge	55	3			10		250,-
Medienaufenthaltsraum	244	3	100	50	--		690,-

Quelle: coface-arena.de

- Tagungspauschalen (halber Tag / voller Tag / „Rundum sorglos“) bewegen sich zwischen EUR 59,- und EUR 79,- pro Person.
- Die Coface Arena ist aufgrund ihrer Lage und ihrem Bestimmungszweck als Stadion eine besondere Event-Location, die das Gesamtangebot der MICE-Destination Mainz ideal ergänzt. Als Veranstaltungslocation ist die Coface Arena somit als Ergänzung zum Gesamtangebot in Mainz zu sehen, nicht als direkter Konkurrent etwa zum Kongresszentrum Rheingoldhalle, das mit seiner einmaligen Lage in der Innenstadt – direkt am Rhein – und dem umfangreichen Raum- und Flächenangebot eine unangefochtene Alleinstellung in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt einnimmt.

# Coface Arena in Mainz: Mietpreise der Veranstaltungsräume

Tab.: Mietpreise der Veranstaltungsräume und -bereiche in der Coface Arena (netto, zzgl. MWSt.)

Raumname	Raumgrößen				Kapazitäten				Preis/Tag ab
	Länge	Breite	Höhe	m <sup>2</sup>	U-Tafel	Stuhlreihen	Block	Parlament	
Eventloge	6,5 m	30,2 m	3 m	196	50 Pers.	120 Pers.	40 Pers.	60 Pers.	990,-
Mittellinienloge	6,5 m	7,8 m	3 m	51	-	-	18 Pers.	-	450,-
Businessloge	8,1 m	6,8 m	3 m	55	-	-	10 Pers.	-	250,-
Coface Lounge (gesamt)				2.630	bis zu 2.000 Pers.				auf Anfrage
Foyer	14,2 m	53,7 m	3 m	765	bis zu 250 Pers.				2.400,-
Forum	17,1 m	39,4 m	7 m	675	-	500 Pers.	-	250 Pers.	2.000,-
Eventflügel	14,9 m	40,0 m	3 m	595	bis zu 150 Pers.				1.200,-
Galerie				712	bis zu 300 Pers.				auf Anfrage
Medienaufenthaltsraum	24,1 m	10,1 m	3 m	244	40 Pers.	100 Pers.	-	50 Pers.	690,-

Quelle: coface-arena.de

## 2.2 Best Practice: Lindner Hotel BayArena in Leverkusen

Das Lindner Hotel ist in die Nordkurve der BayArena in Leverkusen eingebettet und verfügt über 103 Zimmer.

Es stehen acht multimediale Konferenzräume, die jeweils individuell miteinander kombinierbar sind, für 10 bis 180 Personen zur Verfügung. Sie verfügen alle über Tageslicht und bieten einen direkten Blick in das Stadion.

In Kooperation mit dem Partner Bayer 04 Leverkusen besteht die Möglichkeit, die neu gestalteten Räume des Conference Centers im Westflügel der BayArena zu nutzen. Hier können Events für bis zu 1.000 Personen durchgeführt werden.

In der 6-geschössigen Atrium-Hotelhalle mit über 500 qm und multifunktionalen Möglichkeiten sind Kommunikationstreffs, Multimedia-Events, Empfänge, Parties und ähnliche Veranstaltungen möglich.

**Abb.: BayArena: Lindner Hotel und Tagungs-/Businessbereich**



Quelle: herbol.at, agoda.com, lindner.de

### 3. Potenzielle Mikrostandorte für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum

---

Für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wurden mehrere Standorte in Jena zur Diskussion gestellt, die es im Hinblick auf die Eignung und Umsetzbarkeit eines adäquaten Konzeptes zu analysieren und zu bewerten galt.

Standortalternative 1: Paradies / Ernst-Abbe-Sportfeld; Standort am (geplanten neuen) Stadion

Standortalternative 2: Eichplatz / Innenstadt

Standortalternative 3: Inselplatz / Innenstadt

Standortalternative 4: Sanierung Volkshaus

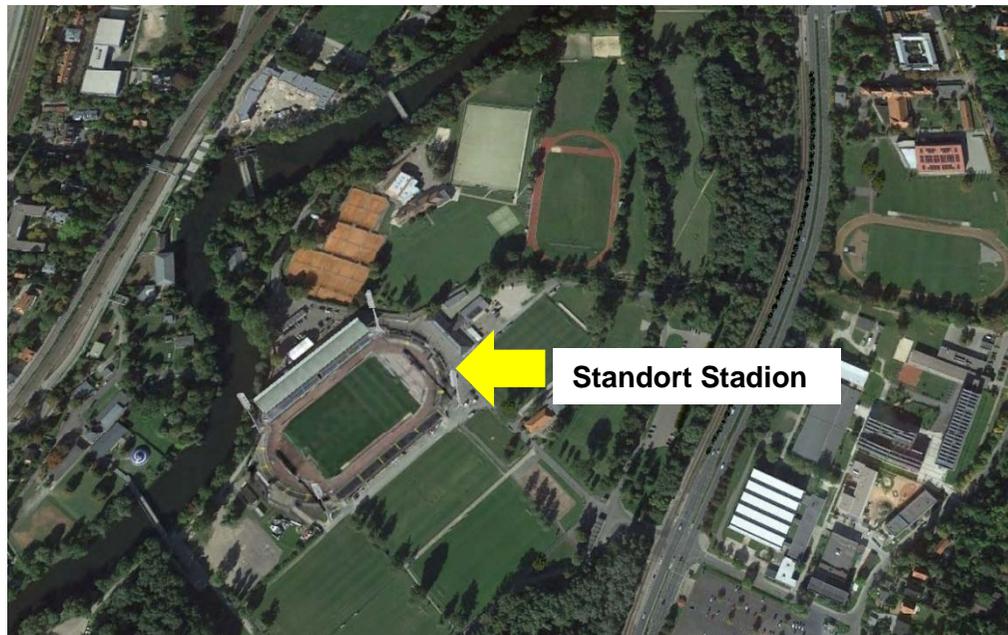
Standortalternative 5: Alte Feuerwache

Nachfolgend werden die genannten Standorte dargestellt und bewertet.

## Standortvariante 1: Neues Stadion / Ernst-Abbe-Sportfeld

- Der potenzielle Standort für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum liegt direkt am Ernst-Abbe-Sportfeld bzw. am geplanten neuen Stadion, unweit der Innenstadt; attraktives Umfeld und „Panoramablick“ auf die Kernberge, einen knapp 400 m hohen Bergzug an der Süd-Ostfront des Saaletals
- Der Standort ist aufgrund der Gesamtsituation (Erreichbarkeit, Parkplatzsituation etc.) und im Hinblick auf die Positionierung als innenstadtnahes „Kongresszentrum im Grünen“ als überaus positiv zu bewerten. Auch besteht hier grundsätzlich die Möglichkeit der Ansiedlung und direkten Anbindung eines neuen Hotels (Anmerkung: Die Untersuchung der Machbarkeit der Realisierung eines Hotels an diesem Standort war nicht Gegenstand des Auftrags bzw. dieses Gutachtens).

Abb.: Standort Stadion (Paradies)



Quelle: Google Earth, Ergänzungen ghh consult.



## Standortvariante 2: Eichplatz

- Der Eichplatz liegt direkt in der Innenstadt am JenTower. Hier bestehen starke Einschränkungen, die sich auf Zufahrt und Erreichbarkeit, Parkplätze sowie Restriktionen im Hinblick auf konzeptionelle Entwicklungsmöglichkeiten beziehen (etwa die Positionierung / Anbindung Hotel etc.).
- Somit ist diesem Standort keine grundsätzliche Eignung für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum einzuräumen; da sich hier aus Veranaltersicht nicht zu akzeptierende Nachteile ergeben.

**Abb.: Standort Eichplatz**

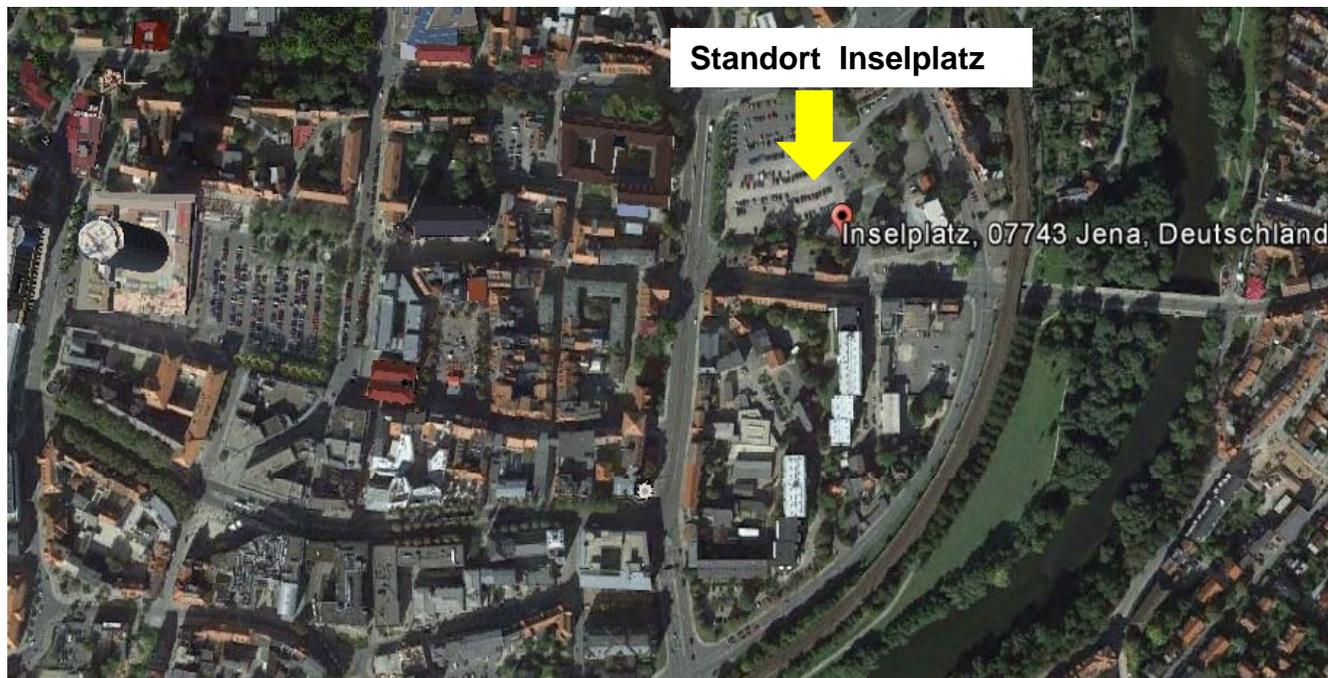


Quelle: Google Earth, Ergänzungen ghh consult.

## Standortvariante 3: Inselplatz

- Der Inselplatz liegt in der Innenstadt von Jena, unweit des oben dargestellten Eichplatzes (ca. 5-10 Gehminuten).
- Auch hier bestehen Einschränkungen, die sich auf Zufahrt und Erreichbarkeit, Parkplätze sowie Restriktionen im Hinblick auf konzeptionelle Entwicklungsmöglichkeiten beziehen (etwa die Positionierung / Anbindung Hotel etc.).
- Der Standort Inselplatz weist jedoch bessere Voraussetzungen als etwa der Eichplatz auf; es müssten jedoch vor allem Möglichkeiten eruiert werden, inwieweit hier ausreichend Parkplätze geschaffen werden können; desweiteren ist die Positionierungsmöglichkeit eines angebundenen Hotels zu prüfen.

Abb.: Standort Inselplatz



Quelle: Google Earth, Ergänzungen ghh consult.

## Standortvariante 4: Sanierung Volkshaus

- Das Volkshaus liegt in der Innenstadt von Jena.
- Auch hier bestehen starke Einschränkungen, die sich auf Zufahrt, Erreichbarkeit und Parkplätze beziehen.
- Das Volkshaus kann selbst per Sanierung nicht zu einem professionellen, voll umfänglichen Kongresszentrum erweitert werden. Hier würde sich allenfalls eine mit vielen Problemen und Unzulänglichkeiten verbundene Kompromisslösung realisieren lassen, die jedoch nicht nachhaltig und zukunftsfähig wäre.

**Abb.: Standort Volkshaus**



Quelle: Google Earth, Ergänzungen ghh consult.

## Standortvariante 5: Alte Feuerwache

- Der Standort Alte Feuerwache (Saalbahnhofstraße 15 A) liegt in der Innenstadt von Jena, ca. 10 - 15 Gehminuten vom Eichplatz.
- Auch hier bestehen starke Einschränkungen, die sich auf Zufahrt, Erreichbarkeit und Parkplätze sowie Restriktionen im Hinblick auf konzeptionelle Entwicklungsmöglichkeiten beziehen (etwa die Positionierung / Anbindung Hotel etc.).
- Somit ist diesem Standort keine grundsätzliche Eignung für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum einzuräumen; da sich hier aus Veranstaltersicht nicht zu akzeptierende Nachteile ergeben.

Abb.: Standort Alte Feuerwache



Quelle: Google Earth, Ergänzungen ghh consult.

## Fazit Standortbetrachtung

---

- Die Standortbetrachtung erfolgte unter Zugrundelegung der aus Veranstersicht wichtigsten Kriterien Erreichbarkeit (Anfahrt, Zufahrt), Parkplatzmöglichkeiten (-kapazitäten), Möglichkeit der Positionierung (und möglichst direkten Anbindung) eines Hotels sowie generell die Entwicklungs- und Positionierungsmöglichkeiten eines Kongress- und Veranstaltungszentrums mit dem im Rahmen dieses Gutachtens vorgeschlagenen, adäquaten Konzept.
- Vor diesem Hintergrund sind dem Standort „Stadion (Ernst Abbe Sportfeld“) die besten Voraussetzungen und Chancen zuzuordnen.
- Der Standort Stadion weist immer noch eine Distanz zur Innenstadt von Jena auf, die einen deutlichen Bezug zu selbiger zulässt; es handelt sich somit nicht um einen Standort „weit außerhalb auf der grünen Wiese“.
- Der Standort Stadion wird eindeutig favorisiert; die Konzepterstellung sowie die betriebswirtschaftlichen Berechnungen basieren auf der Annahme, dass das Kongress- und Veranstaltungszentrum an diesem Mikrostandort realisiert wird.
- Der Inselplatz weist mit seiner Innenstadtlage zwar Einschränkungen im Hinblick auf Erreichbarkeit, Anfahrtssituation und Parkmöglichkeiten auf; er ist jedoch günstiger zu bewerten als etwa der Eichplatz. Beim Inselplatz ist insbesondere zu prüfen, ob und inwieweit hier ausreichende Parkmöglichkeiten sowie die Positionierung eines angebundenen Hotels realisiert werden könnten.
- Die übrigen genannten Standortalternativen in der Innenstadt von Jena scheiden aus, da sich hier Probleme bzw. aus Veranstersicht nicht zu akzeptierende Nachteile im Hinblick auf die Anfahrtssituation und Erreichbarkeit sowie die Parkplatzsituation ergeben. Zudem ist die Positionierung eines direkt angebundenen Hotels an das Kongresszentrum hier i.d.R. jeweils nicht möglich.

## 4. Konzeptentwicklung für ein neues multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum am neuen Stadion in Jena

Das Raum- und Funktionsprogramm für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wird aus des auf der Grundlage der Nachfragepotenzialanalyse (-> Teil 2 des Gutachtens) eingeschätzten Aufkommens an Veranstaltungen und Teilnehmern in unterschiedlichen Größenordnungen im Segment Tagungen / Kongresse abgeleitet und entwickelt:

Ø Größe der VA (Teilnehmer)	Anzahl Veranstaltungen	Veranstaltungstage (Belegtage)	Teilnehmerzahl	Teilnehmer-Tage	Raumbedarf bei Belegung an mind. 200 Tagen p.a.
bis 30 Teilnehmer (Ø 18)	200	400	7.200	14.400	→ 3 Räume
bis 50 TN (Ø 30)	300	600	12.000	24.000	→ 3 Räume
51 bis 100 (Ø 75)	100	200	7.500	15.000	→ 1 Raum
101 bis 250 TN (Ø 175)	35	70	6.125	12.250	→ 1 Raum
251 bis 500 TN (Ø 375)	15	30	5.625	11.250	→ im unterteilbaren großen Saal
501 bis 1.000 TN (Ø 750) (Ø 1.000)	5 5	15 15	3.750 3.000	11.250 15.000	→ großer Saal
<b>Gesamt</b>	<b>660</b>	<b>1.330</b>	<b>45.200</b>	<b>103.150</b>	<b>→ 9 Räume</b>

Quelle: ghh consult.

## Gesamtvolumen Teilnehmer-Tage

---

Auf der Grundlage der Untersuchungen zum MICE-Standort Jena wird das Nachfragepotenzial für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in der Lichtstadt – differenziert nach Größenordnungen der verschiedenen Veranstaltungen – wie folgt eingeschätzt:

➔ Tagungs- und Kongressveranstaltungen (MICE):

660 Veranstaltungen p.a. mit 45.200 Teilnehmern und 103.150 Teilnehmer-Tagen

➔ Kulturelle / gesellschaftliche Veranstaltungen:

45 Veranstaltungen p.a. mit 23.250 Besuchern (= Teilnehmer-Tage)

➔ Gesamtvolumen:

**705 Veranstaltungen p.a. mit 126.400 Teilnehmer-Tagen**

Zu Spitzenzeiten sowie zur Herstellung von Synergieeffekten ist darüber hinaus in einem angegliederten Hotel ein zusätzliches Angebot an Tagungsräumen für jeweils bis zu 50 Teilnehmer einzubeziehen

# Anbindung an ein Hotel und Parkplatzbedarf

---

## Anbindung an ein Hotel

Wie die Ergebnisse der Nachfragepotenzialanalyse gezeigt haben, kommt einer engen Verbindung zwischen Veranstaltungsstätte und einem direkt angegliederten Hotel eine hohe Priorität zu.

Dies gilt in besonderem Maße für kleinere Veranstaltungen mit geringer Teilnehmerzahl im Bereich Tagungen und Konferenzen.

Die Potenzialermittlung für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum geht von einer Veranstaltungsstätte aus, die in enger Kooperation mit einem Hotel das Veranstaltungsangebot vermarktet. Bezüglich der Gäste- und Übernachtungsnachfrage in Jena wird die Realisierung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums zu deutlichen Nachfragesteigerungen führen, von denen neben der Hotellerie viele Anbieter der Stadt Jena profitieren werden.

## Parkplatzbedarf

Für das Kongress- und Veranstaltungszentrum mit einer maximalen Besucherkapazität von 1.000 Personen ist ein Bedarf von ca. 400 bis 500 Parkplätzen (konservative Einschätzung) erforderlich.

Beim Hotel ergibt sich nochmals – ebenfalls auf der Grundlage einer konservativen Einschätzung – ein Bedarf von 40 bis 50 Parkplätzen.

Es ist davon auszugehen, dass an Spieltagen des FC Carl-Zeiss-Jena keine großen Kongresse bzw. Veranstaltungen zeitgleich im Kongress- und Veranstaltungszentrum stattfinden, so dass es hier auch zu keiner „Kollision“ beim Bedarf an Parkplatzkapazitäten von Stadion- und Kongressbesuchern kommen wird.

## 4.1 Zusammenfassung: Nachfragevolumen und Ableitung Raumbedarf für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena

---

Das **Nachfragevolumen** – wie bereits in Teil 2 des Gutachtens dargelegt – wird im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wie folgt eingeschätzt:

- ca. 660 Tagungs- und Kongressveranstaltungen p.a.
- ca. 1.330 Veranstaltungstage im Bereich Tagungen und Kongresse
- ca. 45.000 Teilnehmer an 103.000 Teilnehmer-Tagen im Bereich Tagungen und Kongresse
- 15 Kultur- und gesellschaftliche Veranstaltungen mit durchschnittlich 750 Besuchern
- 30 Kultur- und gesellschaftliche Veranstaltungen mit durchschnittlich 400 Besuchern
- Gesamtvolumen aus beiden Segmenten (Tagungen / Kongresse sowie kulturelle / gesellschaftliche Veranstaltungen):  
**126.400 Teilnehmer-Tage** p.a.

Auf dieser Grundlage gestaltet sich der **Raumbedarf** im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum wie folgt:

- 3 Räume für bis zu 30 Personen bei Reihenbestuhlung
- 3 Räume für bis zu 50 Personen bei Reihenbestuhlung
- 1 Raum für bis zu 100 Personen bei Reihenbestuhlung
- 1 Raum für bis zu 250 Personen bei Reihenbestuhlung
- 1 Raum („großer Saal“, teilbar) für bis zu 1.200 Personen bei Reihenbestuhlung

## 4.2 Raum- und Flächenprogramm

Ausgehend von den Ergebnissen der Markt- und Potenzialanalyse wird sich aus dem Tagungs- und Kongressbereich ein Volumen von ca. 100.000 Teilnehmer-Tagen und aus dem kulturellen und gesellschaftlichen Bereich von ca. 25.000 Teilnehmer-Tagen ergeben. Unter Berücksichtigung der saisonalen Konzentration der Veranstaltungen insbesondere auf die Frühjahrs- und Herbstmonate wurde das Raum- und Flächenprogramm mit einem Gesamtflächenbedarf von ca. 3.000 m<sup>2</sup> wie folgt berechnet:

	<b>Fläche BGF</b>	<b>Teilbarkeit &amp; Flexibilität</b>
Großer Saal	1.200 m <sup>2</sup>	teilbar mit schalldichten flexiblen Trennwänden, z. B. in 4 Module à 300 m <sup>2</sup>
Foyer, Ausstellung	800 m <sup>2</sup>	teilbar in 2 Module à 400 m <sup>2</sup> ; ggf. mit großem Saal verbindbar zu einer großen Gesamtfläche von 2.000 m <sup>2</sup>
Eingang, Garderobe, Toiletten, Verwaltung etc.	400 m <sup>2</sup>	-
3 Räume à 70 m <sup>2</sup>	210 m <sup>2</sup>	-
3 Räume à 35 m <sup>2</sup>	105 m <sup>2</sup>	-
1 Raum à 100 m <sup>2</sup>	100 m <sup>2</sup>	-
Kleinere Foyerzone	200 m <sup>2</sup>	-
<b>Gesamt</b>	<b>3.015 m<sup>2</sup></b>	-

Quelle: ghh consult.

## Funktionsprogramm: Eingangsebene

---

Unter Berücksichtigung der baulichen Möglichkeiten und der Vorgabe, dass in enger räumlicher Anbindung an das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum ein Hotel angesiedelt werden sollte, wurde ein erstes Funktionsprogramm entwickelt, das vor allem vor dem Hintergrund der Optimierung betriebswirtschaftlicher Kosten folgende Aspekte in Betracht ziehen sollte:

### Eingangsebene (EG)

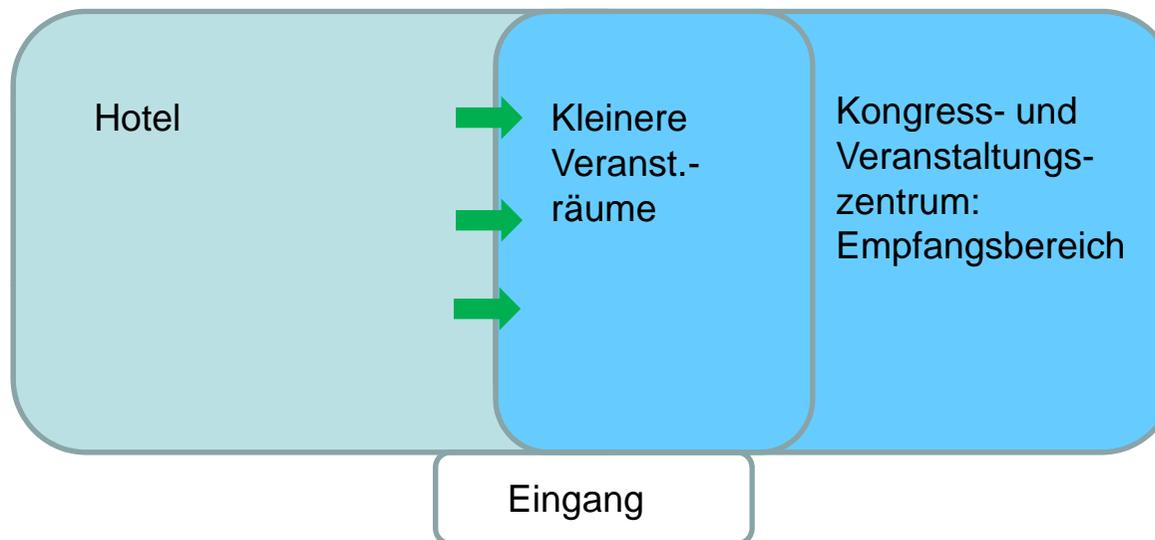
Für die Eingangsebene ist eine Gesamtfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> anzusetzen. Davon entfallen:

- ca. 600 m<sup>2</sup> auf die im Raumprogramm des Kongress- und Veranstaltungszentrums aufgeführten 6 kleineren Veranstaltungsräume inkl. Foyerzone
- ca. 400 m<sup>2</sup> auf den Eingangsbereich des Kongress- und Veranstaltungszentrums mit Empfang, Garderoben, Toiletten, Verwaltungsbereich (Büros)

## Organigramm: Eingangsebene

---

Die Eingangsebene kann im Hinblick auf die Funktionen wie folgt als Organigramm skizziert werden. Die kleineren Veranstaltungsräume, die in dieser Ebene angesiedelt sind, sollten auch vom angebundenen Hotel zugänglich sein, um hier Synergieeffekte zu schaffen.



Quelle: ghh consult.

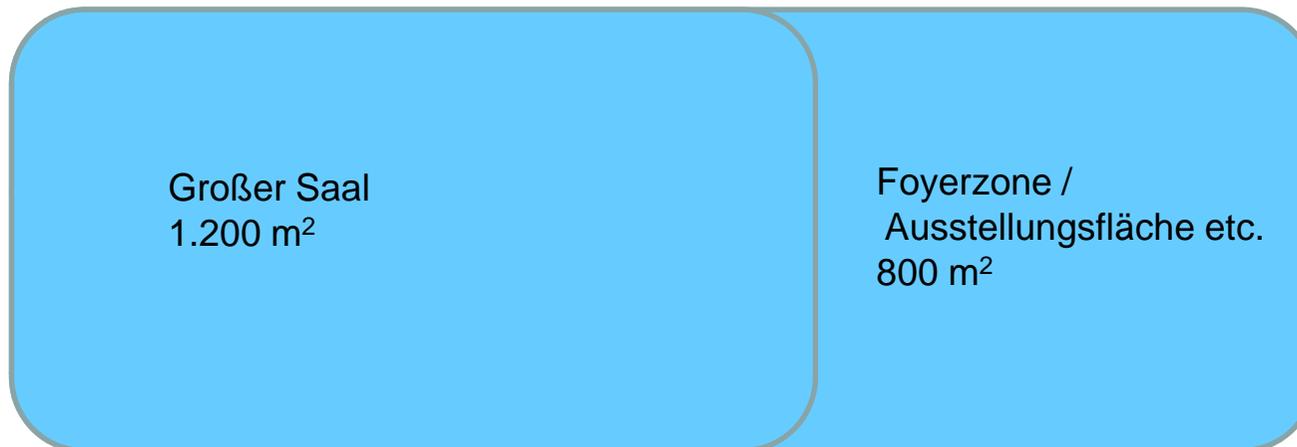
---

## Funktionsprogramm: Ebene 1 (1. OG)

---

Für die Ebene 1 (1. OG) ist eine Gesamtfläche von ca. 2.000 m<sup>2</sup> anzusetzen. Davon entfallen:

- ca. 1.200 m<sup>2</sup> auf den großen Saal (unterteilbar, z. B. in 4 Module à 300 m<sup>2</sup>) und
- ca. 800 m<sup>2</sup> auf Foyerzone und Ausstellungsflächen; ggf. verbindbar mit dem großen Saal zu einer großen Gesamtfläche von 2.000 m<sup>2</sup>



Die im Stadionbereich vorgesehenen VIP-Logen können bei Bedarf (etwa als Breakout-Rooms bei größeren Kongressen und Veranstaltungen) mit genutzt werden.

**☞ Das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum ist für eine Kapazität von 1.000 Besuchern ausgerichtet; dies entspricht der Maximalkapazität im größten Saal.**

## 4.3 Brand Idea (Markenidee) für ein neues multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum

---

Die Stärken und das einzigartige Profil der Stadt Jena prädestinieren ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum dazu, sich nicht nur mit einem adäquaten Konzept und modernen, professionellen Veranstaltungsflächen und -einrichtungen im MICE-Markt zu positionieren, sondern auch mit einer besonderen „Brand Idea“ (Markenidee), in der sich wesentliche Elemente der Lichtstadt Jena widerspiegeln.

ghh consult hat im Rahmen des Gutachtens eine solche Brand Idea als Vorschlag und Entwurf entwickelt, die auf folgenden Grundlagen und Ideen beruht:

- Wahrnehmung als eigenständiges, unabhängig vom Stadion für sich selbst stehendes Kongress- und Veranstaltungszentrum mit einer eigenen „Identität und Strahlkraft“.
- Untrennbar mit der Lichtstadt Jena und den deutschlandweit bekannten Stärken des Standortes Jena im Bereich „Licht“, Optik (und damit verbundenen Bereichen wie Photonik etc.) verbundene Brand und Markenkonzeption.
- Möglichkeit, die Markenidee konzeptionell im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum aufzugreifen und umzusetzen (optische Effekte, Lichteffekte, Illuminierung gemäß verschiedener Corporate Designs von Veranstaltern, ggf. ständige Ausstellung / Besucherzentrum im Bereich Optik, Realisierung eines „Science-Center“-Konzepts etc.)
- Basierend auf der Idee „Lichtstadt, Licht, Optik“ wurden die Spektralfarben als Corporate-Design- und Markenelement gewählt. Basierend auf dem Begriff „Spektralfarben“ wurde der Markenname JEN.SPECTRUM für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum entwickelt, wobei SPECTRUM hier nicht nur eine auf Licht und Optik bezogene Bedeutung und Semantik hat, sondern auch im Hinblick auf „Event- und Veranstaltungsspektrum“ (im Sinne von Bandbreite, Vielfalt verschiedener Veranstaltungsarten etc.) verstanden werden kann und soll.

## Brand Idea (Markenidee) für ein neues multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum

---

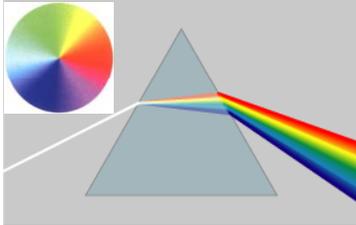
- Die komplette, als eigene Marke konzipierte Bezeichnung könnte beispielsweise lauten:

**JEN.SPECTRUM CONGRESS CENTRUM**

- Nachfolgend wird die Markenidee nochmals mit einem visuellen Entwurf dargestellt.

„Brand Idea“: Klare Positionierung und Kennzeichnung als eigenständiges Kongress- und Veranstaltungszentrum mit eindeutigem Bezug zur Lichtstadt Jena

---



## Jen.Spectrum Congress.Centrum

*Wir setzen Ihre Veranstaltung ins richtige Licht!*



Quelle: ghh consult

## 5. SWOT-Analyse: Stärken und Schwächen eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Gute Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung der Destination Jena</li><li>➤ Grundsätzlich sehr gute Voraussetzungen des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes Jena als Kongress- und MICE-Destination</li><li>➤ Geeigneter Mikrostandort am geplanten neuen Stadion mit unverwechselbarem Profil und attraktivem Panoramablick auf die Kernberge (innenstadtnahe Lage „im Grünen“)</li><li>➤ Grundsätzlich weitgehend alle Voraussetzungen für die Umsetzung des vorgeschlagenen Konzepts gegeben</li><li>➤ Hohe lokale Akzeptanz des Projekts bei einem breiten Spektrum von Akteuren und Entscheidern sowohl im Bereich künftiger Veranstalter als auch im Bereich der Partner und des Umfeldes des FC Carl Zeiss Jena</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Derzeit deutliche quantitative Defizite im Hotelmarkt Jena</li><li>➤ leichte konzeptionelle Einschränkungen durch Vorgaben im Hinblick auf die Bebaubarkeit des Geländes</li></ul>

# SWOT-Analyse: Chancen und Risiken eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Besetzung einer nachhaltigen Marktlücke im Angebot an Veranstaltungsstätten in Jena und in Thüringen</li><li>➤ Konsequente und nachhaltige Ausrichtung (Akquisition, Marketing) in den Segmenten Kongresse, Tagungen, Symposien, Corporate Events, Produktpräsentationen, Veranstaltungen mit begleitenden Ausstellungen</li><li>➤ Erweiterung der Hotelkapazitäten in Jena</li><li>➤ Verstärktes Engagement relevanter Entscheider (z. B. Professoren als Tagungspräsidenten) zur Gewinnung von Kongressen und Veranstaltungen für den Standort Jena und für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum</li><li>➤ Implementierung eines maßgeschneiderten Marketingkonzeptes und einer Markenidee (Unverwechselbarkeit, Corporate Identity, USP = Unique Selling Proposition / einmalige Verkaufsargumentation)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ keine Realisierung eines direkt an das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum angebundener Hotels</li><li>➤ generell keine quantitative Erweiterung der Hotelkapazitäten in Jena</li><li>➤ keine adäquate Umsetzung des vorgeschlagenen Konzeptes mit der Folge zahlreicher für Veranstalter nachteilige Kompromisslösungen und Defiziten</li></ul>

## 6. Wirtschaftlichkeitsberechnung: Ausgangsbasis und Methodik

---

### Grundlage: Aufkommen an Teilnehmer-Tagen

Auf der Grundlage der umfangreichen Untersuchungen im Rahmen der Markt- und Potenzialanalyse kann im 1. Betriebsjahr von einem Aufkommen von ca. 126.000 Teilnehmer-Tagen ausgegangen werden.

### Methodik: Betriebliche Erlös- und Kostenpositionen

Anders als etwa in der Hotellerie existiert im Kongress- und Veranstaltungsbereich kein einheitliches betriebliches Abrechnungssystem. Die nachfolgenden Berechnungen der zu erwartenden Betriebsergebnisse für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wurden in Anlehnung an die Richtlinien des „Uniform System of Accounts for the Lodging Industry“ erstellt. Die Benutzung dieses Systems gewährt die Vergleichbarkeit der Daten mit branchenüblichen Kennzahlen. Alle Erlös- und Kostenpositionen sind in Nettobeträgen (ohne Umsatzsteuer) ausgewiesen.

### Betriebliche Erlöse:

Die betrieblichen Erlöse setzen sich aus folgenden wesentlichen Positionen zusammen:

- Miete und Mietnebenkosten
- Technik, Ausstattung und sonstige Leistungen
- Provisionen auf Gastronomieerlöse

## 6.1 Betriebliche Erlöspositionen: Definition und Ansätze

### Erlösposition "Miete und Mietnebenkosten"

Hierzu zählen die Vermietung der Veranstaltungs- und Nebenflächen (Veranstaltungsräume, Ausstellungsflächen, Foyers etc.) und der damit verbundenen bzw. verrechneten Nebenkosten. Um eine Vergleichbarkeit mit anderen Kongress- und Veranstaltungszentren zu ermöglichen, erfolgt in den nachfolgenden Berechnungen der Prognoseansatz auf Basis von Benchmarks in Bezug auf die Zahl der Teilnehmer-Tage. Dabei wird ein einheitlicher Miet- und Mietnebenkostenerlös von Ø € 9,- im ersten prognostizierten Betriebsjahr zugrunde gelegt, unabhängig von Art und Größe der Veranstaltung. Der Betrag wird in den Berechnungen um jeweils 2 % pro Jahr gesteigert.

Zum Vergleich und zur Einordnung dieses Betrags: In Deutschland beträgt die Benchmark im Tagungs- und Kongressmarkt bei der Miete pro Teilnehmertag € 10 - 12. In Berlin liegt dieser Betrag bei € 12; beim Kongresszentrum Rheingoldhalle in Mainz ebenfalls bei € 12, in Würzburg bei € 11,-; diese Beträge liegen somit z. T. deutlich höher als bei der hier angesetzten Prognose.

### Erlösposition "Technik, Ausstattung und sonstige Leistungen"

Um im Bereich des technischen Equipments und der entsprechenden Anforderungen der Veranstalter ständig auf dem modernsten Stand zu sein, wird die je nach Veranstaltung erforderliche Technik und Ausstattung extern angemietet. Hier wird das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wie andere professionelle Kongresszentren auch mit professionellen Anbietern zusammenarbeiten. Somit ist immer der neueste Standard samt zugehörigem Know-how gewährleistet; betriebswirtschaftlich bedeutet dies darüber hinaus keine Belastung der Fixkosten. Der Prognoseansatz der Erlösberechnung erfolgt wie bei der Position "Miete und Mietnebenkosten" auf der Basis eines Durchschnittsbetrags je Teilnehmer-Tag; dieser wird über alle Veranstaltungsarten und -größen bei den Berechnungen je Teilnehmer-Tag mit Ø € 9,- in Ansatz gebracht. Die jährliche Steigerung wird mit 2 % angesetzt.

## Betriebliche Erlöspositionen: Definition und Ansätze

### Erlösposition "Provisionen auf Gastronomieerlöse"

Je nach Veranstalter- und Kundenwunsch werden Verträge mit unterschiedlichen Catering-Anbietern abgeschlossen. Die vereinbarten Provisionserlöse fließen dabei in den Gesamtumsatz mit ein.

Es wird von einem Betrag von Provisionen auf Gastronomieerlöse von € 0,50 pro Teilnehmer-Tag ausgegangen.

Die Provisionserlöse werden jeweils um 2 % pro Jahr in der Prognose der Betriebsergebnisse gesteigert.

### Anmerkung zum Gesamtumsatz und Benchmarks

Der prognostizierte Gesamtumsatz von ca. € 2,3 Mio. (1. Betriebsjahr) bedarf einer Kommentierung und Relativierung, um einen etwaigen direkten Vergleich mit anderen Anbietern entsprechend einzuordnen. Im Gesamtumsatz ist auch der Umsatz für „Technik, Ausstattung und sonstige Leistungen“ enthalten, dem jedoch entsprechende Kosten in Höhe von ca. € 1,0 Mio. gegenüber gestellt sind. Zieht man diese Kosten vom Gesamtumsatz ab, so verbleibt als „eigentlicher“ Umsatz noch ein Betrag von € 1,3 Mio.

Die Rheingoldhalle Mainz erzielte 2013 bei ca. 240.000 Teilnehmertagen und einem Anteil von knapp 75% von Kongress- und Tagungsveranstaltungen (Rest: Kultur, Gesellschaft) einen Umsatz von ca. € 4 Mio. Das CC Rosengarten in Mannheim verzeichnete 2012 ca. 499.000 Teilnehmer-Tage, der Umsatz der m:con-Gruppe lag 2012 (inkl. CC Rosengarten sowie weiteren Geschäftsbereichen wie Agentur, Technik-Support, Beratung und Management für externe Kunden, Management Pfalzbau in Ludwigshafen) bei ca. € 19,5 Mio. Sowohl aus den Umsatzzahlen als auch aus den Teilnehmertagen lässt sich ersehen, dass die Prognose für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena auf einem deutlich konservativeren Ansatz beruht.

## 6.2 Betriebliche Kosten: Definition und Ansätze

### Personalkosten

Die größte Kostenposition im Betrieb eines Kongress-/Veranstaltungszentrums stellen die Personalkosten dar. Auf der Grundlage des ermittelten Veranstaltungsvolumens in unterschiedlichen Bereichen werden die Personalkosten bei 20 Vollzeitmitarbeitern mit einem durchschnittlichen Monatsgehalt von jeweils € 2.100,- zzgl. Personalnebenkosten (30 %) berechnet. Die Personalkosten werden bei der Prognose der Betriebsergebnisse mit 2 % p.a. gesteigert. Laut Personalstellenplan verteilen sich die 20 Vollzeitmitarbeiter wie folgt auf die verschiedenen Bereiche:

<b>Geschäftsführung und kaufmännische Verwaltung</b>	
Geschäftsführer	1
Buchhaltung, Controlling	1
Sekretariat	1
Empfang, Telefonzentrale	0
EDV, Organisation, Einkauf	1
<b>Veranstaltungs-/Kongressmanagement, Marketing</b>	
Reservierung, Belegungsplanung	2
Projektleiter, Veranstaltungsmanager	2
Verkäufer, Direktmarketing	1
Marketing, Sales, Services	3
<b>Technik, Hausverwaltung</b>	
Technischer Leiter	1
Saalmeister, Hausmeister	1
Technik (Elektronik, Kommunikationstechnik etc.)	1
Haustechnik, Wartung	1
Reinigung	4
<b>Summe</b>	<b>20</b>

# Betriebliche Kosten: Definition und Ansätze

## Sonstige Betriebskosten

### Technik, Ausstattung und sonstige Leistungen

Da die Leistungen im Bereich Technik und Ausstattung zum überwiegenden Teil durch Fremdfirmen erbracht werden und 10 % als Provisionserlös beim Kongress-/Veranstaltungszentrum verbleiben, werden 90 % dieser Position als Kosten angesetzt, dies entspricht jenem Betrag, der bei den Fremdfirmen verbleibt und an diese abzuführen ist.

### Verwaltung und Gemeinkosten

Zur Position Verwaltung und Gemeinkosten zählen Kosten im Bereich Administration (Bürokosten, Telekommunikation, IT/EDV etc.) und jene Overhead-Kosten, die nicht auf einzelne Abteilungen umzulegen sind (etwa auch Dienstwagen und ähnliche Positionen).

Bei dieser Position wird von einem Gesamtbetrag von € 100.000,- im ersten prognostizierten Betriebsjahr ausgegangen; es erfolgt eine Steigerung um 2 % p.a.

## Betriebliche Kosten: Definition und Ansätze

### Reparatur und Wartung

Aufwendungen für Reparaturen sind zu einem bestimmten Anteil bereits in den Personalkosten abgedeckt, so dass pauschal zusätzlich ein Betrag von € 50.000,- angesetzt wird (Steigerung: 2 % p.a.).

### Marketing

Die konsequente Positionierung und nachhaltige Vermarktung des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena erfordert vor dem Hintergrund des regionalen und nationalen Wettbewerbs ein entsprechendes Marketingbudget, das die Kosten für Werbung, Printmedien, digitale Medien, Internetauftritt, Direktmarketing (Firmenbesuche etc.), Site-Inspections (Informationstouren und -veranstaltungen für PCO's, Agenturen etc. zur Präsentation des Kongress-/Veranstaltungszentrums), Messeteilnahmen, Teilnahme an Ausschreibungen und sonstige Marketingkosten abdeckt. Hier wird ein Betrag von € 150.000,- p.a. angesetzt (jährliche Steigerung um 2 %).

### Energie

Im Bereich der Energiekosten wird von einem jährlichen Betrag in Höhe von € 360.000,- (Basis: € 120,-/qm) bei einer jährlichen Steigerung von 2% ausgegangen.

### Versicherungen und Gebühren

In dieser Position sind sämtliche Versicherungen und Gebühren enthalten, die für den Betrieb des Kongress- und Veranstaltungszentrums erforderlich sind. Hier wird ein Betrag von 35.000,- p.a. angesetzt.

## 6.3 Zusammenfassung: Vorgaben für die einzelnen Erlös- und Kostenpositionen

Angelehnt an die Systematik der betriebswirtschaftlichen Berechnungen des Uniform System of Accounts in der Hotellerie werden die Erlöse auf der Basis von Marktdaten und Benchmarks unabhängig von Art und Größe der Veranstaltung als Durchschnittswerte pro Teilnehmer/Tag ausgewiesen.

Für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena werden folgende Werte pro Teilnehmer/Tag zugrunde gelegt:

### Im Erlösbereich:

- |                               |        |
|-------------------------------|--------|
| ➤ Mieterlöse                  | € 9,00 |
| ➤ Technik und Ausstattung     | € 9,00 |
| ➤ Provisionserlös Gastronomie | € 0,50 |

### Im Kostenbereich:

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| ➤ Personalkosten 20 Vollzeitkräfte  | € 2.100,- pro Mitarbeiter pro Monat (+ 30 % Arbeitgeberanteil) |
| ➤ Kosten für Anmietung Fremdtechnik | 90 % des Umsatzes aus diesem Bereich                           |
| ➤ Verwaltungskosten                 | € 100.000,- p.a.   |
| ➤ Reparatur und Wartung             | € 50.000,- p.a.  |
| ➤ Marketing                         | € 150.000,- p.a.   |
| ➤ Energiekosten                     | € 360.000,- p.a.   |
| ➤ Versicherungen und Gebühren       | € 35.000,- p.a.  |

## 6.4 Ansätze für die Prognose der Betriebsergebnisse

Für die ersten fünf Betriebsjahre stellen sich die Ansätze für die Prognose der Betriebsergebnisse für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena wie folgt dar:

Betriebsjahr	1	2	3	4	5
Jahr	2019	2020	2021	2022	2023
<b>ERLÖSE</b>					
<b>Kongresse / Tagungen etc.</b>					
<b>Raummiete &amp; Technik</b>					
Mieterlös je Teilnehmertag	9,00 €	9,18 €	9,36 €	9,55 €	9,74 €
Teilnehmertage p.a.	126.000	127.260	128.533	129.818	131.116
Technik / Ausstattung je Teilnehmertag	9,00 €	9,18 €	9,36 €	9,55 €	9,74 €
Teilnehmertage p.a.	126.000	127.260	128.533	129.818	131.116
<b>Gastronomie</b>					
Provisionserlös pro Teilnehmertag	0,50 €	0,51 €	0,52 €	0,53 €	0,54 €
Teilnehmertage p.a.	126.000	127.260	128.533	129.818	131.116
<b>BETRIEBSKOSTEN</b>					
<b>PERSONALKOSTEN</b>					
Bruttogehalt/Monat	2.100 €	2.142 €	2.185 €	2.229 €	2.273 €
Steigerung p.a.		2,00 %	2,00 %	2,00 %	2,00 %
Anzahl Gehälter/Jahr	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Anzahl Mitarbeiter	20	20	20	20	20
<b>SONSTIGE BETRIEBSKOSTEN</b>					
Fremdmiete Technik / Ausstattung	90 %	90 %	90 %	90 %	90 %
Verwaltung und sonstige Gemeinkosten	100.000 €	102.000 €	104.040 €	106.121 €	108.243 €
Reparatur und Wartung	50.000 €	51.000 €	52.020 €	53.060 €	54.122 €
Marketing	150.000 €	153.000 €	156.060 €	159.181 €	162.365 €
Energiekosten	360.000 €	367.200 €	374.544 €	382.035 €	389.676 €
Versicherungen und Gebühren	35.000 €	35.700 €	36.414 €	37.142 €	37.885 €

## 6.5 Prognose der Betriebsergebnisse

Die Betriebsergebnisse der ersten fünf Betriebsjahre werden wie folgt prognostiziert:

Betriebsjahr	1		2		3		4		5	
Jahr	2019		2020		2021		2022		2023	
ERLÖSE	in €		in €		in €		in €		in €	
<b>Kongresse / Tagungen etc.</b>										
<b>Raummiete &amp; Technik</b>										
Mieterlöse	1.134.000		1.168.247		1.203.528		1.239.874		1.277.319	
Erlöse Technik und Ausstattung	1.134.000		1.168.247		1.203.528		1.239.874		1.277.319	
Provisionserlös Gastronomie	63.000		64.903		66.863		68.882		70.962	
<b>Erlöse gesamt</b>	<b>2.331.000</b>		<b>2.401.396</b>		<b>2.473.918</b>		<b>2.548.631</b>		<b>2.625.599</b>	
<b>BETRIEBSKOSTEN (% Ges.erlöse)</b>										
Personalkosten	655.200	28%	668.304	28%	681.670	28%	695.303	27%	709.210	27%
<b>SONSTIGE BETRIEBSKOSTEN</b>										
Fremdmiete Technik / Ausstattung	1.020.600	44%	1.051.422	44%	1.083.175	44%	1.115.887	44%	1.149.587	44%
Verwaltung und sonst. Gemeinkosten	100.000	4%	102.000	4%	104.040	4%	106.121	4%	108.243	4%
Reparatur und Wartung	50.000	2%	51.000	2%	52.020	2%	53.060	2%	54.122	2%
Marketing	150.000	6%	153.000	6%	156.060	6%	159.181	6%	162.365	6%
Energiekosten	360.000	15%	367.200	15%	374.544	15%	382.035	15%	389.676	15%
Versicherungen und Gebühren	35.000	2%	35.700	1%	36.414	1%	37.142	1%	37.885	1%
<b>sonstige Kosten gesamt</b>	<b>1.715.600</b>	<b>74%</b>	<b>1.760.322</b>	<b>73%</b>	<b>1.806.253</b>	<b>73%</b>	<b>1.853.427</b>	<b>73%</b>	<b>1.901.877</b>	<b>72%</b>
<b>Betriebskosten gesamt</b>	<b>2.370.800</b>	<b>102%</b>	<b>2.428.626</b>	<b>101%</b>	<b>2.487.923</b>	<b>101%</b>	<b>2.548.730</b>	<b>100%</b>	<b>2.611.087</b>	<b>99%</b>
<b>G.O.P. I</b>	<b>-39.800</b>	<b>-2%</b>	<b>-27.230</b>	<b>-1%</b>	<b>-14.005</b>	<b>-1%</b>	<b>-99</b>	<b>0%</b>	<b>14.513</b>	<b>1%</b>

Quelle: ghh consult.

## Betriebsergebnis (G.O.P. = Gross Operating Profit)

---

Die in den vorliegenden Berechnungen dokumentierte Gegenüberstellung von Erlösen und Kosten ergibt ein Betriebsergebnis I (laut erwähntem „Uniform System of Accounts for the Lodging Industry“ auch als „Gross Operating Profit“ oder G.O.P. I) von ca. minus € 40.000,- im ersten Betriebsjahr; das in den Folgejahren verbessert wird und im 5. Betriebsjahr bei ca. € 15.000,- liegt.

Die Prognose ergibt für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena demnach im operativen Bereich eine „schwarze Null“; was im Vergleich zu den meisten Kongresszentren in Deutschland als positiv zu bewerten ist, da die Mehrzahl dieser Zentren (z. T. stark) defizitär operiert.

## 6.6. Einschätzung Investitionskostenrahmen

---

Für das geplante Kongresszentrum in Jena wird bei Ansatz der üblichen Benchmark von € 4.000 bis € 5.000 pro qm BGF (inkl. Ausstattung) ein Gesamtkostenvolumen von ca. € 12 Mio. bis € 15 Mio. gesehen. Durch das angedachte Hotel sowie das Stadion, d.h. durch gekoppelten Bau mit dem hier positionierten Kongress- und Veranstaltungszentrum, werden sowohl im Investitions- als auch im Betriebskostenbereich des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums deutliche Synergieeffekte durch vorhandene und nutzbare Gastronomieeinrichtungen etc. gesehen.

### Zum Vergleich:

In Mainz liegt das Kostenvolumen für die geplante Erweiterung (ca. 3.000 qm) bei ca. € 12 Mio.; beim derzeit geplanten Veranstaltungs- und Konferenzzentrum in Veitshöchheim (Nähe Würzburg) liegt das Kostenvolumen bei 3.000 qm und zzgl. einem umfangreichen Gastronomiebereich bei ca. € 17 Mio.

## 7. Umwegrendite für die Stadt Jena: Methodik und Vorgehensweise

---

Die Ermittlung der wirtschaftlichen Auswirkungen aus dem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum auf die Stadt Jena orientiert sich an folgenden Ausgangsvoraussetzungen:

- Volumen und Struktur der Nachfrage (Teilnehmerzahl, Aufenthaltsdauer der Teilnehmer)
- Ausgaben der Teilnehmer bei eintägigen und mehrtägigen Veranstaltungen in den Bereichen Übernachtung, Verpflegung, Einkäufe, Freizeit/Rahmenprogramme, lokale Transporte etc.

Aus diesen Werten errechnen sich das Gesamtumsatzvolumen, die Einkommens-/Wertschöpfungseffekte, die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt und die Steuereinnahmen für die Stadt Jena.

Innerhalb der einzelnen Ausgabenpositionen wird differenziert zwischen Tagesgästen, die zu einer Veranstaltung am selben Tag an- und abreisen sowie länger verweilenden Veranstaltungsgästen, die ihren Aufenthalt mit einer oder mehreren Übernachtungen verbinden.

## 7.1 Basisdaten für die Berechnung der Umwegrendite

---

Für das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena war folgendes jährliches Nachfragevolumen prognostiziert worden:

➔ Tagungs- und Kongressveranstaltungen (MICE):

660 Veranstaltungen p.a. mit 45.200 Teilnehmern und 103.150 Teilnehmer-Tagen

➔ Kulturelle / gesellschaftliche Veranstaltungen:

45 Veranstaltungen p.a. mit 23.250 Besuchern (= Teilnehmer-Tage)

➔ Gesamtvolumen:

**705 Veranstaltungen p.a. mit 126.400 Teilnehmer-Tagen**

Dabei ist zu differenzieren zwischen Tagesgästen, die zu einer Veranstaltung am selben Tag an- und abreisen und Tagungs- und Kongressteilnehmern, die ihren Aufenthalt mit einer oder mehreren Übernachtungen verbinden (auch vor dem Hintergrund des jeweiligen Veranstaltungsformats und der damit verbundenen Veranstaltungs-/Aufenthaltsdauer).

Hierbei wird folgende Aufteilung für das Segment Tagungen und Kongresse zugrunde gelegt:

- Ca. 50% der Teilnehmer bleiben nur einen Tag (Tagesgäste /-besucher)
- Ca. 50% der Teilnehmertage sind mit Übernachtung verbunden ( $\emptyset$  1,5 Übernachtungen)

Bei Gästen aus dem kulturellen und gesellschaftlichen Bereich ist der Übernachtungsanteil mit nur 10% einzuschätzen.

## Nach Übernachtungs- und Tagesgästen differenziertes Nachfragevolumen im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum

---

Daraus lässt sich für Jena aus den Veranstaltungen im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum ein Nachfragevolumen ableiten von

- ⇒ ca. 51.500 Teilnehmertage durch Tagesgäste im Kongressbereich  
(26.250 Tagesgäste bei jeweils  $\varnothing$  2-tägigen Veranstaltungen)
- ⇒ ca. 51.500 Teilnehmertage durch Übernachtungsgäste im Kongressbereich  
(25.750 Übernachtungsgäste mit durchschnittlich  $\varnothing$  2 Übernachtungen)
- ⇒ ca. 21.000 Tagesgäste im Kultur- und gesellschaftlichen Bereich
- ⇒ ca. 2.000 Übernachtungsgästen (2.000 Übernachtungen) im Kultur- und gesellschaftlichen Bereich

## Ausgaben der Tagungs- und Kongressteilnehmer bei mehrtägigen Veranstaltungen

Die im Folgenden dargestellten Ausgabenwerte basieren auf den Ergebnissen der Nachfragepotenzial-Analyse sowie auf den bei vorausgegangen Untersuchungen von ghh consult kontinuierlich durchgeführten Umfragen bei veranstaltenden Firmen sowie bei Tagungs- und Kongressteilnehmern. Daraus lassen sich unter Berücksichtigung der aktuellen und zukünftig zu erwartenden Angebotsstruktur in Jena folgende Durchschnittswerte für Tagungs- und Kongressteilnehmer ableiten:

€ 220,- pro Teilnehmer / Tag bei mehrtägigen Veranstaltungen

€ 50,- pro Teilnehmer / Tag bei Tagesveranstaltungen

Die Ausgaben setzen sich aus unterschiedlichen Bereichen zusammen, wobei bei mehrtägigen Veranstaltungen der Anteil für die Übernachtung 44%, für die Verpflegung 23% und für die übrigen Ausgaben 33% beträgt.

**Tab.: Ausgaben der Tagungs- und Kongressteilnehmer bei mehrtägigen Veranstaltungen**

Branche	Ø Ausgaben pro Tag	Anteil
Hotellerie / Übernachtung	€ 95,-	44%
Gastronomie / Verpflegung	€ 50,-	23%
Einzelhandel / Einkäufe	€ 25,-	11%
Freizeit, Kultur, Rahmenprogramme, lokaler Transport	€ 25,-	11%
Miete, Technik, sonstiges	€ 25,-	11%
<b>Gesamt</b>	<b>€ 220,-</b>	<b>100%</b>

Quelle: ghh consult

## Ausgaben der Tagungs- und Kongressteilnehmer bei eintägigen Veranstaltungen und gesamtes Umsatzvolumen

Bei eintägigen Veranstaltungen fallen die Bereiche Übernachtungen und Freizeit / Kultur weg; die Gastronomie schlägt hier mit 60 % bei den Ausgaben zu Buche; 10 % entfallen auf Einkäufe und 30 % auf sonstige Bereiche.

**Tab.: Ausgaben der Tagungs- und Kongressteilnehmer bei eintägigen Veranstaltungen**

Branche	Ø Ausgaben pro Tag	Anteil
Hotellerie / Übernachtung	€ 0,-	0%
Gastronomie / Verpflegung	€ 30,-	50%
Einzelhandel / Einkäufe	€ 5,-	10%
Freizeit, Kultur, Rahmenprogramme, lokaler Transport	€ 0,-	0%
Miete, Technik, sonstiges	€ 15,-	30%
<b>Gesamt</b>	<b>€ 50,-</b>	<b>100%</b>

Quelle: ghh consult

Unter Berücksichtigung der Aufteilung nach ein- und mehrtägigen Veranstaltungen ergibt sich ausgehend von 103.150 Teilnehmer-Tagen im Bereich Tagungen und Kongressen für die Stadt Jena ein

→ **gesamtes Umsatzvolumen von €13,9 Mio. p.a.**

# Ausgaben der Besucher aus dem Bereich Kultur und gesellschaftliche Veranstaltungen mit Übernachtung

Der durchschnittliche Ausgabenbetrag je Besucher bei Kultur- und gesellschaftlichen Veranstaltungen wird bei den nicht übernachtenden Gästen mit €50,- und bei den übernachtenden Besuchern mit €160,- eingeschätzt. Der Anteil der übernachtenden Besucher wird in Jena mit 10% angesetzt. Die Ausgaben teilen sich wie folgt auf:

**Tab.: Ausgaben der Besucher von Kultur- und gesellschaftl. Veranstaltungen mit Übernachtung**

<b>Branche</b>	<b>Ø Ausgaben pro Tag</b>	<b>Anteil</b>
Hotellerie / Übernachtung	€ 60,-	42%
Gastronomie / Verpflegung	€ 40,-	28%
Erlöse Veranstaltungen (Kultur / Gesellschaft)	€ 15,-	10%
Einzelhandel / Einkäufe	€ 15,-	10%
Sonstiges	€ 15,-	10%
<b>Gesamt</b>	<b>€145,-</b>	<b>100%</b>

Quelle: ghh consult

## Ausgaben der Besucher aus dem Bereich Kultur und gesellschaftliche Veranstaltungen ohne Übernachtung und Gesamtumsatz aus diesem Segment

Die Ausgaben der Besucher von Kultur- und gesellschaftlichen Veranstaltungen, die nicht mit einer Übernachtung verbunden sind, teilen sich wie folgt auf:

Tab.: Ausgaben der Besucher von Kultur- und gesellschaftl. Veranstaltungen ohne Übernachtung

Branche	Ø Ausgaben pro Tag	Anteil
Hotellerie / Übernachtung	€ 0,-	0%
Gastronomie / Verpflegung	€ 5,-	14%
Erlöse Veranstaltungen (Kultur / Gesellschaft)	€ 15,-	43%
Einzelhandel / Einkäufe	€ 0,-	0%
Sonstiges	€ 15,-	43%
<b>Gesamt</b>	<b>€ 35,-</b>	<b>100%</b>

Quelle: ghh consult

Unter Berücksichtigung der Aufteilung nach ein- und mehrtägigen Veranstaltungen ergibt sich im Bereich Kultur- und gesellschaftliche Veranstaltungen für die Stadt Jena ein

→ **gesamtes Umsatzvolumen von € 1,37 Mio. p.a.**

## 7.2 Gesamtumsatz aus den Bereichen Tagungen / Kongresse und Kultur- / gesellschaftliche Veranstaltungen

Der **Gesamtumsatz**, der im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena durch Tagungen / Kongresse sowie Kultur- und gesellschaftliche Veranstaltungen in der Stadt initiiert wird, beträgt auf der Grundlage der oben dargestellten Detailberechnungen

→ € 15,0 Mio. pro Jahr

Die einzelnen Branchen partizipieren wie folgt am Gesamtumsatz, der durch die Veranstaltungsaktivitäten des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena initiiert wird:

Tab.: Anteile der Branchen am Gesamtumsatz (mittelfristig) der durch das neue Kongress-/VA-zentrum initiierten Veranstaltungsaktivitäten

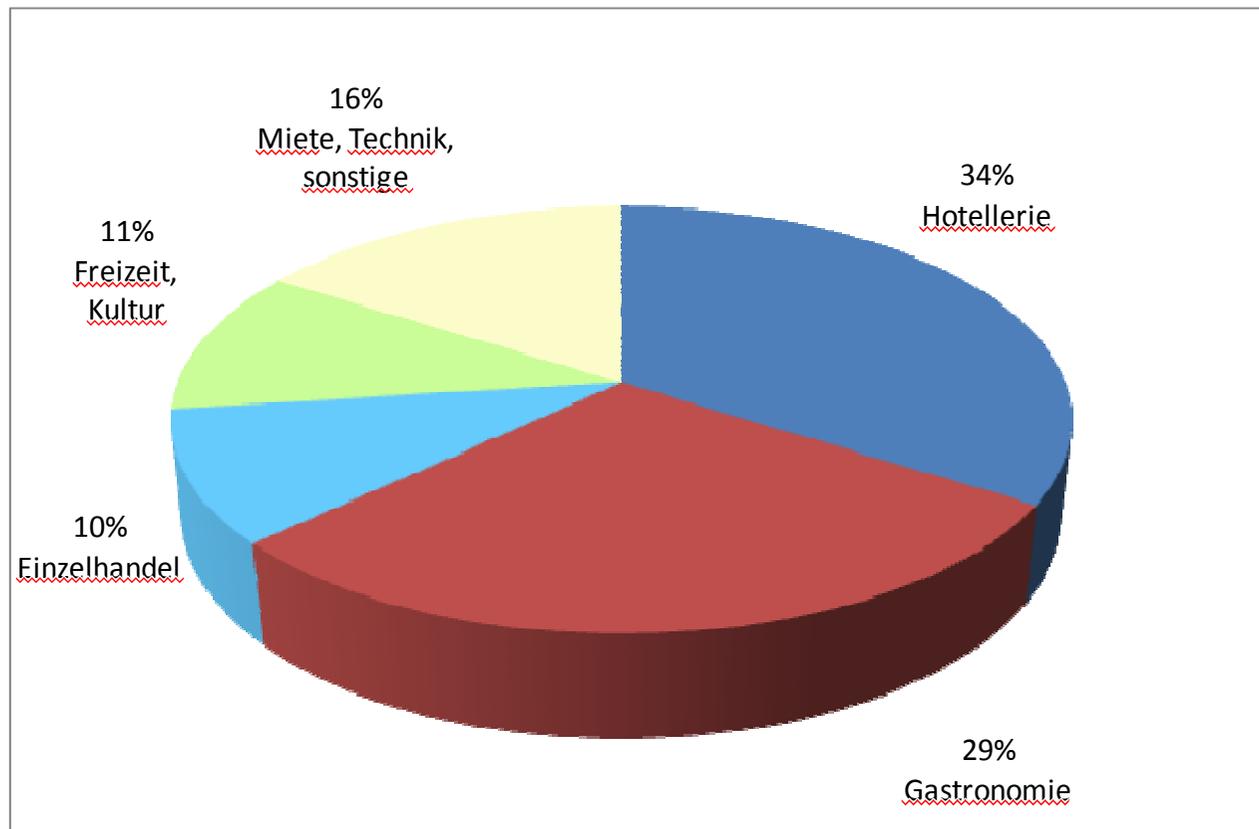
Branche	Umsatz	Umsatzanteil
Hotellerie	€ 5,01 Mio.	34%
Gastronomie	€ 4,32 Mio.	29%
Einzelhandel	€ 1,58 Mio.	10%
Freizeit, Kultur, Rahmenprogramme	€ 1,68 Mio.	11%
Miete, Technik, sonstiges	€ 2,41 Mio.	16%
<b>Gesamt</b>	<b>€ 15,0 Mio.</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Einschätzung / Berechnungen ghh consult; Grundlage: Erfahrungswerte.

## Anteil der Branchen am Gesamtumsatz

Die einzelnen Branchen partizipieren wie folgt am Gesamtumsatz, der durch die Veranstaltungsaktivitäten des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena initiiert wird:

Abb.: Anteile der Branchen am Gesamtumsatz (mittelfristig) der durch das neue Kongress-/VA-zentrum initiierten Veranstaltungsaktivitäten



Quelle / Grafik: Einschätzung / Berechnungen ghh consult.

## 7.3 Wertschöpfungs-/Einkommenseffekte

Die Berechnung der Wertschöpfungs-/Einkommenseffekte, die sich aus den Aktivitäten des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena ergeben, basiert auf der Kostenstruktur jener Branchen, die an den Umsätzen aus dem Ausgabeverhalten der Veranstaltungsteilnehmer partizipieren.

Entsprechend ergeben sich folgende Wertschöpfungen in den einzelnen Branchen:

**Tab.: Wertschöpfungseffekte der durch das Kongress-/VA-zentrum initiierten Veranstaltungsaktivitäten für die Stadt Jena**

Branche	Wertschöpfung (Quote vom jeweiligen Umsatz)	Anteil am Gesamt
Hotellerie	€ 2,1 Mio. (40-44%)	35,6%
Gastronomie	€ 1,6 Mio. (36-38%)	27,1%
Einzelhandel	€ 0,2 Mio. (15-17%)	3,4%
Freizeit, Kultur, Rahmenprogramme	€ 0,9 Mio. (43-45%)	15,3%
Miete, Technik, sonstiges	€ 1,1 Mio. (44-46%)	18,6%
<b>Gesamt</b>	<b>€ 5,9 Mio.</b>	<b>100%</b>

Quelle: Einschätzung / Berechnungen ghh consult; Grundlage: Erfahrungswerte.

## 7.4 Arbeitsplatzeffekte für die Stadt Jena

---

Das Umsatz- und Wertschöpfungsvolumen ermöglicht eine Ableitung der daraus resultierenden Vollzeitarbeitsplätze.

Auf der Basis eines Durchschnittseinkommens über alle beteiligten Branchen in Höhe von € 22.000,- pro Beschäftigten pro Jahr werden ausgehend von einem ermittelten Wertschöpfungsvolumen von rund € 5,9 Mio. in Jena etwa **268 Arbeitsplätze** gesichert.

Ein ähnliches Ergebnis ergibt sich ausgehend von einem jedem Mitarbeiter durchschnittlich zugeordneten Umsatz in Höhe von € 60.000,- pro Jahr auf der Basis des ermittelten Gesamtumsatzes von € 15,0 Mio.

Berücksichtigt man weiter die **Multiplikatoreffekte** in den direkt vom MICE-Markt profitierenden Branchen, so ist davon auszugehen, dass durch die Aktivitäten das neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena etwa **350 Vollzeitarbeitsplätze** sichergestellt werden.

## 8. Fazit Teil 3: Konzept, Wirtschaftlichkeit und Umwegrentabilität

---

- ☞ Der Standort am Stadion ist für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena als sehr gut und geeignet zu bewerten. Ein Standort direkt in der Innenstadt scheidet aufgrund verschiedener Bewertungskriterien (Erreichbarkeit/Anfahrt, Parkplatzsituation, direkte Anbindungsmöglichkeit Hotel) aus.
- ☞ Auf Basis des prognostizierten Nachfragevolumens wurde ein Raum- und Flächenprogramm entwickelt, das im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum einen Gesamtflächenbedarf von ca. 3.000 m<sup>2</sup> (BGF) ergibt, u.a. mit einem großen Saal und 6 kleineren Veranstaltungsräumen. Bei Bedarf und je nach Veranstaltungsformat können zusätzlich die VIP-Logen im neuen Stadion sowie die Tagungsräume im anzugliedernden Hotel mit genutzt bzw. gebucht werden.
- ☞ Die Wirtschaftlichkeitsberechnung ergibt für die ersten fünf Betriebsjahre ein leicht positives Betriebsergebnis 1 (d.h. nur unter Berücksichtigung der betriebsabhängigen Kosten, ohne anlageabhängige Kosten) und somit eine „schwarze Null“. Dies ist im Vergleich mit anderen Kongress- und Veranstaltungszentren in Deutschland als positiv zu bewerten, da diese zumeist (oft stark) defizitär operieren.
- ☞ Die wirtschaftlichen Effekte für die Stadt Jena, die durch das neue Kongress- und Veranstaltungszentrum initiiert werden, sind beachtlich: bei einem gesamten Umsatzvolumen von ca. € 15 Mio. p.a. wird eine Wertschöpfung von knapp € 6 Mio. ermittelt; durch die Aktivitäten des neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums werden in Jena etwa 350 Vollzeit Arbeitsplätze sichergestellt.

## Erklärung des Auftragnehmers und Kontakt

---

Die Analyse wurde nach bestem Wissen und Gewissen auf der Basis der Informationen und Auskünfte erstellt, die zum Zeitpunkt der Untersuchung zur Verfügung standen. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Mögliche zukünftige extreme politische und ökonomische Ereignisse in Deutschland sowie auf internationaler Ebene können entsprechend ihrer Art nicht vorhergesehen werden und in den vorliegenden Berechnungen der Wirtschaftlichkeit und Wertschöpfung dementsprechend nicht berücksichtigt werden.



Unternehmensberatung  
Tourismus ♦ Hotellerie ♦  
Messe- und Kongressmarkt

Dr. Gisela Hank-Haase  
Geschäftsführende Gesellschafterin

Elmar Kunz  
Senior Consultant & Partner

Goldgasse 1 - 3  
65183 Wiesbaden

Tel. : 0611 / 1 66 68 0  
Fax: 0611 / 1 66 68 10  
e-mail: [kunz@ghh-consult.de](mailto:kunz@ghh-consult.de)  
URL: [www.ghh-consult.de](http://www.ghh-consult.de)