



EUROPAS STADIONBAUER IN MÜNCHEN

Rund 500 Teilnehmer aus 22 Ländern, 70 nationale und internationale Referenten sowie zwölf Spezialforen: Das 3. SPONSOR^S Sportstättenforum bewies mit einer Mischung aus Bewährtem und Neuem sowie einer weiteren Internationalisierung, dass es in Europa der führende europäische Kongress in diesem Bereich ist.

AUTOREN: STEFFEN GUTHARDT UND PHILIPP KLOTZ

Der Stadionboom in Europa ist trotz der Krise an den weltweiten Finanzmärkten ungebrochen. Dies wurde gleich zum Auftakt der dritten Auflage des SPONSOR^S Sportstättenforums in der Münchner Allianz Arena deutlich. In 29 Ländern auf dem Kontinent wird derzeit mit einem Investitionsvolumen von rund sechs Milliarden Euro neu gebaut, renoviert oder modernisiert! Insgesamt 100 Stadionbauprojekte und davon rund ein Drittel an Neubauten finden sich bei einem Blick auf Europas Landkarte.

Darunter zum Beispiel auch eines der künftig größten und modernsten Stadien Europas, das mit 80000 Sitzplätzen in Rotterdam entstehen soll. Jan van Merwijk, Director Stadium Feyenoord Rotterdam, beeindruckte das Auditorium mit exklusiven Einblicken in die Pläne für das 600-Millionen-Euro-Projekts im Rahmen einer

Diskussionsrunde auf der Hauptbühne.

Das SPONSOR^S Sportstättenforum konnte in diesem Jahr auch mit zahlreichen Neuerungen aufwarten: Auf großen Zuspruch stieß dabei insbesondere der neue Themenschwerpunkt „Bidding Countries und Host Cities“. In zwei Foren sowie auf der Hauptbühne gaben namhafte internationale Vertreter Auskunft über den aktuellen Status quo ihrer Bewerbungs- und Ausrichtungsprojekte für die Turniere von FIFA, UEFA und IOC. Mit großem Interesse wurde dabei vor allem der Vortrag von Andriy Mykytiv, Head of Stadia Operations beim LOC Euro 2012, verfolgt. Nach zahlreichen Spekulationen in den Medien über die Probleme in der Vorbereitung des EM-Gastgebers Ukraine nahm der Stadionverantwortliche des Organisationskomitees erstmals in Deutschland Stellung. Mykytiv verblüffte Experten und Kritiker mit vielversprechen-

den Details zum Fortschritt der Stadien und Infrastruktur.

Abgerundet wurde die Veranstaltung am zweiten Kongresstag durch vier themenbezogene Stadionführungen. Die praxisnahen Rundgänge stießen bei den Teilnehmern auf großes Interesse, hatten diese doch die einmalige Möglichkeit, auf vielfältige Art und Weise hinter die Kulissen der Allianz Arena zu blicken und wichtige Erkenntnisse mit nach Hause zu nehmen. ■

SERVICE

Alle Kongresshighlights können Sie sich jetzt noch einmal in einem Beitrag im SPONSOR^S-Kongress-TV online ansehen. Außerdem finden Sie unter www.sponsors.de/sportstaettenforum weitere Impressionen von der Veranstaltung. Darüber hinaus gibt es für Teilnehmer des Kongresses die exklusive Möglichkeit, ausgesuchte Präsentationen herunterzuladen.



„Wir machen die Logen am besten gar nicht mehr auf.“

Wolfgang Niersbach, Generalsekretär DFB, über die juristische Problematik von Hospitality-Einladungen



„400 Prozent mehr Stadioneinnahmen“

Nicholas Gancikoff, Stadionprojektleiter Inter Mailand, über die aktuellen Vorteile der Premier League gegenüber der Serie A im Bereich Stadion



ANDRIY MYKYTIV, Head of Stadia Operations LOC EURO 2012.



PAUL BARBER, Executive Director und Head of Commercial Partnerships Tottenham Hotspur.

KONGRESS-STIMMEN

„Ein Papiergewicht pro Bidder von 1,8 Tonnen“

Andreas Abold, CEO abold, über die nötigen Dokumente für das Bieterverfahren der FIFA-WM

„Ich persönlich glaube nicht, dass bei Seatwave im vergangenen Jahr 300.000 Karten gehandelt worden sind.“

Peter Peters, Geschäftsführer FC Schalke 04, über den Stellenwert von Ticket-Zweitmärkten

„Mittlerweile ist eine schnelle, bargeldlose Zahlung erwünscht, wegen Schweinegrippe und so.“

Bernd Burger, ICT Abteilungsleiter VfB Stuttgart, zum Trend des E-Payment in Stadien

„Mit einer Kirche im Stadion kannst du kein Geld verdienen!“

Stefan Heim, Direktor Stab VfB Stuttgart, stellt die Kriterien beim Bau einer Stadionumgebung klar.

„Italy – pizza, piazza, party!“

Greg Churchod, Director TSE Consulting, erklärt, warum die UEFA die EURO 2012 nach Italien anstatt nach Ukraine/Polen hätte vergeben können.

„Ohne staatliche Hilfe kann kein Sport-Großevent stattfinden.“

Martin Schnitzer, ehemaliger CEO Innsbruck 2012, zur Finanzierbarkeit der Olympischen Spiele

„Im Jahr 2022 könnte erstmals bei einer Fußball-WM auf Kunstrasen gespielt werden.“

Sebastian Karrer, CEO Sport Group/Polytan, attestiert eine Weiterentwicklung des synthetischen Rasens.



ANDREAS ABOLD, CEO abold



HIRO KISHI, Leiter Sponsoring Deutsche Telekom



JAN VAN MERWIJK, Director Stadia Feyenoord Rotterdam



GABRIELE HANDEL-JUNG, Leiterin Konzernmarketing services und Media Deutsche Bahn



AUFMERKSAMES AUDITORIUM: Internationale Referenten präsentierten Stadionprojekte.



„Der Umsatz im Stadion hat sich seit Einführung der Karte mehr als verdoppelt.“

Wolfgang Holzhäuser, Sprecher der Geschäftsführung Bayer Leverkusen, über die Vorteile von E-Payment in der BayArena



„Das betrifft euch nicht, ihr seid ja international nicht dabei.“

Bernd Hoffmann, Vorstandsvorsitzender Hamburger SV, zu Wolfgang Holzhäuser (im Publikum) zum Thema CO₂-Ausstoß bei Auswärtsflügen des Hamburger SV



GESPRÄCHSBEDARF: Sportfive- und Imtech-Vertreter diskutieren über das neue Naming Right der HSV-Arena.



HINTER DEN KULISSEN: Praxisnahe Einblicke.



LÄNDERSPIEL: Ein Highlight der Stadiontour.



NEUE TECHNIK: E-Payment selbst erleben.

„MODERNSTE STADIEN EUROPAS“

Die „Stadiontour Deutschland“ im Anschluss an den SPONSOR^S Sports Venue Summit erlaubte einen einmaligen Blick hinter die Kulissen von neun Stadien und Arenen in Deutschland. Mit 40 Teilnehmern aus 10 Ländern, darunter Südafrika und die Vereinigten Arabischen Emirate, war die Stadiontour ein großer Erfolg. Unter dem Motto „von Experten für Experten“ standen in den jeweiligen Stadien die Hauptverantwortlichen für Bereiche wie Hospitality, Ticketing und Energiemanagement den Teilnehmern Rede und Antwort. Höhepunkt der Stadiontour war der Besuch des WM-Qualifikationsspiels Deutschland gegen Aserbaidschan in der AWD-Arena in Hannover. Die Teilnehmer wurden persönlich von DFB-Generalsekretär Wolfgang Niersbach begrüßt und konnten das Spiel im DFB-Ehrentagbereich verfolgen.





GET-TOGETHER: Sehen und gesehen werden.



SERVICE DER BESONDEREN ART: Mit der Limousine zum Kongress.

KONGRESS-STIMMEN

„Ein Spielbetrieb im deutschen Profifußball auf Kunstrasen ist aktuell kein Thema.“

Willi Hink, Direktor DFB, sieht in der Bundesliga vorerst keinen Kunstrasen.

„In der Schweiz werden bereits 60 Prozent aller Eintrittskarten in der Ausführung „print at home“ genutzt.“

Andreas Angehrn, CEO VisionOne, belegt den technischen Fortschritt im Ticketing.

„Eine an rund 200 Tagen für Veranstaltungen genutzte Arena halte ich aber als maximale Obergrenze für realistisch.“

Joachim E. Thomas, Präsident Vereinigung deutscher Stadionbetreiber, über die mögliche Auslastung eines Stadions

„Den Unterschied zwischen virtuell oder real kennt keiner.“

Rolf Bauer, CEO Daktronics Europe, zur Diskussion um die Pixelabstände bei LED-Banden

„Auch bei den Drehbändern gab es am Anfang Probleme, zum Beispiel durch Trainer, die sich belästigt fühlten.“

Jochen A. Rotthaus, Geschäftsführer TSG 1899 Hoffenheim, hält an den LED-Banden fest.

„Es gibt gar nicht so viele Sonnenspiele, wie man denkt.“

Hiro Kishi, Leiter Sponsoring Deutsche Telekom, sieht die Wetteranfälligkeit von LED-Banden eher unproblematisch.

„Drei Bier, zwei Bratwürste in neun Sekunden – das geht.“

Ulla Thombansen, Geschäftsführerin Mutmanagement, verdeutlicht die Schnelligkeitsvorteile beim E-Payment.



VERBINDEND: Afrika trifft auf Asien.



UNTERHALTEND: Sportfive und Zächel.



NETWORKING: Get-together in unverkrampfter Atmosphäre.