




wiener stadthalle



unternehmensplan 2001-2010



**wiener stadthallen betriebs-
und veranstaltungsgesellschaft m.b.h.**

wiener stadthalle

kurhalle oberlaa

szene wien

ernst happel stadion

gerhard hanappi stadion

ferry dusika stadion

albert schultz eishalle

sportanlage windtenstraße

stadthallenbad

stadionbad

sportanlage vorarlberger allee

mehrzweckhalle mollardgasse

Die Geschäftsführung der Wiener Stadthallen Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. legt den Unternehmensplan 2001 bis 2010 vor. Dieser Unternehmenshorizont schließt an die entsprechenden Konzepte aus den Jahren 1991, 1994 und 1997 sowie an das Strategiepapier der Geschäftsführung vom März 2000 an. Diese Planungskontinuität schafft die Vertrauensbasis für die notwendige aktive Erneuerung.

Den Arbeitsauftrag dazu hat Bereichsdirektor Dr. Ferdinand Podkowicz in seiner Funktion als Vorsitzender des Aufsichtsrates der Wiener Stadthalle erteilt. Darin wird gefordert, einen kurz- und mittelfristigen Maßnahmenkatalog zur operativen Weiterentwicklung der bestehenden Stadthallen-Infrastruktur und einen mittel- und langfristigen strategischen Maßnahmenkatalog zur Positionierung der Wiener Stadthalle als internationales Veranstaltungszentrum von europäischem Rang zu erstellen. Damit soll die aktuelle Position der Wiener Stadthalle als größtes Veranstaltungszentrum Europas durch die Verbindung von Sport, Unterhaltung und lebensnaher Bildung in der Wiener Stadthalle und den Sportanlagen gefestigt und ausgebaut werden.

Das besondere Profil gewinnt der Unternehmensplan durch seine städtebaulichen Aspekte sowie durch die Entwicklungsprojekte „Olympic Spirit“, „Legenden des Sports“, „Kinderwelt“, zusätzliche „Halle“, und ein „Virtuelles Erlebniszentrum“. Jedes dieser Projekte greift die durch neue Technologien eröffneten Optionen auf, das Stadthallen-Areal auch während des Tages und additiv zu den traditionellen Stadthallen-Veranstaltungen zu einer permanent genutzten Publikumsattraktion zu machen. Die Berechnungen zu Besucheraufkommen, Kosten und Erträgen sind für alle beschriebenen Projekte kalkuliert.

Die Umsetzung dieses Unternehmensplanes erfordert weitreichende bauliche Vorkehrungen. Ein detaillierter Gestaltungsvorschlag von Stadthallen-Architekt Univ.-Prof. Roland Rainer wird in einem gesonderten Planungsteil dargestellt und ist integrierter Bestandteil des vorliegenden Konzepts.

Der Unternehmensplan für die nächste Dekade wurde auf der Grundlage von umfangreichen Marktforschungsergebnissen und Machbarkeitsstudien erstellt. Diese bieten die Grundlage für die nächsten Arbeitsschritte, sobald vom Aufsichtsrat ein entsprechender Realisierungsauftrag zur Detailplanung der Baumaßnahmen, zur verfeinerten Wirtschaftlichkeitsrechnung für jedes Projekt und für die Ansprache von Investoren, Sponsoren sowie Developern vorliegt.

Insgesamt folgt der Unternehmensplan der Wiener Stadthalle dem Leitgedanken von Bürgermeister Dr. Michael Häupl, der daran erinnert, wie wichtig es ist, an der Schwelle zu einem neuen Jahrhundert „unsere Stadt für die Zukunft einzurichten“.

Peter Gruber
Geschäftsführer

Prof. Dr. Gerhard Feltl
Geschäftsführer

Wien, im Februar 2001



inhalt

die neuen herausforderungen annehmen	4
die dynamische ausgangslage nutzen	6
als flexible organisation handeln	8
zukunftsreiche optionen umsetzen	10
neue angebote gestalten	12
attraktive räume schaffen	14
die stadthalle marktkonform positionieren	16
vielfältige besuchersegmente ansprechen	18
die serviceorientierung nachhaltig verstärken	20
zukunftsinvestitionen bereits heute vornehmen	22
wirtschaftliche kenndaten der investition	23
die nächsten schritte	24
das leitbild der wiener stadthalle	26
dank für unterstützung	28
impressum	29

die neuen herausforderungen annehmen

Aktive Erneuerung ist der Schlüssel zum Erfolg. Diese Erfahrung macht jeder, der im Veranstaltungsmanagement arbeitet. Sie gilt heute mehr denn je. Die Rahmenbedingungen von Sport, Unterhaltung und lebensnaher Bildung entwickeln sich rasch weiter. Das hat auch der Veranstaltungsbranche eine neue Dynamik verliehen und fordert jeden etablierten Akteur heraus. Die Wiener Stadthalle nimmt diese Herausforderung an.

Chancen

Als Chance für ihre Aktivitäten begreift die Wiener Stadthalle folgende Trends:

- Die Menschen aller Lebenslagen widmen dem Sport, der Unterhaltung und einer lebensnahen Bildung mehr Zeit und Aufmerksamkeit als bisher.
- Die neuen Medien schaffen vielfältige Übergänge zwischen Sport, Unterhaltung und lebensnaher Bildung, wodurch spezifische Erlebniswelten entstehen. Von diesen Erlebniswelten geht eine verstärkte Anziehungskraft auf breite Publikumsschichten aus.
- Die Haushalte verfügen über (künftig noch rascher) wachsende Realeinkommen, die es ihnen erlauben, ihre Interessen mit zunehmender Kaufkraft zu befriedigen.
- Veranstaltungen und Erlebniswelten können mit einem über Österreich hinausgehenden „Stammpublikum“ aus dem ökonomischen Kraftfeld „Wien – Bratislava – Budapest“ rechnen.
- Der internationale Städtetourismus stößt in Dimensionen vor, die auch den „Einmalbesucher“ und die „Einmalbesucherin“ zu einem Publikumskreis ersten Ranges machen.

Umsetzung der Chancen

Die Wiener Stadthalle wird diese Chancen zu nutzen wissen:

- In den Sparten „Sport“, „Unterhaltung“ und „Lebensnahe Bildung“ wird die Zahl der Veranstaltungstage um 1 % jährlich zunehmen (Planungshorizont bis 2005).
- In der Sparte „Erlebniswelt“ wird die Wiener Stadthalle zusätzlich 400.000 Personen pro Jahr zu ihrem Besucherkreis zählen können (Horizont bis 2010).
- Durch ein verbessertes Serviceangebot wird die Wiener Stadthalle ihre Erträge pro BesucherIn um 2 % jährlich steigern (Preise 2000, Horizont bis 2010).
- Die zusätzlichen Publikumsschichten aus dem Kraftfeld „Wien – Bratislava – Budapest“ werden im Jahr 2005 rund 40.000 BesucherInnen bringen.

Risiken

Dies sind anspruchsvolle Ziele. Die Wiener Stadthalle verliert dabei die Risiken der neuen Entwicklungen nicht aus den Augen. Es sind Risiken, die den neuen Strukturen der Veranstaltungslandschaft entspringen:

- Die Veranstalter der Welt- und Europatourneen der ganz großen Publikumsmagneten wählen aus Kosten- und Logistikgründen zunehmend Veranstaltungsorte außerhalb von Großstädten.
- Die Internationalisierung des Veranstaltungsmanagements hat zu Konzentrationstendenzen geführt. Dies steigert die Nachfrageposition von Großveranstaltern.
- Auf nationaler Ebene steigt die Zahl der Anbieter von Veranstaltungsstätten und Erlebniswelten rasch an. Dadurch nimmt der Druck der lokalen Konkurrenz massiv zu.

Bewältigung der Risiken

Die Wiener Stadthalle wird diese Herausforderungen meistern:

- Die Wiener Stadthalle setzt auf qualitätsvolle Größen parallel zu den strategisch angestrebten Mega-Ereignissen.
 - Die Wiener Stadthalle wird in ihrem Einflussbereich internationale Großagenturen nicht in die Rolle von Angebotsmonopolisten hineinwachsen lassen.
 - Im zunehmenden lokalen Wettbewerb wird sich die Wiener Stadthalle durchsetzen: mit neuen Ideen, mit umfassendem Service, an einem besonderen Ort, mit überlegten Strategien und deren täglicher Umsetzung durch engagierte MitarbeiterInnen.
- 

die dynamische ausgangslage nutzen

Die Wiener Stadthalle wurde seitens der Stadt Wien mit der Zielsetzung errichtet, wesentliche kultur- und kommunalpolitische Anliegen der Stadt zu verwirklichen. Dieser Auftrag gilt bis heute. Und auch in Zukunft werden von der Wiener Stadthalle wichtige Impulse für die Lebensqualität, die Ausrichtung großer Sport- und Kulturveranstaltungen sowie insgesamt für das Zusammenleben in dieser Stadt erwartet.

Fremdveranstaltern steht die Stadthalle weiterhin für publikumsstarke Mega-Events zur Verfügung. Als Eigenveranstalter und als Produzent von neuen Programmformaten wird die Wiener Stadthalle in Zukunft jedoch vermehrt in Erscheinung treten und eine neue Identität gewinnen.

Die Wiener Stadthalle stellt sich den neuen Herausforderungen aus einer Position der Stärke und zeigt täglich ihre Fähigkeit, ein attraktives Programmangebot für ein breites Publikum zu gestalten. Das Angebot erreicht seine Zielgruppen. In vielen Sparten kann die Wiener Stadthalle ihre eigenen „besten Tage des Jahres“ als Benchmark für optimales Management wählen. Solcherart nimmt die Stadthalle an ihren eigenen Bestleistungen das Maß für die künftige Gesamtentwicklung. Bezugspunkte sollen jeweils die besten Ergebnisse der Dekade 1991 bis 2000 sein. Die Benchmarks für die einzelnen Sparten ergeben sich dabei für wiederkehrende Veranstaltungen und Einzelveranstaltungen.

Sparte »Unterhaltung«

In der Sparte »Unterhaltung« ist es 1999 gelungen, mit Veranstaltungsserien das große Haus zu füllen. Mehr als 5.600 Personen sind Vorstellung für Vorstellung gekommen, um »Riverdance« zu sehen. Ein beachtliches Ergebnis, das im Jahr 2000 durch »Feet of Flames« übertroffen werden konnte.

Aus der Sicht der Wiener Stadthalle sind diese Programme kein Zufallstreffer, sondern der Beweis für die Effizienz von Marktbeobachtung und konsequenter Programmentwicklung.

Veranstaltungsserien wie »Holiday on Ice« (seit mehr als 30 Jahren) oder »Zirkus« (wieder seit 2000) zeigen, dass Tradition einen wesentlichen Aspekt der Besucherbindung darstellt, aber auch, dass das Anpassen an geänderte Publikumserwartungen unverzichtbar ist.

Das Image der Wiener Stadthalle ist nicht zuletzt durch internationale Spitzenkonzerte geprägt. Whitney Houston konnte 1999 die Halle »D« an zwei Abenden mit insgesamt 24.000 BesucherInnen ausverkaufen. Bruce Springsteen, Lenny Kravitz und Herbert Grönemeyer begeisterten 1999 genauso wie Tom Jones und Carlos Santana 2000 ein volles Haus.

Selbst für Fachleute überraschend war der durchschlagende Erfolg von Roland Düringer, der an zwei Abenden mit seinen Benzinbrüdern „Gas gab“.

Erfolgreiche Veranstaltungen finden auch in der Kurhalle Oberlaa statt. Dort spielten Ruben Gonzalez, Sasha und „Die Paldauer“ vor ausverkaufter Halle.

Sparte «Sport»

In der Sparte „Sport“ zeigt die Stadthalle, welche Ausstrahlung ein jährlich wiederkehrendes Ereignis erreichen kann. An Spitzentagen kommen über 7.000 Personen, um das Hallenfußballturnier live zu erleben. Die Medienpräsenz der Wiener Stadthalle ist während dieser Tage so groß, dass 80 % der ÖsterreicherInnen die Wiener Stadthalle als „Ort des Hallenfußballs“ nennen können. Ähnlich hohes Publikumsinteresse zeigen die „CA-Tennis-Trophy“ und das „Fest der Pferde“.

Sparte „Lebensnahe Bildung“

In der Sparte „Lebensnahe Bildung“ stehen Ausstellungen und Messen im Vordergrund. Unter dem Titel „La Donna“ wurde fünf Tage lang über Mode, Fitness, Ernährung und Reisen informiert. An den besten Tagen sind über 4.000 BesucherInnen gekommen.

Die jährliche Messe zu Beruf und Studium („BeSt 99“) hat innerhalb von vier Tagen 58.000 BesucherInnen angezogen.

Die „Senior Aktuell“ erreichte in fünf Tagen ein Publikum von 130.000 Personen.

Auch wissenschaftliche Vorträge können die kleineren Hallen der Wiener Stadthalle füllen. So sprach Paul Watzlawick vor 1.700 ZuhörerInnen.

Sparte „Öffentlicher Sport“

In der Sparte „Öffentlicher Sport“ stehen der Wiener Bevölkerung – und hier vor allem der Jugend – die Hallen „A“ und „B“ für Ballsportarten (Basketball und Handball) sowie die Halle „C“ für Eislaufen zur Verfügung. Dazu kommt das Stadthallenbad mit all seinen Möglichkeiten.

Position der Stärke

Diese Veranstaltungen zeigen, woran sich die Wiener Stadthalle messen wird. Die Wiener Stadthalle besinnt sich auf ihre Stärken und setzt diese Stärken auch gezielt auf wirtschaftlicher Ebene ein.

Dies gilt insbesondere in Hinblick auf die mit dem Kartenverkauf verbundenen Serviceleistungen der Wiener Stadthalle gegenüber den Besuchern wie auch dem Veranstalter. Damit unterscheidet sich die Wiener Stadthalle von allen Mitbewerbern. Für die Besucher bedeutet das eine Einstimmung auf das Ereignis, für den Veranstalter ein Service innerhalb eines attraktiven „Miet-Paketes“. Diese Leistungen bilden für die Wiener Stadthalle dann eine entwicklungsfähige Einnahmequelle, wenn es in Zusammenarbeit mit den Veranstaltern gelingt, noch mehr Eintrittskarten als bisher direkt über die Wiener Stadthalle zu vertreiben. Eine Steigerung der über die Wiener Stadthalle vertriebenen Eintrittskarten um 1,5 % jährlich (Zeithorizont bis 2005) ist eine wesentliche Zielsetzung.

als flexible organisation handeln

Die Wiener Stadthalle erbringt ihre Leistung auf Grund des detaillierten Gesellschaftsvertrages und beruht als Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft mit beschränkter Haftung auf einer privatrechtlichen Konstruktion. Sie steht als Tochtergesellschaft im Eigentum der Wiener Holding Gesellschaft m.b.H.

Aufgabenkreise

An der Schnittstelle des spezifischen „Public-Private-Partnership“ erfüllt die Wiener Stadthalle zwei Aufgabenstellungen:

- Die Wiener Stadthalle betreibt
 - ~ die Hallen „A“, „B“, „C“, „D“ und „E“ des Komplexes am Vogelweidplatz
- (die so genannte „Stadthalle“),
 - ~ die Kurhalle Oberlaa,
 - ~ die Szene Wien,
 - ~ verschiedene weitere Liegenschaften und Mietobjekte.
- Die Wiener Stadthalle hat die Geschäftsführungsaufträge für große Sportanlagen im Namen und auf Rechnung der Stadt Wien übernommen, darunter für
 - ~ die Albert Schultz Eishalle,
 - ~ die Sportanlage Windtenstraße
 - ~ das Ferry Dusika Stadion,
 - ~ das Gerhard Hanappi Stadion,
 - ~ die Mehrzweckhalle Mollardgasse,
 - ~ die Sportanlage Vorarlberger Allee,
 - ~ das Stadthallenbad,
 - ~ das Stadionbad,
 - ~ das Wiener Praterstadion (Ernst Happel Stadion).

Public-Private-Partnership

An der Schnittstelle „Public-Private-Partnership“ gelten kaufmännische Grundsätze und öffentliche Interessen gleichermaßen. Dies verlangt eine ausgewogene Gestion. Die Rahmenbedingungen dazu werden vom Markt und durch Vorgaben öffentlicher Entscheidungsfindung gesetzt. Die Stadthalle hat seit ihrem Bestehen auch die Aufgabe, integrativ zu wirken, sinnvolle Freizeitangebote zu entwickeln und im Bezirk und in der Stadt ein umfassendes Veranstaltungsprogramm zu bieten.

Die Verfolgung dieser Aufgaben wird über die Sicherstellung der Finanzierung des investiven und operativen Betriebes seitens der Stadt Wien gewährleistet.

Investitionen als „Public-Private-Partnership“

Auch die großen geplanten Entwicklungsinvestitionen am Standort Vogelweidplatz sollen nach dem Grundsatz eines „Public-Private-Partnership“ erfolgen. Die Stadt Wien schafft die räumliche Infrastruktur zur Weiterentwicklung des „Vogelweidplatzes“ als großstädtischen Ort von Veranstaltungen. Als Mindestanforderung gilt das Prinzip der Kostendeckung für den Betrieb der neuen geplanten Entwicklungsinvestitionen.

Flexibilität als Voraussetzung

Die vielfältigen Verpflichtungen öffentlicher und privatwirtschaftlicher Gestion bewältigt die Wiener Stadthalle mit einer flexiblen Organisationsform. Diese Flexibilität zu sichern und auszubauen, ist ein vorrangiges Ziel der Wiener Stadthalle. Ihre Kernkompetenz setzt am Vogelweidplatz an; darüber hinaus sichert die Wiener Stadthalle durch eine schnittstellenfähige interne Organisationsstruktur die Kapazität für Erweiterungen ab.

So kann die Wiener Stadthalle zahlreiche Synergien bei der Führung von Spielstätten nutzen. Dazu zählt die Verfügbarkeit großer technischer Kompetenz ebenso wie der marketingorientierte Aufbau einer gemeinsamen Datenbasis über die einzelnen Publikumskreise und ihr Besuchsverhalten. Das beinhaltet neben dem Areal am Vogelweidplatz natürlich auch alle Sportstätten, die von der Stadthalle geführt werden. Der gemeinsame Kartenvertrieb zählt zu den zentralen Aufgaben der Wiener Stadthalle.

Einnahmen können auch dadurch generiert werden, dass die Wiener Stadthalle ihr vielfältiges Know-how in der Veranstaltungsorganisation, in der Planung und Errichtung von Sportstätten und Veranstaltungszentren auch Dritten anbietet sowie als Koordinator und zentrale Marketing-Plattform für die vielfältigen Angebote der „Erlebnis-City“ Wien fungiert.

zukunftsreiche optionen umsetzen

Die Dynamik der neuen Unterhaltungstechnik eröffnet zusätzliche Optionen. Die Wiener Stadthalle spricht diese Optionen aktiv an. Sie führt am Standort „Vogelweidplatz“ die Sparten „Sport“, „Unterhaltung“ und „Lebensnahe Bildung“ zu einer neuen attraktiven Synthese.

Die Wiener Stadthalle legt ihrer strategischen Planung in einem zweistufigen Szenario eine sorgfältige Abwägung von Chancen und Risiken zugrunde.

Die erste Stufe betrifft die Frage:

- Soll der Status quo fortgeschrieben werden?
- Oder sollen weitreichende Zukunftsinvestitionen vorgenommen werden?

Als Chance für die Fortschreibung des bestehenden Zustandes lässt sich die Optimierung eingespielter Abläufe nennen.

Ihr steht als Risiko ein rapider Positionsverlust als Veranstaltungsort für mittelgroße Events gegenüber. Die Wiener Stadthalle droht auf Grund des Verdrängungswettbewerbes (beispielhaft können genannt werden: Gasometer, Museumsquartier, Wiener Messe) an Signifikanz einzubüßen.

Als Chance für weitreichende Zukunftsinvestitionen kann die Entwicklung der neuen Sparte „Erlebniswelt“ gelten. Diese Sparte erlaubt auch eine Steigerung des Tagesbesuches des Stadthallen-Areals. Erst dadurch rechnen sich Snackbars, Restaurants und Souvenirläden, die die Stadthalle auch für AbendbesucherInnen attraktiver machen. Auch die ertragreiche Aktivitätsleiste „Corporate Events“ kann erst mit Hilfe dieser Investitionen eröffnet werden. Ohne Tiefgarage muss der Versuch scheitern, zu einer qualitativ hochwertigen und intelligenten Logistik- und Verkehrslösung zu kommen.

In Hinblick auf die Bedeutung, die das Stadthallen-Viertel im Bewusstsein und Leben dieser Stadt spielt, sollte jedenfalls eine Entscheidung zugunsten der Zukunftsinvestitionen getroffen werden.

Trägerstruktur gestalten

Das führt zur zweiten Stufe und zu den Fragen:

- Soll die Wiener Stadthalle die Zukunftsinvestitionen in ihrem eigenen Bereich betreiben und finanzieren?
- Oder soll Betrieb und Finanzierung überwiegend durch private Betreiber erfolgen?

Die Chancen für die Option „Betrieb und Finanzierung aus eigener Kraft“ liegen in einer dynamischen Optimierung der gesamten Stadthalle. Ist alles in einer Hand, so lässt sich abgestimmter disponieren. Dadurch können zusätzliche Synergien geweckt werden. Als Unsicherheit dieser Variante sind Beschränkungen in der Aufbringung der vorerst von der Stadt Wien benötigten Mittel anzusehen. Bekanntlich unterliegen die öffentlichen Haushalte einem starken Druck auf der Ausgabenseite.

Der Vorteil der Option „Betrieb und Finanzierung überwiegend durch private Betreiber“ liegt in der besonderen Expertise, die private Betreiber einbringen können. Solche Investoren haben spezifische Erfahrungen durch die Führung ähnlicher Betriebe an anderen Orten gewonnen. Zudem können Entwicklungskosten von Technologien, Produkten und Leistungen durch den Einsatz an mehreren Orten leichter abgedeckt werden.

Auch Risiken einer Überantwortung von Teilen des Stadthallen-Areals an private Betreiber sind zu bedenken. Private Betreiber sind primär an der Ertragssteigerung ihres Betriebes interessiert. Im Zweifelsfall stellen sie ihr Betriebsergebnis vor die Funktionsinteressen des Stadthallenkomplexes.

Angesichts der weiter zunehmenden Bedeutung der Freizeitwirtschaft spricht in sorgfältiger Abwägung die Mehrzahl der Argumente für ein „Private-Public-Partnership“ gemeinsam mit Fremdbetreibern im Bereich der Zukunftsinvestitionen.



neue angebote gestalten



Die Stadthalle offeriert als Ort der Begegnung ein Angebot für den ganzen Tag. Erlebnisräume ergänzen die traditionellen Veranstaltungen und werden eingerahmt von Gastronomie. Alle Altersgruppen, BewohnerInnen der Stadt und BesucherInnen, Aufgeschlossene und Traditionsverbundene finden im Areal der Wiener Stadthalle ein Angebot, das auf ihre Bedürfnisse und Interessen zugeschnitten ist.

„Olympic Spirit“ und die Legenden des österreichischen Sports

Eine Möglichkeit, ein derartiges Angebot zu entwickeln, wäre „Olympic Spirit“. Die Erlebniswelt „Olympic Spirit“ (eine geschützte Marke, die das IOC vergibt) könnte eine Attraktion vor allem für junge Menschen und ihre Freunde, für ihre Verwandten und für ihre Eltern schaffen. Diese multimediale und interaktive Erlebnislandschaft bietet Informationen über die Trainingsmethoden von SportlerInnen, ihre Leistungen und Erfolge, über die Geschichte der Olympischen Spiele ebenso wie High-Tech-Simulationen – mehr als 30 Sportarten können solcherart „live“ erlebt werden: Die BesucherInnen kommen, weil sie in einer Welt der kreativen Simulationen den Aufschlag des Olympiasiegers retournieren, mit dem Olympia-Zweier um die Wette rudern, im Reality-Simulator im Bob den Eiskanal von Nagano hinunterdonnern.

Hier kann man aber auch die eigene Leistungsfähigkeit messen, einen Salto der Kunstturnerin selbst nacherleben und sein Wissen an den Sportquiz-Monitoren testen. Hier entsteht auch ein Informationszentrum für das sportliche Leistungsangebot der Stadt Wien.

Ein Panorama-Kino, eine Live-Coaching-Halle, ein Kid's Corner, Sports-Net, Monitore und Ausstellungen ermöglichen aktiven und interaktiven Zugang zum Leistungssport mit seinen Regeln, Trainingserfordernissen und Qualifikationskriterien.

Bei „Olympic Spirit“ begegnen einander tagtäglich Menschen aus allen Lebensumständen. Das ganze Jahr hindurch werden 250.000 BesucherInnen in „Olympic Spirit“ eine besondere Herausforderung suchen und spannende Unterhaltung finden. An Spizentagen werden bis zu 1.400 Personen kommen. Als Normbelastung der Anlage auf 5.700 m² können 800 BesucherInnen gelten. Die Gesamtfläche von 5.700 m² ist auf drei Ebenen erschlossen.

Ein Großteil der BesucherInnen wird tagsüber kommen. Am Vormittag sind es vor allem Schulklassen. Der Nachmittag bringt Familien. Am Abend belebt ein anderes Publikum die Erlebniswelt „Olympic Spirit“. Es sind die geladenen Gäste der Unternehmen, die sich selbst mit der Aura olympischer Leistungen umgeben wollen. Der Schwerpunkt des Abends liegt bei Corporate Events, wo die spezifische Atmosphäre der „Welt des Sports“ und die Qualität des Catering für Unternehmen einen attraktiven Rahmen darstellen.

Die anteiligen Errichtungskosten von 125 Mio. ATS für das Gebäude werden aus dem öffentlichen Investitionsbudget finanziert. Die Einrichtungskosten für „Olympic Spirit“ werden sich aus den Deckungsbeiträgen des laufenden Betriebes amortisieren.

Virtuelles Erlebniszentrum

Das „Virtuelle Erlebniszentrum“ bildet eine weitere Attraktion der Stadthalle. Die Einrichtung ist modern, futuristisch und erinnert an ein NASA-Center. Neben vielfältigen Programm- und Unterhaltungsangeboten im Internet-Cafe und in den verschiedenen Multimedia-Zonen können sich die BesucherInnen in diesem virtuellen Erlebniszentrum auch auf eine Reise zu über 300 Destinationen begeben. In diesen „Reisewelten“ finden sich die BesucherInnen an den Ort ihrer Urlaubsziele versetzt und erhalten um 60,- ATS pro Präsentation ein anschauliches Bild von ihren Zielorten, die sie auch sofort buchen können. Eine Reise zum Mars, eine Filmdokumentation mit Impressionen des Hubble-Teleskopes und neueste Computer-Film-Animationen ergänzen das Angebot. Errichtung und Ausstattung werden 34 Mio. ATS kosten.

Kinderwelt

Vorgesehen ist aber auch eine Abrundung des Programmangebotes für die Kleinsten. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt (wo noch nicht abgesehen werden kann, welche Einrichtungen in unmittelbarer Nähe zu welchem Preis angeboten werden) wird eine „Kinderwelt“ konzipiert. In einem kreativen Learn- und Spielcenter mit Fokus auf Kinderbetreuung und Unterhaltung ergänzt diese „Welt des Kindes“ mit vier Zonen (Fun & Play, Think & Create, Lern & Enjoy, Fitness & Health) auf 500 m² das Programmangebot der Wiener Stadthalle – durch günstige Eintrittspreise, altersspezifische Spiel- und Unterhaltungsbereiche, Animation und Aktion, Promotion für Mehrfachbesuche, Voucher für Geburtstagsfeste, einen Kinderwelt-Club sowie einen Newsletter.

Stadthallen-Korso

Vom Informationszentrum öffnet sich der Stadthallenkomplex über den Stadthallen-Korso den BesucherInnen. Im Korso, dessen Erscheinungsbild durch ein Gesamtkonzept bestimmt wird, findet sich die Möglichkeit, einen Snack zu konsumieren oder ein Abendessen für die Zeit nach der Vorstellung zu genießen oder im Stadthallen-Shop einzukaufen. Das vielfältige Angebot umfasst 10 Gastronomie-Betriebe mit insgesamt 2.000 Sitzplätzen (davon ein Self-Service-Restaurant).

Zusätzliche Halle

In den Ausbau-Plänen ist zusätzlich eine neue Halle vorgesehen, die auf 2.265 m² Platz für eine Bühne und 500 bis maximal 1.200 Sitzplätze schaffen soll. Diese Halle ist als Reservefläche vorgesehen, die bei einem gestiegenen Raumbedarf vergleichsweise kurzfristig errichtet und in Betrieb genommen und durchgeplant in die logistischen Abläufe integriert werden kann. Damit rundet die Wiener Stadthalle ihr Angebot um eine flexible, für neue Programmformate ideal geeignete Spielstätte ab.

Damit wird die Wiener Stadthalle zu einem Veranstaltungszentrum auf dem Stand der Zeit. Zu einem Ort, der unterschiedlichsten Besuchergruppen ein breites Angebot von Kultur bis Sport, von Messen bis interaktiven Erlebnissen bietet. Für die BesucherInnen von „Olympic Spirit“ und die „Legenden des österreichischen Sports“, des „Virtuellen Erlebniszentrums“, der „Kinderwelt“, der Halle „D“ und der neuen, zusätzlichen „Halle“.

attraktive räume schaffen

Die Stadthalle prägt durch ihre dynamische Gestalt ein ganzes Viertel. Das Zentralgebäude umgeben Hallen, Sportplätze, Parks, Gärten und Zufahrtswege. In diesem Zusammenhang hat sich das von Univ.-Prof. Roland Rainer entworfene Funktionsgefüge über mehrere Jahrzehnte hinweg bewährt. Durch die von ihm geplanten ergänzenden Baukörper entstehen neuerlich qualitätsvolle Formen und Strukturen.

Die bestehenden Hallen werden laufend den neuesten Anforderungen und internationalen Standards angepasst. Das beinhaltet Maßnahmen (bauliches Brandschutzkonzept, Erneuerung von Dach und Unterdach inklusive einer neuen Beleuchtung für die Halle „D“, ein neues Beleuchtungskonzept für die Foyers, die Haustechnik, das neue Erscheinungsbild), die seit Anfang 2000 umgesetzt und bis 2003 im Wesentlichen abgeschlossen sind. Natürlich besteht auch für die weiteren Jahre die Notwendigkeit für laufende Instandhaltungsarbeiten.

Das Stadthallen-Jahrzehnt der neuen Gründerzeit

Stadthalle, Vogelweidplatz und Märzpark bilden eine großstädtische Welt. In ihr finden Sport, Unterhaltung und virtuelles Leben eine Entsprechung in einer anregend gegliederten Rhythmik. Als neue Einheit stellt die Stadthalle eine facettenreiche Balance zum Konsumviertel der Lugner City her. Auch hier kann von einem „Public-Private-Partnership“ in städtebaulicher Hinsicht gesprochen werden.

Beide Orte können voneinander gewinnen. Sie sind jeweils in ihrem Feld starke Attraktionen. Stadthalle und Lugner City haben einen markanten Platz im inneren Stadtplan der Wiener und Wienerinnen. Anerkannte Bildungseinrichtungen verstärken dieses Profil: Die große Berufsschule auf der Hütteldorfer Straße und die neue Zentralbibliothek am Gürtel.

Wie weitreichend das Interesse an diesem Stadtviertel ist, hat auch das vielbeachtete EU-Urbanprogramm gezeigt. Hier reicht die Bausubstanz in die Gründerzeit zurück. Eine Offenheit gegenüber vielfältigen Lebensformen hat vor Ort Tradition. Wohnen, Lernen und Arbeiten, Freizeit und Unterhaltung finden Platz in einer robusten städtebaulichen Form.

In ihr kann jedes Jahrzehnt einen neuen Impuls geben. Das erste Jahrzehnt im neuen Jahrhundert wird wieder ein „Stadthallen-Jahrzehnt“ sein. Die Stadthalle tritt damit in einen neuen Dialog. Die BesucherInnen werden über den Corso das neue Funktionsgefüge der Stadthalle im Flanieren erleben können.

Die kompakte, aber durchlässige Struktur der Stadthalle steht in einem reizvollen Wechselspiel zur Offenheit des Märzparks, dessen Name an die Märztage des Jahres 1848 erinnert. Das waren Tage des Aufbruchs zu einer neuen Entwicklung. Heute ist der Märzpark ein Ort des Innehaltens, des Verweilens.

Dialog mit den AnrainerInnen

Die Wiener Stadthalle tritt in einen offenen Dialog mit den AnrainerInnen und informiert über die Vorhaben und über das konsensfähige Konzept vom neuen Stadthallen-Viertel.

Öffentlicher Verkehr und neue Tiefgarage

Der Märzpark eröffnet das Tor zum Neubaugürtel, an dem sich kapazitätsstarke öffentliche Verkehrslinien kreuzen.

An der Schnittstelle zwischen Märzpark und Stadthalle befindet sich auch die Einfahrt zur neuen Tiefgarage. Diese nimmt PKWs von der Hütteldorfer Straße aus auf. Die Tiefgarage ist auf 778 Stellplätze ausgelegt. Dadurch wird die Zugänglichkeit der Wiener Stadthalle auch für das Tagespublikum erhöht. Gleichzeitig tritt eine Entlastung für die AnrainerInnen ein.

Die BesucherInnen kommen teils mit Bussen, teils mit PKWs. Sie finden einen Platz in der neu errichteten Parkgarage an der Kante „Märzpark – Stadthalle“. Die Garage ist eine notwendige Investition in die Zugänglichkeit der Stadthalle für Gäste, die diesen Komfort schätzen. Die Garage wird auch Dauerparkern aus dem Viertel offen stehen und ist Teil eines umfassenden Verkehrssystems (Leitsysteme, Wegführung, Verkehrsverbund) des Stadthallenviertels.

Die Parkgarage führt zum neu gestalteten Märzpark. Auch hier setzen Investitionen in eine attraktive Gestaltung Akzente. Ein weiterer Aufgang führt zum Informationszentrum der Wiener Stadthalle und zum neuen Kassenbereich sowie zum Ticket-Counter, die im gleichen Gebäude eingerichtet werden wie „Olympic Spirit“.

die stadthalle marktkonform positionieren

Die Kernkompetenz der Wiener Stadthalle liegt in der umfassenden Betreuung von Großveranstaltungen. 50 Millionen zufriedene BesucherInnen sind dafür ein exzellentes Zeugnis.

Veranstaltungen erfolgreich durchzuführen, heißt heute: Die Orte auch tagsüber zu beleben, die Vorfreude der BesucherInnen durch einen anregenden Aufenthalt zu steigern, einen gelungenen Abend vor Ort ausklingen zu lassen.

In diesen Zusammenhängen gewinnen auch Unternehmensveranstaltungen (Corporate Events) an Bedeutung. Solche ergänzenden Strukturen tragen zur Akzeptanz, zur Besucherzufriedenheit aber natürlich auch zum finanziellen Erfolg bei.

Programm im Mittelpunkt

Im Mittelpunkt steht zuerst stets das Programm. Attraktive Programme zu attraktiven Preisen anzubieten, ist die wichtigste Aufgabe des Managements der Wiener Stadthalle.

Veranstaltungs-Größenklassen

Die Wiener Stadthalle orientiert ihr Veranstaltungsmanagement an vier Größenklassen.

Die „Champions League“ mit mehr als 7.000 BesucherInnen

Die oberste Kategorie setzt dort an, wo die Stadthalle Alleinstellung hat. In dieser Größenklasse sind pro Jahr insgesamt 20 Veranstaltungen programmiert. Diese Veranstaltungen verteilen sich auf 5 Sportveranstaltungen und 15 Showereignisse.

Große Veranstaltungen mit mehr als 4.000 Gästen

Die zweite Größenklasse setzt bei „4.000+“ an. In diesem Segment werden pro Jahr 60 Einheiten programmiert: 30 Einheiten sind Abend- oder Nachmittagsvorstellungen. 15 Einheiten sind sportliche Wettkämpfe und 15 Einheiten sind Ausstellungs- und Messeveranstaltungen.

Mittelgroße Veranstaltungen mit mehr als 1.500 BesucherInnen

Als dritte Größenklasse für Veranstaltungen wird „1.500+“ gewählt. In diesem Segment sind 80 Einheiten pro Jahr geplant. Sie fallen ebenfalls in alle drei Sparten. Von diesen 80 Einheiten werden 60 Einheiten durch Programme mit mehr als einer Aufführung bestritten. 20 Einheiten sind Einzelabende.

Kleine Events mit mehr als 200 BesucherInnen

Die vierte Größenklasse für Veranstaltungen liegt im Bereich von „200+“. Hier sind 120 Einheiten geplant.

Zielwerte 7.000+

Die Zielwerte von 160.000 Personen im Publikum für die Größenklasse „7.000+“ erreicht die Wiener Stadthalle mit „Block-Buster-Programmen“.

Zielwerte 4.000+

Die Zielwerte von 300.000 Personen im Publikum für die Größenklasse „4.000+“ erreicht die Wiener Stadthalle durch eine differenzierte Strategie. Die 15 Programm-Einheiten sportlicher Wettkämpfe werden nur mit lokalen Veranstaltern angestrebt, sofern diese eine jährliche Wiederholung plausibel darstellen können. Eine analoge Strategie kommt bei den 15 Einheiten an Ausstellungen und Messen zur Anwendung. Für die 30 Einheiten Unterhaltung sucht die Wiener Stadthalle aktiv weltweit nach Programmen, die für Wien attraktiv sind. Die Rolle des Veranstalters wird durch Dritte wahrgenommen.

Zielwerte 1.500+

Die Größenklasse „1.500+“ wird auf der Basis von weiterentwickelten Beziehungen zu Veranstaltern aus dem deutschsprachigen Raum durchgeführt. Die Wiener Stadthalle ermutigt aktiv die Durchführung von einschlägigen Programmen. Dies erfolgt durch direkte Ansprache der Veranstalter. Als Zielgröße gilt ein Jahresgesamtpublikum von 200.000 Personen.

Zielwerte 200+

Die kleinste Größenklasse dient Programmen für ein Alternativpublikum, das die „Szene Wien“ mit Erfolg an sich gezogen hat, aber auch den geschlossenen Events in der Halle „E“. Diese Programmierung wird zu 80 Einheiten als Eigenveranstaltung und zu 40 Einheiten über Vermietungen durchgeführt. Insgesamt sollen diese Veranstaltungen ein Publikum von 50.000 BesucherInnen erreichen.

Zielwerte Publikums Wahrnehmung

Diese Veranstaltungs-Programmierung wird der Wiener Stadthalle eine hohe Medienpräsenz verschaffen. Die Zielwerte sind: je 2.000 Plakate an 365 Tagen in Wien. 100 hervorgehobene Nennungen als Veranstaltungsorte im redaktionellen Teil von Zeitungen mit Massenaufgaben bei Marktumfragen ein Bekanntheitsgrad der Stadthalle von 80 % in Wien und von 40 % in Österreich.

Bei der Verwirklichung dieser Strategie entwickelt die Wiener Stadthalle auch (neue) Programmformate, die in aktiver Kooperation mit den Hallen im deutschsprachigen Raum (EVVC), in Europa (European Arena Association) und im Rahmen eines internationalen Netzwerkes (International Association of Arena Managers) umgesetzt werden.

vielfältige besuchersegmente ansprechen

Die Wiener Stadthalle spricht Jung und Alt an, Frau und Mann, Schichten mit bescheidenen Einkommen und wohlhabende Schichten, Aktive und Zuseher und Zuseherinnen.

Vielfalt als Aufgabe

Die Vielfalt entspricht den Aufgaben, die von der Wiener Stadthalle an der Schnittstelle des spezifischen „Public-Private-Partnership“ wahrgenommen werden. Zu den Sportstätten finden Aktive und Zuseher und Zuseherinnen aller Altersgruppen Zugang. Die ihnen gewidmete Aufmerksamkeit ist Ausdruck der kommunalen Tradition Wiens als Stadt mit Sinn für Sport.

Das kaufmännisch geprägte Interesse richtet sich auf die Publikumsschichten der Veranstaltungen, des „Olympic Spirit“, des „Virtuellen Erlebniszentrum“ und des „Stadthallen-Korso“.

Tagespublikum

Das Tagespublikum wird folgendes Profil aufweisen: An 365 Tagen werden sich 650.000 Personen im Stadthallenkomplex aufhalten. Davon werden 40 % mit öffentlichen Verkehrsmitteln, 20 % mit privaten PKWs und 40 % mit Bussen kommen.

Der Besuch wird zu 20 % den öffentlichen Sportstätten, zu 40 % den Ausstellungen, Messen und Kongressen, zu 25 % „Olympic Spirit“ und zu 10 % dem „Virtuellen Erlebniszentrum“ gelten; 5 % kommen ausschließlich des „Stadthallen-Korso“ wegen. Das Tagespublikum wird sich im Schnitt 120 Minuten im Stadthallen-Areal aufhalten.

Abendpublikum

Das Abendpublikum wird folgendes Profil zeigen: An den stärksten 100 Tagen werden 520.000 Personen zu Veranstaltungen kommen. Davon kommen 55 % mit öffentlichen Verkehrsmitteln, 10 % mit Bussen (in organisierten Reisen) und 35 % in privaten PKW. Von ihnen sind 5 % jünger als 16 Jahre, 30 % zwischen 17 und 25, 55 % zwischen 25 und 60 Jahren und 10 % älter als 60 Jahre. Der Veranstaltungsbesuch konzentriert sich zu 60 % auf die Halle „D“ und zu 40 % auf die kleineren Hallen. Das Abendpublikum wird 80 Minuten vor und 60 Minuten nach der Veranstaltung im Stadthallen-Areal verweilen.

Einzugsbereich

Das Tagespublikum kommt zu 50 % aus Wien, zu 40 % aus einem Umkreis von 200 km von Wien, 7 % haben einen Anreiseweg von mehr als 200 km. 3 % sind StädtetouristInnen.

Das Abendpublikum kommt zu 60 % aus Wien, zu 35 % aus einem Umkreis von 100 km, zu 5 % aus einem Umkreis von 200 km. Der Besuch des Abendpublikums erreicht an Freitagen und Samstagen seine Spitzenwerte.

die serviceorientierung nachhaltig verstärken

Der Kunde ist König. Auf diese Wahrheit hört die Wiener Stadthalle. Service steht daher an erster Stelle der Unternehmensleitlinien. An ihnen orientieren sich die MitarbeiterInnen der Wiener Stadthalle.

Die Umsetzung der Leitlinien erfordert eine Betreuung der Sportstätten (rund 40 % der Personalressourcen), des Hallenbetriebes (rund 35 %) und des Zentralbereiches (rund 25 %). Im Zentralbereich sind die MitarbeiterInnen zu rund 60 % mit betriebswirtschaftlichen Agenden im weitesten Sinn (auch EDV) und zu rund 40 % mit baulich-technischen Fragen beschäftigt.

Die interne Kommunikation wird durch ein Manager-Informationssystem auf modernsten Stand gebracht, eine umfassende EDV-Archivierung und ein elektronisches Verwaltungssystem runden hier die effizienzsteigernden Maßnahmen ab.

Eine Betriebsvereinbarung und ein Personalentwicklungsplan tragen dazu bei, die Corporate Identity im Unternehmen auszubauen, Teamgeist und Mitarbeitermotivation zu fördern und zeitgemäße Organisationsstrukturen im Dienste der Marktpartner zu schaffen.

Qualitätssicherung auch bei Marktpartnern und Lieferanten

Besondere Aufmerksamkeit widmet die Wiener Stadthalle den Serviceleistungen von Fremdbetrieben, Pächtern und Mietern. In Zusatzvereinbarungen behält sich die Wiener Stadthalle vor, mit Fremdbetrieben alle sechs Monate ihr Erscheinungsbild und die Serviceorientierung des Personals des Fremdbetriebes zu erörtern. Dies gilt insbesondere für „Olympic Spirit“, die „Virtuelle Erlebniswelt“ und die Bereiche des „Stadthallen-Korso“. Die Wiener Stadthalle vereinbart mit den Fremdbetrieben die gleiche Art von wiederholten Kurzschulungen, wie sie für das einschlägig eingesetzte Stadthallenpersonal durchgeführt werden.

Servicezufriedenheit laufend beobachten

Die Wiener Stadthalle erhebt regelmäßig die Servicezufriedenheit des Publikums mit den Einrichtungen, für deren Betrieb die Stadthalle die Verantwortung trägt. Dabei wird von einem anspruchsvollen realistischen Zielniveau an Publikumszufriedenheit ausgegangen.

Serviceorientierung heißt auch, sich in Marketing und Verkauf zu profilieren. Die Veranstalter werden ermutigt, in ihrer Medienpräsenz die spektakuläre Attraktion ihres Programms darzustellen, ohne beim Publikum eine Erwartungshaltung aufzubauen, die nicht eingelöst werden kann.

Ein Customer-Service-Center einrichten

Die Wiener Stadthalle richtet ein eigenes „Customer-Service-Center“ ein. Die damit betrauten Personen besitzen speziell erworbene Fähigkeiten, wie die Lösung von Konflikten mit BesucherInnen vor Ort, die rasche Intervention gegenüber dem Publikum bei Pannen, die flexible Medienbetreuung, um auch bei „Zwischenfällen“ die Publikumskompetenz der Wiener Stadthalle zur Geltung zu bringen.

Kartenpreisstruktur optimieren

Zum Service gehört auch eine angemessene Preisstruktur der Veranstaltungen. Für das jeweilige Zielpublikum einer Eigen-Veranstaltung bestimmt die Wiener Stadthalle durch laufende Marktbeobachtung eine optimale Kartenpreisstruktur.

Ein Call-Center-Konzept verwirklichen

Die Wiener Stadthalle richtet ein System des Kartenvertriebes ein, das den Kauf von Karten über das Internet ermöglicht. Das System wird Anfang 2002 zum Einsatz gelangen.

Gleichzeitig werden Kartenvertriebsstellen in Frequenzlagen eingerichtet, die in Kooperation mit anderen Veranstaltern geführt werden.

Das neue Informationszentrum wird den erfolgreichen Schwerpunktbereich „Großkundenbetreuung“ weiterführen und ausbauen. Hier finden die Abnehmer von größeren Kartenkontingenten spezifische Betreuung.

Insgesamt nützt die Stadthalle die sich eröffnenden Ertragschancen in einem umfassenden Kartenvertriebssystem. Als Zielgröße ist von 650.000 verkauften Karten im Veranstaltungsbereich pro Jahr auszugehen.

zukunftsinvestitionen bereits heute vornehmen

Die Wiener Stadthalle bringt ihren Betrieb laufend auf den neuesten Stand der Technik. Dazu zählt heute eine audio-visuelle Ausrüstung der vierten Generation (insbesondere auch für „Narrowcasting“). Die Möglichkeiten des Internet werden auch dazu genutzt, entgeltliche Übertragungen von ausverkauften Veranstaltungen durchzuführen. Vor Ort entsprechen die Arbeiten an der Fassade und am Brandschutz den höchsten technischen Ansprüchen. Im VIP-Bereich, beim Catering und bei den Stargarderoben setzt die Wiener Stadthalle neue Qualitätsmaßstäbe für die Branche.

Um die Herausforderungen des neuen Jahrzehnts zu bewältigen, sind weitere Zukunftsinvestitionen notwendig.

Diese Investitionen schaffen Raum – nach innen und nach außen. Nach innen entsteht eine Hülle für die neue Sparte „Erlebniswelt“. Diese Hülle bietet Raum für 13.700 m² Nutzfläche für „Olympic Spirit“ und die „Legenden des österreichischen Sports“, das „Virtuelle Erlebniszentrum“, die „Kinderwelt“, die zusätzliche „Halle“ und ein „Besucher-Informationszentrum“ sowie die gastronomische Infrastruktur und den Shopbereich.

Die vorläufige Flächenbilanz stellt sich wie folgt dar:

Olympic Spirit	5.700 m ²
Virtuelle Welt + Kassen + Info + Sanitär	1.964 m ²
Zusätzliche Halle	2.265 m ²
Merchandising (Shops)	722 m ²
Food	1.593 m ²
Verwaltung/Kinderwelt	1.429 m ²
Gesamtnutzfläche	13.673 m ²

wirtschaftliche kenndaten der investitionen

Die Wiener Stadthalle wirtschaftet mit Erfolg unter den vorgegebenen Rahmenbedingungen. Diese sind ihr durch die besondere Position an der Schnittstelle des „Public-Private-Partnership“ vorgegeben.

Entwicklungsinvestitionen

Angesichts der für die angestrebte Entwicklung notwendigen Investitionen stellt die Wiener Stadthalle diese Entwicklungsinvestitionen auf überschaubare Weise dar.

Baukosten im weitesten Sinn fallen an:

- Für die Errichtung des Empfangsgebäudes, der Hülle für neue (interaktive) Angebote und der Zusatzeinrichtungen: 250 Mio. ATS
- Für die zusätzliche Halle: 50 Mio. ATS
- Für die Errichtung des Korso (je nach Ausgestaltung): 20 bis 41 Mio. ATS

Das ergibt eine Investitionssumme für Baulichkeiten von 320 bis 341 Mio. ATS

An Einrichtungsinvestitionen sind zu veranschlagen:

- Für „Olympic Spirit“: 120 Mio. ATS
- Für das „Virtuelle Erlebniszentrum“: 23 Mio. ATS
- Für die zusätzliche Halle: 20 Mio. ATS
- Für Restaurants und Merchandising entlang des Korso: 7 Mio. ATS

Das ergibt eine Investitionssumme für die Einrichtungen von 170 Mio. ATS

Diesen Investitionskosten stehen Erlöse bzw. Abschreibungen gegenüber:

- Für den Korso
- Für „Olympic Spirit“
- Für die „Virtuelle Erlebniswelt“

Die jeweils an die aktuellen Rahmenbedingungen angepassten kostenrechnerischen Modelle sind in einer gesonderten Darstellung enthalten.

Die darin berücksichtigten Werte ergeben sich planerisch abhängig davon, ob die Wiener Stadthalle die Finanzierung und den Betrieb an private Investoren weitergibt oder auf eigene Rechnung führt.

Welcher Weg bei Beteiligung und Finanzierung zu beschreiten ist, wird durch die Willensbildung des Eigentümers entschieden und als Auftrag vorgegeben.



die nächsten schritte



Um den im Unternehmensplan vorgezeichneten Weg zu beschreiten, bedarf es eines Grundsatzbeschlusses des Eigentümers. Erst mit einem klaren Gesamtauftrag durch den Aufsichtsrat können die nachfolgenden Schritte effizient koordiniert und umgesetzt werden.

Aktivitäten

Als Arbeitsschritte sind in abgestimmter Weise zu bewältigen:

- Die planerischen Umwidmungen durch Stadt und Bezirk
- Die verfeinerten Wirtschaftlichkeitsrechnungen für jedes einzelne Teilprojekt
- Die Sicherstellung der benötigten Finanzierungsmittel
- Die Vertragsgestaltung über die zentralen Kernelemente von Programm,
- Inhalt und Betrieb der einzelnen Objekte mit den privaten Partnern
- Die detaillierte Vertragsgestaltung
- Die Aufnahme der Bautätigkeit
- Der Marketingplan im Lichte der Angebotsentwicklung bei
- Konkurrenzeinrichtungen
- Die Vorab-Promotion
- Der Abschluss der Bautätigkeit und der Einrichtungen
- Der Vorab-Verkauf

Meilensteine

Aus der gegenwärtigen Perspektive ist von folgenden Meilensteinen auszugehen:

- Grundsätzliche Genehmigung durch den Aufsichtsrat – April 2001
- Vorentwurfsplanung und Kostenschätzung – bis Juni 2001
- Abschluss von Verträgen mit Investoren, Sponsoren und Betreibern – bis Ende 2001
- Abschluss der Entwurfsarbeiten – bis Ende 2001
- Einreichung der Unterlagen – Februar 2002
- Erteilung der Genehmigungen – April 2002
- Baubeginn – August 2002
- Abschluss der Bautätigkeit – August 2004
- Fertigstellung der Einrichtungen – Mai 2005
- Eröffnung der „Neuen Stadthalle“ – September 2005

das leitbild der wiener stadthalle

Größe und Erfahrungsreichtum nutzen

Über 40 Jahre Erfahrung und 50 Millionen BesucherInnen machen die Wiener Stadthalle und ihre Sportbetriebe zum größten und traditionsreichsten Veranstaltungszentrum in Österreich und einem der führenden Sport- und Unterhaltungszentren in ganz Europa. Aus dieser Position der Stärke leitet die Wiener Stadthalle ihre Ziele auch in Zukunft ab.

Die Besucherzufriedenheit zum Maßstab unseres Erfolgs machen

Jahr für Jahr besuchen mehr als eine Million Gäste die Wiener Stadthalle und erleben hier live nationale und internationale Höhepunkte aus den Bereichen „Unterhaltung“, „Sport“ und „Lebensnahe Bildung“. Die Kernaufgabe der Wiener Stadthalle ist es auch in Zukunft, einen attraktiven Mix aus den einzelnen Programmelementen zu bieten. Die Wiener Stadthalle wird die Kundenzufriedenheit regelmäßig überprüfen.

Attraktive Angebote weiterentwickeln

In Ergänzung zur bestehenden Veranstaltungsstruktur wird die Wiener Stadthalle ihr Angebot ausweiten, ergänzende permanente Besucherattraktionen einrichten und Programmformate weiterentwickeln.

„Value for Money“ garantieren

Den BesucherInnen der Wiener Stadthalle und ihrer Sportbetriebe wird ein interessantes und vielfältiges Programm zu angemessenen Preisen, in attraktivem Ambiente und bei bestmöglichem Service und Komfort geboten.

Attraktive Räume gestalten

Mit der Wiener Stadthalle hat Univ.-Prof. Roland Rainer vor rund 40 Jahren ein wichtiges Kapitel der Wiener Architekturgeschichte geschrieben. Mit den von ihm geplanten baulichen Erweiterungen wird die Wiener Stadthalle auch auf künftige Anforderungen optimal vorbereitet. Mit dem publikumswirksamen Veranstaltungsangebot und der hochwertigen Architektur leistet die Wiener Stadthalle einen wichtigen Beitrag zur Revitalisierung des gesamten Viertels rund um den Vogelweidplatz.

Den Partnern kompetent gegenüberreten

Nationalen und internationalen Vertragspartnern bietet die Wiener Stadthalle in neu adaptierten Räumen jene technische und organisatorische Infrastruktur, die diese für eine erfolgreiche Veranstaltung benötigen, vor der Bühne und Backstage, vor und während der Veranstaltung. Mit beträchtlichen Investitionen werden die Standards laufend den neuesten internationalen Erkenntnissen angepasst.

Wichtige Impulse geben

Die Wiener Stadthalle erfüllt kommunale und sozialpolitische Zielsetzungen, ist ein Ort der Begegnung mit neuen und internationalen Programmformaten, bietet urbane Freizeitgestaltung und Live-Events in einer Atmosphäre gemeinsamen Erlebens.

Als sorgfältiger Kaufmann wirtschaften

Im Auftrag der Stadt Wien erfüllt die Wiener Stadthalle öffentliche Aufträge und wirtschaftet gleichzeitig nach den Grundsätzen eines ordentlichen Kaufmannes. Dabei kooperiert sie mit privaten Investoren, Developern und Sponsoren. Im laufenden Betrieb und bei den zukunftsorientierten Investitionen.

Die Wirtschaft stärken

Mit ihrem publikumswirksamen Programmangebot tragen die Wiener Stadthalle und ihre Sportbetriebe dazu bei, dass sich das Veranstaltungsinteresse auf Wien fokussiert. Damit ist die Wiener Stadthalle ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, für den Bezirk und für die Stadt.

Gemeinsam Verantwortung tragen

Information und gegenseitiges Vertrauen sind die Grundlagen erfolgreicher Teamarbeit. Das Management der Wiener Stadthalle bindet die MitarbeiterInnen in die Entscheidungs-Abläufe ein, diskutiert die Ziele und würdigt die Leistungen in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen.

dank für unterstützung

Folgende Personen haben die Erstellung des Unternehmensplanes durch Hinweise und Erörterungen unterstützt:

Carey Gordon, Chairman of Carey Jones Architects Ltd. – London
Garner Janet, Managing Director, Wembley Arena – London
Dr. Görg Bernhard, Vizebürgermeister, Stadtrat für Planung und Zukunft
Hanke Peter, Controller der Wiener Holding AG
Holmgren Stefan, Managing Director, Globe Arena – Stockholm
Ing. Huber Rolf, Bezirksvorsteher Wien 15
James Keith, President, Jack Rouse Associates – Cincinnati/Ohio
Dipl.-Ing. Jerabek Helmut, Direktor der Technik und Sportbetriebe, Wiener Stadthalle
Dr. Jerger Markus, President, The Spirit Development Corp. Ltd. – London
Dipl.-Ing. Jilka Brigitte, Oberstadtbaurätin, MA 18 - Stadtentwicklung und Stadtplanung
Kaiserauer Michael, Director of Design & Construction, Sony – Berlin
Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Klotz Arnold, Bereichsdirektor für Stadtplanung – Wien
Kopietz Harry, Landtagsabgeordneter, LPS der SPÖ Wien
KR Krämer Sigmund, Generaldirektor a. D., Wiener Hafen Ges.m.b.H.
Dr. Krenn Rudolf, Direktor der Allgemeine Verwaltung und Recht, Wiener Stadthalle
Linden Gordon, Director, Parsons Group Inc. – Oakland/California
Mag. Molnar Erwin, Leiter der Betriebswirtschaft, Wiener Stadthalle
Komm.-Rat, Nettig Walter, Präsident der Handelskammer Wien
Oehler Justus, Partner, Pentagram – London
Peuhkuri Kari, Director of Operations, Hartwall Areena – Helsinki
Dr. Podkowicz Ferdinand, Bereichsdirektor, Stadt Wien
Dipl.-Ing. Dr. Rainer Roland, Univ.-Prof., Architekt
Ing. Sallaberger Günther, Generaldirektor der Wiener Messen Ges.m.b.H.
Spronk Wilfrid, Geschäftsführer, Olympiapark München GmbH – München
Dkfm. Stadler Klaus, Generaldirektor der Wiener Holding AG
Vallverdu Jordi, Managing Director, Palau St. Jordi – Barcelona
Dipl.-Ing. Vatter Klaus, Senatsrat, MA 21a - Stadtteilplanung und Flächennutzung
Zimmer Jack, Executive Director, IAAM – Irving/Texas



wiener stadthalle

Wiener Stadthalle Betriebs- und
Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.

Vogelweidplatz 14
A-1150 Wien/Vienna

Tel +43 (0)1 98 100-0
Fax +43 (0)1 98 100-363
E-Mail: service@stadthalle.com
www.stadthalle.com

Impressum

Medieninhaber
Wiener Stadthalle Betriebs- und
Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.
A-1150 Wien, Vogelweidplatz 14
www.stadthalle.com

Alle Rechte, insbesondere das Recht der
Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung,
sind der Wiener Stadthalle Betriebs- und
Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne
schriftliche Genehmigung der Wiener Stadthalle
Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.
reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder
verbreitet werden.
