

SPONSORS

WISSEN FÜR'S SPORTBUSINESS

Oktober 2008

REPORT

2. Auflage

S P O R T S T Ä T T E N



Erfolgreiche Stadionvermarktung
Rechtslage Hospitality
Kostenexplosion Stadionbau
Businessmodell Catering
Übersichten Stadien/Arenen

+ PRAXISBEISPIELE + HINTERGRÜNDE + STATISTIKEN + ÜBERSICHTEN +

VIDEOBANDEN

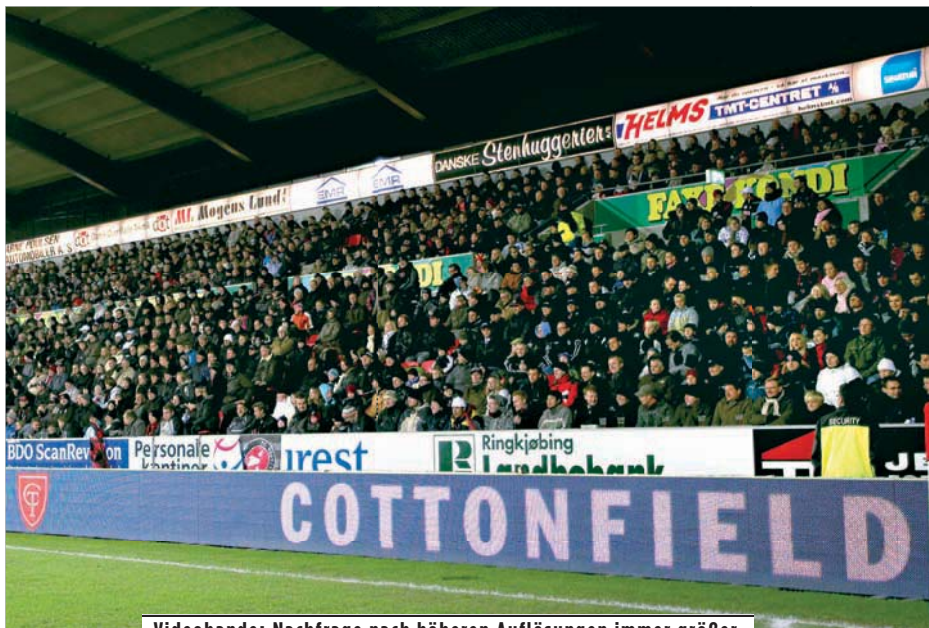
LED- und SMD-Technologie

Anbieter von LED-Bandensystemen verwenden in den technischen Beschreibungen ihrer Produkte oftmals die Begriffe LED oder SMD LED und stellen den Kunden damit vor eine erste wichtige Entscheidung. Tatsächlich gilt es aber, noch weitere Details zu beachten, um am Ende die individuell richtige Wahl des LED-Systems zu treffen.

VON SØREN HOLMREIS

Jedes Pixel eines LED-Displays setzt sich mindestens aus drei LED-Dioden in den Farben Rot (R), Grün (G) und Blau (B) zusammen. Bei Displays mit einem Pixelabstand von mehr als 16 Millimetern haben die LEDs in der Regel eine ovale Form und einen Durchmesser von fünf Millimetern. Liegt der Pixelabstand eines Displays

Systemen zu erhöhen, ist das Erweitern eines Pixels um eine weitere LED-Diode in der Farbe Rot oder Grün. So besteht ein Pixel dann aus vier statt nur drei LEDs. Mit Hilfe der Betriebsdatei des Steuersystems ist es nun möglich, die Anzahl der Pixel auf dem Display zu verdoppeln. Man spricht hier von der virtuellen Auflösung eines LED-Dis-



Videobande: Nachfrage nach höheren Auflösungen immer größer.

bei zehn bis zwölf Millimetern, so nutzt man hier normalerweise Dioden mit einem Durchmesser von drei Millimetern. Befestigt sind die LEDs auf einem PCB-Board.

Je höher die Ansprüche an die Bildqualität, desto höher sollte die Auflösung folglich sein. Dazu versucht man, unter Berücksichtigung des Betrachtungsabstandes und des vorhandenen Budgets, einen möglichst geringen Pixelabstand zu realisieren. Eine gängige Methode, die Auflösung von LED-

plays. Ein System mit einer physikalischen Auflösung von 20 Millimetern hätte somit eine virtuelle Auflösung von 10 Millimetern.

Bei allen Arten von Bildschirmen ist der Kontrastwert ein entscheidender Faktor. Um einen möglichst guten Kontrast bei den LED-Displays zu erreichen, ist die Oberfläche der Systeme in Schwarz gehalten. Diese Sichtbarkeit der Oberfläche ist bei vier LEDs pro Pixel im Vergleich zu nur einer LED-Diode

allerdings stark eingeschränkt. Um dies zu kompensieren und um den Schwarzanteil zu erhöhen, nutzen die Hersteller oftmals einen Sonnenschutz im Bereich der LEDs. Dies funktioniert bei vielen Anwendungen überraschenderweise sehr gut und bietet natürlich auch beim Einsatz im Outdoor-Bereich entsprechende Vorteile. Gerade im Außeneinsatz sind die Helligkeit der LEDs und die Widerstandsfähigkeit der Systeme bei unterschiedlichen Wetterbedingungen entscheidende Faktoren. Über Jahre hat sich die LED-Technik auch bei permanenter Installation als outdoortaugliche Technik bewährt. Daneben forderte der Markt aber immer neue Applikationen und Modifikationen. So wurde die Nachfrage nach noch höheren Auflösungen und einer Verringerung des Pixelabstandes immer größer. Um diese Nachfrage zu befriedigen, wurde das erste SMD-LED-Display entwickelt.

SMD-LED-Displays

SMD-LED-Displays nutzen kleine Surface Mounted Devices – auf der Oberfläche befestigte Einheiten. Dabei sind in einer SMD-LED-Einheit eine rote, eine grüne und eine blaue LED enthalten, die zusammen ein Pixel bilden. Handelsübliche SMDs haben einen Durchmesser von fünf Millimetern. Die LEDs selber sind dabei sehr klein und werden unter dem Mikroskop hergestellt. Die geringeren Abmessungen der SMDs und deren abweichende Montage auf dem PCB-Board erlauben mit dieser Technologie verbesserte Auflösungen. Allerdings können die kleineren LEDs in den SMD-Einheiten nur unter Vollast die Helligkeit erreichen, die es normalen LEDs ermöglicht, im Outdooreinsatz auch bei direkter Sonneneinstrahlung eine gute Sichtbarkeit zu gewährleisten. Die dafür notwendige Helligkeit liegt bei rund 6000 nits. Da die LEDs im Betrieb Wärme erzeugen, müssen die Systeme gut belüftet sein. Insbesondere der Vollastbetrieb der SMD LEDs erfordert wegen der zusätzlichen Wärme eine gute Ventilation.

Zudem gilt es, für den Outdoor-Bereich das Problem der Oberflächenverschmutzung zu

FAKTEN & ZAHLEN

Die Hallen und Arenen der HBL-Clubs 2008/09

Club	Arena	Zuschauerkapazität					Zuschauerschnitt (2007/08)	Eigentümer	Betreiber	Vermarkter		
		Sitzplätze	Stehplätze	Business Seats	Logen (Logenplätze)	gesamt				der Werbeflächen	der Hospitality-Pakete	des Stadion-Namingrights
Frisch Auf! Göttingen	Porsche Arena / EWS Arena	6000 / 4100	200 / 1500	100 / keine Business Seats	6 Logen à 9 Plätze, 14 Logen à 14 Plätze (250) / 7 Logen à 12 Plätze (84)	6200 / 5600	4400	Stadt Stuttgart / Stadt Göttingen	in.stuttgart Veranstaltungsgesellschaft / noch offen	in.stuttgart Veranstaltungsgesellschaft / Frisch Auf Göttingen bzw. Partnergesellschaft		
Füchse Berlin	Max-Schmeling-Halle / O2-World (3 Top-Spiele)	6500 / 12 230	1350 / keine Stehplätze	1150 / 1026	keine Logen / 59 Logen à 12 Plätze (708)	9000 / 15 000	6466 (Max-Schmeling-Halle)	Senat Berlin / Anschutz Entertainment Group	Velomax Berlin Hallenbetriebs GmbH / Anschutz Entertainment Group	IMG	IMG / IMG (ausgenommen Logen)	Senat Berlin / Anschutz Entertainment Group
GWD Minden	Kampa-Halle	3470	589	keine Business Seats	6 Logen à 8 Plätze (48)	4059	2897	Kreis-Minden Lübbecke		GWD Minden Handball Bundesliga GmbH und Co. KG		Kreis-Minden Lübbecke
HBW Balingen-Weilstetten	Sparkassenarena	1538	692	260	keine Logen	2239	2239	Stadt Balingen		an Spieltagen der Club		Stadt Balingen
HSG Nordhorn	Euregium Nordhorn	2600	1600	keine Business Seats	keine Logen	4200	3540	k. A.	Landkreis Grafschaft Bentheim	HSG Sport Marketing GmbH & Co. KG		
HSG Wetzlar	Rittal Arena Wetzlar	2243	1736	312	8 Logen à 12, 17 und 34 Plätze (121)	4412	3800	Stadt Wetzlar	Gegenbauer Location Management & Service GmbH	HSG Wetzlar & Gegenbauer Location Management & Service GmbH	HSG Wetzlar	Gegenbauer Location Management & Service GmbH
HSV Hamburg	Color Line Arena	12 947	keine Stehplätze	400	70 Logen à 15 Plätze, 3 Logen à 40 Plätze, 1 Loge à 60 Plätze (1230)	12 947	8701	Anschutz Entertainment Group	D+J-Arena Hamburg GmbH	D+J-Arena Hamburg GmbH		
MT Melsungen	Rothenbach-Halle	3720	520	450	keine Logen	4300	3978	Messe u. Ausstellungsgesellschaft Hans-Joachim Hahne mbH		EFM Facility Management AG Kassel		
Rhein-Neckar Löwen	SAP Arena Mannheim	11 450	1350	640	42 Logen à 10 Plätze (420)	13 220	9350	Betriebsgesellschaft der Multifunktionsarena Mannheim mbH & Co. KG		an Spieltagen der Club		Betriebsgesellschaft der Multifunktionsarena Mannheim mbH & Co. KG
SC Magdeburg	Bördelandhalle	5746	2036	350	keine Logen	7782	5100	Stadt Magdeburg	Messe- und Veranstaltungsgesellschaft Magdeburg GmbH (MVGM)	MSM GmbH		Stadt Magdeburg
SG Flensburg-Handewitt	Campushalle	4054	2148	keine Business Seats	10 Logen (132)	6334	6213	Campushallen GmbH	C+E Concert & Event GmbH	SG Flensburg-Handewitt	k. A.	Campushallen GmbH
Stralsunder HV	Vogelsanghalle im HanseDom	1050	keine Stehplätze	keine Business Seats	keine Logen	1050	1050 (2. Liga)	HanseDom Stralsund GmbH		an Spieltagen SHV-Marketing GmbH	derzeit keine Hospitality-Pakete	k. A.
TBV Lemgo	Lipperlandhalle	4400	551	444	10 Logen à 15 Plätze, 8 Logen à 18 Plätze (294)	4951	5560	Kreis Lippe	Betreiber-Gesellschaft Lipperlandhalle mbH	an Spieltagen der Club		Betreiber-Gesellschaft Lipperlandhalle mbH
THW Kiel	Sparkassen-Arena	8880	1200	300 (ab Januar 2009)	11 Logen (170)	10 250	10 247	Provinzial Versicherungen, Kieler Nachrichten und Citti Großmarkt	Konzert- und Veranstaltungsgesellschaft mbH & Co. KG Kiel	je nach Veranstaltung (untersch. Regelung)	derzeit keine Hospitality-Pakete	Konzert- und Veranstaltungsgesellschaft mbH & Co. KG Kiel
TSV Dormagen	TSV Sportcenter	2072	1066	keine Business Seats	keine Logen	3138	2276 (2. Liga)	TSV Bayer Dormagen		TSV Bayer Dormagen		
TUSEM Essen	Sporthalle am Hallo	2300	700	keine Business Seats	keine Logen	3000	2242	Stadt Essen	Sport- und Bäderbetriebe der Stadt Essen	an Spieltagen Tusem HSB GmbH		Sport- und Bäderbetriebe der Stadt Essen
TV Großwallstadt	Frankenstolz Arena (Top-Spiele) / Sparkassenarena	4200 / 1900	300 / 900	keine Business Seats	keine Logen	4500 / 2800	3561	Stadt Aschaffenburg / Landkreis Miltenberg		an Spieltagen der Club		Stadt Aschaffenburg / Landkreis Miltenberg
VfL Gummersbach	Lanxess Arena	16 700	1800	600	60 Logen à 12–80 Plätze	18 500	12 391	Arena Management GmbH		IMG & Arena Management GmbH		Arena Management GmbH

Sportstätten 2008

Quelle: Angaben der Vereine, Stand: August 2008

Hospitality bei Sportevents hat sich zu einem wahren Boomfaktor entwickelt. Seit Straf- und Finanzbehörden das Thema aber hierzulande kritisch beäugen, vergeht vielen mehr und mehr die Lust an Speisen und Spiele. Einige Top-Sponsoren erwägen bereits, ihre Hospitality-Kontingente drastisch zu kürzen. Die Sponsorenvereinigung S20 fordert daher eine schnelle Lösung, bevor die Sponsoren sich vom Sport sponsoring abwenden. Der Branche könnten ansonsten Einnahmeverluste in Millionenhöhe drohen.

VON MICHAEL WEILGUNY

Wer freut sich nicht, wenn auf seinem Schreibtisch die Einladung zu einem exklusiven Sportevent landet. Insbesondere, wenn es sich dabei um die Reise zu einem Mega-Ereignis wie zuletzt der Fußball-Europameisterschaft oder den Olympischen Spielen in Peking handelt. Doch die Freude über derlei Zuwendungen scheint mehr und mehr zu verfliegen – sowohl beim Gast als auch beim Einladenden. Denn obwohl die Sponsoren auch diesmal wieder für alles gesorgt hatten – Transport, Hotel, Eintrittskarten – mussten sie bei der Fußball-EM und den Spielen in Peking mit überdurchschnittlich vielen Absagen leben. Beispielsweise wollte ein großer DOSB-Sponsor ursprünglich mehrere Hundert Gäste nach Peking einladen. Am Ende blieben noch 40 Geschäftsfreunde übrig, die mit dem Unternehmen ins Reich der Mitte abheben wollten. Bei der Fußball-EM im Juni wiederum mussten einige Sponsoren ihre VIP-Tickets am Ende an die eigenen Mitarbeiter vergeben oder haben diese an Endkunden verlost, anstatt lukrative Geschäftskunden einzuladen. Ähnliches gilt für IOC-Sponsor Atos Origin. „Der Anteil der deutschen Kunden war diesmal geringer als bei früheren Spielen. Aufgrund der aktuellen Situation mussten wir mit einigen Absagen leben“, so ein Unternehmenssprecher.

„Es grassiert die Angst“

Mit der „aktuellen Situation“ ist nicht etwa der lange Flug nach Peking oder der fehlende Reiz des Events gemeint, sondern die immer unsicherer werdende Rechtslage beim Thema Hospitality. Spätestens seit dem Prozess gegen den ehemaligen EnBW-Chef Utz Claassen (siehe SPONSOR⁹ 01/2008)

stellen sich immer mehr Unternehmen die Frage, wen sie überhaupt noch ins Stadion einladen dürfen. Mittlerweile, so der unter anderem für das Thema Sponsoring bei der Siemens AG zuständige Anwalt Flavio Bertoli, „grassiert schlichtweg die Angst, durch die Einladung von Geschäftspartnern zu Sportveranstaltungen Ziel staatsanwalt-schaftlicher Ermittlungen zu werden“.

Denn sowohl die Einladung von politischen Mandatsträgern als auch Geschäftspartnern kann strafbar sein. Ersteres wäre fast Utz Claassen bei der Fußball-WM 2006 zum Verhängnis geworden, der allerdings in erster Instanz nicht schuldig gesprochen wurde. Nach § 331 ff. StGB darf nämlich ein politischer Amtsträger für eine Dienstausbübung weder einen Vorteil fordern noch annehmen. Zudem – und hier wird es für den Einladenden heikel – ist auch das Anbieten eines solchen strafbar. Viele Sponsoren haben Politiker daher komplett von ihrer Einladungsliste gestrichen.

Allerdings geht das Strafgesetzbuch noch weiter. Auch bei Partnern aus dem Geschäftsleben können die Strafverfolgungsbehörden ungemütlich werden. Im geschäftlichen Verkehr wird durch die §§ 299 ff. StGB vorgeschrieben, dass es strafbar ist, „einem anderen einen Vorteil als Gegenleistung dafür anzubieten, zu versprechen und zu gewähren, dass er den Anbieter selbst oder einen anderen bei dem Bezug von Waren oder gewerblichen Leistungen in unlauterer Weise bevorzugt“. In der Praxis könnte es dabei schon um die Frage gehen, ob beispielsweise ein Süßwarenhersteller den Einkäufer einer Handelskette in seine Stadion-Loge einladen darf. Jörg von Appen,

Jurist des Sportvermarkters Sportfive, geht eine solche Rechtsauslegung allerdings eindeutig zu weit: „Die Einladung von Geschäftspartnern zu einem Sportevent muss weiterhin möglich sein. Dies ist branchenübergreifend üblich und kein verwerflicher Vorgang, da es insbesondere auch um Kontaktpflege im Rahmen von Geschäftsverbindungen geht.“ Deutschland wäre allerdings nicht Deutschland, wenn Vater Staat es nicht auch hier geschafft hätte, einen Sachverhalt auf ein Gesetz runterzubrechen, das keiner verstehen kann. Die deutsche Rechtsprechung unterscheidet nämlich bei Einladungen zwischen erlaubter „Kontaktpflege“ und verbotener „Klimapflege“. Auf die Frage, wo Kontaktpflege aufhört und Klimapflege anfängt, liefert der Gesetzgeber natürlich keine exakte Abgrenzung – weder bei der Einladung von Geschäftspartnern noch von Politikern wie im Fall Claassen.

Umfrage mit alarmierenden Ergebnissen

Diese Rechtsunsicherheit macht sich auch bereits im deutschen Sportbusinessmarkt bemerkbar, was nicht nur durch die erwähnten Einzelfälle belegt wird. Die Sponsorenvereinigung S20 und das Erhebungsinstitut Sport + Markt bekamen bei einer Umfrage unter den 100 größten deutschen Sponsoren kürzlich alarmierende Antworten. Demnach befürchten 73 Prozent der Entscheider, dass die Rechtsunsicherheit im Bereich Hospitality die Attraktivität von Sponsoring negativ beeinflusse. 33 Prozent gaben zudem an, dass sie aufgrund der aktuellen Situation in Zukunft weniger VIP-Einladungen aussprechen würden. Diesen Trend spürt auch der S20-Vorsitzende Dirk Huefnagels: „Wir registrieren seit einiger Zeit eine wachsende Verun-

Service-Einträge

Firma	Anschrift	Ansprechpartner	Tel Fax Internet	Schwerpunkte Referenzen
Security				
Pütz Security AG	Hauptverwaltung, Schieß- und Ausbildungszentrum Carl-Zeiss-Straße 38-40 24568 Kaltenkirchen	Allgemeine Bewachungen & Personenschutz: Herr Michel Kachar Eventbereich: Herr Markus Pütz	Tel: 04191 99660 Fax: 04191 996633 info@puetz-security.de www.puetz-security.de	VdS-Notrufserviceleitstelle, Revierdienst, Objekt-, Personen- & Veranstaltungsschutz, VIP-Fahrdienst. Sicherheitspartner von Universum Boxpromotion, der Color Line Arena Hamburg, ZDF & Pro7.
B.E.S.T. Veranstaltungsdienste GmbH (Berlin Frankfurt Stuttgart)	Stieffring 6 13627 Berlin	Henry Klemm	Telefon (030) 343467-0 Telefax (030) 343467-67 www.bestvd.de	Wir bieten besten Service in den Bereichen Parken, Einlass, Check-In, Sicherheit, Hostessen, Personenschutz und Chauffeurdienste für Veranstaltungen jeder Art und Größe. Seit 1987 in Berlin, Frankfurt und Stuttgart sind wir bei über 1.200 betreuten Veranstaltungen pro Jahr kompetenter Ansprechpartner in allen Fragen des Gästebetreuung.

Technologie & IT

BTD Newmedia GmbH	Goethestr. 32 D-80336 München	Michael Fritsch, Business Development Michael.Fritsch@btd.de	+49 89 660291 - 0 +49 89 660291 - 19 www.btd-newmedia.de	Konzeption, Design, Entwicklung und Hosting von lastintensiven Internetprojekten. Zum Beispiel: Shops, Communities, IPTV, Werbepattformen, Live-Ticker. U.a. für FC Bayern München, DFL, VfB Stuttgart, T-Online AG
First Solutions Consulting & Systemlösungen GmbH	Alt-Württemberg-Allee 89 71638 Ludwigsburg	Frank Tomasi	Tel: 07141/29922-50 Fax: 07141/29922-60 www.fisolb.de	Wir bieten Systeme rund um das Thema Veranstaltungsorganisation! Ablauf- und Regieplanung, projektbezogene Personaldisposition, Teilnehmermanagement und Gästeregistrierung werden zum Kinderspiel!
GoGaS Goch GmbH & Co. KG	Zum Ihnedieck 18 44265 Dortmund	Olaf Schreiber olaf.schreiber@gogas.com	Tel: +49 (0)231 46505-13 Fax: +49 (0)231 46505-88 www.gogas.com	Energiesparende Heizsysteme für Sportstätten, Marktführer im Bereich der Stadionheizung. Referenzen z.B.: AmsterdamArena, BayArena Leverkusen, Gelderdom Arnheim oder LTU-Arena Düsseldorf
payment solution AG	Freischützstraße 94 81927 München	Heinz-Peter Strömsdörfer	+49 (0) 89 - 309 07 09 - 0 +49 (0) 89 - 309 07 09 -125 www.paymentsolution-ag.de	Die payment solution AG bietet Zahlungssysteme für Stadien und andere Freizeiteinrichtungen. Das kostenlose Full-Service-Betreibermodell kommt in mehreren Veranstaltungsstätten europaweit zum Einsatz.

Tribünen & Temporäre Bauten

GoGaS Goch GmbH & Co. KG	Zum Ihnedieck 18 44265 Dortmund	Olaf Schreiber olaf.schreiber@gogas.com	Tel: +49 (0)231 46505-13 Fax: +49 (0)231 46505-88 http://www.gogas.com/	Energiesparende Heizsysteme für Sportstätten, Marktführer im Bereich der Stadionheizung. Referenzen z.B.: AmsterdamArena, BayArena Leverkusen, Gelderdom Arnheim oder LTU-Arena Düsseldorf
Nüssli (Deutschland) GmbH	Rothgrund 6 91154 Roth Nikolaus-Otto-Strasse 13 14974 Ludwigsfelde (Berlin) Oberlachweg 9 35394 Gießen	Bernd Helmstadt Christoph Wegener Henry Krimmel	Tel: 09171 9763-0 Fax: 09171 9763-50 roth@nussli.com Tel: 03378 200-50 Fax: 03378 200-555 ludwigsfelde@nussli.com Tel: 0641 944 663-0 Fax: 0641 944 663-50 giessen@nussli.com	Nüssli plant, verkauft, vermietet und montiert Tribünenanlagen, Bühnenbauten, Überdachungen, Podeste, Bestuhlungen, u.v.m. für Veranstaltungen jeglicher Art. Insbesondere auch im Sportstättenbereich. Unsere Tribünenanlagen können bei folgenden Vereinen besichtigt werden: FC Energie Cottbus, SV Wehen Wiesbaden, SC Paderborn 07, FC Carl Zeiss Jena und TuS Koblenz.

Vermarkter

Anschutz Entertainment Group Development GmbH	Q 207, Friedrichstraße 76, 10117 Berlin	Moritz Hillebrand, Director Communications	Tel. +49 (0) 30 20607080 Fax +49 (0) 30 2060708111 info@anschutz-entertainment-group.de www.anschutz-entertainment-group.de	Live Entertainment / Sport; Besitz, Betrieb, Vermarktung von Arenen / Theatern weltweit (O2 World Berlin, ColorLine Arena Hamburg, The O2 London u.a.); Promotion / Produktion von Veranstaltungen
sporteo Deutschland Sportmanagement GmbH	Grünewaldstr. 12 68163 Mannheim	Boris Scheuermann b.scheuermann@sporteo.cc	Tel. +49 (0)621 728 7462 Fax +49 (0)621 727 3764 www.sporteo.cc office@sporteo.cc	Sportsponsoring, Karrieremanagement, Sportwerbemedien v.a. LED-Banden: von Vermietung mit Full-Service bis Verkauf, Vermarktung der Banden, langjährige u. intern. Erfahrung (Länderspiele, UEFA-Cup)

Werbemittel

engel display	Uellendahler Straße 353 42109 Wuppertal	Heike Backhaus heike.backhaus@ssm-gruppe.de	+49 (0) 202 49698 0 +49 (0) 202 49698 20 www.engel-at.de www.ssm-gruppe.de	LED/SMD-Displays und Banden Beratung - Produktion - Montage - Betrieb - Service Die Nr.1 in Deutschlands Fußballstadien (u.a. Allianz Arena, Sinsheim Arena) mit über 35 Jahren Know-how
IMAGO Group Thomas Verkehrstechnik GmbH	Kalteiche-Ring 18 D - 35708 Haiger	Ingolf Lau ingolf.lau@imagoscreens.com Marco Schäfer marco.schaefer@imagoscreens.com	Tel.: +49-2773-741-0 Fax: +49-2773-741-105 www.imagoscreens.com	LED-Lösungen seit über 25 Jahren: LED- (SMD-) Banden LiveAd™, Videowände/Werbewände, Videowürfel, Oberrang-Banden, Hinweisschilder, Parkleitsysteme und klassische Verkehrszeichen Referenzen: Manchester United, Tottenham Hotspurs, Inter Mailand, Rugby Union, Armani, Red Bull, Vodafone, NASDAQ, London Arena, ATP, Formel 1, Tour de France u.v.m.