
Machbarkeitsstudie für ein Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena

Teil 2: Nachfragepotenzialanalyse



25. September 2014

Inhalt

	Seite
Hintergrund und Aufgabenstellung	3
Executive Summary Teil 2	6
1. Bisherige Nachfrage im Tagungs- und Kongressmarkt Jena	8
1.1 Von CONVENTUS organisierte Veranstaltungen in Jena nach Veranstaltungsarten	9
1.2 Von CONVENTUS organisierte Veranstaltungen in Jena nach Veranstaltungsstätten	10
2. Befragung zum künftigen Bedarf an Veranstaltungskapazitäten und zur Hotellerie in Jena	11
2.1 Befragung in Jena	13
2.2 Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's	24
2.3 Einschätzung von Sponsoren und Partnern des FC Carl Zeis Jena	30
3. Identifizierung der primären Segmente zur Positionierung des neuen Kongress-/Veranstaltungszentrums	32
3.1 Präzisierung des Nachfragepotenzials: Segment Tagungen und Kongresse	33
3.2 Gesamtvolumen Teilnehmer-Tage: Segmente Tagungen / Kongresse sowie kulturelle / gesellsch. Veranstaltungen	34
4. Fazit Teil 2: Nachfragepotenzialanalyse	35

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 2** der insgesamt 3 Teile umfassenden Machbarkeitsstudie:

Teil 1: Markt- und Wettbewerbsanalyse

Teil 2: Nachfragepotenzialanalyse

Teil 3: Konzept, Wirtschaftlichkeit, Umwegrentabilität

Executive Summary Teil 2 (I)

- Sowohl im Rahmen der lokalen und regionalen als auch der nationalen Primärerhebungen zum Kongress- und MICE-Standort Jena konnte ein nachhaltiger Bedarf und ein hohes Potenzial für Kongresse, Tagungen, Konferenzen, Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen, Corporate Events und sonstige relevante Veranstaltungen (Firmenjubiläen, Produktpräsentationen etc.) nachgewiesen werden.
- Die Befragungen ergaben eindeutig, dass sowohl das derzeitige Hotelangebot (hier auch unabhängig von einem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum) als auch das Angebot an Veranstaltungskapazitäten in Jena bei weitem nicht ausreichend sind, um die Nachfrage abzudecken. Weil oft sowohl im Hotel- als auch im Veranstaltungsbereich Alternativangebote im Umfeld in Anspruch genommen werden müssen mangels Angebot in Jena, geht der Lichtstadt ein erhebliches Nachfragevolumen - verbunden mit den entsprechenden wirtschaftlichen Effekten für die Stadt - derzeit verloren.
- Die Destination Jena wird von Entscheidern und Akteuren in der deutschen Tagungs- und Kongressbranche als sehr interessant und mit einem nachhaltigen Potenzial im Hinblick auf die künftige Bedeutung als MICE- und Kongressstandort angesehen. Voraussetzung hierfür ist die Schaffung und Weiterentwicklung der entsprechenden infrastrukturellen Voraussetzungen (hier insbesondere im Bereich Veranstaltungseinrichtungen und -kapazitäten sowie im Bereich Hotellerie).
- Die Primärerhebungen und Interviews ergaben ein eindeutiges Bild im Hinblick auf die Anforderungen und Erwartungen an ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena; dabei ist zusammenfassend die Forderung und die Empfehlung zu unterstreichen, keine konzeptionelle „Notlösung“ zu entwickeln, die mit zahlreichen Kompromissen, Defiziten und Nachteilen für Veranstalter verbunden wäre und sich somit nur in die Reihe der bereits vorhandenen Veranstaltungsstätten in der Stadt einreihen würden, die ihrerseits jeweils strukturelle, quantitative und qualitative Defizite aufweisen.

Executive Summary Teil 2 (II)

- Auf der Grundlage der Untersuchungen zum MICE¹-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

Damit kann auch ausgesagt werden, dass es im Hinblick auf die kulturellen und gesellschaftlichen Veranstaltungen nicht zu etwaigen „Kannibalisierungseffekten“ mit anderen Veranstaltungsstätten (Volkshaus, Volksbad etc.) kommen wird. Dieses Segment wird im neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum deutlich unterrepräsentiert sein; der Schwerpunkt liegt eindeutig auf den Tagungs- und Kongressveranstaltungen.

¹⁾ MICE = **M**eetings, **I**ncentives, **C**onventions, **E**xhibitions / **E**vents, international gebräuchlicher Terminus für den Tagungs- und Kongressmarkt

1. Bisherige Nachfrage im Tagungs- und Kongressmarkt Jena

Trotz fehlendem professionellen Kongress- und Veranstaltungszentrum weist Jena ein breites Spektrum von Veranstaltungen auf, das bisher in der Lichtstadt durchgeführt wurde. Um ein genaueres Bild von diesen bisher in Jena durchgeführten Veranstaltungen im Tagungs- und Kongressmarkt zu erhalten, wurden die in der Referenzliste der Agentur CONVENTUS mit Sitz in Jena aufgeführten Veranstaltungen herangezogen. CONVENTUS wurde auch im Rahmen eines Interviews in die Befragung relevanter Akteure in der MICE- und Kongressbranche mit einbezogen.

CONVENTUS ist ein sogenannter Professional Congress Organizer (PCO), also eine Agentur, die für die Organisation, Durchführung und Abwicklung von Tagungs- und Kongressveranstaltungen zuständig ist. Die Agentur mit Sitz in Jena wurde im Jahr 2000 gegründet und zählt mit bisher mehr als 1.000 erfolgreich geplanten, vorbereiteten und realisierten nationalen und internationalen Veranstaltungen und 115 Mitarbeitern (Stand: September 2014) zu den führenden PCOs in Deutschland. Der Schwerpunkt liegt im medizinisch-wissenschaftlichen Bereich. Laut Aussage der Geschäftsführung von CONVENTUS bilden Veranstaltungen in einer Größenordnung zwischen 500 und 1.000 Teilnehmern den Fokus des Geschäfts.

Bei den Veranstaltungen, die CONVENTUS bisher in Jena durchgeführt hat, liegt der Schwerpunkt dagegen auf kleineren und mittelgroßen Veranstaltungen bis 50 Teilnehmern, da hier zum einen der Fort- und Weiterbildungsbereich dominiert und zum anderen größere Kongresse und Veranstaltungen in Jena aufgrund fehlender professioneller Veranstaltungskapazitäten (Kongress- und Veranstaltungszentrum) nicht durchgeführt werden können.

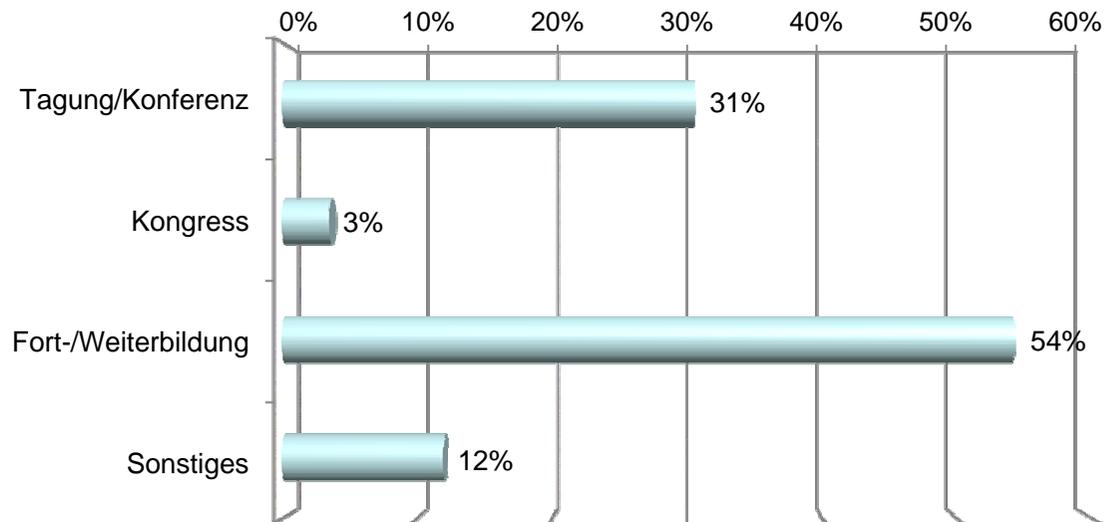
Bei den in der Referenzliste von CONVENTUS aufgeführten 59 Veranstaltungen, die die Agentur in den Jahren 2012 und 2013 in Jena organisiert hat, handelte es sich überwiegend (97%) um Veranstaltungen aus dem medizinisch-wissenschaftlichen Bereich. 3% der Veranstaltungen rekrutierten sich aus der mittelständischen Wirtschaft und sonstigen Segmenten.

Nachfolgend werden die erwähnten Veranstaltungen differenziert nach Veranstaltungsart dargestellt.

1.1 Von CONVENTUS organisierte Veranstaltungen in Jena nach Veranstaltungsarten

- Die von der Agentur CONVENTUS in verschiedenen Veranstaltungsstätten in Jena durchgeführten Veranstaltungen in den Jahren 2012 und 2013 zeigen einen klaren Fokus auf dem Bereich „Fort- und Weiterbildung“. Wie in Teil 1 des Gutachtens dargelegt, dominieren auch bundesweit die Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen (50 % aller Veranstaltungen).
- Die Notwendigkeit kleinerer Räume insbesondere für Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen in Jena wird damit nochmals untermauert.
- Laut Geschäftsführung von CONVENTUS kann der Anteil von (großen) Kongressen in Jena nur bei adäquaten, professionellen Veranstaltungskapazitäten in einem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum gesteigert werden.

Abb.: Von CONVENTUS durchgeführte Veranstaltungen in Jena 2012 und 2013 nach Veranstaltungsarten

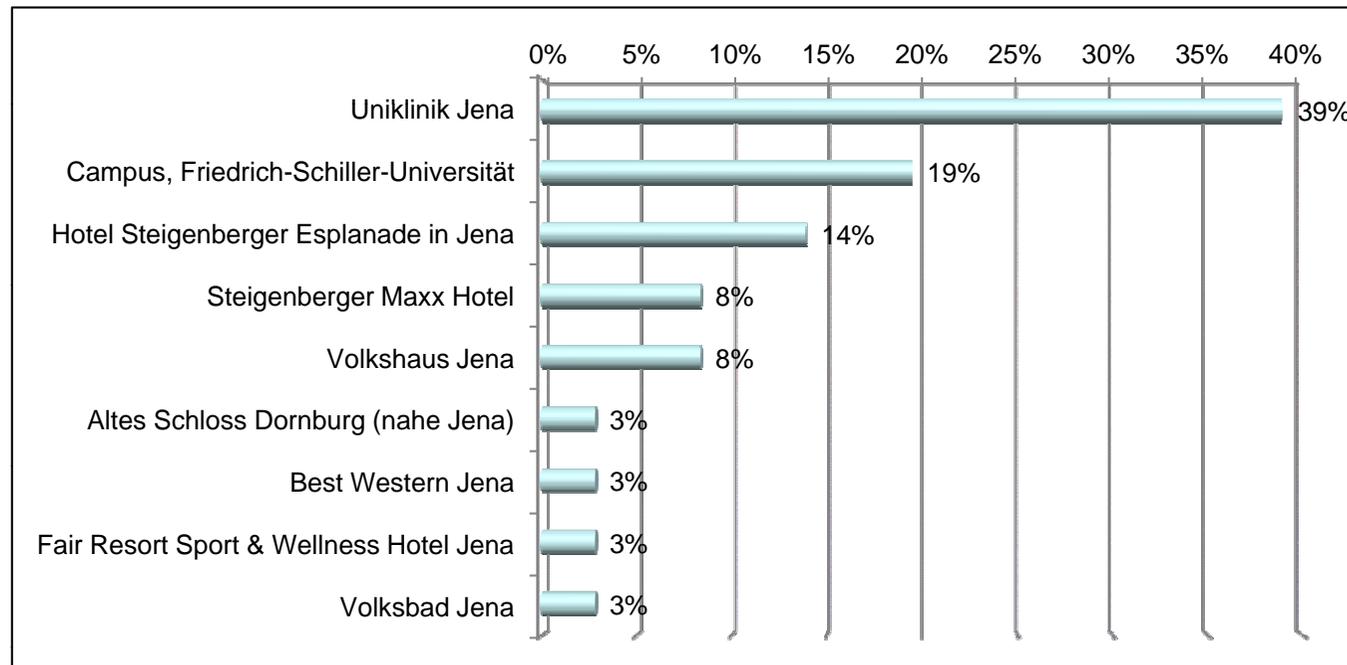


Quelle: Auswertung Referenzliste CONVENTUS (Jena) aus den Jahren 2012 und 2013 (insgesamt 59 Veranstaltungen in Jena).

1.2 Von CONVENTUS organisierte Veranstaltungen in Jena nach Veranstaltungsstätten

- Gemäß dem Fokus der Agentur CONVENTUS auf medizinisch-wissenschaftlichen Veranstaltungen und vor dem Hintergrund des derzeitigen Angebotes an Veranstaltungskapazitäten konzentrieren sich die von der Agentur organisierten Veranstaltungen in Jena bis dato auf die Uniklinik mit knapp 40 % aller Veranstaltungen der letzten beiden Jahre, gefolgt von Räumlichkeiten auf dem Campus der Friedrich-Schiller-Universität mit knapp einem Fünftel (19 %) der Veranstaltungen
- Das Steigenberger Esplanade Hotel hat immerhin einen Anteil von 14 %, während das Steigenberger Maxx Hotel sowie das Volkshaus zu je 8% bei Veranstaltungen gebucht werden. Insgesamt wird eine breite Bandbreite von Veranstaltungsstätten in Jena von CONVENTUS bespielt; es fehlt laut Aussage der Agentur ein professionelles Kongresszentrum in der Lichtstadt.

Abb.: Von CONVENTUS durchgeführte Veranstaltungen in Jena 2012 und 2013 nach Veranstaltungsstätten



Quelle: Auswertung Referenzliste CONVENTUS (Jena) aus den Jahren 2012 und 2013 (insgesamt 59 Veranstaltungen in Jena).

2. Befragung zum künftigen Bedarf an Veranstaltungskapazitäten und zur Hotellerie in Jena

Um den Bedarf und das Potenzial für ein neues Veranstaltungs- und Kongresszentrum in Jena genauer einschätzen zu können, wurde in Kooperation mit JenaKultur und mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena eine schriftliche Befragung von wichtigen Unternehmen, Instituten und Institutionen in Jena und im engeren Umfeld der Lichtstadt durchgeführt.

Zeitraum der Befragung:	Juni 2014
Methodik:	Strukturierter Fragebogen, ergänzt um vertiefende Telefoninterviews
Fallzahl:	n = 59
Rücklauf:	n ₁ = 21 (ca. 36%)

Die Rücklaufquote lag weit über Werten vergleichbarer Befragungen; dies lag zum einen an einem von Oberbürgermeister Schröter unterzeichneten begleitenden Anschreiben der Stadt Jena und zum anderen am hohen Interesse, das der Thematik seitens der Befragten entgegengebracht wurde.

Befragung zum künftigen Bedarf an Veranstaltungskapazitäten und zur Hotellerie in Jena: Aussagefähigkeit der Befragungsergebnisse

Verwertbarkeit und Aussagefähigkeit der Befragungsergebnisse können anhand mehrerer Faktoren und Parameter untermauert werden:

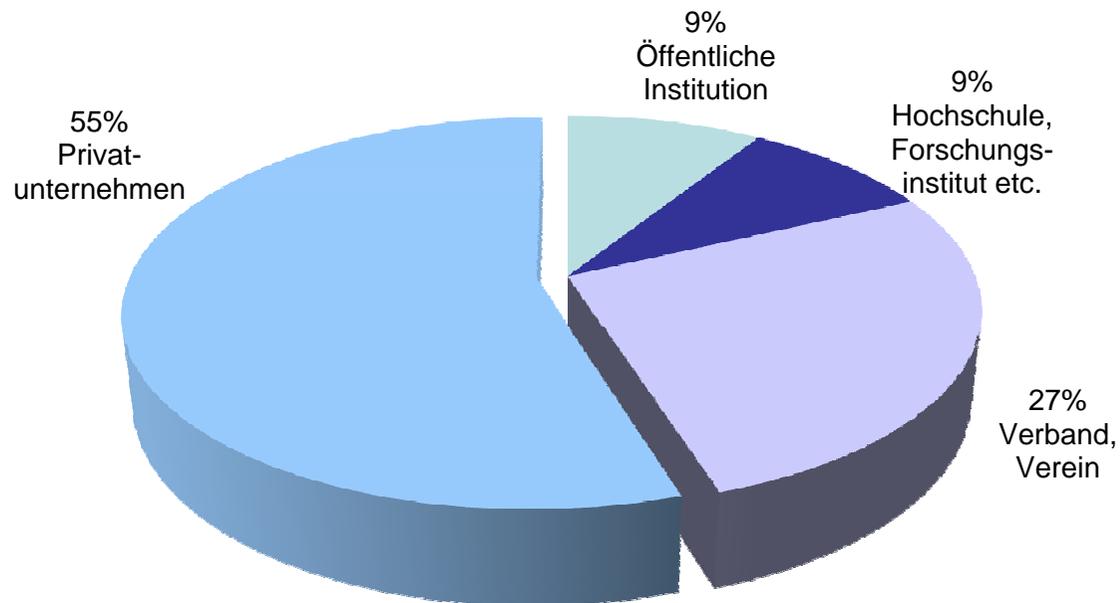
- Gezielte Auswahl der Adressaten (große Unternehmen, wichtige Institute und Institutionen mit entsprechender Veranstaltungsnachfrage)
- Überdurchschnittlich hohe Rücklaufquote (36% gegenüber normalerweise üblichen 6-7% bei vergleichbaren Befragungen)
- Allein die antwortenden Unternehmen und Institutionen generieren **jährlich**
 - ⇒ ca. **9.500 Übernachtungen** in Jena sowie
 - ⇒ ca. **420 Veranstaltungen mit Übernachtungen** in Jena

Somit können die Ergebnisse der Auswertung als fundiert und gesichert bezeichnet werden, da den Aussagen ein nachhaltiges Nachfragevolumen gegenübersteht, das durch die Befragten bereits in Jena realisiert wird.

2.1 Befragung in Jena: Rücklauf (Antworten) nach Bereichen

- Im Hinblick auf die grundsätzliche Zuordnung der Antworten ergibt sich ein ausgewogenes Bild mit einem Fokus auf Privatunternehmen (55%) und einem restlichen Anteil, der sich aus Verbänden und Vereinen (27%), die für den Standort wichtigen Hochschulen und Forschungsinstituten (9%) sowie öffentliche Institutionen (9%) zusammensetzt.

Abb.: Rücklauf der Befragung (Antworten) nach Bereichen

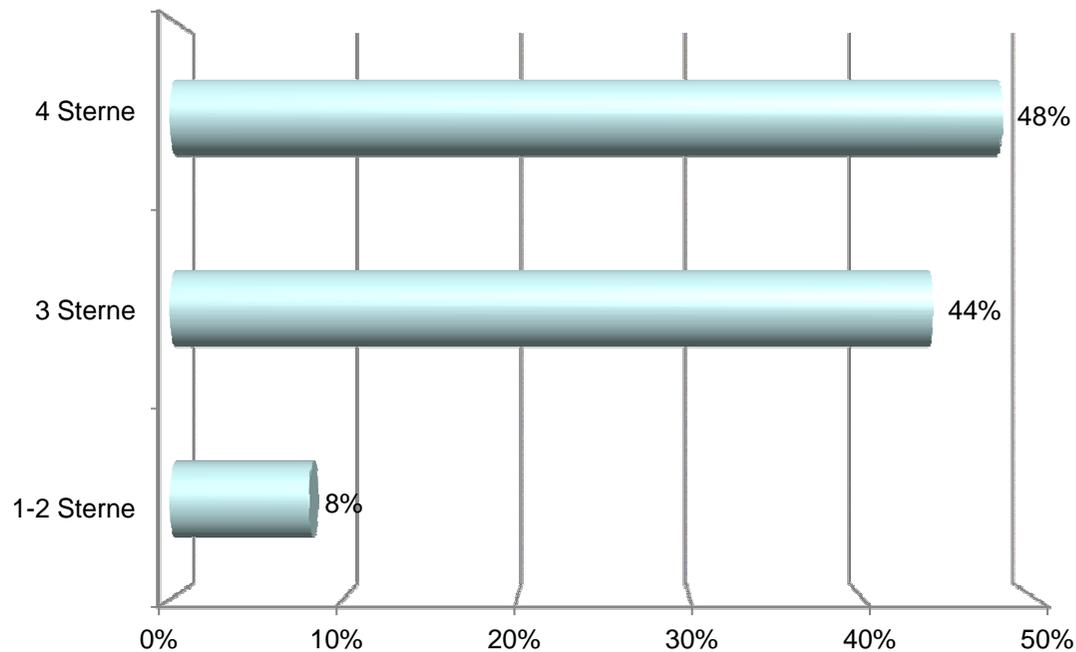


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Bevorzugte Hotelkategorie in Jena

- Da der Hotelmarkt Jena – wie in Teil 1 der Studie dargelegt – zum einen vor allem quantitativ deutliche Defizite aufweist und zum anderen für die Kongressdestination Jena von grundlegender Bedeutung ist, beinhaltete die Befragung zahlreiche Aspekte zum Hotelmarkt der Lichtstadt.
- Die Präferenz der befragten Unternehmen und Institute im Hinblick auf die Hotelkategorie liegt auf der 4-Sterne-Kategorie (48%), mit leichtem Vorsprung vor der 3-Sterne-Kategorie (44%). Die Low-Budget-Kategorie wird nur von 8 % bevorzugt.

Abb.: Bevorzugte Hotelkategorie der befragten Unternehmen und Institutionen in Jena

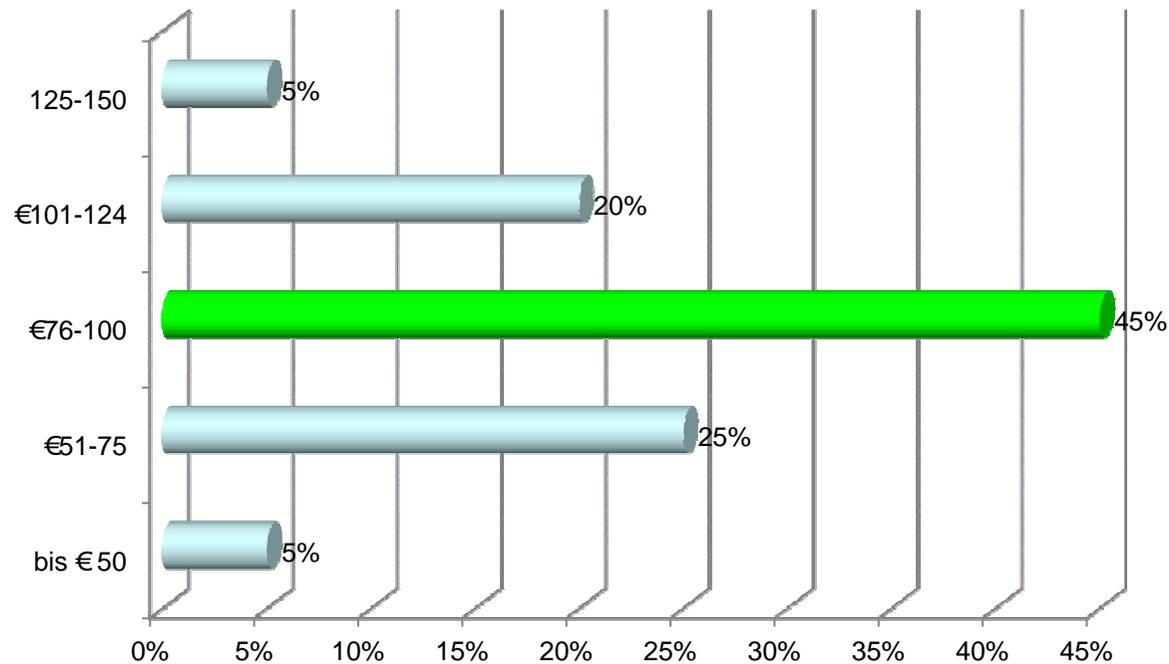


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Akzeptiertes Preisniveau in der Hotellerie Jena

- Gemäß dem vorher dargestellten Fokus auf der 3- und 4-Sterne-Kategorie liegt das akzeptierte Preisniveau (Einzelzimmer inkl. Frühstück) bei der Mehrzahl der Befragten (45%) zwischen € 75 und € 100. Ein Viertel akzeptiert auf Einzelzimmerpreise über € 100,-.
- Dies deckt sich weitgehend auch mit den Hotelpreisen (und -kategorien), die im deutschen Tagungs- und Kongressmarkt akzeptiert werden.

Abb.: Akzeptiertes Preisniveau (hier: Einzelzimmer inkl. Frühstück) in der Hotellerie Jena

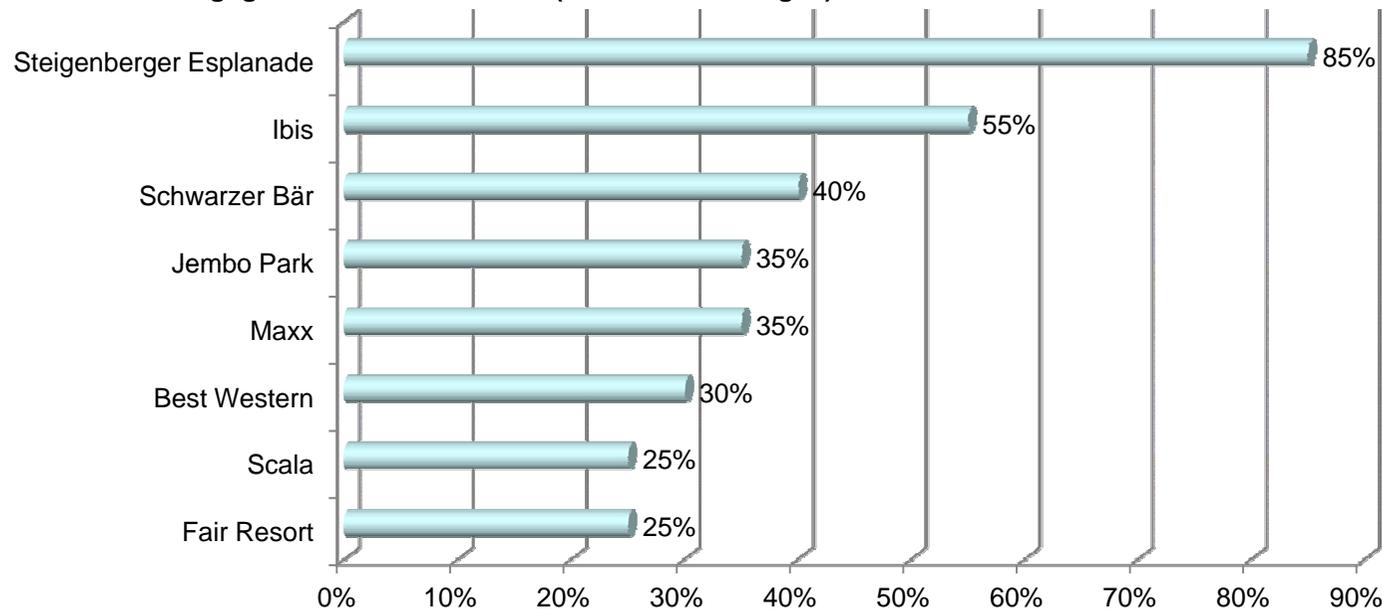


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Bevorzugt gebuchte Hotels in Jena

- Das Steigenberger Esplanade Hotel erfährt mit 85% der Nennungen die höchste Präferenz seitens der Befragten.
- Das Ibis Hotel (55%) weist ebenfalls einen hohen Anteil der Nennungen auf, gefolgt vom Hotel Schwarzer Bär (40%).
- Gut ein Drittel (je 35%) entfallen auf das Jembo Park Hotel und das Steigenberger Maxx, noch vor dem Best Western Hotel (30%).
- Das Hotel Scala und das Fair Resort erhalten zu gleichen Anteilen je 25% der Nennungen.
- Die meisten Befragten nannten (bei offener Fragestellung) mindestens 3 verschiedene Hotels, was den hohen Bedarf an Hotelkapazitäten nochmals unterstreicht.

Abb.: Bevorzugt gebuchte Hotels in Jena (Mehrfachnennungen)



Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Bewertung des quantitativen und qualitativen Hotelangebotes in Jena

- Vor allem das quantitative Hotelangebot in Jena wird mit deutlichen Defiziten bewertet und erhält auf einer Punkteskala von 1 (schwach, mangelhaft) bis 10 (hervorragend) nur eine 5.
- Auch qualitativ werden Abstriche gemacht; diese liegen jedoch gegenüber vergleichbaren Städten bzw. Hotelmärkten im Rahmen und decken sich mit den in Teil 1 des Gutachtens dargestellten Gästebewertung der Hotels in Jena.
- Aus der Befragung ergibt sich – ungeachtet der potenziellen Ansiedlung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums – nochmals ein nachhaltiger Bedarf an zusätzlichen Hotelkapazitäten in Jena.

Abb.: Bewertung des Hotelangebotes in Jena

Bewertung des quantitativen Hotelangebotes in Jena									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
				X					

Bewertung des qualitativen Hotelangebotes in Jena									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X			

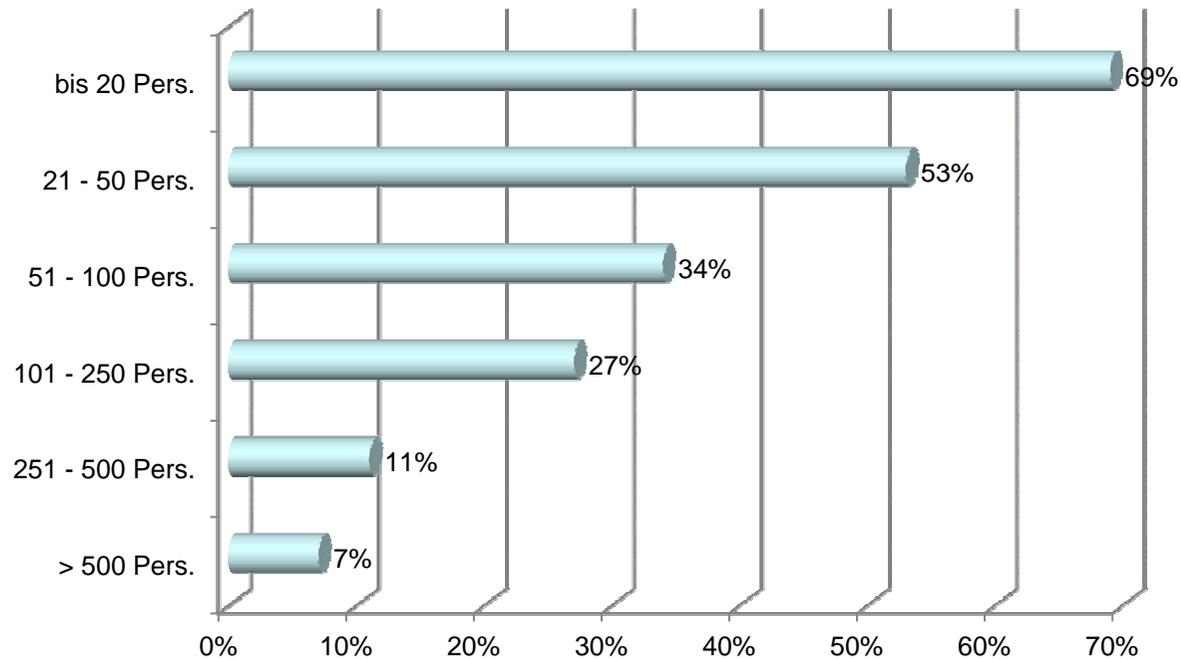
Bewertungsskala: 1 = schwach, mangelhaft; 10 = sehr gut, hervorragend

Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Veranstaltungsgrößen (Teilnehmer)

- Bei den Veranstaltungsgrößen liegt der Fokus der Befragten – dem allgemeinen Trend und der Struktur des deutschen Tagungs- und Kongressmarkt folgend – auf den kleineren Veranstaltungen. Mehr als zwei Drittel (69%) gaben hier Veranstaltungsgrößen von bis zu maximal 20 Teilnehmern an. Der hohe Bedarf an kleinen Veranstaltungs- und Meetingräumen wird hier nochmals deutlich, was in der Konzeption des neuen Veranstaltungs- und Kongresszentrums in Jena zu berücksichtigen ist.

Abb.: Veranstaltungsgrößen (Teilnehmer) in Jena (Mehrfachnennungen)

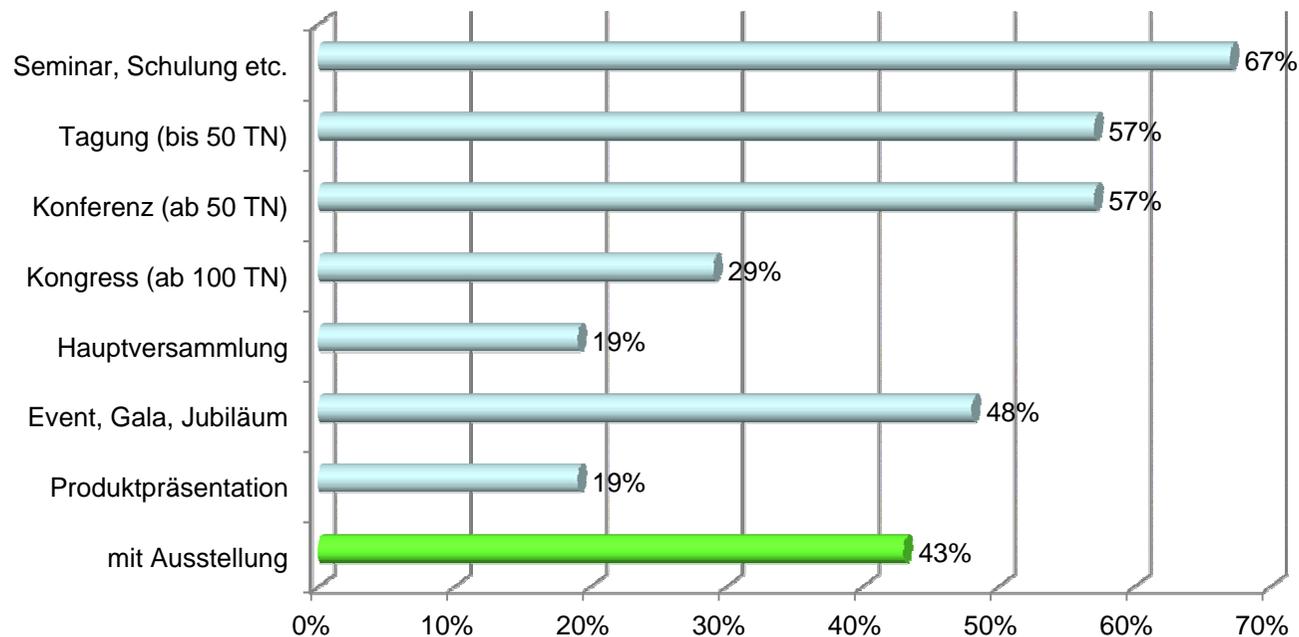


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Veranstaltungsarten

- Das Segment „Seminare, Schulungen“ (Fort-/Weiterbildungsveranstaltungen) dominiert mit gut zwei Drittel (67%) der Nennungen bei den Veranstaltungsarten in Jena. Tagungen und Meetings (bis 50 Teilnehmer) sowie Konferenzen, Symposien etc. (51 bis 100 Teilnehmer) nehmen mit jeweils weit mehr als der Hälfte (57%) der Nennungen ebenfalls eine wichtige Stellung ein. Für Kongresse (ab 100 Teilnehmer), Hauptversammlungen, Events, Gala- und Firmenjubiläumsveranstaltungen werden bei signifikanten Anteilen jeweils größere Veranstaltungsräume benötigt.
- Hervorzuheben ist der hohe Anteil (43%) der Veranstaltungen, bei denen Ausstellungsfläche benötigt wird.

Abb.: Veranstaltungen in Jena nach Veranstaltungsarten (Mehrfachnennungen)

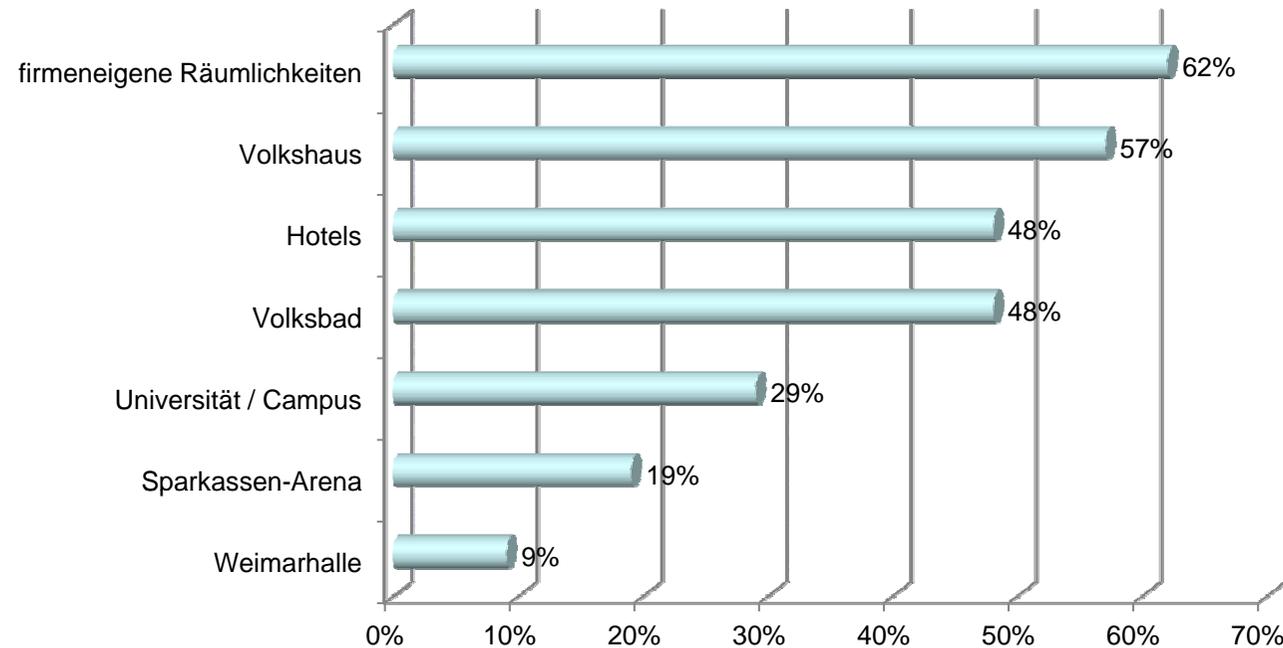


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Bisher genutzte Veranstaltungsstätten und -räumlichkeiten

- Fast zwei Drittel (62%) der Befragten nutzen firmen- bzw. institutseigene Räumlichkeiten für Veranstaltungen.
- Volkshaus (57%), Hotels (48%) und Volksbad (48%) werden ebenfalls überaus häufig genutzt von den Befragten
- Räumlichkeiten auf dem Campus der Universität spielen bei 29 % der Befragten eine wichtige Rolle.
- Das congress centrum neue weimarhalle wird immerhin von 9 % der Befragten angeführt und expressis verbis als „Ausweich-Stätte“ mangels Alternative in Jena bezeichnet.

Abb.: Bisher genutzte Veranstaltungsstätten und -räumlichkeiten in Jena (und Umfeld)

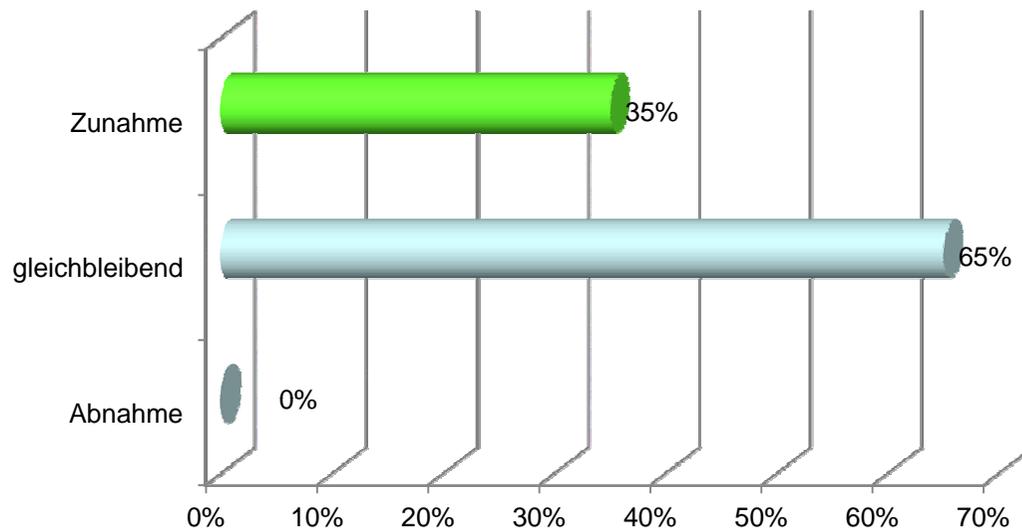


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Zukünftiges Veranstaltungsaufkommen

- Mehr als ein Drittel (35%) der Befragten gehen von einer künftigen Zunahme des Veranstaltungsaufkommens aus; dabei werden signifikante Steigerungen zwischen 20% und 40 % angegeben. Gegenüber vergleichbaren Befragungen sind dies überdurchschnittliche Werte, die das Potenzial und die Bedeutung der Kongress- und MICE-Destination Jena eindrucksvoll untermauern.
- Knapp zwei Drittel (65%) gehen von einem gleichbleibenden Veranstaltungsvolumen aus.
- Von einem abnehmenden Veranstaltungsaufkommen geht kein befragtes Unternehmen bzw. Institut aus.

Abb.: Einschätzung zukünftiges Veranstaltungsaufkommen

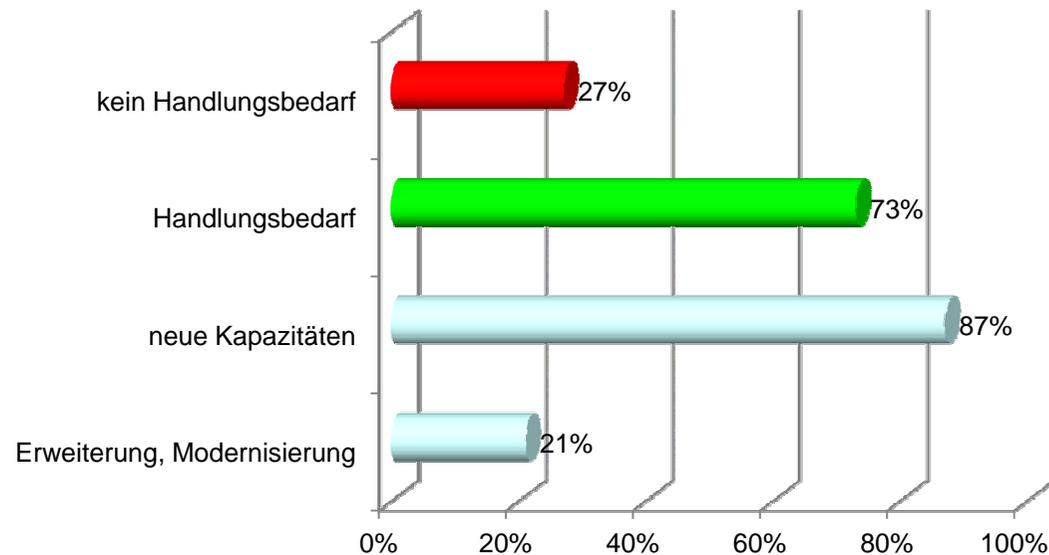


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

Befragung in Jena: Handlungsbedarf im Bereich Kongress-/Veranstaltungskapazitäten in Jena

- Auf der Grundlage des hohen Bedarfes an Veranstaltungskapazitäten und dem unzureichenden Angebotes in Jena sieht die überwiegende Mehrheit (73%) der Befragten dringenden Handlungsbedarf im Bereich Kongress- und Veranstaltungsstätten in der Lichtstadt.
- Hiervon votieren 87% für neue Kapazitäten und weitere 21% (Mehrfachnennungen möglich) für die Modernisierung und / oder Erweiterung bestehender Veranstaltungsstätten in Jena.

Abb.: Einschätzung zum Handlungsbedarf im Bereich Kongress-/Veranstaltungsstätten und -kapazitäten in Jena

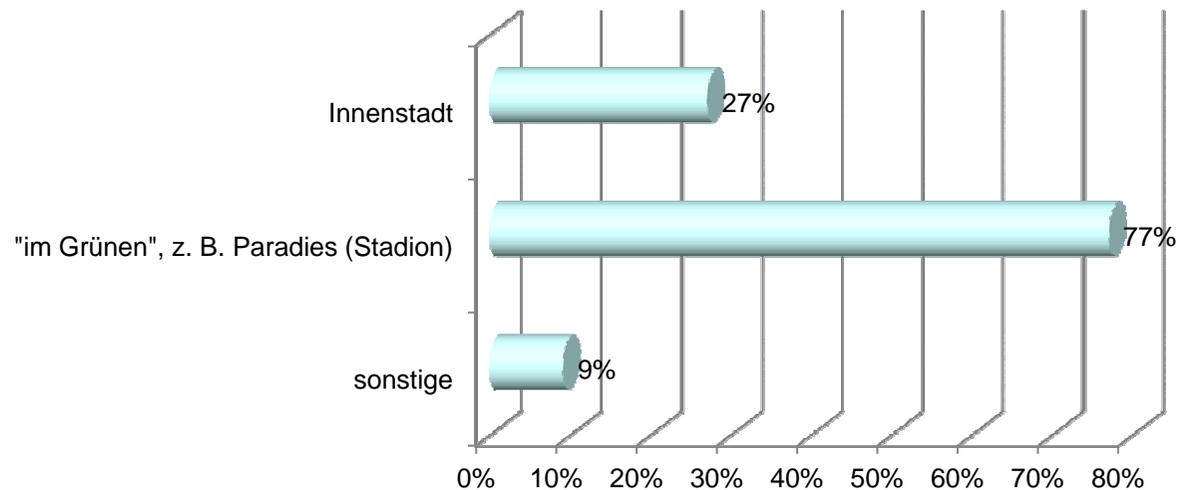


Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n_r = 21; Im Fall von „Handlungsbedarf wird gesehen“: Mehrfachnennungen möglich.

Befragung in Jena: Bevorzugte Lage für ein neues Kongress-/Veranstaltungszentrum in Jena

- Die überwiegende Mehrheit (77%) von jenen Unternehmen und Instituten, die sich für neue Veranstaltungskapazitäten in Jena aussprechen, bevorzugen bei einem neuen Veranstaltungs-/Kongresszentrum eine Lage „im Grünen“ (z. B. Paradies / Stadion).
- Gut ein Viertel (27%) präferiert eine Innenstadtlage.
- Sonstige Standorte spielen mit nur 9% keine Rolle, genannt wurde hier etwa die „Nähe zu Göschwitz“.
- Der Stadionstandort findet somit eine sehr hohe Akzeptanz bei wichtigen Akteuren der Nachfrage in Jena.

Abb.: Bevorzugte Lage für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena (Mehrfachnennungen)



Quelle: Befragung zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Juni 2014);
befragt n = 59; Rücklauf n₁ = 21

2.2 Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's

Neben oben dargestellten der lokalen / regionalen Befragung wurden auch in der nationalen Tagungs- und Kongressbranche gezielte Interviews durchgeführt, um weitere Einschätzungen und Potenziale des MICE- und Kongresszentrums Jena sowie eines neuen Veranstaltungs- und Kongresszentrums in der Lichtstadt zu generieren.

Die Befragungen wurden wie folgt durchgeführt:

Zeitraum der Befragung:	Mai / Juni 2014
Methodik:	Telefoninterviews
Fallzahl:	30 Bundesverbände 20 PCO's und Eventagenturen

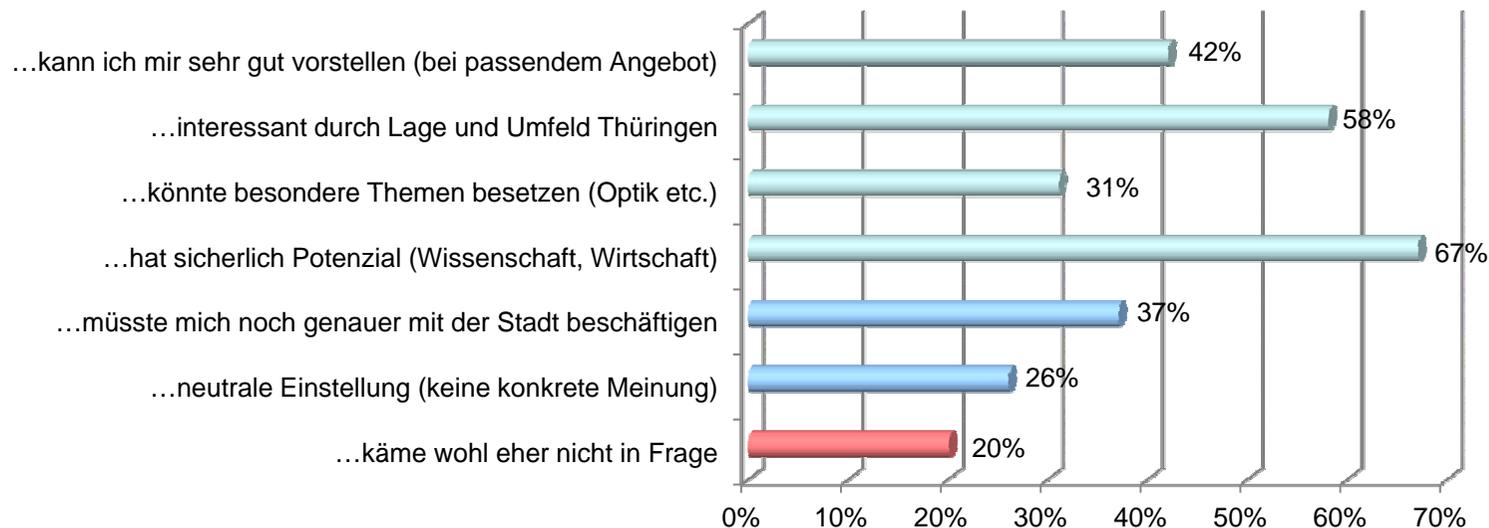
Ergänzt wurden die Befragungen durch persönliche Interviews von zentralen Organisationen und Akteuren im MICE-Markt Deutschland (EVVC, GCB, führende Medien wie TagungsWirtschaft etc.).

Nachfolgend werden die wichtigsten Aussagen und Ergebnisse dieser Befragungen dargelegt, wobei vor allem die auf Jena bezogenen Aspekte hervorgehoben werden. Allgemeine Standortfaktoren und generelle Erwartungen und Ansprüche der Veranstalter an Kongress- und MICE-Destinationen wurden in Teil 1 des Gutachtens bereits ausführlich dargestellt, so dass im Rahmen der Nachfragepotenzialanalyse darauf verzichtet werden kann.

Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's: Einschätzung und Bewertung der Stadt Jena als Kongress-/MICE-Destination

- Die grundsätzliche, spontan (ohne vorherige Informationen und Erklärungen zur Stadt Jena) geäußerte Einstellung und Einschätzung der Stadt Jena als Kongress- und MICE-Destination stellt sich überwiegend positiv dar. Besonders das Profil als starker Wirtschafts-, Wissenschafts- und Forschungsstandort wird dabei von 67% der Befragten als starker Standortfaktor hervorgehoben. Knapp ein Drittel (31%) sieht Jena in Verbindung mit untrennbar mit dem Standort verbundenen Themen (Optik etc.) für Tagungen und Kongresse prädestiniert. Die Lage und das Umfeld in Thüringen wird von weit mehr als der Hälfte (58%) als Verkaufsargument angeführt. Bei passendem Angebot wäre Jena für immerhin 42 % als Kongressdestination vorstellbar.
- Nur ein Fünftel sieht in Jena eher keine Bedeutung für eigene Veranstaltungen, während sich 37 % erst nach einer eingehenderen Beschäftigung mit der Stadt eine Meinung bilden können.

Abb.: Grundsätzliche Einschätzung (Mehrfachnennungen): Jena als Kongress-/MICE-Destination...

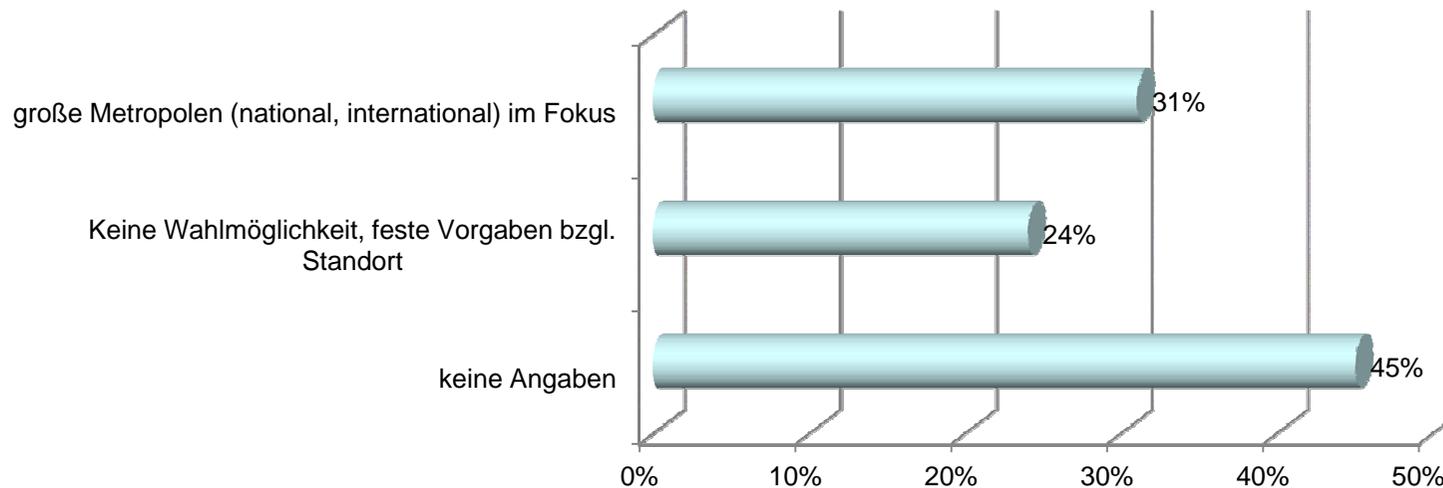


Quelle: Befragung Verbände, PCO's, Agenturen, sonstige Akteure zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Mai/Juni 2014);

Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's: Einschätzung und Bewertung der Stadt Jena als Kongress-/MICE-Destination

- Soweit Jena von den Befragten eher nicht als Destination für eigene Veranstaltungen gesehen wurde, war bei knapp einem Drittel (31%) der Grund, dass (insbesondere größere Kongresse und Veranstaltungen) vor allem in den großen Metropolen (z. B. Berlin, Hamburg etc.) durchgeführt werden. Bei knapp einem Viertel (24%) gibt es durch Vorgaben, Entscheidungen und Entschlüsse relevanter Gremien keine flexible Wahlmöglichkeit im Hinblick auf den Standort.
- 45% machten hier keine näheren Angaben, was jedoch u.a. auch darauf beruht, dass man (noch) über zu wenige Kenntnisse und Informationen über die MICE-Destination Jena verfügt.
- Insofern gab es keine dezidiert negative Bewertung der Kongress- und MICE-Destination Jena, die als Grund angeführt wurde.

Abb.: Grundsätzliche Einschätzung: Jena käme als Kongressdestination wohl eher nicht in Frage, weil:



Quelle: Befragung Verbände, PCO's, Agenturen, sonstige Akteure zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Mai/Juni 2014);

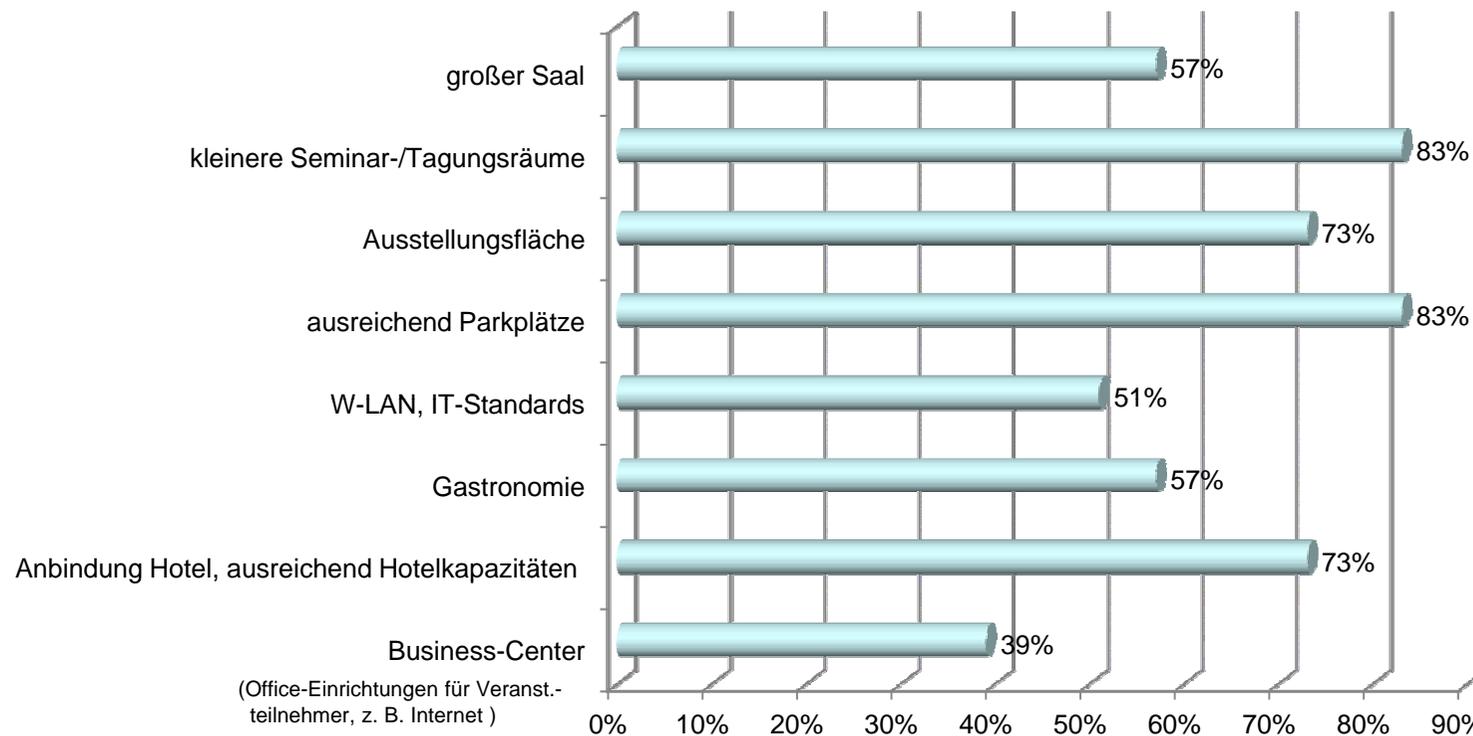
Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's: Anforderungen, Erwartungen an neues Veranstaltungs-/Kongresszentrum in Jena

- Bei den spezifischen Anforderungen und Erwartungen an ein neues Veranstaltungs- und Kongresszentrum in Jena werden nochmals jene Bereiche deutlich, die durch das bisher bestehende Angebot in nur sehr unzureichend oder gar nicht abgedeckt werden können.
 - Die Forderung nach vielen kleineren Veranstaltungsräumen (vor allem für Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen sowie für Breakout Sessions im Rahmen von größeren Kongressen) steht dabei ebenso an vorderer Stelle wie ein ausreichendes Parkplatzangebot.
 - Die Anbindung an ein Hotel sowie generell ausreichende Hotelkapazitäten in der Stadt Jena stellt ein weiteres wichtiges Kriterium dar.
 - Die Ausstellungsfläche sollte nicht nur ausreichend groß sein, sondern auch in ihrer Lage bzw. Anordnung innerhalb des Kongress- und Veranstaltungszentrums adäquat platziert sein, damit die Teilnehmer und Besucher von Kongressen automatisch die Ausstellung jener Sponsoren und Partner der Veranstaltung passieren müssen, die nachhaltig zur Finanzierung eines Kongresses beitragen.
 - Im Hinblick auf das gastronomische Angebot wird Flexibilität gefordert, d. h. der Caterer sollte frei wählbar sein; man sollte nicht an einen bestimmten Exklusiv-Caterer gebunden sein. ghh consult kann gerade dieses Kriterium aus der Erfahrung anderer Kongresszentren bestätigen, die mit einem Exklusiv-Caterer zusammenarbeiten; dies wird von PCO's und Veranstaltern als nachteilig und negativ empfunden.
 - Weit mehr als die Hälfte der Befragten sehen die Notwendigkeit eines großen Saales für größere Veranstaltungen (die sich dann gleichwohl oftmals in kleinere Veranstaltungen, Sessions, Workshops etc. aufteilen) im neuen Veranstaltungs- und Kongresszentrum.
-

Befragung Verbände, Organisationen, Eventagenturen / PCO's: Anforderungen, Erwartungen an neues Veranstaltungs-/Kongresszentrum in Jena

➤ Nachfolgend werden die wichtigsten Anforderungen und Erwartungen an ein neues Veranstaltungs- und Kongresszentrum in Jena nochmals grafisch dargestellt. Dabei wurden nicht nur die Nennungen der befragten Verbände, PCO's und Agenturen, sondern auch jene der in Jena befragten Unternehmen und Institute mit einbezogen und ausgewertet.

Abb.: Anforderungen / Erwartungen an ein neues Veranstaltungs-/Kongresszentrum in Jena (Mehrfachnennungen)



Quelle: Befragung Verbände, PCO's, Agenturen, sonstige Akteure zum Hotel- und Veranstaltungsmarkt Jena (ghh consult / JenaKultur, Mai/Juni 2014);

Befragung Eventagenturen / PCO's: Zusammenfassung weiterer Einschätzungen und Anforderungen

Aus den Interviews speziell mit Eventagenturen und Professional Congress Organizers (PCO's) lassen sich weitere wichtige Aussagen, Einschätzungen und Anforderungen an den Kongressstandort Jena allgemein und an ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in der Lichtstadt ableiten:

- Das Kongress- und Veranstaltungszentrum muss bei einem Standort am neuen Stadion „für sich selbst stehen“ und somit unabhängig vom Stadion, von Fußball bzw. von Sport „funktionieren“. Der Standort am Stadion wird (auch und gerade von Akteuren mit genaueren Ortskenntnissen in Jena) als gut und passend bezeichnet.
- Die Agenturen und PCO's betonen, dass sie selbst keinen (bzw. nur geringen) Einfluss darauf nehmen können, ob und wieviele Veranstaltungen in Jena stattfinden. Hierfür sind die Entscheider in Verbänden, Firmen oder etwa im Forschungs- und Wissenschaftsbereich in Jena die Professoren und Tagungspräsidenten verantwortlich, die durch ihre Netzwerke und Entscheidungsbefugnis nachhaltig dazu beitragen können (bzw. müssen), Veranstaltungen nach Jena zu bringen.
- Es wird oftmals darauf hingewiesen bzw. empfohlen, dass im Fall der Ansiedlung eines neuen Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena möglichst keine „beliebige Location“ vorgehalten werden sollten, die mit vielen Nachteilen und Kompromisslösungen verbunden sind. Diese sind bereits in zahlreichen anderen Veranstaltungsstätten vorzufinden, daher sollte viel Wert auf die Umsetzung eines adäquaten Konzepts gelegt werden, das den Anforderungen der Veranstalter gerecht wird.

2.3 Einschätzung von Sponsoren und Partnern des FC Carl Zeiss Jena zu einem neuen Kongress-/Veranstaltungszentrum am Stadion

Im Rahmen der Primärerhebungen wurden auch Sponsoren und Partner des FC Carl Zeiss Jena zu ihrer Einschätzung und ihrem Bedarf für ein neues multifunktionales Veranstaltungszentrum befragt. Ebenso wurde dabei Deutschlands führende Sportrechteagentur Sportfive, die auch den FC Carl Zeiss Jena berät und betreut, in die Befragung einbezogen.

Neben einer persönlichen Befragung erfolgte seitens einiger der genannten Akteure auch eine Beantwortung des Fragebogens, der bei der Befragung von Unternehmen und Instituten in Jena eingesetzt wurde. Die Ergebnisse dieser Befragung wurden bereits dargestellt.

Einschätzung von Sponsoren und Partnern des FC Carl Zeiss Jena zu einem neuen Kongress-/Veranstaltungszentrum am Stadion

Die wichtigsten Aussagen und Einschätzungen der Sponsoren und Partner des FC Carl Zeiss Jena können wie folgt zusammengefasst werden:

- Es besteht ein hohes Interesse an hochwertigen, professionellen Veranstaltungsräumen und -bereichen am bzw. im geplanten neuen Stadion (und dem hier angesiedelten neuen Veranstaltungszentrum), um sich im B2B-Marketing adäquat präsentieren zu können. Dies ist etwa bei Kundenevents von Bedeutung, die u.a. im Rahmen vor Heimspielen des FC Carl Zeiss Jena durchgeführt werden und in der Regel einige Stunden vor dem Spiel beginnen und für die zurzeit ein geeigneter Rahmen fehlt.
- Zahlreiche Events und Veranstaltungen können zurzeit in Jena aufgrund fehlender professioneller Veranstaltungskapazitäten nicht durchgeführt werden; hier besteht ein hohes Potenzial.
- Immer wieder betont werden die nachhaltigen Synergieeffekte, die sich mit einem neuen multifunktionalen Veranstaltungszentrum am neuen Stadion ergeben können, da das Stadion selbst rein aus dem Spielbetrieb (Liga-Heimspiele plus DFB-Pokal etc.) nur eine sehr geringe Auslastung aufweist.
- Die Notwendigkeit eines Hotels, idealerweise direkt beim Veranstaltungszentrum am Stadion, wird betont; auch und gerade aufgrund des defizitären Hotelangebotes in Jena.
- Allgemein wird immer wieder die Identifikation der Befragten mit dem Standort Jena hervorgehoben; das Interesse, Veranstaltungen nach Jena zu bringen und im neuen multifunktionalen Veranstaltungszentrum am Stadion durchzuführen, ist nicht nur aus dem Bedarf, sondern auch aus dem Bekenntnis zum Standort Jena heraus begründet und zu sehen.

3. Identifizierung der primären Segmente zur konsequenten Ausrichtung und Positionierung des neuen Kongress-/Veranstaltungszentrums in Jena

Auf der Grundlage der Markt- und Nachfragepotenzialanalyse können für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena jene Segmente im MICE- und Eventmarkt selektiert werden, die für einen tragfähigen Betrieb von Bedeutung sind. Dabei ergibt sich eine klare Ausrichtung auf die Segmente des MICE-Marktes (Tagungen, Konferenzen, Kongresse, Corporate Events, Präsentationen, begleitende Ausstellungen etc.). Gesellschaftliche Veranstaltungen spielen eine eher untergeordnete Rolle, ebenso der Bereich Kultur. Dies entspricht auch der Strategie wirtschaftlich erfolgreicher Kongresszentren wie z. B. der Rheingoldhalle in Mainz, in der Konzerte nur noch am Wochenende durchgeführt werden, um die umsatz- und deckungsbeitragsstarken Tagungs- und Kongressveranstaltungen während der Woche durchführen zu können.



3.1 Präzisierung des Nachfragepotenzials für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrums in Jena: Segment Tagungen und Kongresse

Auf der Grundlage der Untersuchungen zum MICE-Standort Jena wird das Nachfragepotenzial im Bereich Tagungen und Kongresse für ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum differenziert nach Größenordnungen wie folgt eingeschätzt:

Ø Größe der VA (Teilnehmer)	Anzahl Veranstaltungen	Veranstaltungstage (Belegtage)	Teilnehmerzahl	Teilnehmer-Tage
bis 30 Teilnehmer (Ø 18)	200	400	7.200	14.400
bis 50 TN (Ø 30)	300	600	12.000	24.000
51 bis 100 (Ø 75)	100	200	7.500	15.000
101 bis 250 TN (Ø 175)	35	70	6.125	12.250
251 bis 500 TN (Ø 375)	15	30	5.625	11.250
501 bis 1.000 TN (Ø 750) (Ø 1.000)	5 5	15 15	3.750 3.000	11.250 15.000
Gesamt	660	1.330	45.200	103.150

Quelle: ghh consult.

3.2 Gesamtvolumen Teilnehmer-Tage: Segmente Tagungen / Kongresse sowie kulturelle / gesellschaftliche Veranstaltungen

Zu den vorher dargestellten 660 Tagungs- und Kongressveranstaltungen kommen jährlich ca. 15 Veranstaltungen mit durchschnittlich 750 Besuchern sowie etwa 30 Veranstaltungen mit durchschnittlich 400 Besuchern aus dem kulturellen und gesellschaftlichen Bereich hinzu.

Das Nachfragevolumen aus dem kulturellen und gesellschaftlichen Bereich wird demnach insgesamt mit 45 Veranstaltungen im großen Saal (Veranstaltungsdauer bis maximal ein Tag) mit einem Besucherpotenzial von 23.250 Personen (= Teilnehmer-Tage) ausgegangen.

Das Gesamtvolumen aus beiden Segmenten - Tagungen / Kongresse sowie kulturelle / gesellschaftliche Veranstaltungen - beträgt somit **126.400 Teilnehmer-Tage** p.a.

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.

4. Fazit Teil 2: Nachfragepotenzialanalyse

- ☞ Sowohl im Rahmen der lokalen und regionalen als auch der nationalen Primärerhebungen zum Kongress- und MICE-Standort Jena konnte ein nachhaltiger Bedarf und ein hohes Potenzial für Kongresse, Tagungen, Konferenzen, Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen, Corporate Events und sonstigen relevanten Veranstaltungen nachgewiesen werden.
- ☞ Die Befragungen ergaben eindeutig, dass sowohl das derzeitige Hotelangebot (hier auch unabhängig von einem neuen Kongress- und Veranstaltungszentrum) als auch das Angebot an Veranstaltungskapazitäten in Jena bei weitem nicht ausreichend ist, um die Nachfrage abzudecken. Weil oft sowohl im Hotel- als auch im Veranstaltungsbereich Alternativangebote im Umfeld in Anspruch genommen werden müssen - mangels Angebot in Jena - geht der Lichtstadt ein erhebliches Nachfragevolumen - verbunden mit den entsprechenden wirtschaftlichen Effekten für die Stadt - derzeit verloren.
- ☞ Die Destination Jena wird von Entscheidern und Akteuren in der deutschen Tagungs- und Kongressbranche als sehr interessant und mit einem nachhaltigen Potenzial im Hinblick auf die künftige Bedeutung als MICE- und Kongressstandort angesehen. Voraussetzung hierfür ist die Schaffung und Weiterentwicklung der entsprechenden infrastrukturellen Voraussetzungen (hier insbesondere im Bereich Veranstaltungseinrichtungen und -kapazitäten sowie im Bereich Hotellerie).
- ☞ Die Primärerhebungen und Interviews ergaben ein eindeutiges Bild im Hinblick auf die Anforderungen und Erwartungen an ein neues Kongress- und Veranstaltungszentrum in Jena; dabei ist zusammenfassend die Forderung und die Empfehlung zu unterstreichen, keine konzeptionelle „Notlösung“ zu entwickeln, die mit zahlreichen Kompromissen, Defiziten und Nachteilen für Veranstalter verbunden wäre und sich somit nur in die Reihe der bereits vorhandenen Veranstaltungsstätten in der Stadt einreihen würden, die ihrerseits jeweils strukturelle, quantitative und qualitative Defizite aufweisen.

Kontakt



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
URL: www.ghh-consult.de
